



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO DIGITAL EMPLEANDO VISTAS 360 DE LAS ESCULTURAS ARQUEOLÓGICAS PERTENECIENTES AL MUSEO DE ARTE PRECOLOMBINO CASA DEL ALABADO UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO.

Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.

Autor: BOLAÑOS JAMI VIANCA LUCERO

Tutor: Ing. Javier Zambrano

Lector: Ing. Alexandra Gualotuña

Quito, julio 2020

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Vianca Lucero Bolaños Jami**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, auténtica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Vianca Lucero Bolaños Jami

C.C.: 1751476670

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Vianca Lucero Bolaños Jami portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1751476670 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **CREACIÓN DE UN CATÁLOGO DIGITAL EMPLEANDO VISTAS 360 DE LAS ESCULTURAS ARQUEOLÓGICAS PERTENECIENTES AL MUSEO DE ARTE PRECOLOMBINO CASA DEL ALABADO UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Vianca Lucero Bolaños Jami

C.C.: 1751476670

Quito, día/mes/año

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR EN EL REPOSITORIO DIGITAL

DATOS PERSONALES:

1. **NOMBRE COMPLETO DEL ESTUDIANTE**
Ejemplo: BOLAÑOS JAMI VIANCA LUCERO
2. **CÉDULA DE CIUDADANÍA**
Ejemplo: 1751476670
3. **FECHA DE NACIMIENTO**
Ejemplo: 07/20/1997
4. **NACIONALIDAD**
Ejemplo: Ecuatoriana
5. **DIRECCIÓN DE RESIDENCIA**
Ejemplo: GARCIA MORENO Y SUCRE S2-153
6. **PROVINCIA DE RESIDENCIA**
Ejemplo: Pichincha
7. **CANTÓN DE RESIDENCIA**
Ejemplo: Quito
8. **CORREO ELECTRÓNICO**
Ejemplo: viancalulu@hotmail.com
9. **TELÉFONOS**
Ejemplos: 022358024 / 0987780321
10. **FECHA DE SUSTENTACIÓN**
Julio del 2020



TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

TEMA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR:

Ejemplo: CREACIÓN DE UN CATÁLOGO DIGITAL EMPLEANDO VISTAS 360 DE LAS ESCULTURAS ARQUEOLÓGICAS PERTENECIENTES AL MUSEO DE ARTE PRECOLOMBINO CASA DEL ALABADO UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO.

EN CASO DE HABER REALIZADO INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA:

ESCRIBA LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**COMPLETE Y AÑADA SU FIRMA DIGITAL A CONTINUACIÓN
TIPO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ☐

I+D+i ☒

INCUBADORA EMPRESARIAL ☐

PRODUCCIÓN ARTÍSTICA ☐

Yo, Bolaños Jami Vianca Lucero, portador de la cédula de identidad N° 1751476670, autorizo al Instituto Tecnológico Superior Cordillera la publicación del Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital.

FIRMA DEL ALUMNO

ENTIDAD QUE AUSPICIO EL TRABAJO: Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: María Patricia Ordoñez

TELÉFONO Y/O CELULAR EMPRESA: 022 280-940

**Ing. William Patricio Parra López
ADMINISTRADOR DE BIBLIOTECA CENTRAL
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

AGRADECIMIENTO

Agradezco a quienes conforman el Departamento de Investigación del Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado, especialmente a María Patricia Ordoñez quien realiza un excelente labor al ser curadora del museo, es la responsable de gestionar y promover proyectos que contribuyan a mantener la cultura ecuatoriana.

Gracias por confiar en mí, brindarme su apoyo en el desarrollo del proyecto y poder culminarlo con éxito.

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a mis padres, Edmundo Bolaños y Nelly Jami que siempre han confiado en mí y me brindaron su apoyo incondicional. A mi hija que ha sido un pilar importante para superarme cada día.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	iii
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
Capítulo I.....	1
1. Antecedentes.....	1
1.01 Contexto.....	1
1.02 Justificación	3
1.03 Definición del Problema Central (Matriz T).....	5
Capítulo II	6
2. Análisis de Involucrados.....	6
2.01 Mapeo de Involucrados.....	6
2.02 Matriz de Análisis de Involucrados.....	7
Capítulo III.....	8
3. Problemas y Objetivos.....	8
3.01 Árbol de Problemas	8
3.02 Árbol de Objetivos	9
Capítulo IV	10
4. Análisis de Alternativas.....	10
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas	10
4.01.01. Tamaño del Proyecto	11

4.01.02. Localización del Proyecto	12
4.02 Análisis Ambiental	13
4.02.01. Impacto Negativo.....	13
4.02.02. Impacto Positivo.	14
4.03 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos	15
4.04. Diagrama de Estrategias	16
4.05. Construcción de la Matriz de Marco Lógico	17
4.05.01 Revisión de los Criterios para los indicadores	17
4.05.02 Selección de Indicadores.....	22
4.05.03 Medios de Verificación.....	26
4.05.04 Supuestos.....	30
4.05. 05 Matriz Marco Lógico (MML)	34
Capítulo V.....	37
5. Propuesta	37
5.01 Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta.....	37
5.02 Marco Teórico	39
5.02.01 Catálogo Digital.....	39
5.02.02 Audiovisual	40
5.02.03 Interactividad.....	40
5.02.04 Vistas 360.....	41
5.02.05 Modelado 3D	42
5.02.06 Culturas Ancestrales del Ecuador.....	44
Cultura Jama-Coaque	44
Cultura Chorrera	45
Cultura Tolita.....	46

Cultura Carchi Pasto.....	47
Cultura Valdivia.....	48
5.03 Descripción de la Herramienta.....	49
5.04 Formulación del proceso de aplicación	61
5.04.01 Planificación.....	61
5.04.01.01 Propósito del proyecto	61
5.04.01.02 Usuario	61
5.04.01.03 Herramientas.....	61
Software.....	61
Cinema 4D R20.....	61
Modelado	62
Herramientas.....	62
5.04.01.04 Formato	67
5.04.02 Desarrollo.....	68
5.04.02.01 Contenido	68
5.04.02.02 Mapa de Contenido.....	69
5.04.02.03 Índice de Imágenes	70
5.04.02.04 Imagen Corporativa	70
5.04.02.05 Tipografías.....	75
5.04.02.06 Botones.....	76
5.04.02.07 Portada y Contraportada.....	77
5.04.02.08 Retículas	78
5.04.02.09 Diagramación.....	81
5.04.03 Marketing y Difusión.....	85
5.04.03.01 Campañas Digital.....	85

5.04.03.02 Plan de Medios	89
5.04.03.03 Presupuestos	89
5.04.03.03.01 Presupuesto de Producción.....	90
5.04.03.03.02 Pautaje en Redes Sociales	91
5.04.03.03 Calendario Campaña Digital (Timing).....	92
5.04.03.04 Flow Chart.....	93
5.04.03.04 Publicaciones en Facebook	94
5.04.03.05 Publicaciones en Instagram	101
5.04.03.06 Publicación en YouTube	108
5.04.03.07 Publicidad en Medios Impresos.....	110
Capítulo VI.....	112
6. Aspectos Administrativos.....	112
6.01 Recursos.....	112
6.02 Presupuesto	114
6.02 Cronograma.....	115
Capítulo VI.....	116
7. Conclusiones y Recomendaciones	116
7.01 Conclusiones	116
7.02 Recomendaciones	118
Bibliografía	119

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Matriz T</i>	5
<i>Tabla 2. Matriz de Análisis de Involucrados</i>	7
<i>Tabla 3. Matriz de Análisis de Impacto</i>	15
<i>Tabla 4. Revisión de los Criterios para Indicadores</i>	17
<i>Tabla 5. Selección de Indicadores</i>	22
<i>Tabla 6. Medios de Verificación</i>	26
<i>Tabla 7. Supuestos</i>	30
<i>Tabla 8. Matriz de análisis de impacto de los objetivos</i>	34
<i>Tabla 9. Pregunta 1</i>	51
<i>Tabla 10. Pregunta 2</i>	52
<i>Tabla 11. Pregunta 3</i>	53
<i>Tabla 12. Pregunta 4</i>	54
<i>Tabla 13. Pregunta 5</i>	55
<i>Tabla 14. Pregunta 6</i>	56
<i>Tabla 15. Pregunta 7</i>	57
<i>Tabla 16. Pregunta 8</i>	58
<i>Tabla 17. Pregunta 9</i>	59
<i>Tabla 18. Pregunta 10</i>	60
<i>Tabla 19. Índice de Imágenes</i>	70
<i>Tabla 20. Plan de Medios</i>	89
<i>Tabla 21. Presupuesto de artes gráficas</i>	90
<i>Tabla 22. Pautaje en Facebook</i>	91
<i>Tabla 23. Cronograma de campaña</i>	92
<i>Tabla 24. Flow Chart</i>	93
<i>Tabla 25. Gastos Operativos</i>	114
<i>Tabla 264. Financiación</i>	114
<i>Tabla 27. Cronograma</i>	115

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Mapa de Involucrados</i>	<i>6</i>
<i>Figura 2. Árbol de Problemas.....</i>	<i>8</i>
<i>Figura 3. Árbol de Objetivos.....</i>	<i>9</i>
<i>Figura 4. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones</i>	<i>10</i>
<i>Figura 5. Mapa de Localización del Proyecto</i>	<i>12</i>
<i>Figura 6. Diagrama de Estrategias</i>	<i>16</i>
<i>Figura 7. Vistas 360 de escultura</i>	<i>41</i>
<i>Figura 8. Vistas de la Interfaz.....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 9. Herramientas para esculpir</i>	<i>43</i>
<i>Figura 10. Entorno de arranque “Sculp”</i>	<i>43</i>
<i>Figura 11. Render de Modelado 3D de escultura</i>	<i>43</i>
<i>Figura 12. Escultura Jama Coaque.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 13. Escultura Tolita.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 14. Escultura Tolita.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 15. Escultura Carchi Pasto.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 16. Escultura Valdivia.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 17. Pregunta 1.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 18. Pregunta 2.....</i>	<i>52</i>
<i>Figura 19. Pregunta 3.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 20. Pregunta 4.....</i>	<i>54</i>
<i>Figura 21. Pregunta 5.....</i>	<i>55</i>
<i>Figura 22. Pregunta 6.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 23. Pregunta 7.....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 24. Pregunta 8.....</i>	<i>58</i>
<i>Figura 25. Pregunta 9.....</i>	<i>59</i>
<i>Figura 26. Pregunta 10.....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 27. Proceso de Modelado 3D.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 28. Herramientas de Esculpido.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 29. Proceso de Modelado 3D.....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 30. Texturización de Modelado 3D.....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 31. Render- Escultura Ave con Cresta.</i>	<i>64</i>
<i>Figura 32. Elementos Extras - Programa 480interactive.....</i>	<i>65</i>

<i>Figura 33. Etiquetas de Adobe Indisign CC</i>	<i>66</i>
<i>Figura 34. Formato Dispositivos.....</i>	<i>67</i>
<i>Figura 35. Mapa de Contenido.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura 36: Logotipo.....</i>	<i>71</i>
<i>Figura 37. Construcción de Logotipo.....</i>	<i>72</i>
<i>Figura 38. Guía de Colores.....</i>	<i>73</i>
<i>Figura 39. Aplicaciones de Color.....</i>	<i>73</i>
<i>Figura 40. Portada Facebook</i>	<i>74</i>
<i>Figura 41. Publicación</i>	<i>74</i>
<i>Figura 42. Tipografías</i>	<i>75</i>
<i>Figura 43. Botones.....</i>	<i>76</i>
<i>Figura 44. Portada y Contraportada.....</i>	<i>77</i>
<i>Figura 45. Retícula Portada y Contraportada</i>	<i>78</i>
<i>Figura 46. Retícula 2 y 3.....</i>	<i>78</i>
<i>Figura 47. Retícula 5 y 6.....</i>	<i>79</i>
<i>Figura 48. Retícula 7 y 8.....</i>	<i>79</i>
<i>Figura 49. Retícula 9 y 10.....</i>	<i>80</i>
<i>Figura 50. Retícula 11 y 12.....</i>	<i>80</i>
<i>Figura 51. Diagramación Portada y Contraportada</i>	<i>81</i>
<i>Figura 52. Diagramación 1 y 2.....</i>	<i>81</i>
<i>Figura 53. Diagramación 3 y 4.....</i>	<i>82</i>
<i>Figura 54. Diagramación 5 y 6</i>	<i>82</i>
<i>Figura 55. Diagramación 9 y 10</i>	<i>83</i>
<i>Figura 56. Diagramación 11 y 12</i>	<i>83</i>
<i>Figura 57. Diagramación 13 y 14</i>	<i>84</i>
<i>Figura 58. Fórmulas cálculo de Engagement.....</i>	<i>88</i>
<i>Figura 59. Anuncio en Facebook Stories.....</i>	<i>94</i>
<i>Figura 60. Página Web Casa del Alabado.....</i>	<i>95</i>
<i>Figura 61. Carrusel</i>	<i>96</i>
<i>Figura 62. Carrusel</i>	<i>97</i>
<i>Figura 63. Gif animado.....</i>	<i>98</i>
<i>Figura 64. Gif animado.....</i>	<i>99</i>
<i>Figura 65. Perfil de Sketchfab.....</i>	<i>100</i>
<i>Figura 66. Storie.....</i>	<i>101</i>

<i>Figura 67. Video en YouTube.....</i>	<i>102</i>
<i>Figura 68. Carrusel</i>	<i>103</i>
<i>Figura 69. Carrusel</i>	<i>104</i>
<i>Figura 70. Reservas</i>	<i>105</i>
<i>Figura 71. Video</i>	<i>106</i>
<i>Figura 72. Video</i>	<i>107</i>
<i>Figura 73. Spot</i>	<i>108</i>
<i>Figura 74. Spot</i>	<i>109</i>
<i>Figura 75. Arte Roll Up</i>	<i>110</i>
<i>Figura 76. Arte para Flyer</i>	<i>111</i>

RESUMEN EJECUTIVO

En el desarrollo del presente proyecto de grado, se muestra las nuevas alternativas para realizar un catálogo digital apoyándose en el modelado 3D, proceso importante para la creación de objetos tridimensionales en donde se trabajarán los prototipos de las esculturas arqueológicas que pertenecen al Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado.

Además se habla sobre la problemática que tiene el museo de no contar con suficiente material visual, siendo un lugar de investigación y de exhibición en donde el público visita para informarse es necesario contar con las herramientas de educación necesarias, de esto surge la necesidad de crear un catálogo digital en donde a más de mostrar las esculturas precolombinas y su valor cultural, también se menciona las culturas ancestrales del Ecuador, sus orígenes, creencias, costumbres y tradiciones.

Mediante el proyecto se quiere demostrar que se pueden utilizar herramientas más actuales con fines educativos y que además sea una manera más demostrativa y dinámica de aprender de nuestros antepasados.

Palabras Claves: Catálogo digital, modelado 3D, Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado, Escultura Digital, esculturas precolombinas.

ABSTRACT

In the development of this degree project, the new alternatives to make a digital catalogue based on 3D modeling are shown, an important process for the creation of three-dimensional objects in which the prototypes of the sculptures will be worked belonging to the Museo de Arte Pre-Columbian Casa del Alabado.

In addition there is talk about the problem of the museum of not having enough visual material, being a place of research and exhibition where the public visits to inform themselves it is necessary to have the necessary education tools, this arises the need to create a digital catalogue where, in addition to showing pre-Columbian sculptures and their cultural value, we also talk about the ancestral cultures of Ecuador, their origins, beliefs, customs and traditions.

Through the project we want to demonstrate that more current tools can be used for educational purposes and that it is also a more demonstrative and dynamic way to learn from our ancestors.

Keywords: Digital catalogue, 3D modeling, Museum of Pre-Columbian Art House of Praise, Digital Sculpture, pre-Columbian sculptures.

INTRODUCCIÓN

El museo de Arte Precolombino Casa del Alabado, una de las construcciones arquitectónicas más antiguas y representativas del Centro Histórico de Quito, es un espacio que se ha reestructurado varias veces con el motivo de enriquecer la experiencia de sus visitantes y mantener viva la cosmovisión de nuestros ancestros.

Las creencias y prácticas de los grupos contemporáneos no son iguales a los de pueblos originarios, con el pasar de los años han sufrido continuas transformaciones y desafortunadamente las generaciones actuales están adaptando corrientes culturales de otros países y olvidan sus raíces, por este motivo las esculturas arqueológicas que se encuentran en este lugar son la evidencia del legado de las culturas ancestrales ecuatorianas, es la representación del complejo mundo del pasado.

Estos pueblos quisieron comunicarnos su cosmovisión a través tradiciones, mitos y leyendas al igual que de objetos que fueron realizados para cada actividad de su vida diaria y elaborados con materiales específicos según su función, desde esculturas para el uso cotidiano como ritual espiritual.

“La forma, función y diseño de dichas piezas representan los fundamentos de ideologías y prácticas religiosas específicas de cada pueblo, quienes las elaboraban con estilo propio, generando así expresiones artísticas, regionales y locales variables.” (Cevallos, 2010, p.21)

Las culturas precolombinas nos muestran la excelencia que alcanzaron en el manejo estético y técnico de distintos materiales, en el trabajo nos ayudaremos de programas de modelado 3d para poder lograr los mismos acabados visuales.

Capítulo I

1. Antecedentes

1.01 Contexto

La Casa del Alabado construida en el siglo XXI, es una de las construcciones más antiguas de la ciudad de Quito, ubicada específicamente en el Centro Histórico de Quito, durante este periodo de tiempo la casa ha sido reconstruida con el fin de conservarse como un patrimonio cultural.

En el 2006 la fundación La Tolita apoya a su restauración para en el 2010 convertirse en el Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado y posteriormente abrir sus puertas al público, como un espacio que ayuda al desarrollo de la cultura en el Ecuador, realizando funciones educativas, sociales y de investigación.

Ulchur (2016) explica que: “El Museo Casa del Alabado surge como una iniciativa de tres coleccionistas privados, Mario Rivadeneira, Daniel Klein e Iván Cruz quienes deciden juntar sus colecciones alrededor del año 2010, para hacer un museo de arte precolombino” (p.12).

El museo resguarda alrededor de 5000 piezas arqueológicas que se van mostrando en exhibiciones temporales y ordenadas estéticamente según Alejandra Sánchez, actual arqueóloga del Museo Casa del Alabado.

Querían modificar la percepción de ciertos objetos precolombinos como curiosos y extraños a objetos artísticos desde la perspectiva actual.

Según Ulchur (2016): “la idea era romper con el concepto del artesano y ubicar al creador de la prehistoria como un artista, un inventor de formas de alto nivel de refinamiento en el manejo de sus materiales” (p.13)

El Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado trata de explicar el gran avance que tuvieron las culturas para poder trabajar los materiales, la técnica al emplear varias texturas y la perfección con la que representaban los detalles en la escultura. Considerando que en aquella época no contaban con tecnología y herramientas que faciliten la fabricación de cerámicas y esculturas.

A nivel de América Latina se encuentra el Museo Chileno de Arte Precolombino, ubicado en Santiago de Chile, la construcción ha pasado por diferentes modificaciones para hoy en día ser un museo de exhibiciones. “Tras sucesivas obras de recuperación, el museo fue inaugurado el 10 de diciembre de 1981. La Municipalidad de Santiago aportó el inmueble, encargándose de la restauración y acondicionamiento para albergar la exposición.” (Ilustre Municipalidad de Santiago, s.f)

En la página web del museo el público puede visualizar las piezas arqueológicas que se exhiben e información detallada de cada una y audiolibros en cuatro idiomas: español, inglés, francés y portugués.

Los recursos que utiliza el museo para informar al público sin duda es más avanzado, podemos obtener información muy detallada acerca de las culturas precolombinas y pueblos originarios de este país.

También la página cuenta con recursos educativos y una sección llamada Archivo Audiovisual del Museo en donde el usuario puede descargar contenido multimedia como documentales, videos, animaciones, fotografías, grabaciones, imágenes.

1.02 Justificación

En el Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado albergan piezas arquitectónicas pertenecientes a culturas que poblaron anteriormente territorios del Ecuador, cada pieza encontrada en este museo posee un valor cultural significativo que nos invita a volver al pasado y nos cuentan su historia. Por esta razón, la creación de un catálogo digital se realiza con la finalidad de mostrar un soporte audiovisual que genere en el público interés de visitar el museo e informarse más acerca del sentido cultural y espiritual de las esculturas.

En el proyecto se aplica la escultura digital, nueva tendencia que mediante el uso de un software de modelado 3D y animación se pueden crear figuras tridimensionales, en donde se puede visualizar los objetos desde diferentes perspectivas.

Los programas utilizados nos ofrecen herramientas para la manipulación y creación de objetos, ambientar un entorno con el uso de luces y cámaras, obtener la misma apariencia y acabados de los materiales de las esculturas originales gracias a la texturización.

Con el diseño del catálogo digital se puede observar a las esculturas y también se muestra fotografías del Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado, de esta forma se busca innovar la presentación de un catálogo, sin dejar a un lado la función de educar y culturizar al público.

El tema de investigación procura fomentar el aprendizaje de las culturas ancestrales del Ecuador, ya que es nuestro derecho tener acceso a toda la información referente a descubrir el pasado de nuestros ancestros además es nuestro deber seguir transmitiendo a las futuras generaciones, tal como lo indica en el Plan Nacional del Buen Vivir (2017): “Promover el rescate, reconocimiento, investigación y protección del patrimonio cultural, saberes ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales”. (p.51).

1.03 Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1. *Matriz T*

SITUACIÓN EMPEORADA	SITUACIÓN ACTUAL				SITUACIÓN MEJORADA
Desconocimiento de la existencia de esculturas arqueológicas y su valor en las culturas ancestrales.	Poco contenido multimedia para difundir información acerca de las esculturas arqueológicas del museo.				Existencia de un catálogo digital en donde el público tenga una guía interactiva y se verán interesados en visitar el museo.
FUERZAS IMPULSADORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Informar a las autoridades del museo sobre el proyecto y solicitar su colaboración.	5	5	4	4	Desinterés y desaprobación por parte de las autoridades por la realización del proyecto.
Utilizar nuevas herramientas como es el modelado 3D para la elaboración de las piezas.	4	4	3	4	Desconocimiento sobre cómo utilizar el catálogo digital.
Incentivar al público a visitar el museo y conocer más acerca de las culturas ancestrales.	5	5	4	4	Falta de interés del público por conocer sobre las culturas ancestrales.
Realizar estrategias de difusión para promocionar el catálogo en diferentes medios e informar acerca de su existencia.	4	4	4	4	Escasos medios de difusión para promocionar exitosamente el catálogo.
Presentar el catálogo digital, para informar al público de las esculturas del museo.	5	5	3	4	Falta de un soportes tecnológicos para presentar el catálogo digital.

En la tabla que antecede se encuentran las siguientes nomenclaturas: I = Impacto y PC = Potencial de cambio. Que nos muestra el impacto actual y a donde va a cambiar una vez que sea ejecutado el proyecto.

Elaborado: Vianca Bolaños

Capítulo II

2. Análisis de Involucrados

2.01 Mapeo de Involucrados

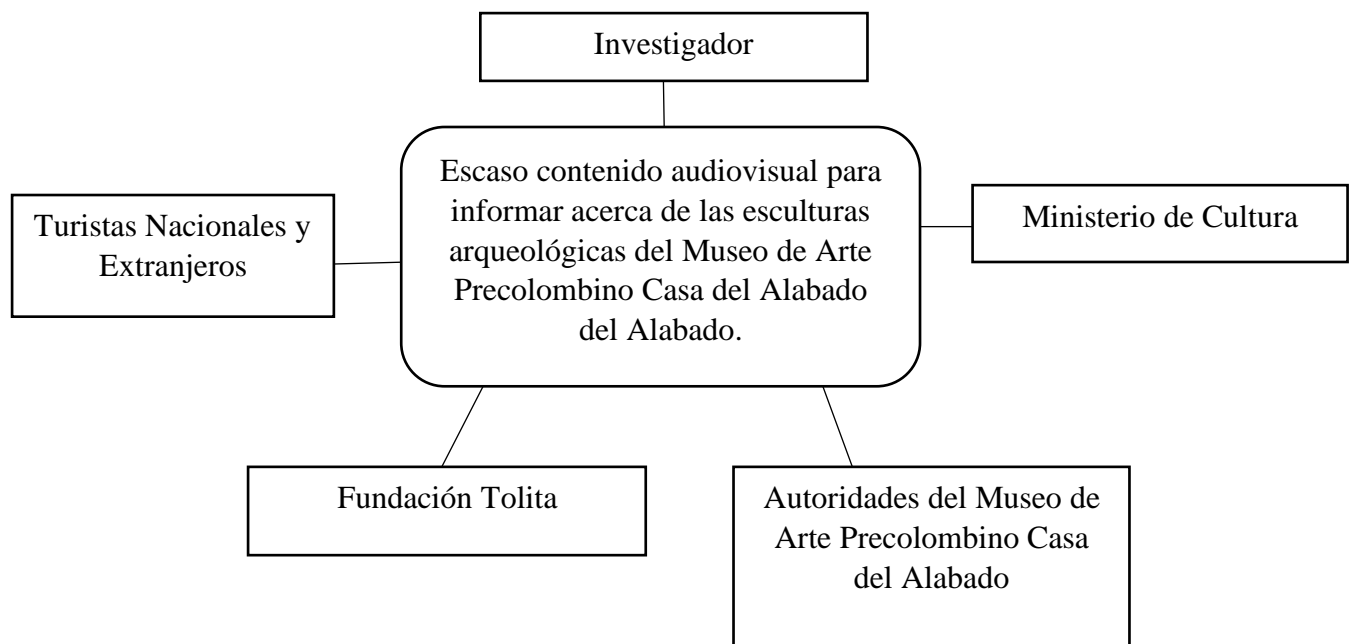


Figura 1. *Mapa de Involucrados*

Elaborado por: Vianca Bolaños

2.02 Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla 2. *Matriz de Análisis de Involucrados*

INVOLUCRADOS	INTERÉS SOBRE EL PROBLEMA	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS, MANDATOS Y CAPACIDADES	INTERÉS SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTO
Investigador	Obtener conocimiento sobre las culturas ancestrales y las esculturas para realizar el proyecto con éxito.	Insuficiente información acerca del museo y de los servicios que ofrece.	Humano Información Tecnológico Capacidad Intelectual.	Proponer un catálogo digital de las esculturas, aplicando nuevas herramienta como es el modelado 3D.	Tiempo limitado para terminar el proyecto
Ministerio de Cultura y Patrimonio	Fortalecer la identidad cultural, promoviendo las visitas a los museos.	Desinformación sobre los museos.	Humano Financieros Económicos Administrativo	Innovar en la forma de presentar digitalmente las esculturas arquitectónicas.	Mantener los medios de Presentación convencionales.
Autoridades del Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado.	Aumentar las visitas de turistas nacionales o extranjeros al museo.	Decrecimiento del turismo en el Museo Casa del Alabado	Humano Financiero Administrativo Económicos Capacidad de Mandato.	Tener un contenido para promocionar en medios e incentive las visitas al museo.	Bajo presupuesto para realizar un catálogo digital
Fundación Tolita	Atraer al público acerca conocer más sobre estas piezas que pertenecen a culturas ancestrales.	Desconocimiento de las esculturas arquitectónicas del museo.	Humano Financiero Administrativo Económicos Capacidad de Mandato	Contar con un repositorio digital de las figuras, donde el público pueda interactuar de una forma más llamativa.	Limitada información.
Turista Nacionales y Extranjeros	Fortalecer sus conocimientos culturales.	Escasos soportes audiovisuales para informarse sobre las culturas ancestrales del Ecuador.	Humano Financieros Tecnológicos	Obtener más conocimientos acerca de las esculturas arqueológicas y del museo.	Traducción del catálogo en distinto idioma para guiar a los turistas extranjeros.

Elaborado por: Vianca Bolaños

Capítulo III

3. Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de Problemas

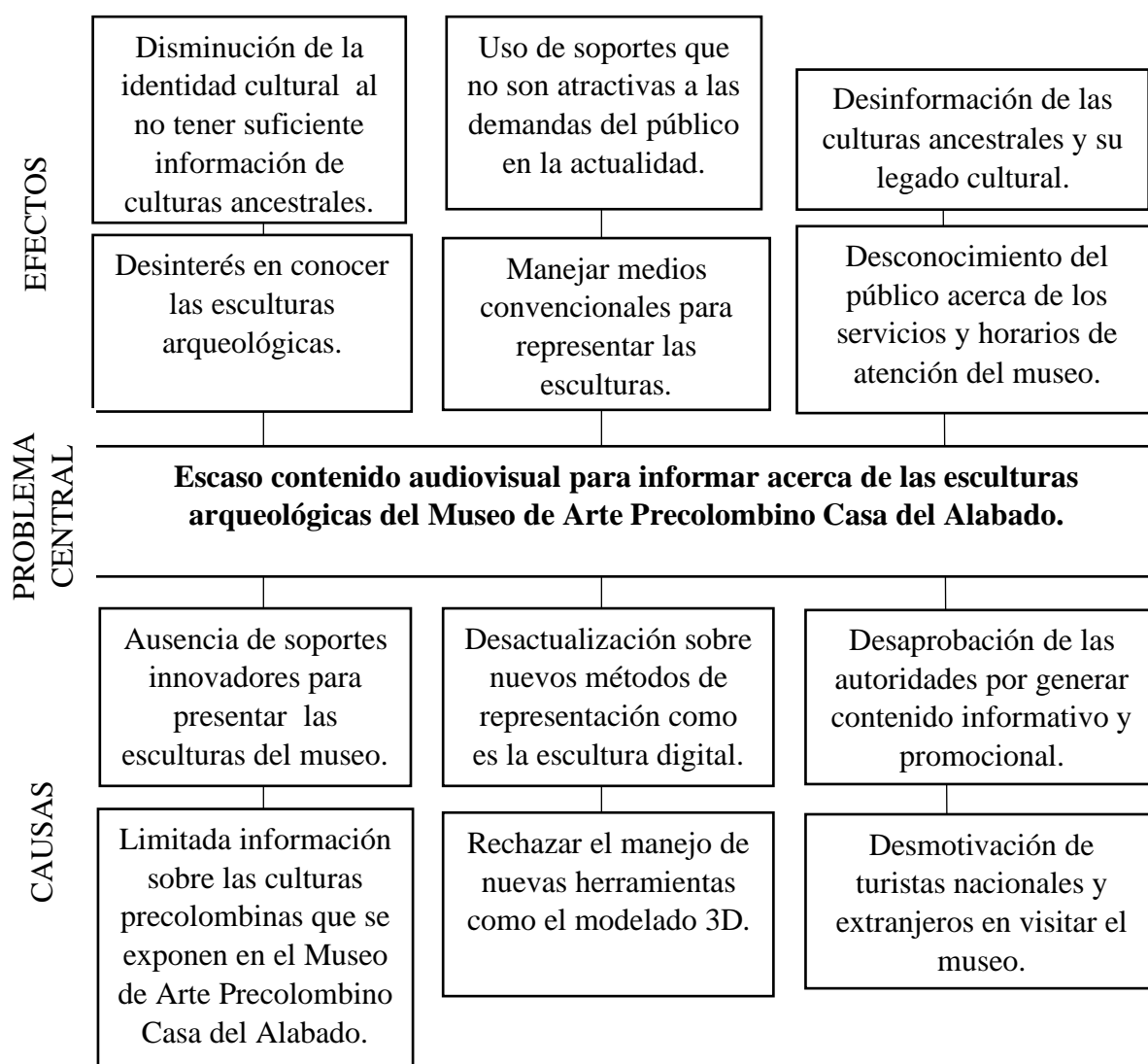


Figura 2. Árbol de Problemas

Elaborado por: Vianca Bolaños

3.02 Árbol de Objetivos

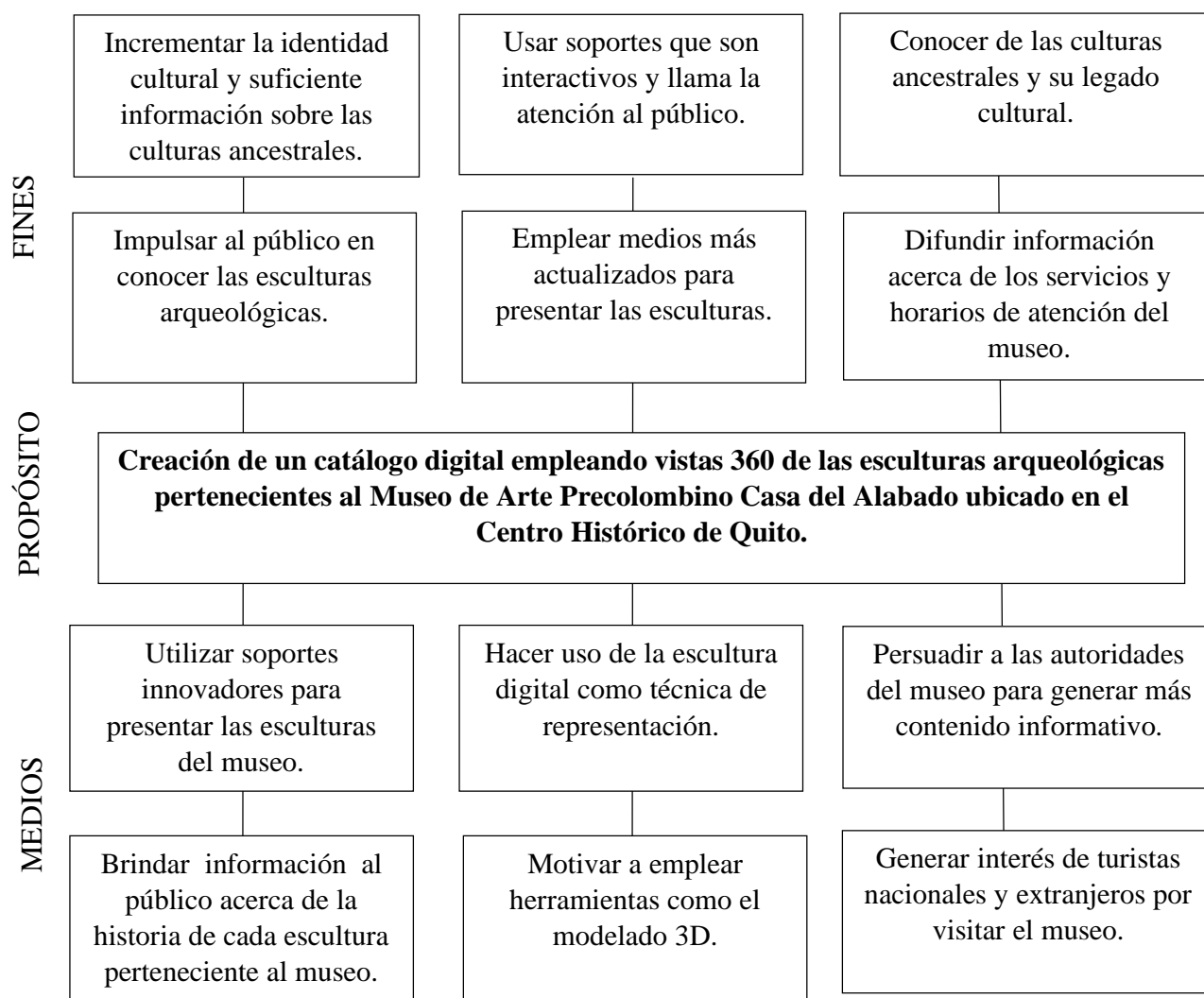


Figura 3. Árbol de Objetivos

Elaborado por: Vianca Bolaños

Capítulo IV

4. Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas

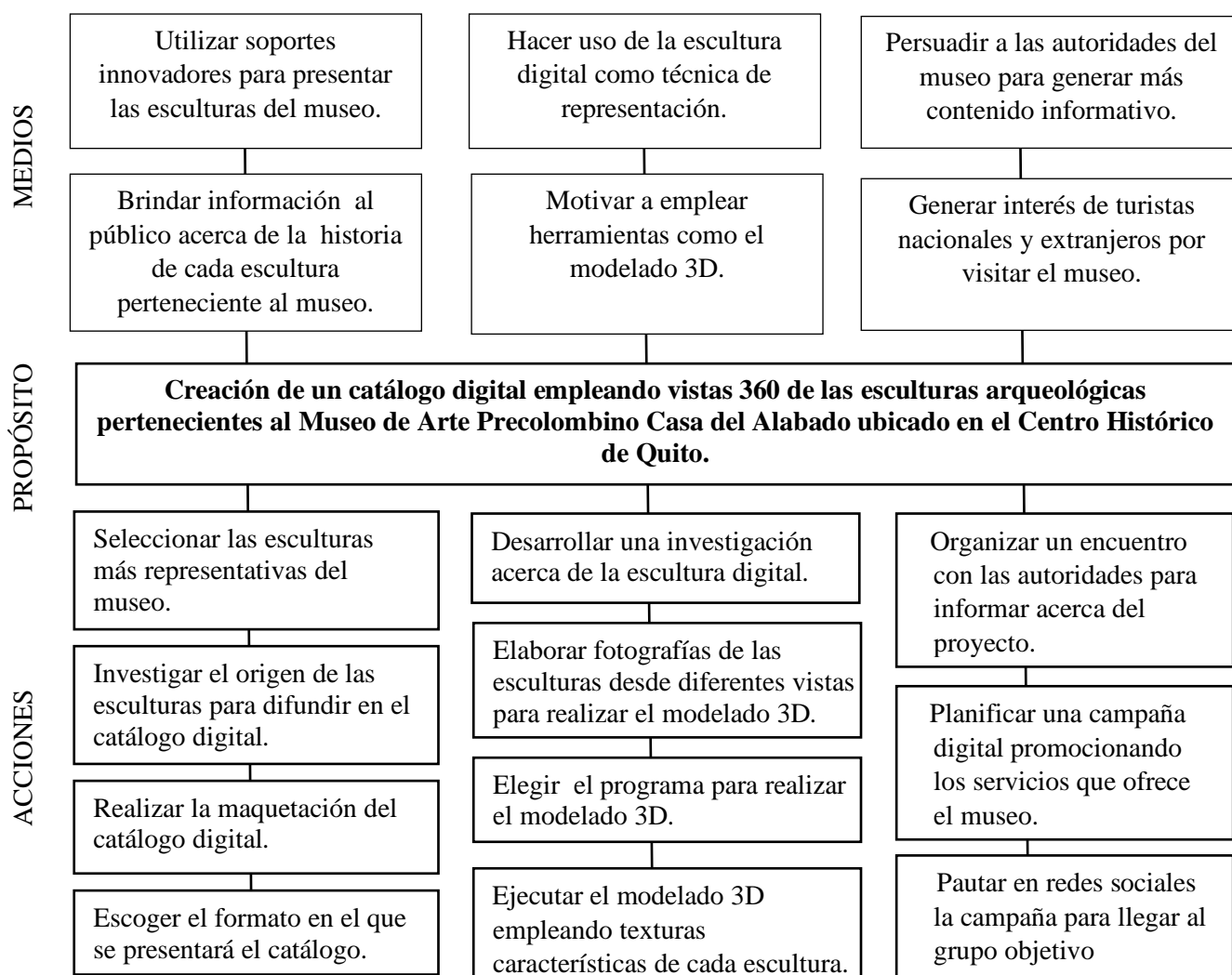


Figura 4. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

Elaborado por: Vianca Bolaños

4.01.01. Tamaño del Proyecto

El proyecto de investigación se desarrollará en la ciudad de Quito, específicamente en el Centro Histórico, sector en donde se ubica nuestro grupo objetivo. La finalidad de limitar el proyecto es llegar a dicha población y así cumplir el objetivo que es motivar a turistas nacionales y extranjeros a visitar el Museo.

Según la Secretaria de Turismo del Municipio los turistas que visitan Quito en el año 2019 es de 707.942 y un porcentaje de 67% que equivale a 474.321 personas que visitan el Centro Histórico de Quito.

$N =$ Tamaño del universo = 474.321 habitantes.

$P =$ Probabilidad de ocurrencia respuesta positiva (p) = 0,5

$Q =$ Probabilidad de ocurrencia respuesta negativa (q) = 0,5

$Z =$ Nivel de confiabilidad del 95% critico = 1,96

$E =$ Límite de error maestral. Porcentaje de error (e) = 0,5% (0,05)

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{e^2 (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 40.587 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 (474.321 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3.84 \times 474.321 \times 0,5 \times 0,5}{0.0025 (474.320) + 3.84 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{455.384}{1.189 + 0.25}$$

$$n = \frac{455.384}{1.189}$$

$$n = 383$$

En el cálculo podemos ver que 383 personas han sido asignadas para ser encuestadas.

4.01.02. Localización del Proyecto

El siguiente proyecto se desarrollará en el Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado ubicado en las calles Cuenca N1-41 y Bolívar, sector Centro Histórico en el Distrito Metropolitano de Quito.

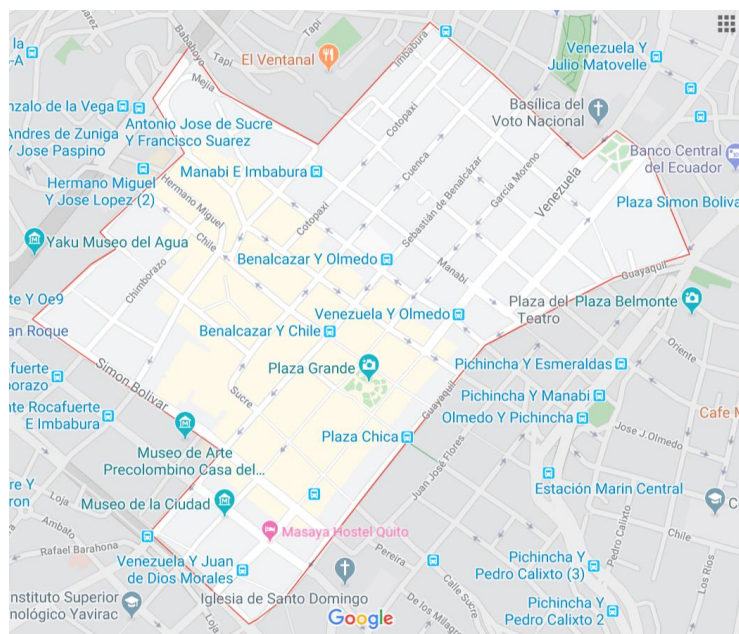


Figura 5. Mapa de Localización del Proyecto

Fuente: Google Map. (2019)

4.02 Análisis Ambiental

El medio ambiente es un tema muy importante en todo el mundo ya que se relaciona con la evolución de la humanidad, se ha visto el crecimiento tecnológico en diferentes ramas como en la industria, la alimentación, educación, entre otros, pero a su vez también se ha apreciado el deterioro de los recursos en el planeta, afectando de gran manera a nuestro diario vivir.

Según Valencia (1998). “El cambio que pasa el medio ambiente tras la explotación de los recursos naturales, acabaría afectando negativamente en el futuro a las generaciones próximas y se lo está viviendo en la actualidad con las altas temperaturas y el clima desorganizado en el planeta”, (p.16). A pesar de todo lo que se observa, el hombre todavía no ha generado conciencia para el planeta y según Valencia los efectos del pasado ya están cobrándose de manera directa en un tiempo récord

4.02.01. Impacto Negativo.

El impacto negativo para este proyecto es que se emplean medios tecnológicos como lo son computadoras, tablets, celulares que están fabricados de materiales no biodegradables utilizados en la elaboración y funcionamiento de dichas herramientas tecnológicas. También cuales demandan cierta cantidad de energía eléctrica, factores que afectan a largo plazo el medio ambiente.

4.02.02. Impacto Positivo.

El Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado al estar ubicado en un punto turístico, las autoridades del distrito han tratado de proteger y resguardar el patrimonio cultural de la humanidad, por lo que han creado leyes que permiten controlar la contaminación visual como ambiental.

Al emplear medios digitales se evitan estos daños, el catálogo digital es un soporte que no va a sufrir deterioro y posee el beneficio de presentar videos, música, links, animaciones, archivos, lo transforman en un medio participativo y dinámico, su utilidad es prolongada además de tener un mayor alcance al grupo objetivo con menos costos de producción.

El proyecto propone aplicar un modelo sustentable y poder evitar en lo mínimo medios impresos como son revistas, catálogos, afiches y folletos, los cuales traen muchos efectos negativos al medio ambiente como la contaminación y la sobreexplotación de recursos naturales.

4.03 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3. *Matriz de Análisis de Impacto*

OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE PROPÓSITO	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLÍTICA	TOTAL
Utilizar soportes innovadores para presentar las esculturas del museo.	5	5	5	5	4	24
Brindar información al público acerca de la historia de cada escultura perteneciente al museo.	5	5	4	5	4	23
Hacer uso de la escultura digital como técnica de representación.	5	5	5	5	4	24
Motivar a emplear herramientas como el modelado 3D.	5	4	5	5	5	24
Persuadir a las autoridades del museo para generar más contenido informativo.	5	4	4	5	5	23
Generar interés de turistas nacionales y extranjeros por visitar el museo.	5	5	5	5	5	25
TOTAL	30	28	29	30	37	143

Elaborado por: Vianca Bolaños

4.04. Diagrama de Estrategias

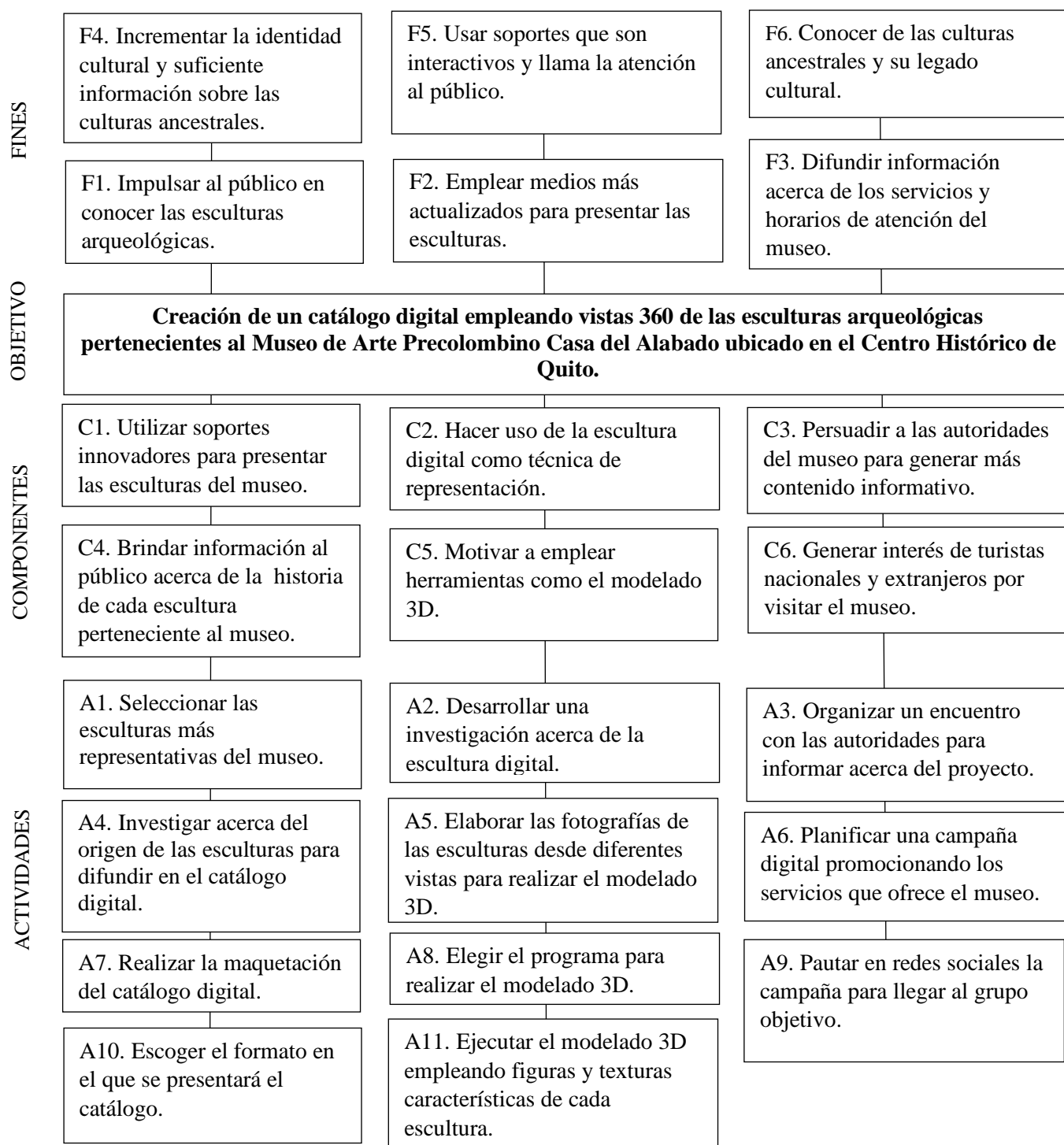


Figura 6. Diagrama de Estrategias

Elaborado por: Vianca Bolaños

4.05. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

4.05.01 Revisión de los Criterios para los indicadores

Tabla 4. *Revisión de los Criterios para Indicadores*

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	F1. Impulsar al público en conocer las esculturas arqueológicas.	Incrementar el acceso a más información sobre las esculturas. En comparación al inicio del proyecto. 70%	383	Alta	4 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social: Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	F2. Emplear medios más actualizados para presentar las esculturas.	Utilizar un catálogo digital para educar al público que visita el museo de una forma más dinámica e interactiva en un 80%	383	Alta	6 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	F3. Difundir información acerca de los servicios y horarios de atención del museo.	Comunicar al público para generar interés en visitar el museo en un 80%.	383	Alta	3 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	F4. Incrementar la identidad cultural y suficiente información sobre las culturas ancestrales.	Lograr que las personas del grupo objetivo tengan conocimiento de las esculturas y su valor cultural en un 70%	383	Alta	3 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	F5. Usar soportes que son interactivos y llama la atención al público.	Interactuar con el catálogo digital en diferentes dispositivos en un 80%	38	Alta	4 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	F6. Conocer de las culturas ancestrales y su legado cultural.	Aumentar el conocimiento acerca de las culturas ancestrales del Ecuador en un 70%	383	Alta	4 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social: Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	P. Existencia de contenido audiovisual para informar acerca de las esculturas arqueológicas del museo de Arte Precolombino Casa del Alabado.	Implementar videos e imágenes en el catálogo digital para guiar al público que visita el museo en un 90%	1	Alta	6 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
Componentes	C1. Utilizar soportes innovadores para presentar las esculturas del museo.	Emplear soportes digitales como pantallas táctiles, tabletas para la visualización del catálogo digital en un 75%	383	Alta	3 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	C2. Hacer uso de la escultura digital como técnica de representación.	Generar interés en manejar los programas de modelado 3D para educar a turistas en un 60%	383	Alta	6 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	C3. Persuadir a las autoridades del museo para generar más contenido informativo.	Publicar contenido para guiar a turistas visitantes del Centro Histórico de Quito en un 75%	383	Alta	4 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	C4. Brindar información al público acerca de la historia de cada escultura perteneciente al museo.	Apoyar el uso de la tecnología como medio informativo para dar a conocer la historia de cada escultura en un 70%	383	Alta	3 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				Grupo Social
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	
Componentes	C5. Motivar a emplear herramientas como el modelado 3D.	Motivar a emplear nuevas técnicas de representación en un 85%.	383	Alta	4 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	C6. Generar interés de turistas nacionales y extranjeros por visitar el museo.	Incrementar las visitas de turistas nacionales y extranjeros al museo en un 90%.	383	Alta	4 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social: Media Alta-Alta Edad 18-35 años
Actividades	A1. Seleccionar las esculturas más representativas del museo.	Investigar la historia de cada cultura representativa para seleccionar un 70% de las piezas arqueológicas para su modelado.	383	Alta	6 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	A2. Desarrollar una investigación acerca de la escultura digital.	Estudiar acerca de los programas y herramientas que utilizan para desarrollar el modelado 3D en un 80%	383	Alta	3 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	A3. Organizar un encuentro con las autoridades para informar acerca del proyecto.	Realizar el proyecto en un 100%	383	Alta	1 mes	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Actividades	A4. Investigar acerca del origen de las esculturas para difundir en el catálogo digital.	Crear suficiente contenido informativo para los turistas nacionales y extranjeros sobre las esculturas en un 80%	383	Alta	2 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	A5. Elaborar las fotografías de las esculturas desde diferentes vistas para realizar el modelado 3D.	Aumentar el uso de equipos y herramientas técnicas para una mejor calidad fotográfica para la elaboración del modelado 3D en un 85%	383	Alta	1 mes	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	A6. Planear una campaña digital promocionando los servicios que ofrece el museo.	Incrementar las visitas al museo en un 65%	383	Alta	3 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	A7. Realizar la maquetación del catálogo digital.	Organizar el contenido que va a tener el catálogo digital en un 90%	383	Alta	1 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	A8. Elegir el programa para realizar el modelado 3D.	Realizar el modelado 3D de las esculturas en un 100%	383	Alta	5 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	A9. Pautar en redes sociales la campaña para llegar al grupo objetivo.	Seleccionar correctamente los medios de promoción para llegar al público meta en un 90%	383	Alta	1 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social: Media Alta-Alta Edad 18-35 años

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				Grupo Social
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	
Actividades	A10. Seleccionar el formato en el que se presentará el catálogo.	Contar con un formato que sea adaptable y se pueda visualizar en diferentes dispositivos en un 70%	383	Alta	1 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años
	A11. Ejecutar el modelado 3D empleando figuras y texturas características de cada escultura.	Elaborar los prototipos de las esculturas para presentar las vistas 360 en el catálogo digital en un 100%	383	Alta	3 meses	Centro Histórico de Quito	Clase Social Media Alta-Alta Edad 18-35 años

Elaborado por: Vianca Bolaños

4.05.02 Selección de Indicadores

Tabla 5. *Selección de Indicadores*

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificadores de Indicadores						Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E			
Fines	F1. Impulsar al público en conocer las esculturas arqueológicas.	Incrementar el acceso a más información sobre las esculturas. En comparación al inicio del proyecto. 70%	X	X	X	X	X	5	Alta	
	F2. Emplear medios más actualizados para presentar las esculturas.	Utilizar un catálogo digital para educar al público que visita el museo de una forma más dinámica e interactiva en un 80%	X	X	X	X	X	5	Alto	
	F3. Difundir información acerca de los servicios y horarios de atención del museo.	Comunicar al público para generar interés en visitar el museo en un 80%.	X	X		X	X	4	Alto	
	F4. Incrementar la identidad cultural y suficiente información sobre las culturas ancestrales.	Lograr que las personas del grupo objetivo tengan conocimiento de las esculturas y su valor cultural en un 70%	X	X		X	X	4	Alto	
	F5. Usar soportes que son interactivos y llama la atención al público.	Interactuar con el catálogo digital en diferentes dispositivos en un 80%	X	X	X	X	X	5	Alto	
	F6. Conocer de las culturas ancestrales y su legado cultural.	Aumentar el conocimiento acerca de las culturas ancestrales del Ecuador en un 70%	X	X	X	X	X	5	Alto	
Propósito	P. Existencia de contenido audiovisual para informar acerca de las esculturas arqueológicas del museo de Arte Precolombino Casa del Alabado.	Implementar videos e imágenes en el catálogo digital para guiar al público que visita el museo en un 90%	X	X	X	X	X	5	Alto	

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificadores de Indicadores						Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E			
Componentes	C1. Utilizar soportes innovadores para presentar las esculturas del museo.	Emplear soportes digitales como pantallas táctiles, tabletas para la visualización del catálogo digital en un 75%	X	X	X	X	X	5	Alto	
	C2. Hacer uso de la escultura digital como técnica de representación.	Generar interés en manejar los programas de modelado 3D para educar a turistas en un 60%	X	X		X	X	4	Alto	
	C3. Persuadir a las autoridades del museo para generar más contenido informativo.	Publicar contenido para guiar a turistas visitantes del Centro Histórico de Quito en un 75%	X	X		X	X	4	Alto	
	C4. Brindar información al público acerca de la historia de cada escultura perteneciente al museo.	Apoyar el uso de la tecnología como medio informativo para dar a conocer la historia de cada escultura en un 70%	X	X	X	X	X	5	Alto	
	C5. Motivar a emplear herramientas como el modelado 3D.	Motivar a emplear nuevas técnicas de representación en un 85%.	X	X	X	X	X	5	Alto	
	C6. Generar interés de turistas nacionales y extranjeros por visitar el museo.	Incrementar las visitas de turistas nacionales y extranjeros al museo en un 90%.	X	X		X	X	4	Alto	
Actividades	A1. Seleccionar las esculturas más representativas del museo.	Investigar la historia de cada cultura representativa para seleccionar un 70% de las piezas arqueológicas para su modelado.	X	X	X	X	X	5	Alto	

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificadores de Indicadores						
			A	B	C	D	E	Puntaje	Selección
Actividades	A2. Desarrollar una investigación acerca de la escultura digital.	Estudiar acerca de los programas y herramientas que utilizan para desarrollar el modelado 3D en un 80%	X	X	X	X	X	5	Alto
	A3. Organizar un encuentro con las autoridades para informar acerca del proyecto.	Realizar el proyecto en un 100%	X	X	X	X	X	5	Alto
	A4. Investigar acerca del origen de las esculturas para difundir en el catálogo digital.	Crear suficiente contenido informativo para los turistas nacionales y extranjeros sobre las esculturas en un 80%	X	X	X	X	X	5	Alto
	A5. Elaborar las fotografías de las esculturas desde diferentes vistas para realizar el modelado 3D.	Aumentar el uso de equipos y herramientas técnicas para una mejor calidad fotográfica para la elaboración del modelado 3D en un 85%	X	X	X	X	X	5	Alto
	A6. Planear una campaña digital promocionando los servicios que ofrece el museo.	Incrementar las visitas al museo en un 65%	X	X		X	X	4	Alto
	A7. Realizar la maquetación del catálogo digital.	Organizar el contenido que va a tener el catálogo digital en un 90%	X	X		X	X	4	Alto
	A8. Elegir el programa para realizar el modelado 3D.	Realizar el modelado 3D de las esculturas en un 100%	X	X	X	X	X	5	Alto
	A9. Pautar en redes sociales la campaña para llegar al grupo objetivo.	Seleccionar correctamente los medios de promoción para llegar al público meta en un 90%	X	X		X	X	5	Alto
	A10. Seleccionar el formato en el que se presentará el catálogo.	Contar con un formato que sea adaptable y se pueda visualizar en diferentes dispositivos en un 70%	X	X	X	X	X	5	Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Actividades	A11. Ejecutar el modelado 3D empleando figuras y texturas características de cada escultura.	Elaborar los prototipos de las esculturas para presentar las vistas 360 en el catálogo digital en un 100%	X	X	X	X	X	5	Alto

En la clasificación de indicadores se marcó según la siguiente nomenclatura: A = Es clara, B = Existe información disponible, C = Es tangible y se puede observar, D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos y E = Si es representativo para nuestro estudio.

También se utilizan los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja

Elaborado por: Vianca Bolaños

4.05.03 Medios de Verificación

Tabla 6. *Medios de Verificación*

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fines	F1. Impulsar al público en conocer las esculturas arqueológicas.	Incrementar el acceso a más información sobre las esculturas. En comparación al inicio del proyecto. 70%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	4 meses	Investigador
	F2. Emplear medios más actualizados para presentar las esculturas.	Utilizar un catálogo digital para educar al público que visita el museo de una forma más dinámica e interactiva en un 80%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	6 meses	Investigador
	F3. Difundir información acerca de los servicios y horarios de atención del museo.	Comunicar al público para generar interés en visitar el museo en un 80%.	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	3 meses	Investigador
	F4. Incrementar la identidad cultural y suficiente información sobre las culturas ancestrales.	Lograr que las personas del grupo objetivo tengan conocimiento de las esculturas y su valor cultural en un 70%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	3 meses	Investigador
	F5. Usar soportes que son interactivos y llama la atención al público.	Interactuar con el catálogo digital en diferentes dispositivos en un 80%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	4 meses	Investigador
	F6. Conocer de las culturas ancestrales y su legado cultural.	Aumentar el conocimiento acerca de las culturas ancestrales del Ecuador en un 70%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	4 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				Responsable
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	
Propósito	P. Existencia de contenido audiovisual para informar acerca de las esculturas arqueológicas del museo de Arte Precolombino Casa del Alabado.	Implementar videos e imágenes en el catálogo digital para guiar al público que visita el museo en un 90%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	6 meses	Investigador
	C1. Utilizar soportes innovadores para presentar las esculturas del museo.	Emplear soportes digitales como pantallas táctiles, tabletas para la visualización del catálogo digital en un 75%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	3 meses	Investigador
	C2. Hacer uso de la escultura digital como técnica de representación.	Generar interés en manejar los programas de modelado 3D para educar a turistas en un 60%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	6 meses	Investigador
	C3. Persuadir a las autoridades del museo para generar más contenido informativo.	Publicar contenido para guiar a turistas visitantes del Centro Histórico de Quito en un 75%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	4 meses	Investigador
	C4. Brindar información al público acerca de la historia de cada escultura perteneciente al museo.	Apoyar el uso de la tecnología como medio informativo para dar a conocer la historia de cada escultura en un 70%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	3 meses	Investigador
	C5. Motivar a emplear herramientas como el modelado 3D.	Motivar a emplear nuevas técnicas de representación en un 85%.	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	4 meses	Investigador
Componentes	C6. Generar interés de turistas nacionales y extranjeros por visitar el museo.	Incrementar las visitas de turistas nacionales y extranjeros al museo en un 90%.	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	4 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				Responsable
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	
Actividades	A1. Seleccionar las esculturas más representativas del museo.	Investigar la historia de cada cultura representativa para seleccionar un 70% de las piezas arqueológicas para su modelado.	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	6 meses	Investigador
	A2. Desarrollar una investigación acerca de la escultura digital.	Estudiar acerca de los programas y herramientas que utilizan para desarrollar el modelado 3D en un 80%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	3 meses	Investigador
	A3. Organizar un encuentro con las autoridades para informar acerca del proyecto.	Realizar el proyecto en un 100%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	1 mes	Investigador
	A4. Investigar acerca del origen de las esculturas para difundir en el catálogo digital.	Crear suficiente contenido informativo para los turistas nacionales y extranjeros sobre las esculturas en un 80%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	2 meses	Investigador
	A5. Elaborar las fotografías de las esculturas desde diferentes vistas para realizar el modelado 3D.	Aumentar el uso de equipos y herramientas técnicas para una mejor calidad fotográfica para la elaboración del modelado 3D en un 85%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	1 mes	Investigador
	A6. Planear una campaña digital promocionando los servicios que ofrece el museo.	Incrementar las visitas al museo en un 65%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	3 meses	Investigador
	A7. Realizar la maquetación del catálogo digital.	Organizar el contenido que va a tener el catálogo digital en un 90%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	1 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Actividades	A8. Elegir el programa para realizar el modelado 3D.	Realizar el modelado 3D de las esculturas en un 100%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	5 meses	Investigador
	A9. Pautar en redes sociales la campaña para llegar al grupo objetivo.	Seleccionar correctamente los medios de promoción para llegar al público meta en un 90%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	1 mes	Investigador
	A10. Seleccionar el formato en el que se presentará el catálogo.	Contar con un formato que sea adaptable y se pueda visualizar en diferentes dispositivos en un 70%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	1 mes	Investigador
	A11. Ejecutar el modelado 3D empleando figuras y texturas características de cada escultura.	Elaborar los prototipos de las esculturas para presentar las vistas 360 en el catálogo digital en un 100%	Primaria	Encuesta	Análisis Estadístico Cuantitativo	3 meses	Investigador

Elaborado por: Vianca Bolaños

4.05.04 Supuestos

Tabla 7. *Supuestos*

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fines	F1. Impulsar al público en conocer las esculturas arqueológicas.	Desinterés en conocer las esculturas arqueológicas.	X		X		
	F2. Emplear medios más actualizados para presentar las esculturas.	Desconocimiento acerca del manejo de dispositivos tecnológicos para presentar las esculturas.	X		X		
	F3. Difundir información acerca de los servicios y horarios de atención del museo.	No tener un medio para difundir los servicios que ofrece el museo.	X		X		
	F4. Incrementar la identidad cultural y suficiente información sobre las culturas ancestrales.	Des culturalización y pérdida de la identidad cultural en el Ecuador.	X		X		
	F5. Usar soportes que son interactivos y llama la atención al público.	Falta de recursos para emplear soportes más actualizados.	X				
	F6. Conocer de las culturas ancestrales y su legado cultural.	Escasa información para publicar en el catálogo digital			X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Propósito	P. Existencia de contenido audiovisual para informar acerca de las esculturas arqueológicas del museo de Arte Precolombino Casa del Alabado.	Desaprobación del Museo sobre la creación del catálogo para informar al público.	X	X	X		X
	C1. Utilizar soportes innovadores para presentar las esculturas del museo.	Falta de presupuesto para invertir en soportes.	X		X		
	C2. Hacer uso de la escultura digital como técnica de representación.	Escasa información acerca de la escultura digital.	X		X		
	C3. Persuadir a las autoridades del museo para generar más contenido informativo.	Desinterés de las autoridades en generar contenido informativo.	X				X
	C4. Brindar información al público acerca de la historia de cada escultura perteneciente al museo.	No contar con un medio para compartir información.	X				
	C5. Motivar a emplear herramientas como el modelado 3D.	Desconocimiento acerca de cómo usar herramientas como el modelado 3D.	X		X		
Componentes	C6. Generar interés de turistas nacionales y extranjeros por visitar el museo.	Los turistas nacionales y extranjeros tienen preferencia por otros lugares turísticos del Centro Histórico.	X		X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Actividades	A1. Seleccionar las esculturas más representativas del museo.	Restricción para poder trabajar con algunas esculturas del museo.	X		X		X
	A2. Desarrollar una investigación acerca de la escultura digital.	Falta de tiempo para ejecutar una investigación.	X		X		
	A3. Organizar un encuentro con las autoridades para informar acerca del proyecto.	Las autoridades del museo no están interesadas en colaborar con el proyecto.	X				X
	A4. Investigar acerca del origen de las esculturas para difundir en el catálogo digital.	Insuficiente información acerca de cada escultura y su origen.	X	X			X
	A5. Elaborar las fotografías de las esculturas desde diferentes vistas para realizar el modelado 3D.	El material de las esculturas impide realizar fotografías de las mismas.	X		X		X
	A6. Planear una campaña digital promocionando los servicios que ofrece el museo.	La campaña digital no genera engagement con el grupo objetivo.	X		X		
	A7. Realizar la maquetación del catálogo digital.	Inconvenientes al momento de organizar la información que se visualiza en el catálogo digital.	X				
	A8. Elegir el programa para realizar el modelado 3D.	El programa requiere un ordenador de alto rendimiento para su correcto funcionamiento.	X				

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Actividades	A9. Pautar en redes sociales la campaña para llegar al grupo objetivo.	Manejo erróneo de la campaña digital y no lograr llegar al público meta.	X		X		X
	A10. Seleccionar el formato en el que se presentará el catálogo.	El formato no es adaptable para manejar en diferentes dispositivos.	X				
	A11. Ejecutar el modelado 3D empleando figuras y texturas características de cada escultura.	Tiempo limitado para realizar el modelado 3D de las figuras.	X				

Elaborado por: Vianca Bolaños

4.05. 05 Matriz Marco Lógico (MML)

Tabla 8. *Matriz de análisis de impacto de los objetivos*

RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FINES			
F1. Impulsar al público en conocer las esculturas arqueológicas.	Incrementar el acceso a más información sobre las esculturas. En comparación al inicio del proyecto. 70%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Desinterés en conocer las esculturas arqueológicas.
F2. Emplear medios más actualizados para presentar las esculturas.	Utilizar un catálogo digital para educar al público que visita el museo de una forma más dinámica e interactiva en un 80%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Desconocimiento acerca del manejo de dispositivos tecnológicos para presentar las esculturas.
F3. Difundir información acerca de los servicios y horarios de atención del museo.	Comunicar al público para generar interés en visitar el museo en un 80%.	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	No tener un medio para difundir los servicios que ofrece el museo.
F4. Incrementar la identidad cultural y suficiente información sobre las culturas ancestrales.	Lograr que las personas del grupo objetivo tengan conocimiento de las esculturas y su valor cultural en un 70%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Des culturalización y pérdida de la identidad cultural en el Ecuador.
F5. Usar soportes que son interactivos y llama la atención al público.	Interactuar con el catálogo digital en diferentes dispositivos en un 80%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Falta de recursos para emplear soportes más actualizados.
F6. Conocer de las culturas ancestrales y su legado cultural.	Aumentar el conocimiento acerca de las culturas ancestrales del Ecuador en un 70%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Escasa información para publicar en el catálogo digital
PROPÓSITO			
P. Existencia de contenido audiovisual para informar acerca de las esculturas arqueológicas del museo de Arte Precolombino Casa del Alabado.	Implementar videos e imágenes en el catálogo digital para guiar al público que visita el museo en un 90%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Desaprobación del Museo sobre la creación del catálogo para informar al público.

COMPONENTES

C1. Utilizar soportes innovadores para presentar las esculturas del museo.	Emplear soportes digitales como pantallas táctiles, tabletas para la visualización del catálogo digital en un 75%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Falta de presupuesto para invertir en soportes.
C2. Hacer uso de la escultura digital como técnica de representación.	Generar interés en manejar los programas de modelado 3D para educar a turistas en un 60%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Escasa información acerca de la escultura digital.
C3. Persuadir a las autoridades del museo para generar más contenido informativo.	Publicar contenido para guiar a turistas visitantes del Centro Histórico de Quito en un 75%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Desinterés de las autoridades en generar contenido informativo.
C4. Brindar información al público acerca de la historia de cada escultura perteneciente al museo.	Apoyar el uso de la tecnología como medio informativo para dar a conocer la historia de cada escultura en un 70%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	No contar con un medio para compartir información.
C5. Motivar a emplear herramientas como el modelado 3D.	Motivar a emplear nuevas técnicas de representación en un 85%.	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Desconocimiento acerca de cómo usar herramientas como el modelado 3D.
C6. Generar interés de turistas nacionales y extranjeros por visitar el museo.	Incrementar las visitas de turistas nacionales y extranjeros al museo en un 90%.	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Los turistas nacionales y extranjeros tienen preferencia por otros lugares turísticos del Centro Histórico.

ACTIVIDADES

A1. Seleccionar las esculturas más representativas del museo.	Investigar la historia de cada cultura representativa para seleccionar un 70% de las piezas arqueológicas para su modelado.	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Restricción para poder trabajar con algunas esculturas del museo.
A2. Desarrollar una investigación acerca de la escultura digital.	Estudiar acerca de los programas y herramientas que utilizan para desarrollar el modelado 3D en un 80%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Falta de tiempo para ejecutar una investigación.
A3. Organizar un encuentro con las autoridades para informar acerca del proyecto.	Realizar el proyecto en un 100%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Las autoridades del museo no están interesadas en colaborar con el proyecto.

ACTIVIDADES

A4. Investigar acerca del origen de las esculturas para difundir en el catálogo digital.	Crear suficiente contenido informativo para los turistas nacionales y extranjeros sobre las esculturas en un 80%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Insuficiente información acerca de cada escultura y su origen.
A5. Elaborar las fotografías de las esculturas desde diferentes vistas para realizar el modelado 3D.	Aumentar el uso de equipos y herramientas técnicas para una mejor calidad fotográfica para la elaboración del modelado 3D en un 85%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	El material de las esculturas impide realizar fotografías de las mismas.
A6. Planear una campaña digital promocionando los servicios que ofrece el museo.	Incrementar las visitas al museo en un 65%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	La campaña digital no genera engagement con el grupo objetivo.
A7. Realizar la maquetación del catálogo digital.	Organizar el contenido que va a tener el catálogo digital en un 90%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Inconvenientes al momento de organizar la información que se visualiza en el catálogo digital.
A8. Elegir el programa para realizar el modelado 3D.	Realizar el modelado 3D de las esculturas en un 100%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	El programa requiere un ordenador de alto rendimiento para su correcto funcionamiento.
A9. Pautar en redes sociales la campaña para llegar al grupo objetivo.	Seleccionar correctamente los medios de promoción para llegar al público meta en un 90%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Manejo erróneo de la campaña digital y no lograr llegar al público meta.
A10. Seleccionar el formato en el que se presentará el catálogo.	Contar con un formato que sea adaptable y se pueda visualizar en diferentes dispositivos en un 70%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	El formato no es adaptable para manejar en diferentes dispositivos.
A11. Ejecutar el modelado 3D empleando figuras y texturas características de cada escultura.	Elaborar los prototipos de las esculturas para presentar las vistas 360 en el catálogo digital en un 100%	Primaria Encuesta Análisis Estadístico Cuantitativo	Tiempo limitado para realizar el modelado 3D de las figuras.

Elaborado por: Vianca Bolaños

Capítulo V

5. Propuesta

5.01 Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

Cada día vemos como la tecnología está abarcando todos los ámbitos, industria, comercio, turismo, incluso en la educación. Con la llegada de nuevos dispositivos tecnológicos se busca tener facilidad y acceso a todo tipo de información solo con un clic.

La tecnología incluso ha cambiado el comportamiento y los hábitos de las personas al momento de aprender, de esta manera influye mucho la parte visual de un soporte, el contenido interactivo que este posea y los elementos audiovisuales que generan impacto.

En el proceso de conocimiento, los dispositivos tecnológicos como ordenadores, celulares, tablets, son un medio importante porque se adaptan perfectamente para poder observar contenido audiovisual. Tienen capacidad de almacenar información, visualizar archivos en cualquier momento y compartir con otros usuarios.

En este sentido se habla del impacto, de cómo han impresionado en la sociedad las nuevas tecnologías, qué resistencias pueden provocar y los reajustes que necesariamente se deben hacer para un estilo de educación. Es válido entender la tecnologías del conocimiento que afectan la forma en que se siente y se piensa; ha creado un ambiente comunicacional nuevo que influye en la forma de percibir el mundo. (Barros y Morales, 2015, p. 27)

Recorrer libros de texto o catálogos convencionales que no cuentan con imágenes, audio y video, es una opción poco acertada para presentar al público que quiere informarse sobre vestigios de culturas ancestrales. Los catálogos digitales están diseñados para mejorar la

experiencia de los usuarios, ofrece herramientas que facilitan la navegación del mismo, eso convierte un soporte de aprendizaje en un medio interactivo.

Los museos que se adapten a los nuevos cambios que trae la nueva era digital y se concentren en generar contenido para compartir con el público son los que harán sus exhibiciones perdurables en el tiempo.

El futuro de los museos puede estar arraigado en los edificios que ocupan, pero también tendrá que abrirse al público de todo el mundo. Las instituciones que respondan a las oportunidades de Internet serán las que tendrán la autoridad en el futuro. (Serota, 2017)

Según Aucapiña (2016) en su proyecto “Desarrollo de un catálogo digital multimedia para la venta de productos a través de dispositivos móviles” habla sobre la importancia que tiene un soporte digital para presentar productos de una empresa, además trata sobre el impacto que han tenido los dispositivos tecnológicos en la actualidad.

Por otro lado, una herramienta en la que se están basando muchos museos para compartir sus piezas alrededor del mundo es mediante el diseño 360, pasando por un proceso de modelado 3D, de esta manera se da a conocer el patrimonio histórico y su valor cultural ya que muchas veces son vestigios que no pueden ser manipulados o removidos de su lugar de origen.

Según Tenesaca, E. (2016) en su proyecto “Modelado 3D de piezas arqueológicas como registro para el Museo de la Universidad de Cuenca” habla acerca de cómo se puede transportar las esculturas de un espacio físico como es el museo, a un espacio virtual al alcance de miles de personas a nivel mundial.

Otro proyecto es en Reino Unido en donde se encuentra uno de los museos más emblemáticos del mundo el British Museum, esta institución adoptó por integrar el modelado 3D de las esculturas pertenecientes a la cultura Egipcia y que además se pueden visualizar en dispositivos móviles, también aplicaron otro tipo de tecnología como es la realidad aumentada para poder recorrer los espacios del museo.

5.02 Marco Teórico

5.02.01 Catálogo Digital

Para definir que es un catálogo digital se debe partir del concepto de catálogo y su historia en el tiempo. Según Parada (2017) el término catálogo se asimilaba mucho a un modelo de inventario y eran utilizados para controlar la existencia de libros especialmente en las bibliotecas eclesiásticas. No obstante, en el siglo XVIII el Gobierno Francés cambia la funcionalidad de los catálogos y son remplazados por listas o fichas, en donde los libros tenían todos los datos en la portada como: autor, título del libro, año de impresión, etc. Modelo que se sigue aplicando hasta el siglo XX.

Según Lynkoo (2012) en su artículo sobre la historia del comercio electrónico, redacta que fue en el año 1920 en Estados Unidos en donde se originó las ventas por catálogo, dió un giro al comercio ya que por primera vez las personas podían ver su producto ilustrado y tener una idea de lo que necesitaban, sin ir a una tienda física. También menciona que este tipo de comercio benefició a la gente que vivía en lugares fuera de la ciudad, facilitó la manera de conseguir un producto.

De esta manera los catálogos han sido utilizados para diferentes funcionalidades, las empresas promocionan sus productos y servicios en este medio, incluso existen investigaciones

que los catálogos digitales aumentan en un 40% las ventas de una empresa. “La realidad es que el uso masivo de las tabletas y las terminales móviles arrinconan los viejos catálogos realizados en papel por los catálogos digitales”.

5.02.02 Audiovisual

El concepto audiovisual significa integrar imágenes, audios, videos para ser visualizados en un dispositivo. “La utilización más frecuente del concepto está vinculada al formato de difusión de contenidos que se vale de imágenes ópticas acompañadas por grabaciones acústicas. Un material audiovisual es visto y oído por el espectador”. (Tarín, 2017)

En el proyecto se propone integrar contenido audiovisual, se caracteriza por ser más dinámico, tiene un impacto visual más elevado y genera más expectativa en el público.

5.02.03 Interactividad

La interactividad es una acción que involucra varios procesos, en donde el receptor hace una petición y recibe una respuesta. La respuesta que recibe el usuario tendrá que ver cómo está programado el sistema y que mensaje desea transmitir. Las nuevas tecnologías han convertido la interactividad en comunicación bilateral. Según Lacabanne

Una de las primeras definiciones oficiales surgió en Francia en 1981, aunque no de interactividad sino del adjetivo interactivo. Fue adoptada por todos los servicios públicos del estado francés y publicada por la agencia para la Informática. Según esta definición, el adjetivo interactivo califica al hardware, software o las condiciones de explotación que permiten acciones recíprocas en modo conversacional, con usuarios o en tiempo real con aparatos. (Lacabanne, s.f, p.143)

En el proyecto intervienen dispositivos como celulares y tablets para presentar el catálogo, al estar programado con elementos para poder visualizar las esculturas en vistas 360, eso lo convierte en un soporte interactivo.

5.02.04 Vistas 360

El término vistas 360 se refiere a un proceso en donde se realiza fotografías de un objeto que está rotando en su mismo eje, de esta manera se obtienen imágenes de la figura desde diferentes ángulos, los más comunes son la vista frontal, lateral derecho, posterior, lateral izquierdo.



Figura 7. Vistas 360 de escultura

Elaborado por: Vianca Bolaños

Mediante un programa informático estas imágenes siguen una secuencia para crear las vistas 360 de un producto, como se muestran en el gráfico.

En el caso de la reconstrucción a 360° de un objeto, uno de los métodos consiste en realizar varias capturas con diferentes cámaras, al obtener el mapa de fase de cada una de las tomas se busca encontrar valores en los que la fase sea igual, esto representará el mismo punto real en la superficie del objeto, una vez que se conoce sus coordenadas es posible obtener un modelado tridimensional utilizando algoritmos estereoscópicos. (Flores, 2013, p. 25)

La importancia de integrar vistas 360 en el proyecto es poder brindar al público una experiencia única, poder ver las esculturas desde todos sus ángulos sin necesidad de tener la pieza en físico.

5.02.05 Modelado 3D

Es un proceso de crear objetos tridimensionales con la ayuda de un software de gráficos 3D, estos programas tienen la capacidad de dar forma a superficies y sólidos. Según Flores (2013) “La reconstrucción tridimensional de objetos es un proceso en el cual, objetos reales son reproducidos digitalmente en la memoria de una computadora, conservando sus características físicas tales como dimensiones, volumen y forma” (p.03)

Existen varios programas para la creación de modelados 3D, los siguientes son: Blender, Cinema 4D, 3ds Max, Zbrush, Autodesk Maya.

En este proyecto utilizaremos el programa Cinema 4D, el cual nos ofrece una interfaz amigable y varias herramientas para el modelado 3D.

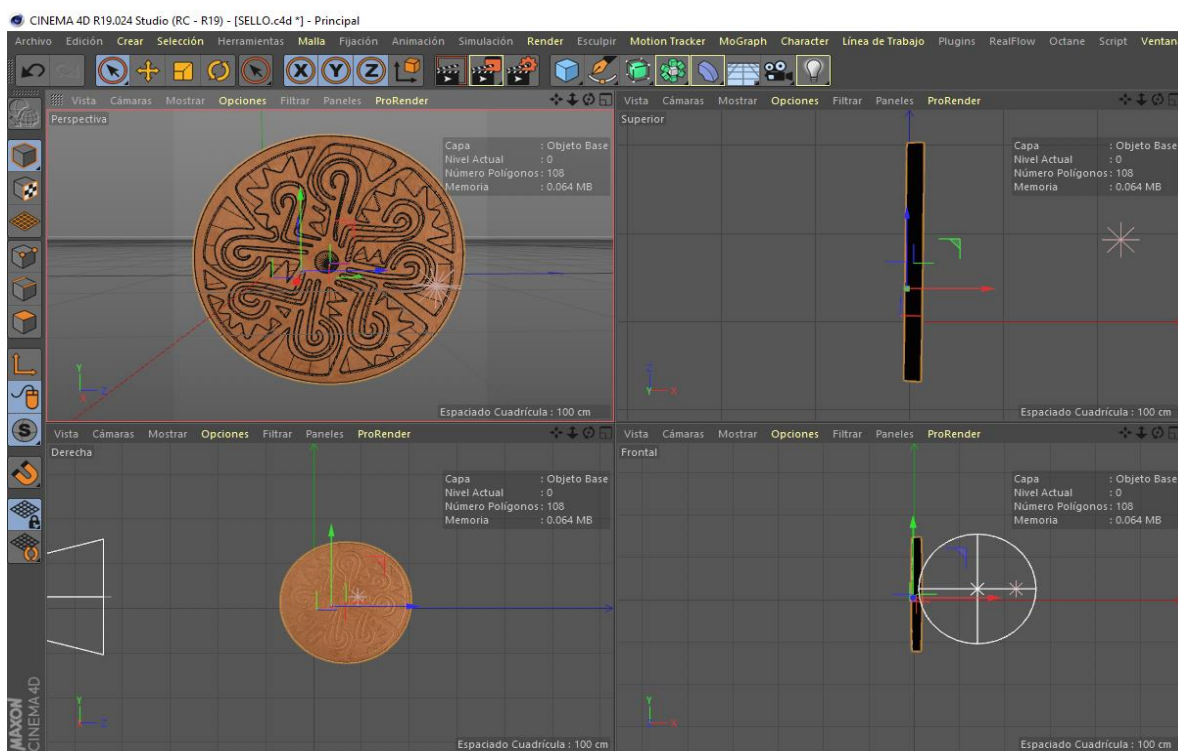


Figura 8. Vistas de la Interfaz

Fuente: Vianca Bolaños



Figura 9. Herramientas para esculpir

Fuente: Maxon

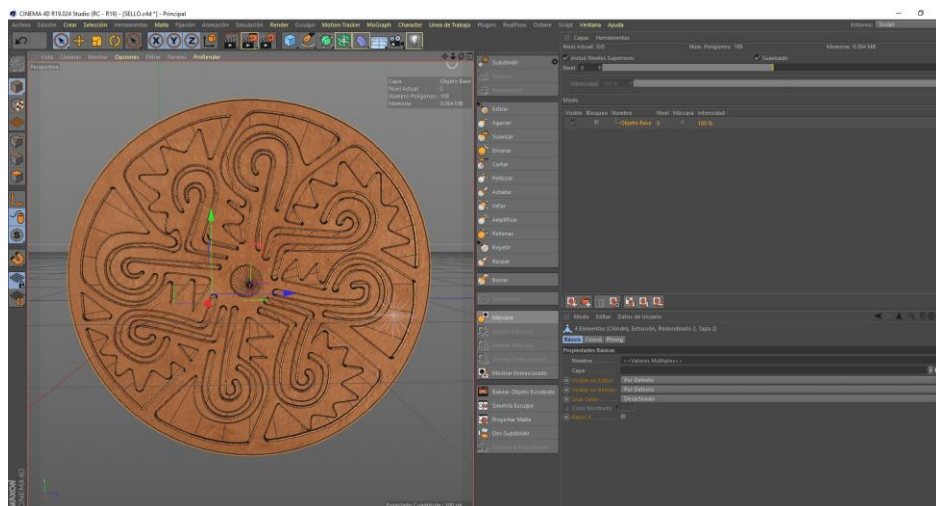


Figura 10. Entorno de arranque "Sculp"

Elaborado por: Vianca Bolaños



Figura 11. Render de Modelado 3D de escultura

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.02.06 Culturas Ancestrales del Ecuador

Cultura Jama-Coaque

La cultura Jama Coaque tuvo su asentamiento en Manabí, fue una cultura destacada por su trabajo en la cerámica, sus esculturas eran extravagantes y representaban a múltiples personajes como danzantes, músicos, guerreros, chamanes.

Una característica de sus esculturas es la forma de los ojos rasgados y los pigmentos naturales que usaron para dar colorido a cada figura en arcilla.

Según Rodríguez (2017) “Los Jama-Cuaque fueron conocidos por sus grandes tocados y sus coloridas túnicas, con las cuales cubrían tanto las piernas como los brazos. A su vez, realizaron una notable cantidad de brazaletes, collares y orejeras, destacando en el desarrollo de un arte plumario de gran categoría”.



Figura 12. *Escultura Jama Coaque*

Fuente: Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado

Cultura Chorrera

La cultura Chorrera se originó en la Provincia de Los Ríos, se destacó por la elaboración de las botellas silbato, las cuales al contener agua y al tener movimiento reproducían sonidos.

Se creía que las botellas silbato eran usados en el mar, otros tomaban la forma y el sonido de animales. También se creía que este tipo de escultura tenía un importante papel en el mundo religioso de la cultura, al momento de sus ritos religiosos.

“La cerámica religiosa tiene un punto importante en esta cultura, al parecer, las vasijas silbato son utilizadas en ritos y curaciones, técnicas que ayudaba a conectarse con los espíritus a través del sonido del objeto”. (Mejía, 2016, p.12)



Figura 13. *Escultura Tolita*

Fuente: Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado

Cultura Tolita

Fue una cultura cuyos asentamientos tuvieron lugar en la Provincia de Esmeraldas, la Tolita era reconocida por la excelencia que tenían en la orfebrería, trabajando en diferentes metales, de los cuales se han encontrado varias máscaras de oro.

Según Reyes (1967) La Tolita es el sitio en que por primera vez en la historia de la humanidad se trabajó en platino, cuando el mismo precioso metal se lo comienza a utilizar en Europa apenas en el siglo XVIII. Hábiles lapidarios trabajaban piedras preciosas o semipreciosas como la esmeralda, el cuarzo, el ágata y la turquesa, para engastarlas en joyas de oro y plata. (p.55.)



Figura 14. *Escultura Tolita*

Fuente: Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado

Muchas de estas piezas son un patrimonio muy valioso para los ecuatorianos, por el material en el que han sido elaborados, hoy en día son conservados en el Ministerio de Cultura del Ecuador.

Cultura Carchi Pasto

La cultura ancestral se originó en el Carchi hasta la ciudad que actualmente el Pasto, hoy en día estos territorios son considerados sitios con una gran cultura y patrimonio. Era una pacífica como armoniosa y lo representaban en sus esculturas.

Sus figurillas tenían colores en tonalidades rojizas, ocre y el característico color de la arcilla. Muchos de los vestigios encontrados toman la forma de mujeres alimentando a sus hijos y su abdomen saliendo, lo que significa que esta cultura expresaba en sus estatuillas el valor que tenía la mujer en su sociedad.

Las esculturas se asemejan por tener cuerpos en posición encorvada realizando algunas de las actividades cotidianas.

“En lítica hay numerosos objetos de piedra en forma de amuletos y pendientes, hechas de piedra, ganchos de atlat y una gran cantidad de objetos de obsidiana, producto de un intenso comercio con poblaciones circunvecinas”. (Castilla, 2016)



Figura 15. *Escultura Carchi Pasto*

Fuente: Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado

Cultura Valdivia

La cultura Valdivia es considerada una de las más antiguas de América del Sur, sus asentamientos fueron en Santa Elena en la provincia del Guayas. Fue la cultura que representó a la feminidad y la fertilidad en sus piezas.

Dentro del aspecto artístico, esta cultura pionera en el arte de la cerámica, figurillas, vasijas de barro, ollas, platos, escudillas, eran en su mayoría de boca ancha y base cóncava ya que unas eran utilizadas para almacenar líquidos y granos, y otras para cocinar directamente en la leña o carbón que era utilizado en ese entonces. (Espinoza, 2017, p. 04)



Figura 16. *Escultura Valdivia*

Fuente: Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado

5.03 Descripción de la Herramienta

5.03.01 Metodología (Materiales y Métodos)

Métodos

Método Estadístico: Se realizó este método ya que la investigación requiere hacer una recolección de datos a un grupo específico de personas que forman parte de la muestra, con el fin de realizar la tabulación y el análisis de los resultados obtenidos.

Método Cuantitativo: Para obtener resultados en cifras, que nos permiten medir que cantidad de la población está interesada en el proyecto.

Técnica

Encuesta: La técnica que fue empleada para la recolección de datos fue la encuesta, realizada en el Centro Histórico de Quito, específicamente a mujeres y hombres entre edades de 18-35 años.

5.03.02 Encuesta

Participantes

Población: Según la Secretaria de Turismo del Municipio los turistas que visitan Quito en el año 2019 es de 707.942 y un porcentaje de 67% que equivale a 474.321 personas que visitan el Centro Histórico de Quito.

Muestra de estudio: La encuesta se realizó a turistas nacionales y extranjeros que visitan el Centro Histórico de Quito.

Modelo de Encuesta

1. **¿ Con que frecuencia visita el Centro Histórico de Quito?**
☐ Siempre ☐ Usualmente ☐ Casi nunca ☐ Nunca
2. **¿Tiene información acerca de los museos que se encuentran en el Centro Histórico de Quito?**
☐ Si ☐ No
3. **¿Sabe dónde está ubicado el Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado?**
☐ Si ☐ No
4. **¿Considera necesario que en los museos se muestre videos, audios, imágenes para aprender de manera interactiva?**
☐ Si ☐ No
5. **¿Cuándo visita un museo le parece importante tener un catálogo digital para la explicación sobre sus piezas arqueológicas?**
☐ Es importante en el aprendizaje ☐ No tiene importancia
6. **¿Considera necesario que el Museo Casa del Alabado tenga un catálogo que se muestre las piezas arqueológicas que posee?**
☐ Si ☐ No
7. **¿Conoce algún museo que utilice vistas 360 para visualizar sus esculturas?**
☐ Si ☐ No
8. **¿ Utilizaría un catálogo digital en su dispositivo móvil o tablet para guiarse en los museos?**
☐ Si ☐ No
9. **¿Sabe de las redes sociales que utiliza el Museo Casa del Alabado?**
☐ Si ☐ No
10. **¿En qué redes sociales desearía información sobre el museo y el catálogo?**
☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Twitter ☐ YouTube

5.03.03 Tabulación y Análisis de la Encuesta

1.- ¿Con que frecuencia visita el Centro Histórico de Quito?

Tabla 9. *Pregunta 1*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a. Siempre	50	13%
b. Usualmente	295	77%
c. Casi Nunca	38	10%
d. Nunca	0	0%
Total:	383	100%

Elaborado por: Vianca Bolaños

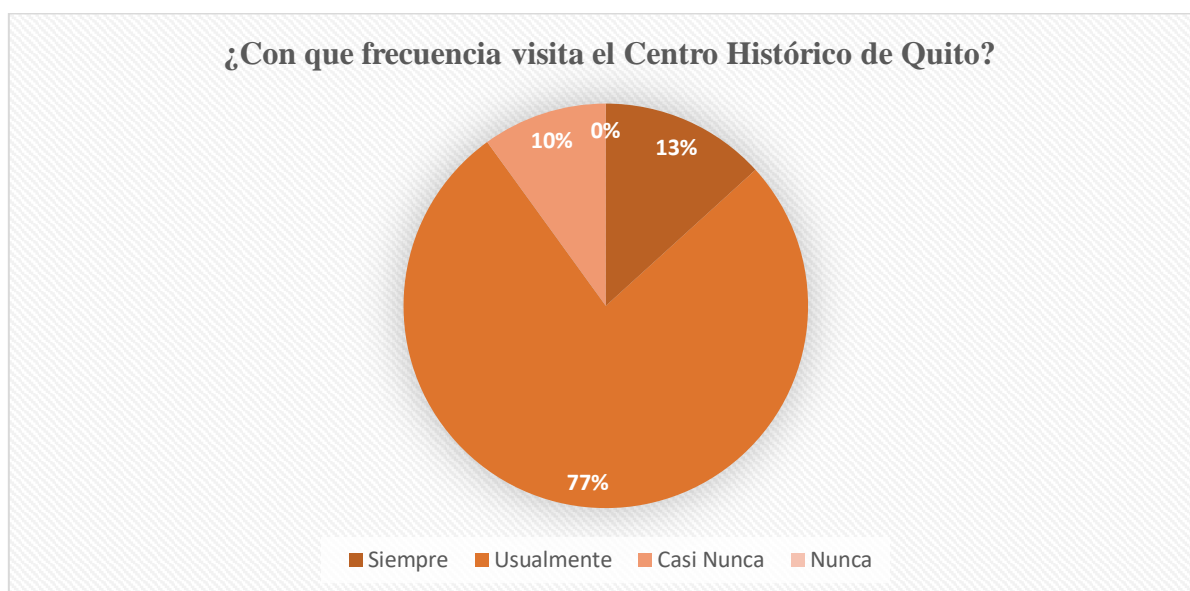


Figura 17. *Pregunta 1*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Análisis: Como resultado se obtuvo que la gran mayoría de las personas encuestadas visitan usualmente el Centro Histórico de Quito, con este dato podemos darnos cuenta que turistas nacionales y extranjeros optan por recorrer los atractivos turísticos del Centro Histórico de Quito como iglesias, plazas y museos.

2.- ¿Tiene información acerca de los museos que se encuentran en el Centro Histórico de Quito?

Tabla 10. *Pregunta 2*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	230	60%
b. No	153	40%
Total:	383	100%

Elaborado por: Vianca Bolaños



Figura 18. *Pregunta 2*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Análisis: El 60% que corresponden a 230 personas encuestadas, han obtenido información de guías turísticos u otros medios, mientras que el 40% que corresponde a 153 personas mencionan que no tienen suficiente conocimiento de la localización y horarios de atención de la mayoría de museos del Centro Histórico de Quito.

3.- ¿Sabe dónde está ubicado el Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado?

Tabla 11. *Pregunta 3*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	103	27%
b. No	280	73%
Total:	383	100%

Elaborado por: Vianca Bolaños

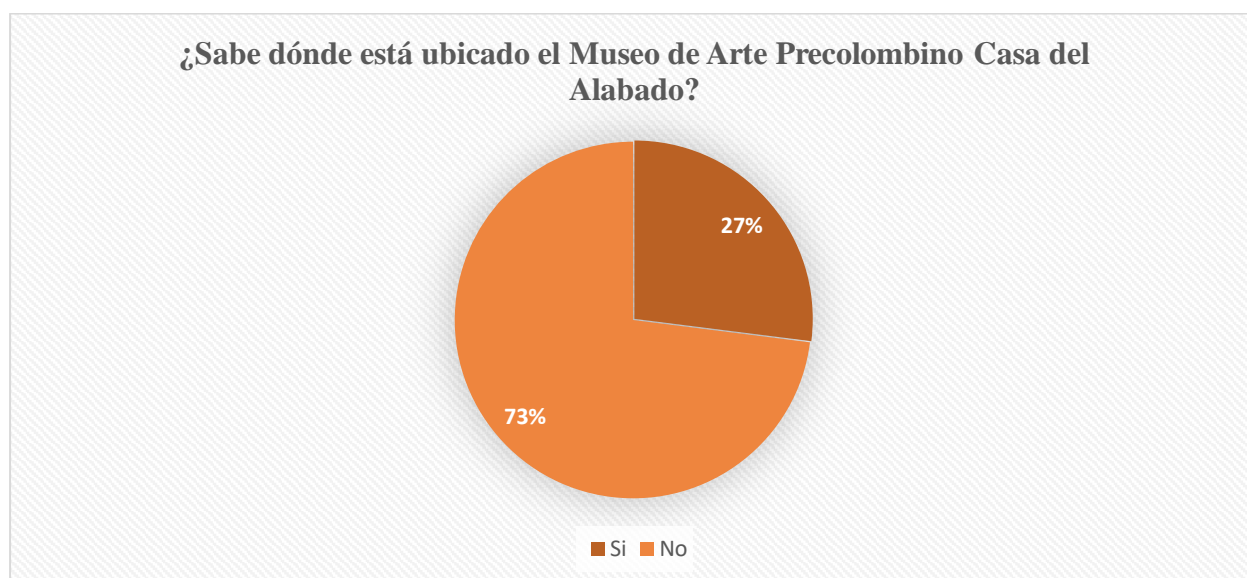


Figura 19. *Pregunta 3*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Análisis: Como resultado se obtuvo que la gran mayoría de las personas encuestadas desconocen donde se encuentra el museo. Por lo tanto, se asume que no saben de la existencia del museo al igual que las piezas arqueológicas que se exponen. Dato que nos ayuda a crear estrategias de difusión para dar a conocer el museo.

4.- ¿Considera necesario que en los museos se muestre videos, audios, imágenes para aprender de manera interactiva?

Tabla 12. *Pregunta 4*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	356	93%
b. No	27	7%
Total:	383	100%

Elaborado por: Vianca Bolaños



Figura 20. *Pregunta 4*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Análisis: La mayor parte de las personas encuestadas, están a favor de que se debería implementar elementos audiovisuales en los museos para aprender de una manera más entretenida.

5.- ¿Cuándo visita un museo le parece importante tener un soporte para la explicación sobre sus piezas arqueológicas?

Tabla 13. *Pregunta 5*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a. Es importante en el aprendizaje	329	86%
b. No tiene importancia	54	14%
Total:	383	100%

Elaborado por: Vianca Bolaños



Figura 21. *Pregunta 5*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Análisis: La gran parte de las personas encuestadas están a favor de que debería haber un soporte que de información acerca de las piezas arqueológicas al igual que el valor cultural que están poseen para las culturas ancestrales del Ecuador.

6.- ¿Considera necesario que el Museo Casa del Alabado tenga un catálogo que se muestre las piezas arqueológicas que posee?

Tabla 14. *Pregunta 6*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	360	94%
b. No	23	6%
Total:	383	100%

Elaborado por: Vianca Bolaños



Figura 22. *Pregunta 6*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Análisis: La mayoría del público encuestado, están a favor de que se deberían mostrar las piezas arqueológicas en un catálogo digital para poder conocer de cada escultura y su significado, además tener un registro de cada escultura.

7.- ¿Conoce algún museo que utilice vistas 360 para visualizar sus esculturas?

Tabla 15. *Pregunta 7*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	126	33%
b. No	257	67%
Total:	383	100%

Elaborado por: Vianca Bolaños

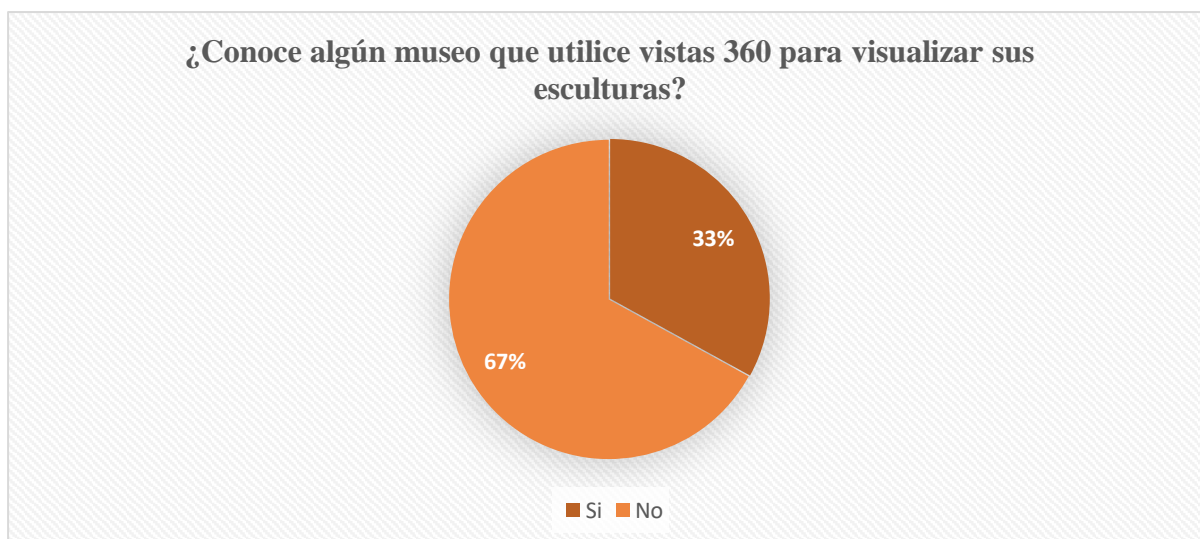


Figura 23. *Pregunta 7*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Análisis: Según la encuesta realizada, 257 turistas opinan que no han podido apreciar un museo que muestre las esculturas en vistas 360 para poder interactuar con ellas, mientras que 126 personas si han tenido la oportunidad de visualizar las esculturas de esta manera.

8.- ¿Utilizaría un catálogo digital en su dispositivo móvil o tablet para guiarse en los museos?

Tabla 16. *Pregunta 8*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	349	91%
b. No	34	9%
Total:	383	100%

Elaborado por: Vianca Bolaños

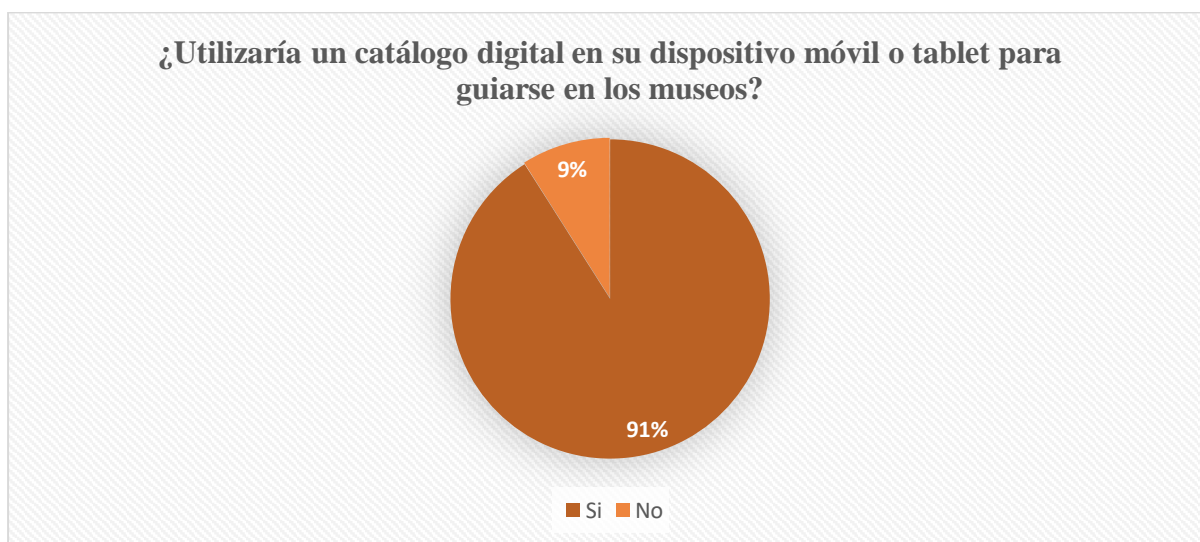


Figura 24. *Pregunta 8*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Análisis: La mayor parte de las personas encuestadas prefieren utilizar su celular o tablets para visualizar el catálogo digital, ya que son los dispositivos más empleados en la actualidad para visualizar cualquier contenido y al mismo tiempo compartir esta información.

9.- ¿Sabe de las redes sociales que utiliza el Museo Casa del Alabado?

Tabla 17. *Pregunta 9*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	50	13%
b. No	333	87%
Total:	383	100%

Elaborado por: Vianca Bolaños

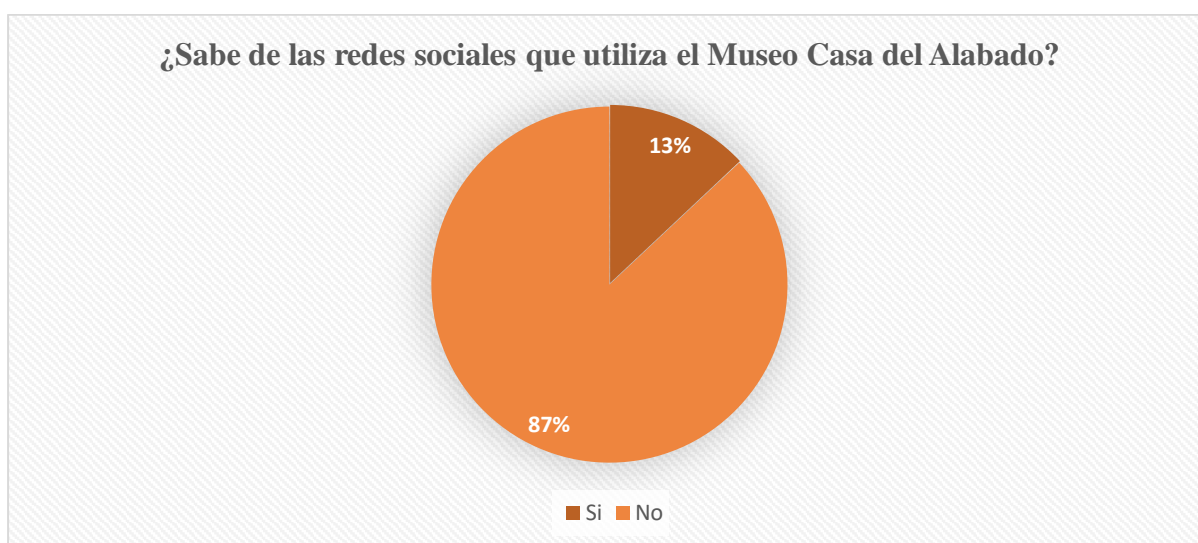


Figura 25. *Pregunta 9*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Análisis: La mayor parte de personas encuestadas indican que desconocen las redes sociales del museo, por lo tanto, no están informados acerca de exposiciones, programas y eventos. Dato que nos ayuda a generar más contenido en redes sociales, ya que es son los medios más utilizados en la actualidad.

10.- ¿En qué redes sociales desearía ver información sobre el museo y el catálogo?

Tabla 18. *Pregunta 10*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a. Facebook	280	73%
b. Instagram	333	87%
c. Twitter	50	13%
d. YouTube	77	20%

Elaborado por: Vianca Bolaños

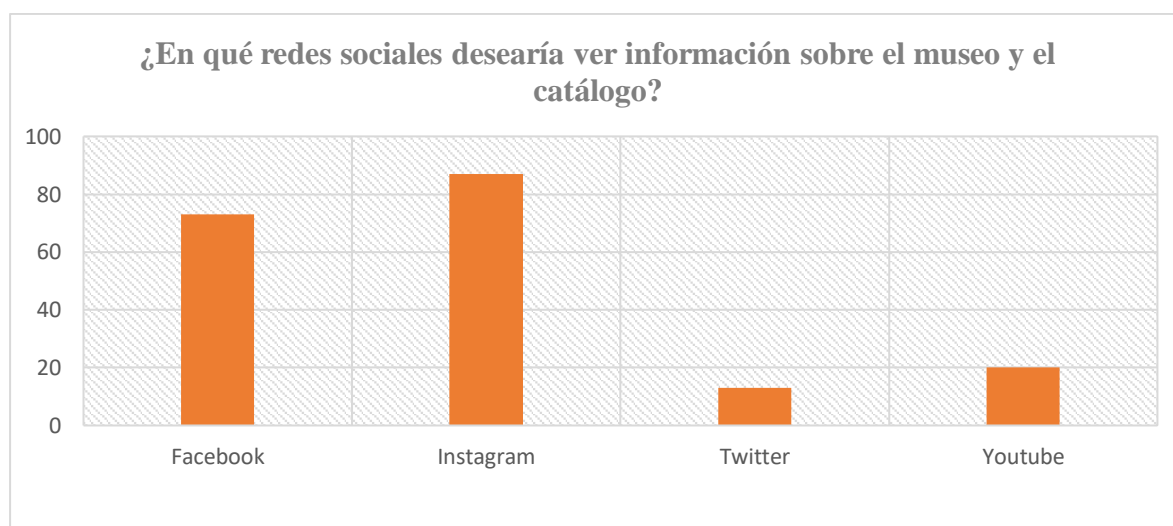


Figura 26. *Pregunta 10*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Análisis: En la gráfica podemos ver que las redes sociales más utilizadas por los encuestados son Facebook e Instagram, este dato nos ayuda a seleccionar los medios adecuados para pautar una campaña digital efectiva y tenga alcance al grupo objetivo.

5.04 Formulación del proceso de aplicación

5.04.01 Planificación

5.04.01.01 Propósito del proyecto

Este proyecto tiene como propósito ofrecer una herramienta de guía al público que visita el Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado, para presentar el catálogo digital se ha buscado que este sea interactivo, ofrezca contenido multimedia como videos y audios.

En el catálogo se encuentra información de cada espacio del museo llamados “Mundos”, cada sección tiene su propio concepto y significado, además se representan las esculturas de cada mundo, en donde el público podrá interactuar con las vistas 360 de las piezas.

5.04.01.02 Usuario

El catálogo digital fue creado para el uso de turistas nacionales y extranjeros del Centro Histórico de Quito que visitan la Casa del Alabado, este segmento de personas está interesada en conocer más acerca de las culturas ancestrales del Ecuador y su legado cultural.

5.04.01.03 Herramientas

Software

Cinema 4D R20

En este programa se realizó el proceso de modelado, texturización y animación de las esculturas que se presentan en el catálogo digital, para lo cual se emplearon varios de los recursos que ofrece la interfaz de Cinema 4D.

Modelado

En la creación de cada una de las esculturas se partió de figuras básicas, para la subdivisión de polígonos y poder dar forma al objeto.

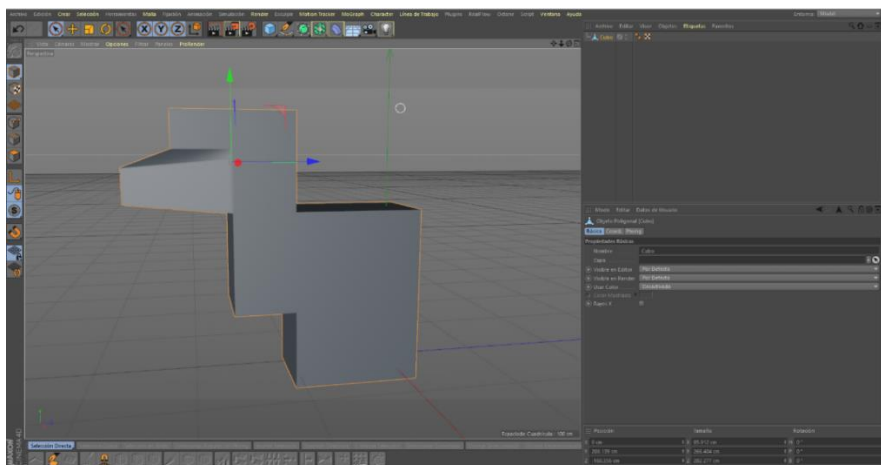


Figura 27. *Proceso de Modelado 3D*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Herramientas

Los pinceles para esculpir que se encuentran en el entorno de arranque “Sculp” son importantes para desarrollar la escultura digital ya que nos permite dar la forma real a cada escultura.



Figura 28. *Herramientas de Esculpido*

Elaborado por: Vianca Bolaños

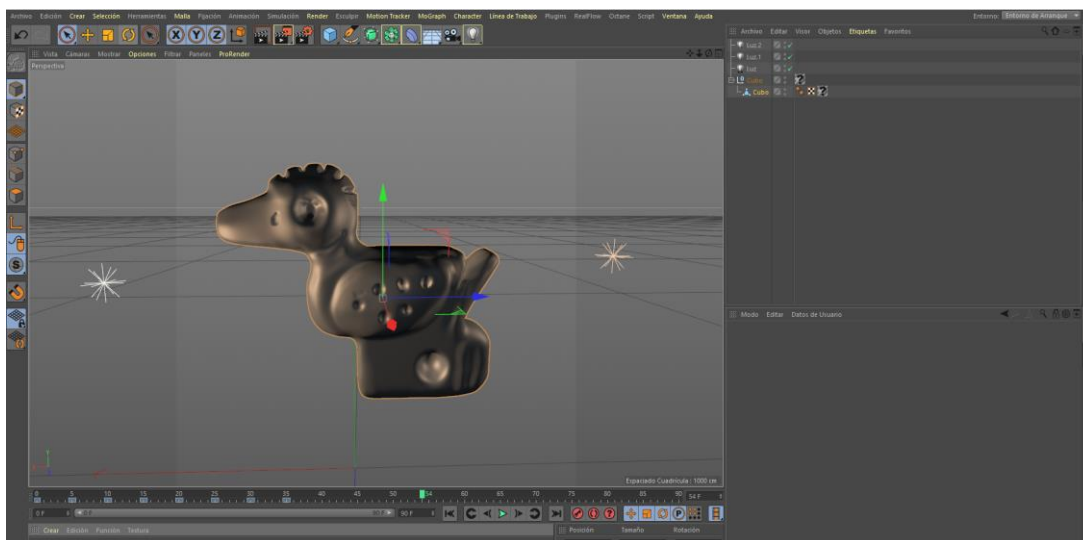


Figura 29. *Proceso de Modelado 3D*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Texturización

Los ancestros esculpían sus esculturas a mano y en diferentes materiales como piedra, barro, hueso, madera, bronce, oro. En este panel se creó texturas similares para cada escultura.

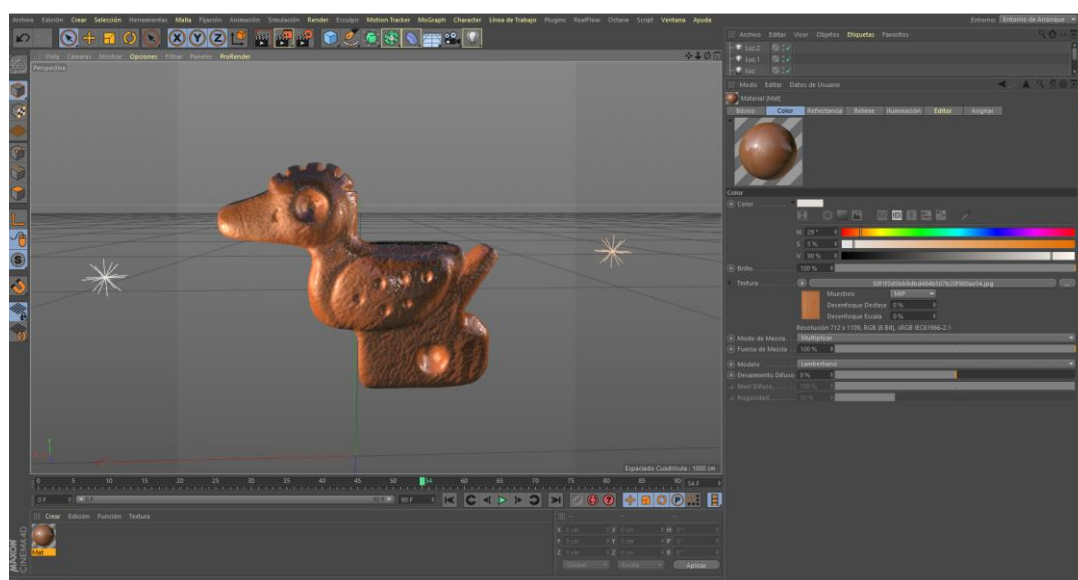


Figura 30. *Texturización de Modelado 3D*

Elaborado por: Vianca Bolaños

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO DIGITAL EMPLEANDO VISTAS 360 DE LAS ESCULTURAS ARQUEOLÓGICAS PERTENECIENTES AL MUSEO DE ARTE PRECOLOMBINO CASA DEL ALABADO UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO.

Animación

En el catálogo digital se muestra las vistas 360 de las esculturas, por lo que se ha creado una animación de 30 fotogramas para poder visualizar las vistas: frontal, lateral izquierdo, lateral derecho y posterior.

Render

En el proceso para generar las imágenes de las esculturas, se utilizó la siguiente configuración para el render, tamaño de imagen 1920 X 1700 con la finalidad de poder visualizar las esculturas en alta calidad. Resolución de 300 para observar la textura y los detalles de las piezas al momento de hacer un acercamiento o “zoom”.

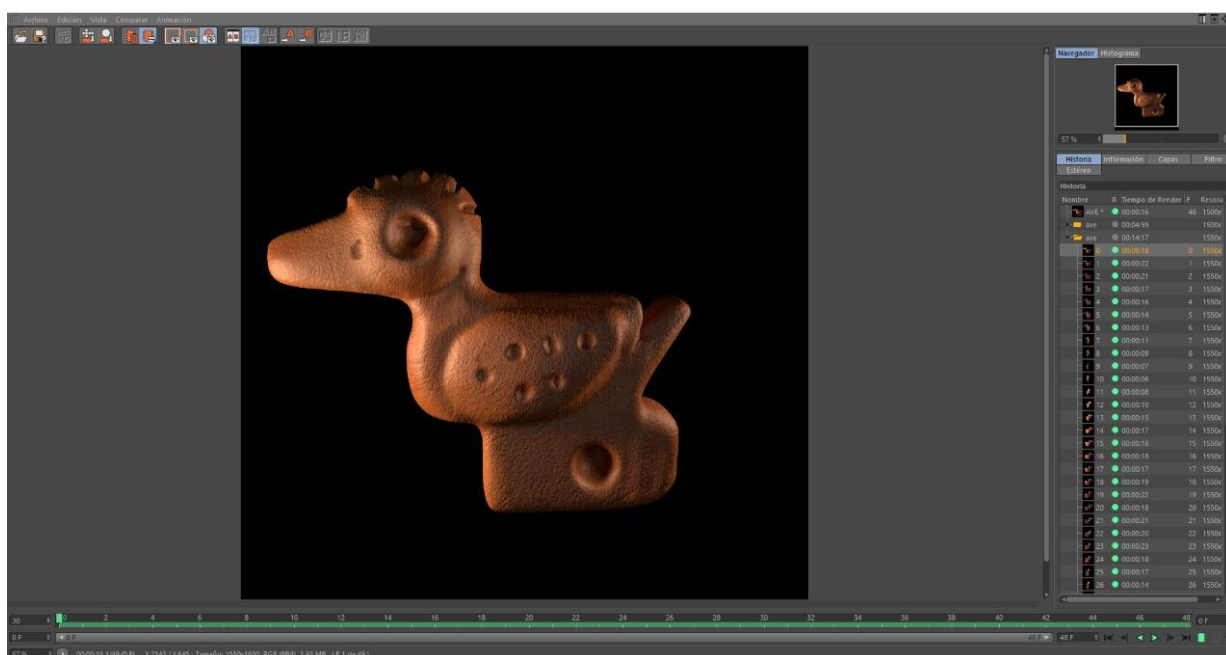


Figura 31. *Render- Escultura Ave con Cresta.*

Elaborado por: Vianca Bolaños

480 Interactive

480 Interactive es un programa para poder presentar el catálogo digital, sirve como visualizador de imágenes, audios y videos. Es un software que lee todas las programaciones que se hicieron con anterioridad en Adobe Indisign CC como:

- Botones para cambiar de página
- Reproducir Videos
- Reproducir Audios
- Objetos Multi estado

Además, cuenta con diferentes elementos extras como:

- Web Zip
- Galería de Imágenes
- Panorama de 3D
- Panorama 360
- Imagen Táctil



Figura 32. Elementos Extras - Programa 480interactive

Fuente: 480 Interactive

Adobe Indisign CC 2019

Se utilizó los recursos de este software para la diagramación del catálogo digital, creación de contenido, botones, hipervínculos, etiquetas para que el catálogo sea interactivo.

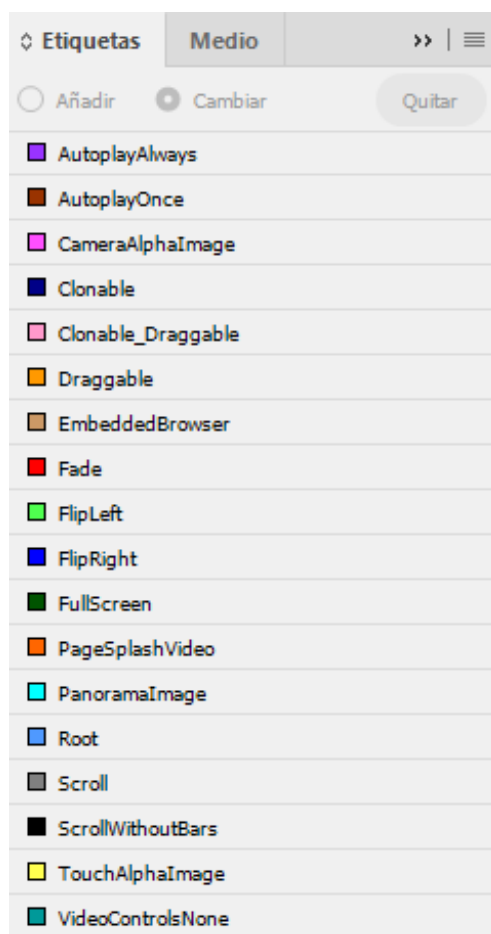


Figura 33. *Etiquetas de Adobe Indisign CC*

Fuente: Indisign CC 2019

Adobe Illustrator CC 2019

Con Illustrator se realizó el logotipo que identificará al catálogo digital al igual que la línea gráfica de las artes que se publicará en redes social

5.04.01.04 Formato

El catálogo digital se realizó con las siguientes medidas 1920 x1080 px, en donde se puede observar en alta definición tanto la parte gráfica como textual que contiene este soporte interactivo, además es adaptable a diferentes dispositivos como Smartphone Android, Tableta Android, iPad y iPhone. Por lo que se tendrá la facilidad de visualizar el catálogo en la mayoría de teléfonos móviles o tablets.

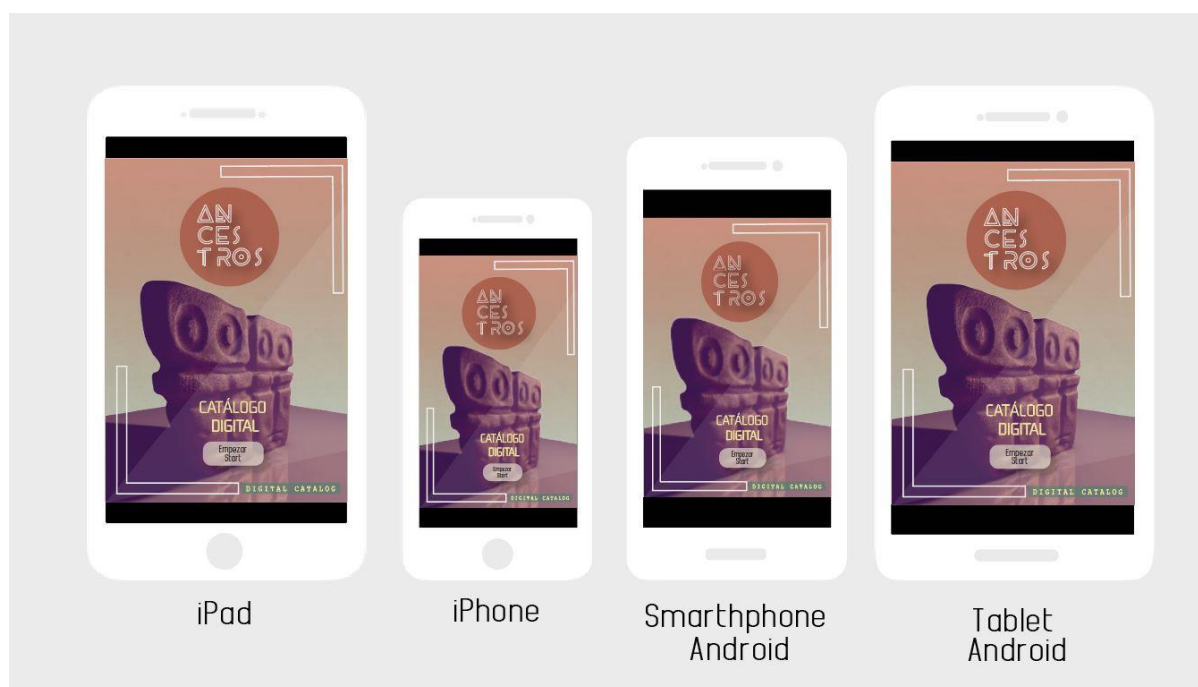


Figura 34. *Formato Dispositivos*
Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.02 Desarrollo

5.04.02.01 Contenido

El catálogo está dividido por capítulos según los espacios de exhibición que tiene el museo, cada sección tiene dos esculturas representativas de cada Mundo. También se encuentra información de cada capítulo y la descripción de las piezas arqueológicas. El catálogo digital tiene contenido en dos idiomas, inglés y español.

- Reseña Histórica Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado
- Culturas Ancestrales del Ecuador
- El Mundo de los Ancestros
- El Mundo Primordial
- El Mundo de los Materiales
- Los Mundos Paralelos
- El Eje del Mundo
- El Mundo Espiritual del Chamán
- El Mundo de los Élite
- El Mundo del Arte

5.04.02.02 Mapa de Contenido



Figura 35. Mapa de Contenido
Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.02.03 Índice de Imágenes

Tabla 19. *Índice de Imágenes*

			
Monolito	Monolito	Monolito	Silla Ceremonial
			
Botella Silbato	Sello	Ave con cresta	Amuleto
			
Figura Antropomorfa	Figura Antropomorfa	Orejas en forma de Maíz	Vaso Antropozoomórfico
			
Silbato	Mortero	Silla Ceremonial	

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.02.04 Imagen Corporativa

Logotipo

El logotipo está formado por la parte textual ANCESTROS, nombre que llevará el catálogo digital, esto se debe a que se escogió una de las esculturas más representativas del Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado, esta pieza lleva exhibiéndose desde la inauguración del museo en el 2010.

Ancestros representa a las culturas y su esfuerzo por transmitirnos sus legados, por ese motivo el logotipo se creó en base a la forma y los detalles que tiene la escultura.

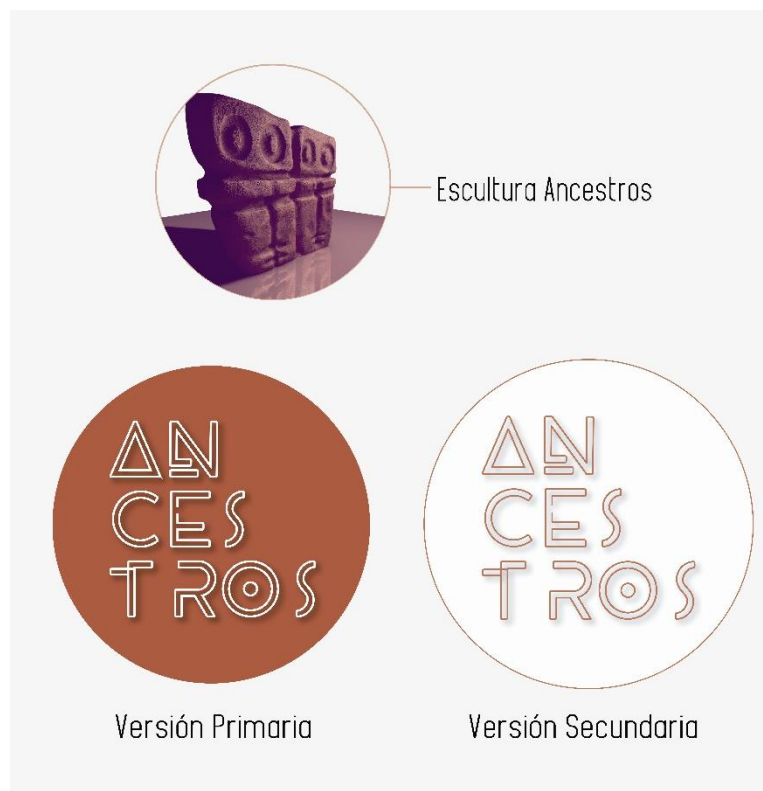


Figura 36: *Logotipo*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Construcción

La construcción de logotipo se realizó con la finalidad de que este sea proporcional y no tenga alteraciones en sus medidas, por lo que x corresponde al valor de 1 módulo.

Adicional, $2x$ es el área de protección que se deberá respetar y no sobreponer ningún elemento gráfico.

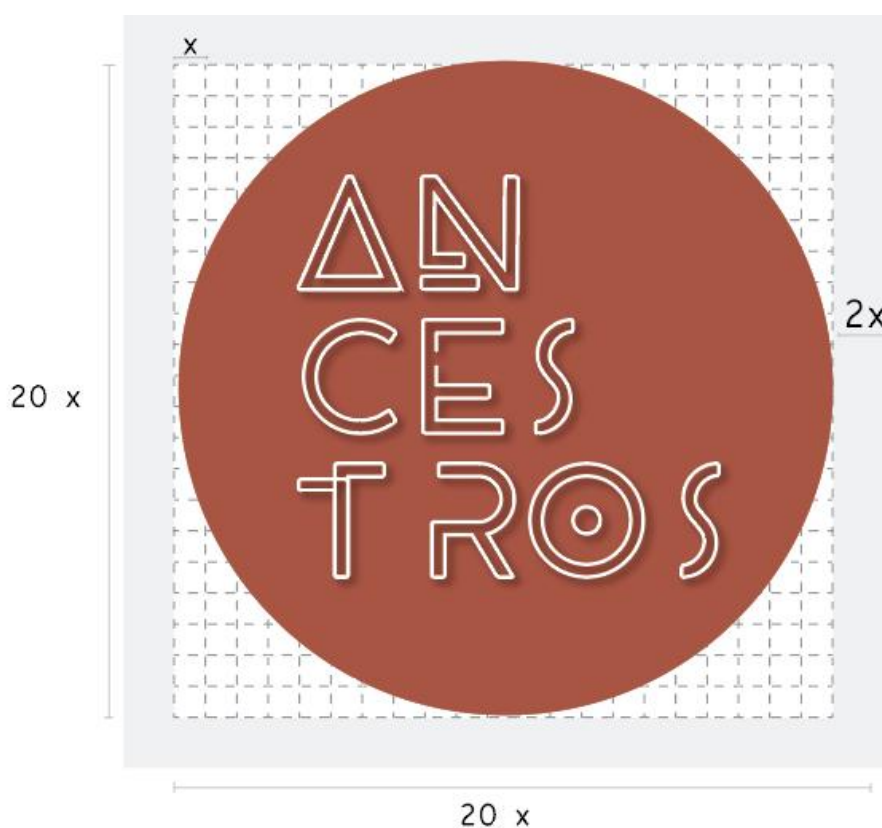


Figura 37. Construcción de Logotipo

Elaborado por: Vianca Bolaños

Guías de Color

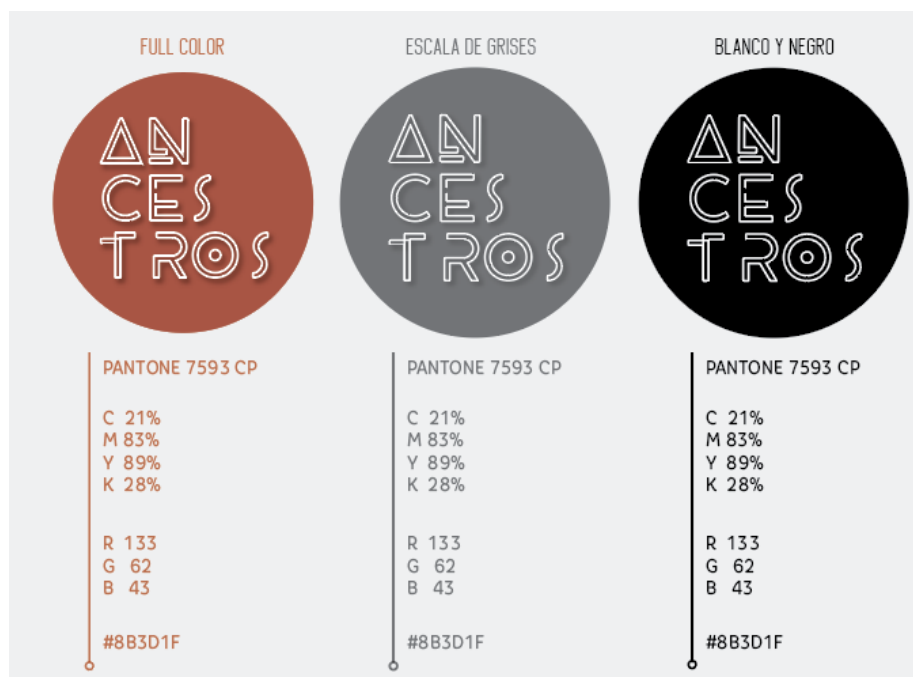


Figura 38. *Guía de Colores*
Elaborado por: Vianca Bolaños

Variaciones de Color



Figura 39. *Aplicaciones de Color*
Elaborado por: Vianca Bolaños

Aplicaciones en Medios Digitales

Redes Sociales

Portada 851 x 315



Figura 40. Portada Facebook

Elaborado por: Vianca Bolaños

Publicación 1080x1080



Figura 41. Publicación

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.02.05 Tipografías

Las siguientes tipografías son utilizadas en base al concepto que tiene el catálogo Ancestros, un soporte interactivo con contenido claro y legible al público.

Megan June es un tipo de letra legible, con el cual se presentará el contenido del catálogo. Small Type Writing es una tipografía de estilo clásico que busca imitar los primeros textos realizados en máquinas de escribir. Microsoft es una tipografía moderna, la cual se utilizará en los artes informativos.



Figura 42. Tipografías

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.02.06 Botones

El catálogo digital tiene botones indicadores sobre la acción que se va a realizar en cada página, cada ícono tiene explicación en dos idiomas.

- Animación
- Borrador Interactivo
- Panorama 360°
- Flechas Anterior – Siguiente
- Reproducir Video
- Reproducir Audio

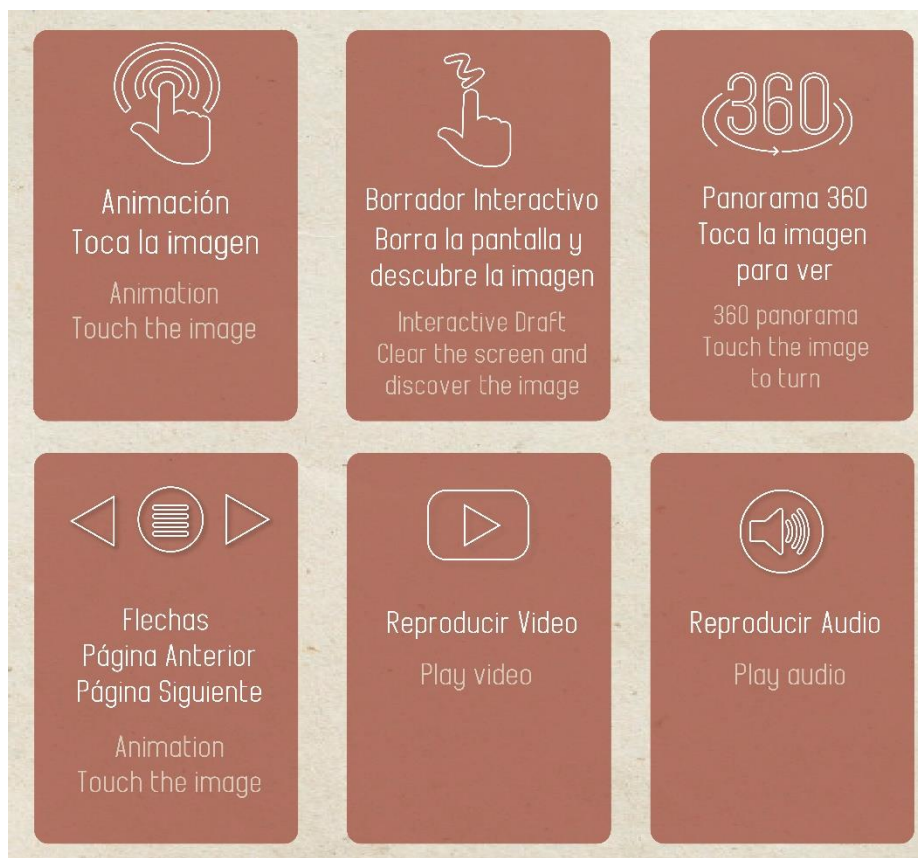


Figura 43. Botones

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.02.07 Portada y Contraportada

En el diseño de la portada se resaltó el contenido del catálogo digital que trata del modelado 3D de las esculturas, se utilizó una cromática que contrasta con el tema y también la institución a la que representa.



Figura 44. *Portada y Contraportada*

Elaborado por: Vianca Bolaños

En la contraportada se muestra las redes sociales de del Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado al igual que del catálogo Ancestros, con el propósito de que el público conozca de donde puede obtener más información acerca del museo y la temática de sus próximas exhibiciones.

5.04.02.08 Retículas

En el catálogo digital se utilizó retículas para ubicar correctamente el contenido textual y el contenido audiovisual, de esta manera se asegurará que los elementos tengan equilibrio visual.

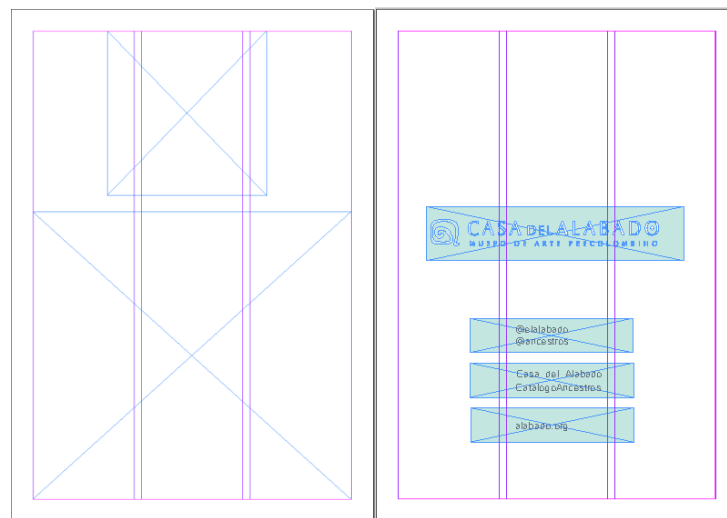


Figura 45. *Retícula Portada y Contraportada*

Elaborado por: Vianca Bolaños

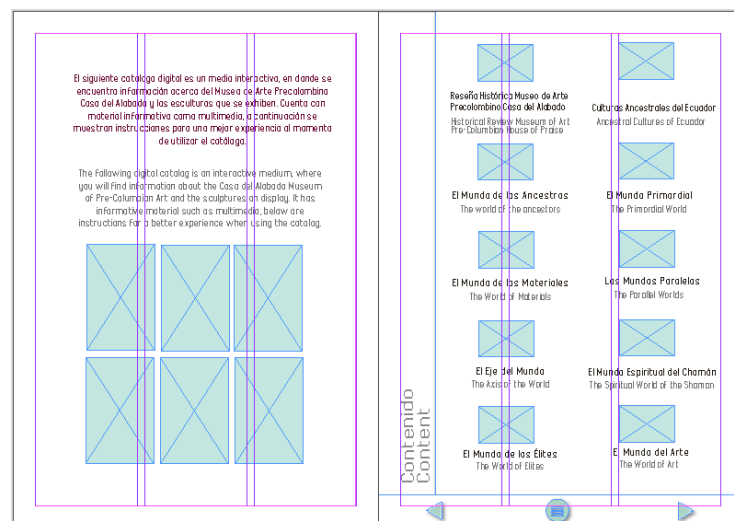


Figura 46. *Retícula 2 y 3*

Elaborado por: Vianca Bolaños

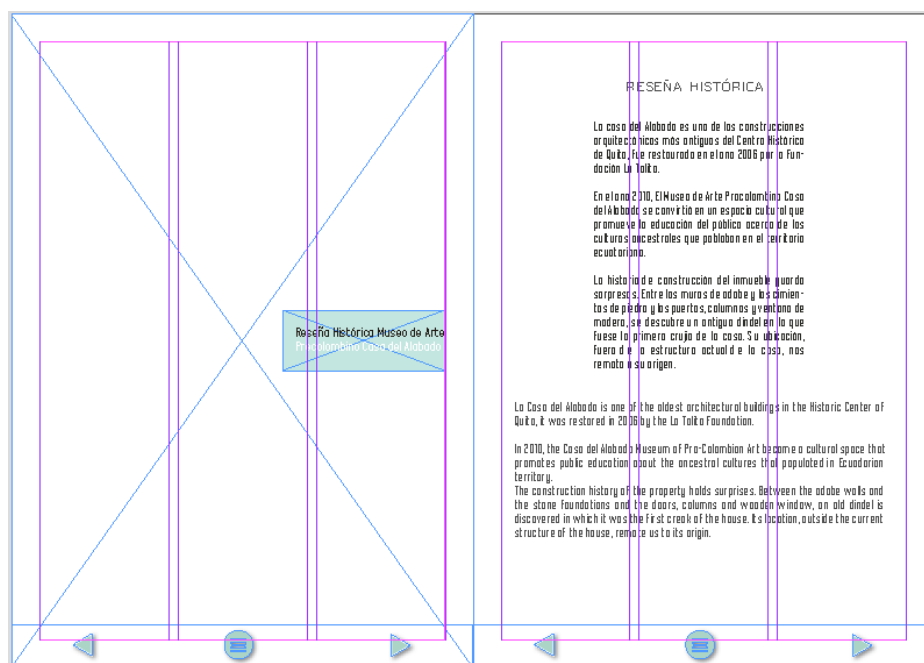


Figura 47. Retícula 5 y 6

Elaborado por: Vianca Bolaños

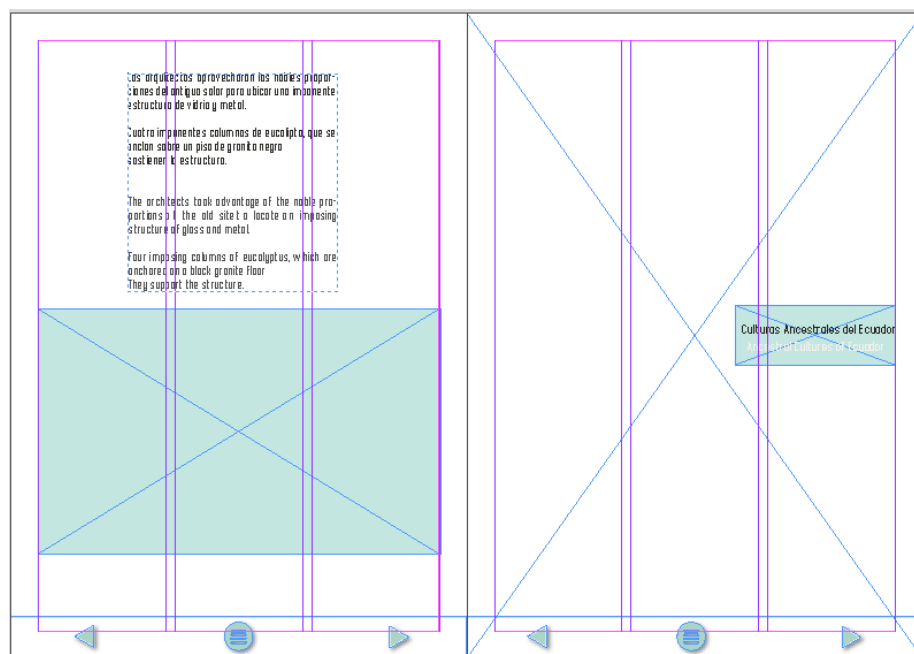


Figura 48. Retícula 7 y 8

Elaborado por: Vianca Bolaños

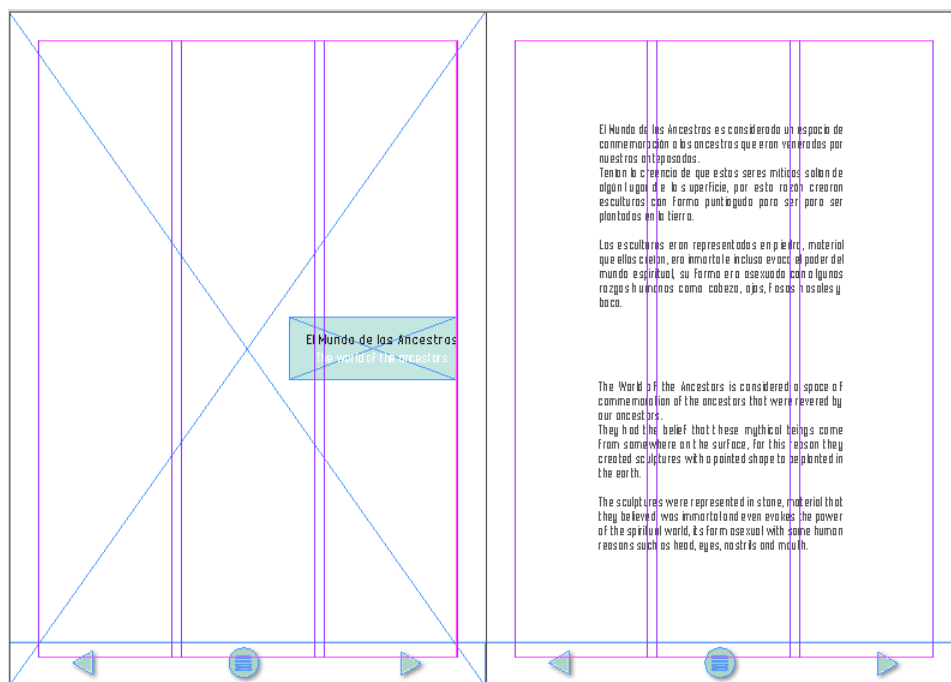


Figura 49. Retícula 9 y 10

Elaborado por: Vianca Bolaños

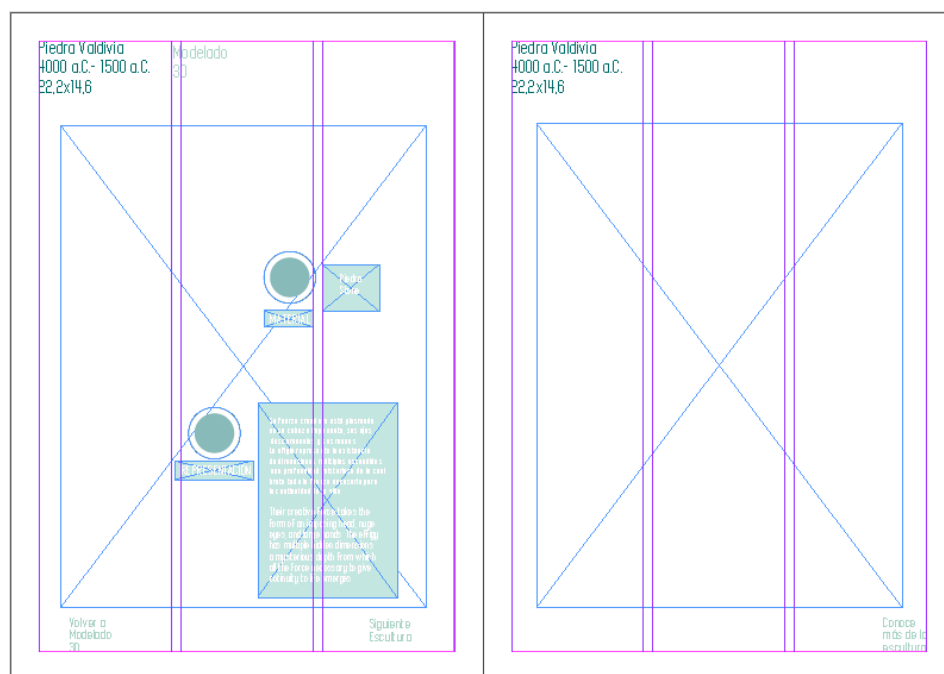


Figura 50. Retícula 11 y 12

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.02.09 Diagramación

La diagramación del catálogo digital fue realizada con páginas opuestas y al exportar se mostrará en dispositivos móviles página por página para poder visualizar mejor su contenido.



Figura 51. Diagramación Portada y Contraportada

Elaborado por: Vianca Bolaños

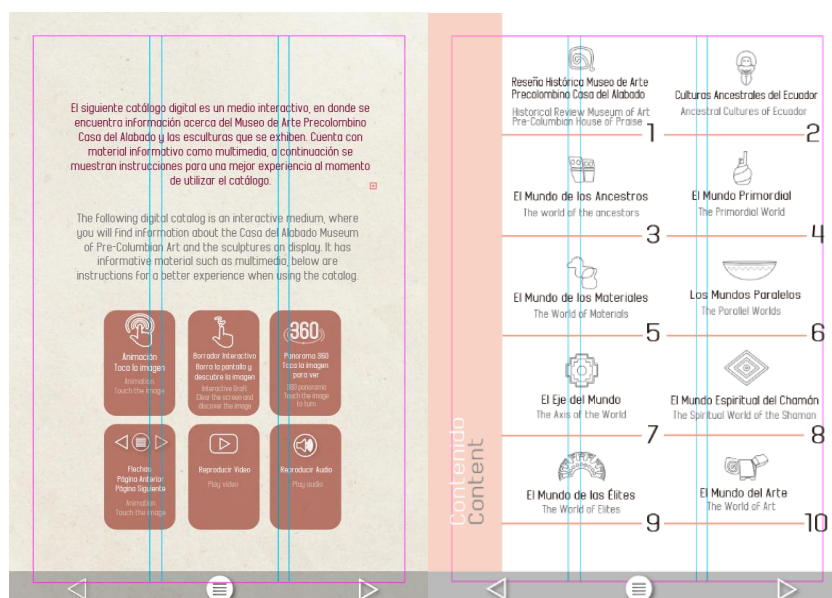


Figura 52. Diagramación 1 y 2

Elaborado por: Vianca Bolaños

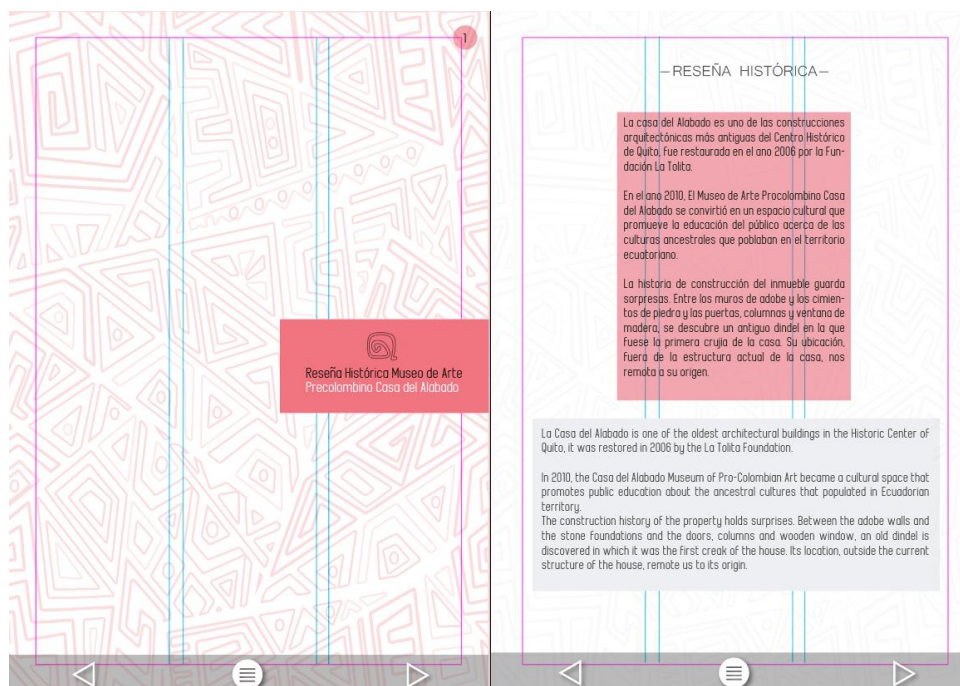


Figura 53. Diagramación 3 y 4
Elaborado por: Vianca Bolaños



Figura 54. Diagramación 5 y 6
Elaborado por: Vianca Bolaños



Figura 55. Diagramación 9 y 10
Elaborado por: Vianca Bolaños

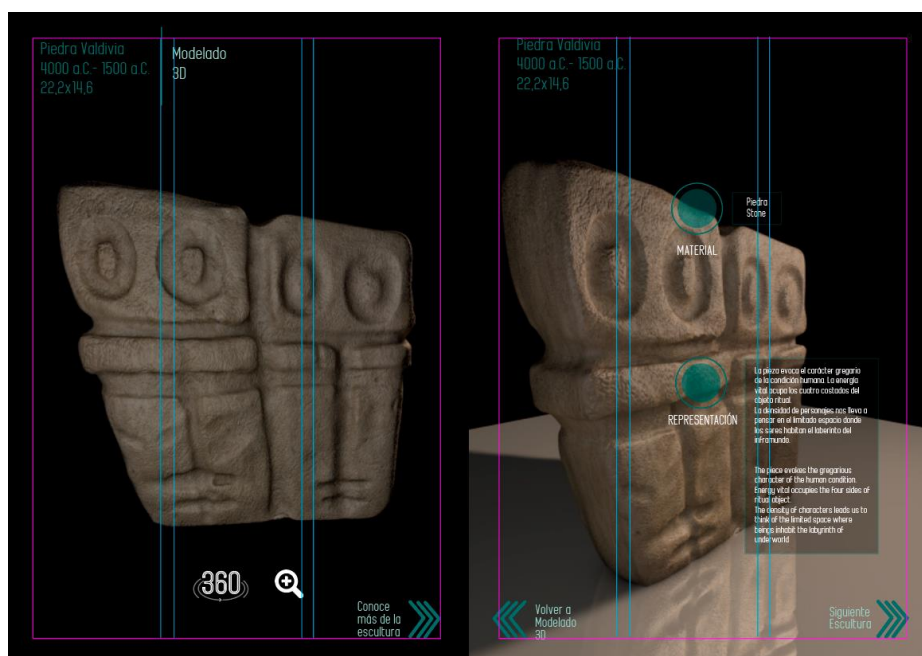


Figura 56. Diagramación 11 y 12
Elaborado por: Vianca Bolaños



Figura 57. Diagramación 13 y 14
Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.03 Marketing y Difusión

5.04.03.01 Campañas Digital

La campaña digital se desarrollará en los medios en donde el grupo objetivo interactúa con frecuencia, según las encuestas realizadas este segmento de personas utiliza redes sociales como Facebook e Instagram.

Los medios sociales han permitido que el usuario sea el creador de contenido, ya que mediante estos pueden intercambiar información con otros usuarios, además de postear videos, fotografías, anuncios y crear stories de cada actividad de su vida cotidiana.

La campaña digital estará dirigida a un público con las siguientes características:

Grupo Objetivo

- **Género:** H/M
- **Edad:** 18 a 35 años.
- **Ubicación Geográfica:** Ciudad de Quito, Centro Histórico.
- **Nivel Socioeconómico:** Medio Alto, Alto.
- **Ocupación:** Turistas nacionales y extranjeros que frecuentan museos o instituciones.

Estrategia Creativa

- **Beneficio Emocional:** Interés, Impacto
- **Beneficio Racional:** Interactividad
- **Mensaje Básico:** Interactuando con los legados de una Cultura en la Casa del Alabado

- **Insight:** Conocimiento Ancestral
- **Estilo:** Cultural
- **Eje de Campaña:** Conoce las culturas desde otra perspectiva
- **Slogan:** #Una vista al pasado.

Objetivos SMART

- Incrementar en un 40% el número de seguidores en Redes Sociales de Facebook e Instagram en un mes.
- Publicar contenido como posts, videos, stories, para informar al público en un 60% durante el periodo de un mes.
- Potenciar las visitas a la Web en un 30% durante un mes.
- Generar vínculos a través de mensajes directos para mejorar la comunicación con los seguidores en un 40% durante el periodo de un mes.
- Aumentar las interacciones de nuestros seguidores con las publicaciones en un 30% durante un mes.

Estrategias

- Crear contenido que sea llamativo de acorde a nuestro grupo objetivo.
- Elaborar artes publicitarios basándose en los beneficios racionales y emocionales de la estrategia creativa.
- Crear links en los anuncios de Instagram para redireccionar a la Web del museo.
- Convertir las opiniones y sugerencias de los turistas en nuevas oportunidades para el museo.

- Promocionar las publicaciones en Facebook para generar más reacciones y comentarios.

Métricas en Redes Sociales

El Engagement es la métrica que se utilizará para medir los KPIS de los objetivos y las estrategias planteadas de la campaña.

Engagement en Facebook

Reacciones (me gusta, love, me divierte, me disgusta)

Comentarios en Anuncios

Compartir publicaciones

Visualizaciones de videos

Engagement en Instagram

Seguir

Likes

Comentarios

Clic en enlaces (Más información, Registrarse, Contactar, Comprar)

Visualizaciones de videos

Fórmulas para calcular el Engagement en Facebook e Instagram	
A.	$\frac{\text{Total de interacciones}}{\text{Alcance}} \times 100$
B.	$\frac{\text{Total de interacciones}}{\text{Seguidores}} \times 100$

Figura 58. Fórmulas cálculo de Engagement

Fuente: Escuela Marketing and Web

La fórmula A, es utilizada para medir el engagement mediante las interacciones que ha tenido las publicaciones, el total de: Me gusta, comentarios, compartidos. Nos ayuda a tomar decisiones acerca de cambios o mejoras en los anuncios que se comparten. La fórmula B, es utilizada para medir el engagement mediante el alcance de seguidores que ha tenido la Fan Page.

5.04.03.02 Plan de Medios

Tabla 20. Plan de Medios

MEDIO PRINCIPAL		
MEDIO	SOPORTE	FORMATO
Internet	Facebook	Stories
Internet	Facebook	Carrusel
Internet	Facebook	Gif
MEDIO SECUNDARIO		
MEDIO	SOPORTE	FORMATO
Internet	Instagram	Stories
		Carrusel
Internet	Instagram	Video
MEDIO AUXILIAR		
MEDIO	SOPORTE	FORMATO
Internet	Youtube	Spot 30 seg

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.03.03 Presupuestos

5.04.03.03.01 Presupuesto de Producción

Tabla 21. *Presupuesto de artes gráficas*

MEDIO PRINCIPAL				
MEDIO	SOPORTE	FORMATO	ACCIÓN	PRECIO
Internet	Facebook	Stories	Diseño arte	\$25
Internet	Facebook	Carrusel	Diseño de arte	\$25
Internet	Facebook	Gif	Edición de fotografías	\$50
MEDIO SECUNDARIO				
MEDIO	SOPORTE	FORMATO	ACCIÓN	PRECIO
Internet	Instagram	Stories	Diseño arte	\$25
Internet	Instagram	Carrusel	Diseño de arte	\$25
Internet	Instagram	Video	Edición de video	\$40
MEDIO AUXILIAR				
MEDIO	SOPORTE	FORMATO	ACCIÓN	PRECIO
Internet	Youtube	Spot 30 seg	Creación y Edición de video	\$70
TOTAL				\$260

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.03.03.02 Pautaje en Redes Sociales

Tabla 22. *Pautaje en Facebook*

Medios Principales				
Formato	Duración	Tipo de Promoción	Inversión Diaria	Inversión Semanal
Stories	7 días Semana No. 1	Conseguir visitas al sitio Web	\$4,28	\$30,00
Carrusel		Promocionar la Fan Page/ Seguidores	\$5,00	\$35,00
Gif		Promoción de Publicación/ Reacciones	\$2,85	\$20,00
Medios Secundarios				
Formato	Duración	Tipo de Promoción	Inversión Diaria	Inversión Semanal
Stories	7 días Semana No.3	Visualizaciones de video en YouTube	\$5,00	\$35,00
Carrusel		Promocionar la Página Web	\$4,28	\$30,00
Video		Promoción de Publicación	\$2,14	\$15,00
Medios Auxiliares				
Formato	Duración	Tipo de Promoción	Inversión Diaria	Inversión Semanal
Spot 30 Seg	7 días Semana No.4		\$10.00	\$70,00
			TOTAL	\$235,00

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.03.03 Calendario Campaña Digital (Timing)

Nombre Campaña: ANCESTROS

Tiempo de Duración: 1 mes

Tabla 23. *Cronograma de campaña*

MEDIO	SOPORTE	FORMATO	SEMANA	MARZO						
				L	M	M	J	V	S	D
Internet	Facebook	Stories	No.1	X						
Internet	Facebook	Carrusel			X					
Internet	Facebook	Gif	No.2	X						
Internet	Instagram	Stories	No. 3	X						
Internet	Instagram	Carrusel				X				
Internet	Instagram	Video						X		
Internet	Youtube	Spot	No.4	X						

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.03.04 Flow Chart

Tabla 24. *Flow Chart*

MEDIOS PUBLICITARIOS	INVERSIÓN
Medio Principal	
Facebook	
Stories	\$30,00
Carrusel	\$35,00
Gif	\$20,00
Medio Secundarios	
Instagram	
Stories	\$35,00
Carrusel	\$30,00
Video	\$15,00
Medio Auxiliar	
YouTube	
Spot 30 Seg	\$70,00
Subtotal de Medios	\$ 235,00
Tercerización 17,65%	\$ 41,47
Total de Medios	\$276.47
Total de Producción	\$260,00
Total de Medios/Producción	\$536,47
10 % Imprevistos	\$53,64
Total de Campaña	\$590,11

Elaborado por: Vianca Bolaños

5.04.03.04 Publicaciones en Facebook

Stories/ Promoción de Sitio Web

Dimensión: 1080 x 1420 px

Clics estimados: 73-212 por día

Segmentación: Centro Histórico de Quito, Pichincha, Ecuador.

Sexo: Hombres y Mujeres

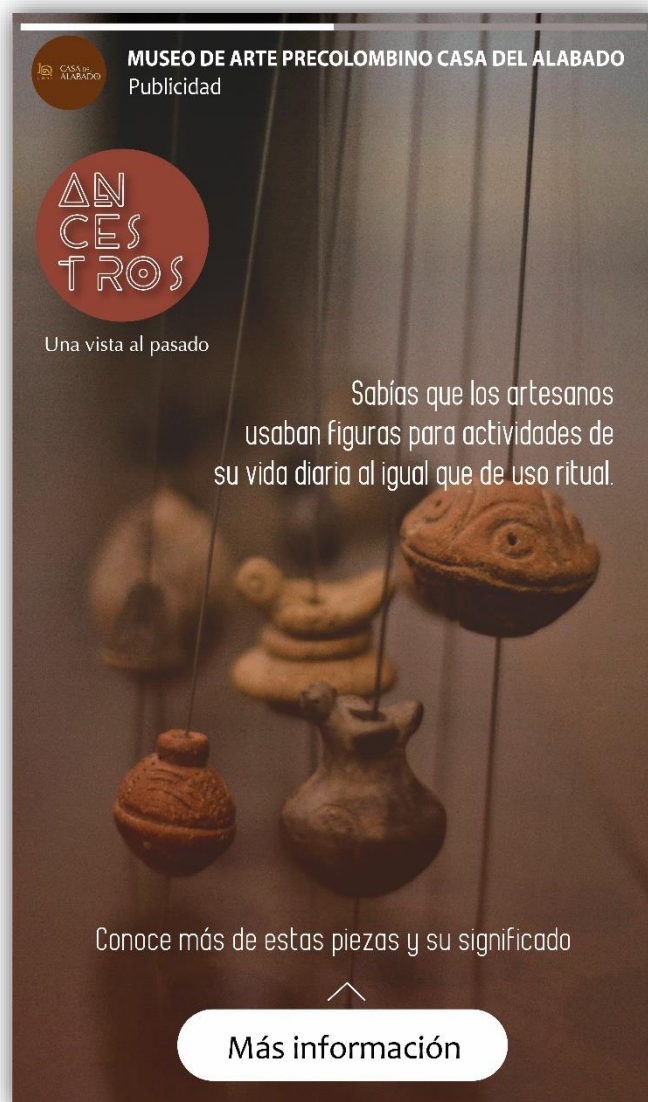


Figura 59. Anuncio en Facebook Stories
Fuente: Facebook

Al ver el anuncio en Facebook y hacer clic en “Más información”, el enlace redireccionará a la página Web del museo Casa del Alabado.

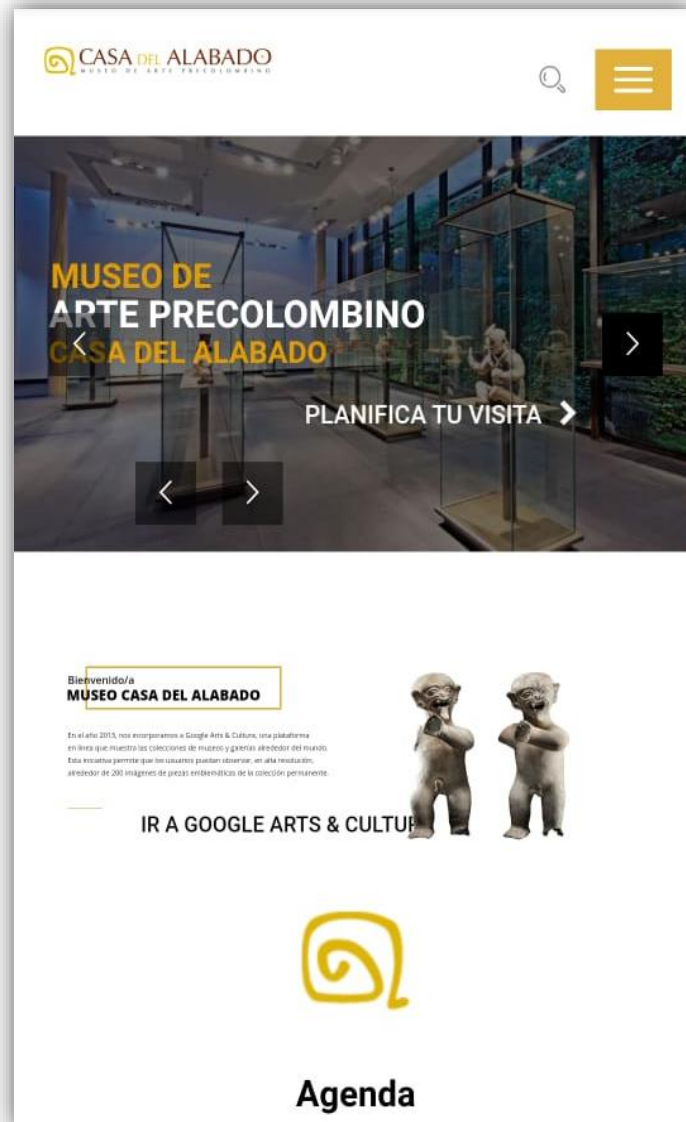


Figura 60. Página Web Casa del Alabado

Fuente: Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado

Carrusel / Promoción de Fan Page

Dimensión: 1080 x 1080 px

Reacciones: 50-100 por día

Segmentación: Centro Histórico de Quito, Pichincha, Ecuador.

Sexo: Hombres y Mujeres

Sección de Noticias en Computadora



Figura 61. Carrusel

Fuente: Facebook

Sección de Noticias en Celular



Figura 62. Carrusel

Fuente: Facebook

Gift / Promoción de Publicación

Dimensión: 1080 x 1080 px

Reacciones: 50 – 100 por día

Segmentación: Centro Histórico de Quito, Pichincha, Ecuador.

Sexo: Hombres y Mujeres

Sección de Noticias en Computadora



Figura 63. *Gif animado*

Fuente: Facebook

Sección de Noticias en Celular



Figura 64. *Gif animado*

Fuente: Facebook

Al seguir el enlace en "Más Información", nos muestra el repositorio digital de las esculturas en la plataforma de Sketchfab, en donde se pueden visualizar las esculturas del museo y sus vistas 360.

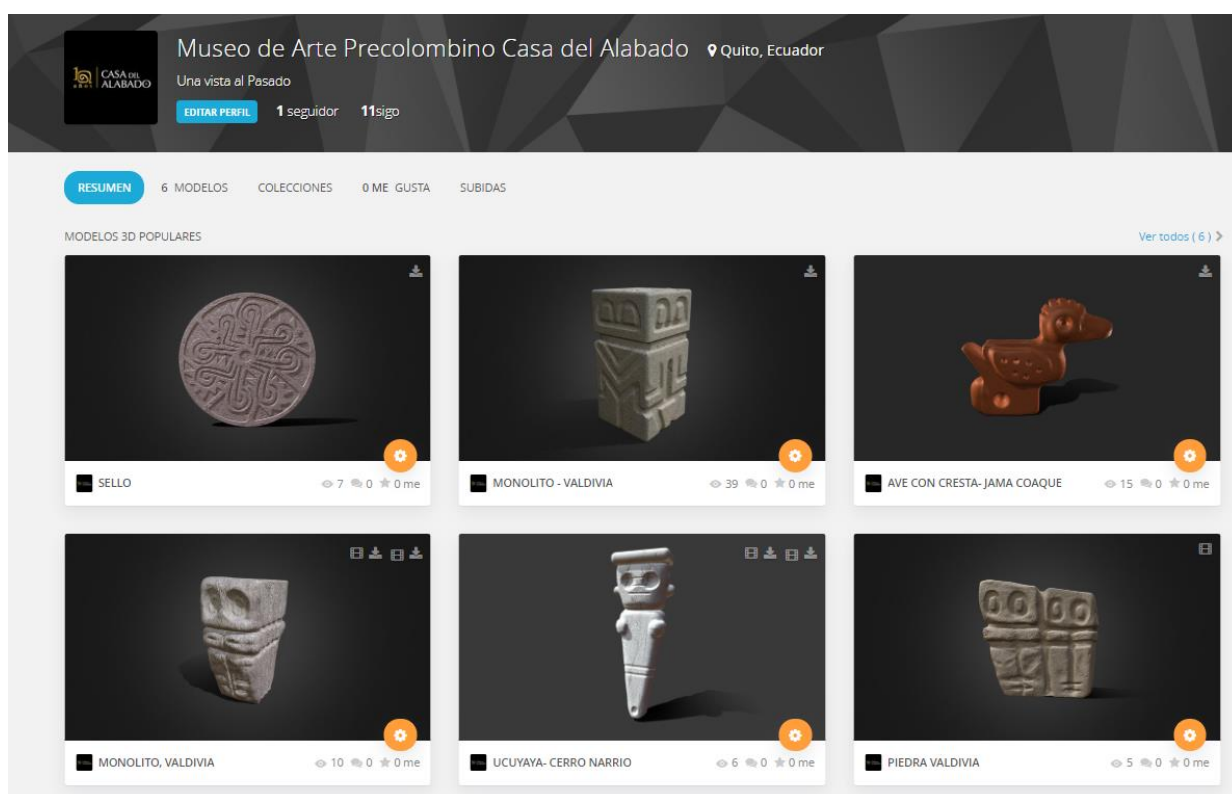


Figura 65. Perfil de Sketchfab

Fuente: Sketchfab

5.04.03.05 Publicaciones en Instagram

Storie / Promoción de Video en YouTube

Dimensión: 1080 x 1920 px

Clics estimados: 160 – 200 por día

Segmentación: Centro Histórico de Quito, Pichincha, Ecuador.

Sexo: Hombres y Mujeres



Figura 66. *Storie*

Elaborado por: Vianca Bolaños

Al seguir el enlace “Más Información” nos redirecciona al video que se encuentra en la plataforma de YouTube.

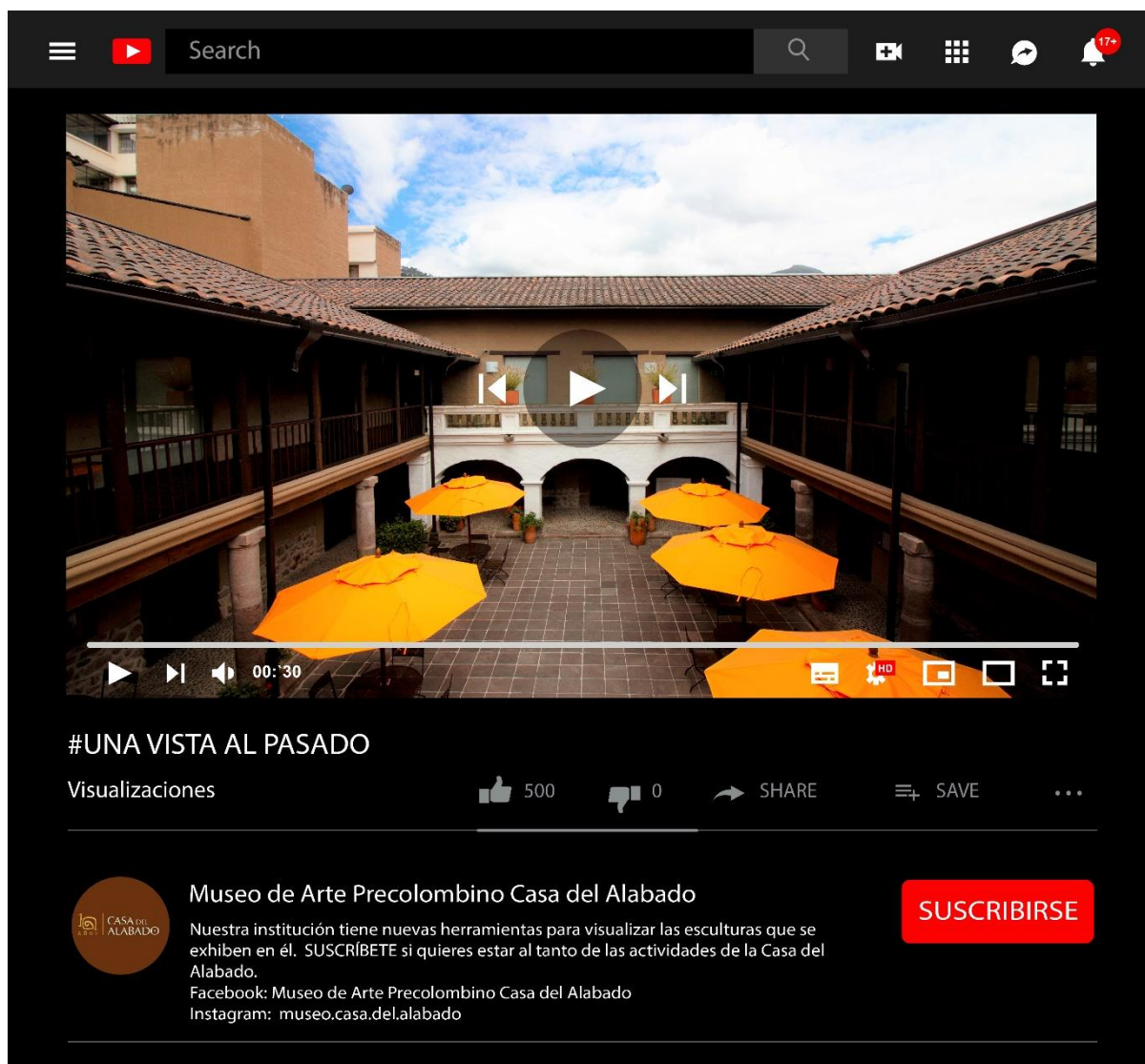


Figura 67. Video en YouTube

Elaborado por : Vianca Bolaños

Carrusel/ Promoción de Página Web**Dimensión:** 1080 x 1080 px**Reacciones:** 120 – 200 por día**Segmentación:** Centro Histórico de Quito, Pichincha, Ecuador.**Sexo:** Hombres y Mujeres**Sección Noticias de Computadora**

Figura 68. Carrusel

Fuente: Facebook

Sección Noticias de Celular

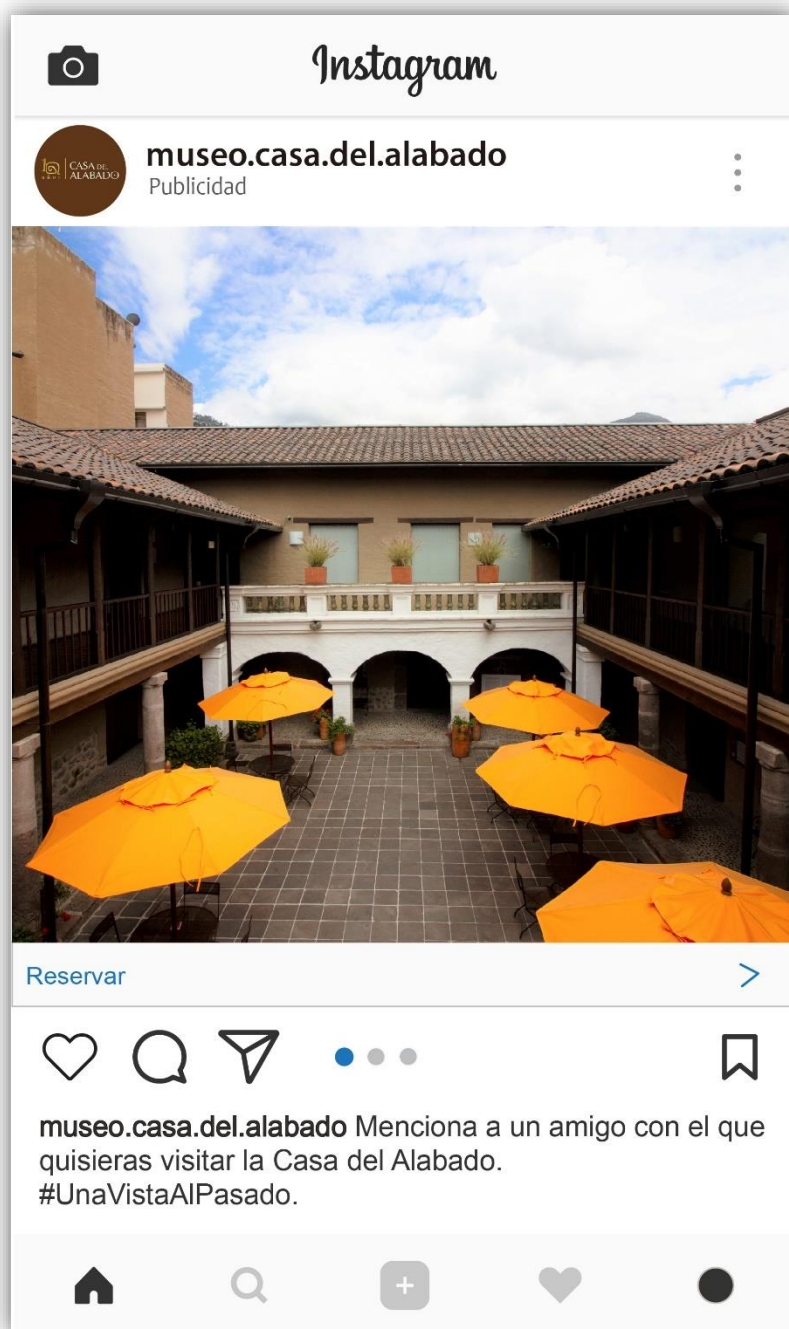


Figura 69. Carrusel

Fuente: Facebook

Al seguir el enlace en “Reservar”, nos dirige a la página Web de la Casa del Alabado , en donde se puede ver el horario de atención y además muestra una opción para reservar visita guiada por un profesional.

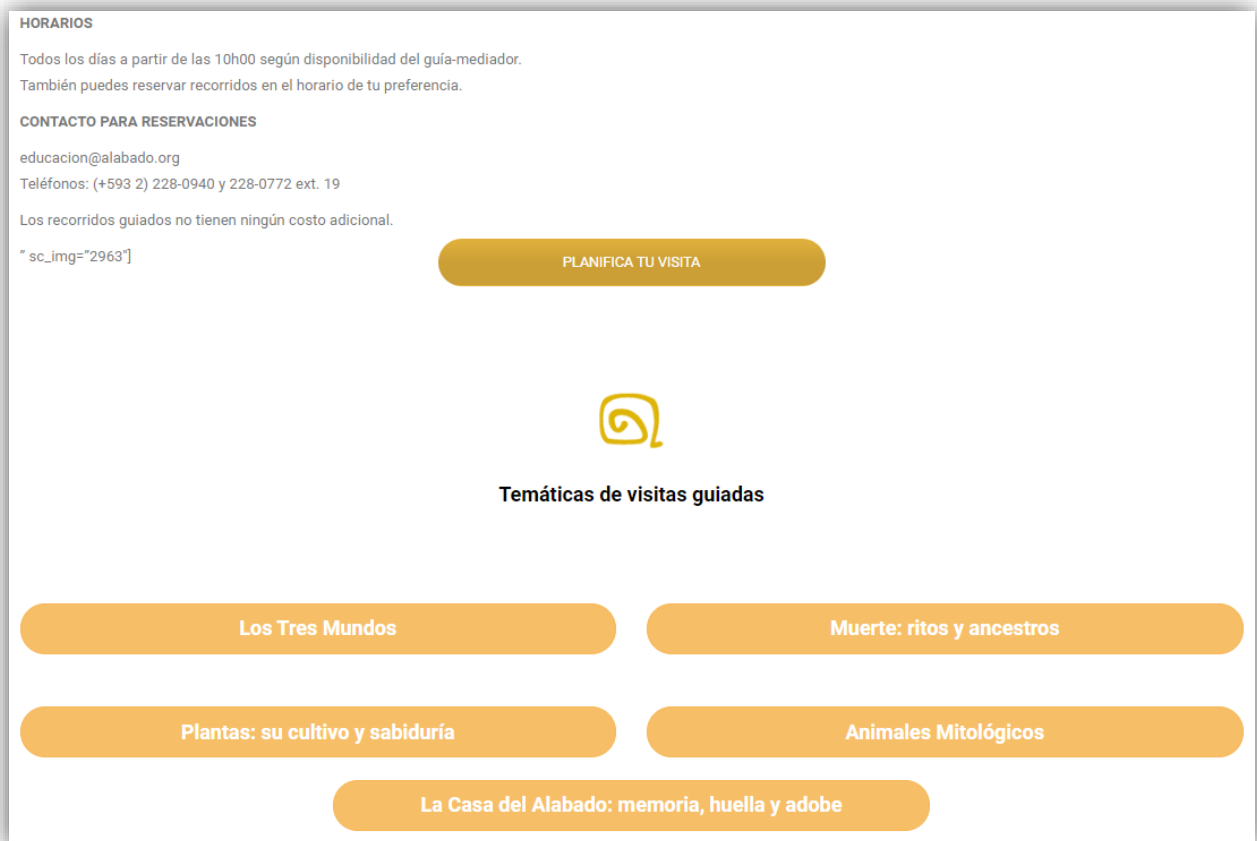


Figura 70. *Reservas*

Fuente: Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado

Video / Promoción de Publicación

Dimensión: 1080 x 1080 px

Reacciones: 120 – 200 por día

Segmentación: Centro Histórico de Quito, Pichincha, Ecuador.

Sexo: Hombres y Mujeres

Sección Noticias en Computadora



Figura 71. Video

Fuente: Instagram

Sección Noticias en Celular



Figura 72. Video

Fuente: Instagram

5.04.03.06 Publicación en YouTube

Spot/ YouTube

Tipo de anuncio: Reproducción automática – TrueView In Stream

Dimensión: 1920 x 1080 px

Segmentación: Centro Histórico de Quito, Pichincha, Ecuador.

Sexo: Hombres y Mujeres **Edad:** 18 – 35 Años

Visualización en Computadora

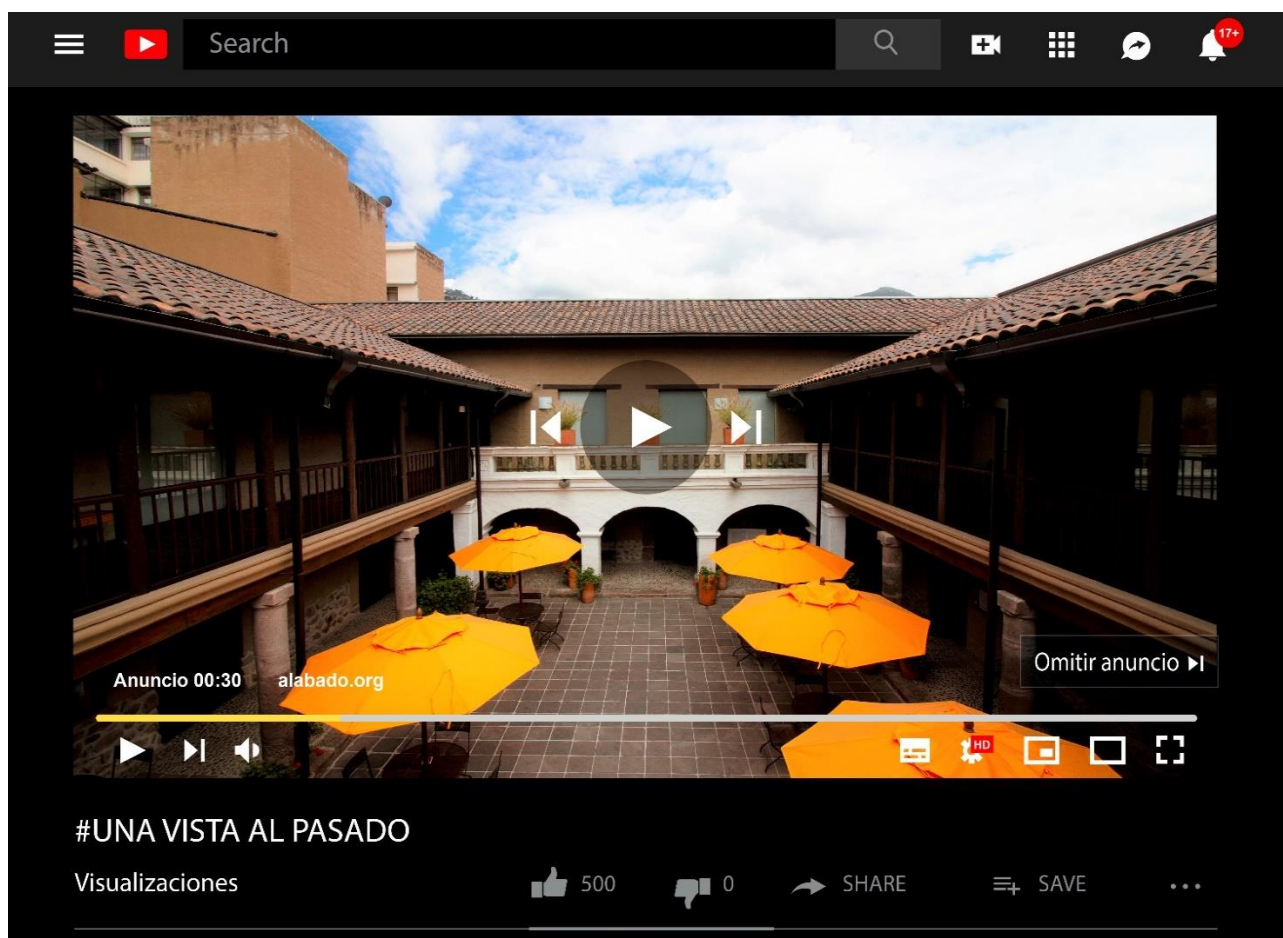


Figura 73. Spot

Fuente: YouTube

Visualización en Celular

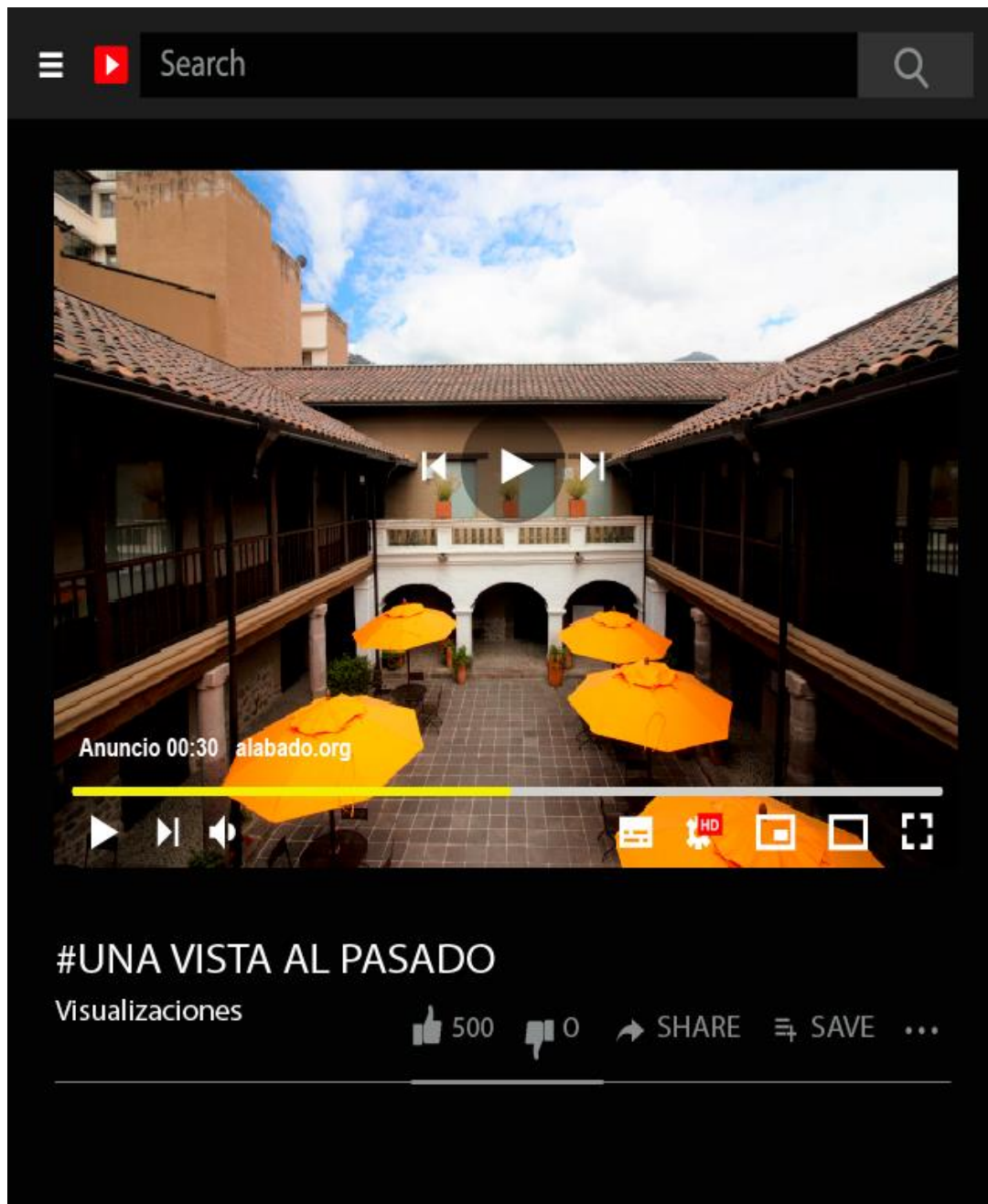


Figura 74. *Spot*

Fuente: YouTube

5.04.03.07 Publicidad en Medios Impresos

Roll Up 200 x 80



Figura 75. Arte Roll Up

Elaborado por: Vianca Bolaños

Flyer A5



Figura 76. Arte para Flyer
Elaborado por: Vianca Bolaños

Capítulo VI

6. Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

Recursos Humanos

Se contó con la intervención de las Autoridades del Museo del Alabado para ser posible el proyecto, la arqueóloga María Patricia Ordoñez fue quien brindó sus conocimientos como curadora para el contenido informativo de las piezas arqueológicas, al igual que la traducción en inglés.

La participación fundamental del Ing. Javier Zambrano, quien fue guía y supervisor de cada avance para desarrollar el proyecto con éxito.

El desarrollador del proyecto, quien fue el encargado de investigar y llevar el catálogo digital a su conclusión.

Recursos Materiales

Se hizo uso de materiales en distintas actividades de la investigación, para la elaboración de encuestas y la presentación de avances del proyecto escrito.

Material de oficina, hojas formato A4, bolígrafos

Tintas de impresión

Recursos Técnicos y Tecnológicos

Se utilizaron diferentes recursos para la recolección de información como material fotográfico, al igual que programas para la elaboración del catálogo digital.

Software

Adobe Illustrator CC 2019

Adobe Indisign CC 2019

Adobe Photoshop CC 2019

Cinema 4D

480 Interactive

Hardware

Ordenador MSI GL83 8RD (Intel Core i7 8th Gen)

Cámara Canon EOS 7D Lente Canon 10-18mm

Recursos Financieros

Todos los recursos empleados en el desarrollo del proyecto, gastos operativos como de producción, fueron financiados por el investigador.

6.02 Presupuesto

6.02.01 Gastos Operativos

Tabla 25. *Gastos Operativos*

Ítems	Valor		Financiación		
	Valor Unitario	Cantidad	Empresa	Estudiante	Total
Bibliografía					
Impresiones b/n	\$0,05	50		X	\$2,50
Impresiones color	\$0,20	20		X	\$4,00
Internet	\$35,00	6 meses		X	\$210,00
Suministros de Oficina	\$1,00	20		X	\$20
Viajes y Viáticos					
Transporte	\$0,25	3 meses		X	\$75,00
Alimentación	\$2,50	30		X	\$22,50
Licencias de Software					
Sketchfab 3d	\$19,00	1 mes		X	\$19,00
Documentación Final					
Anillado/Impresión	\$ 16,50	1			\$16,50
Empastado final/ Impresión	\$28	2		X	\$56,00
TOTAL					\$425,50

Elaboración: Vianca Bolaños

6.02.02 Gastos de Producción

Tabla 264. *Financiación*

Ítems	Valor		Financiación		
	Valor Unitario	Cantidad	Empresa	Estudiante	Total
Publicidad Impresa					
Flyers A5	\$0,50	25		X	\$12,50
Roll Up 200x80	\$60	1		X	\$60,00
TOTAL					\$72,50

Elaboración: Vianca Bolaños

6.02 Cronograma

Tabla 27. Cronograma

N.	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			Mes	Semana				
				1	2	3		4
1	Introducción Resumen Ejecutivo	Investigador	Noviembre				X	Introducción y explicación del tema.
2	Capítulo I Antecedentes	Investigador	Diciembre		X	X		Conocer la situación actual mediante la Matriz T.
3	Capítulo II Análisis de Involucrados	Investigador	Diciembre	X	X			Listar a las personas que intervienen o se beneficiarán con el proyecto.
4	Capítulo III Árbol de Problemas/Objetivos	Investigador	Enero		X	X		Definir las carencias o las limitaciones para buscar soluciones en el árbol de objetivos.
5	Capítulo IV Análisis de Alternativas Diagrama de Estrategias Construcción de la Matriz de Marco Lógico	Investigador	Enero	X	X	X	X	Planear las actividades que se realizarán en el proyecto.
6	Capítulo V Propuesta Encuesta Marco Teórico Imagen Corporativa Creación del Catálogo Digital Marketing y Difusión	Investigador	Febrero	X	X	X	X	Sustentar la propuesta Obtener datos estadísticos. Realización de la propuesta Creación de la campaña digital.
7	Capítulo VI Recursos Presupuestos Cronograma	Investigador	Febrero			X	X	Enlistar los recursos que se utilizaron en el proyecto. Conocer la inversión. Planificar fechas.
8	Capítulo VII Conclusiones Recomendaciones Bibliografía	Investigador	Marzo	X	X			Redactar conclusiones, recomendaciones y citas bibliográficas.

Elaboración: Vianca Bolaños

Capítulo VI

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

1. Conocer sobre las culturas que habitaron territorio ecuatoriano es una manera de conectarnos con el pensamiento de nuestros ancestros, sus costumbres, creencias religiosas, entender que todas sus actividades eran realizadas con un propósito y un significado.
2. Los antepasados eran hombres y mujeres ingeniosos que desarrollaron diferentes técnicas como la alfarería y orfebrería, además de las formas zoomorfas y antropomorfas que representaban en cada escultura.
3. Gracias a los avances tecnológicos de la actualidad se pueden representar estos vestigios para que sean perdurables en el tiempo, el modelado 3D es un recurso en donde se utilizan herramientas virtuales de esculpido con el fin de crear prototipos similares a las esculturas originales.
4. En la investigación se nombraron varios museos que se han apoyado del modelado 3D para poder compartir con el público alrededor del mundo, así mismo se hizo uso de plataformas para publicar las esculturas 3D del Museo de Arte Precolombino y lograr que más gente tenga conocimiento de las culturas del Ecuador.

5. Tener un medio en donde se exhiban las esculturas en vistas 360 es una ventaja y un avance a nivel de museos arqueológicos, por lo que el proyecto tendrá un impacto positivo para darse a conocer y destacarse como una institución que está actualizándose a nuevas herramientas.
6. El método de recolección de datos nos ayudó a conocer la opinión de los encuestados con relación a la problemática, además que factibilidad va a tener la creación del catálogo digital y lo que se propone para mejorar la comunicación entre el Museo de Arte Precolombino con su público.
7. La implementación de contenido audiovisual en el proyecto causa impacto al espectador y a la vez genera interés en aprender, además mejora la comunicación y el entendimiento de toda la información que se presenta en el catálogo.
8. Para visualizar el catálogo se utilizarán medios digitales como pantallas touch, tablets o celulares, que son dispositivos más actualizados y facilita la navegación del catálogo digital
9. La creación de una campaña digital ayudó a difundir y promocionar el catálogo digital, además de algunos servicios que eran desconocidos por el público. Los usos de las redes sociales nos ayudaron a tener un alcance efectivo, ya que se realizó una segmentación del público al que iban dirigidos los anuncios, con esto se cumplió el objetivo de generar interacciones y engagement en las publicaciones.
10. Al finalizar el proyecto, tanto las autoridades como guías del museo están interesados en compartir más información en redes sociales y hacer uso de nuevas herramientas tecnológicas en las exposiciones o exhibiciones de las esculturas precolombinas.

7.02 Recomendaciones

1. El catálogo al ser un medio editable, se recomienda seguir actualizando con más información e investigaciones que se realicen en la Casa del Alabado, además el museo al tener una gran cantidad de esculturas tiene la posibilidad de seguir integrando más de estas piezas al repositorio digital.
2. Seguir promoviendo la creación de nuevos soportes audiovisuales, la existencia de un soporte interactivo puede impulsar a probar otras herramientas y equipos con fines de educar a más personas.
3. Implementar más recursos tecnológicos como pantallas y equipos, que permitan visualizar diferentes plataformas digitales con el fin de mejorar la experiencia que tienen los turistas dentro del museo.
4. La creación de una línea gráfica es para crear un estilo basado en el tema que se está investigando y no perder su identidad, por lo que se sugiere mantener el mismo concepto tanto en el catálogo digital, como en artes para medios digitales e impresos
5. Continuar con las publicaciones de contenido informativo y dinámico en las redes sociales de Facebook e Instagram para mantener comunicado al público sobre las diferentes actividades que ofrece el Museo de Arte Precolombino, además lograr el posicionamiento orgánico de la Fan Page.

Bibliografía

- Aucapiña, M. (2016). *Desarrollo de un catálogo digital multimedia para la venta de productos a través de dispositivos móviles*. Universidad de Cuenca Facultad de Diseño Gráfico. Cuenca.
- Barros Bastida, C. y Barros Morales, R. (2015). *Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis*. Universidad de Guayaquil: Revista Universidad y Sociedad. Recuperado de: <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Carbellido, C. (16 de Septiembre del 2018). *El engagement en instagram, facebook y twitter*. Un Community Manager. Recuperado el 03 de Marzo del 2020: <https://www.uncommunitymanager.es/formula-engagement/>
- Cevallos, I. (2010). *Guía del Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado*. Quito: Mariscal
- EditaFácil. (18 de Marzo del 2014). *El Catálogo Digital se impone: ¿cuáles son sus ventajas?*. Recuperado el 22 de Febrero del 2020, <http://blog.editafacil.es/el-catalogo-digital/>
- Empresa Pública Metropolitana de Turismo. (2019). *Sistema Institucional de Indicadores Turísticos*. Quito. Recuperado: <http://quito-turismo.gob.ec/estadisticas/>
- Flores, A. (2013). *Escaneo 3D en un campo de visión de 360° utilizando la técnica de proyección de franjas y un arreglo de espejos*. Centro de Investigaciones en Óptica, A.C. Mexico
- Forgacs, V. (22 de Febrero del 2018). *Diseño 3D en las obras de arte del British Museum*. Gestor Energético. Recuperado el 15 de Febrero del 2020: <https://www.gestor-energetico.com/disenio-3d-museos/>
- Ilustre Municipalidad de Santiago, s.f., Museo Chileno de Arte Precolombino. Santiago de Chile: Santiago Turismo. Recuperado de: <http://www.santiagocapital.cl/fichas/home/museo-chileno-de-arte-precolombino/museos/>

- Lacabanne, R. (s.f.) *¿Qué entendemos por interactividad?* Red Mercosur de Facultades de Diseño y Arte Multimedial, Terceras Jornadas Interuniversitarias, Barcelona. Recuperado de: https://www.academia.edu/Que_entendemos_por_interactividad.
- Mejía, M. (2016). *Diseño de medallones con características precoloniales de la Chorrera Cultura*. Universidad de Cuenca Facultad de Diseño Gráfico, Cuenca.
- Parada, R. (2007). *Los catálogos e inventarios en la historia del libro y de las bibliotecas*. Facultad de Biblioteconomía y Documentación. Universidad de Barcelona. España.
- Reyes, O. (1967). *Breve Historia del Ecuador*. Quito, Ecuador: Fray Jodoco Ricke. Ediciones Quito.
- Rodriguez, D. (2017). *Cultura Jama-Coaque: Ubicación, Características, Religión*. Lifeder.com, Recuperado el 22 de Febrero del 2020: <https://www.lifeder.com/cultura-jama-coaque/>
- Senplades. (13 de julio de 2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021*. Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de Secretaría Técnica Planifica Ecuador: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Serota, N. (2017). *Museos y Catálogos en Línea*. Espacio Visual Europa (EVE). Recuperado de: <https://evemuseografia.com/2017/10/04/museos-y-catalogos-en-linea/>
- Tarín, (20 de Septiembre del 2017). *El Concepto Audiovisual*, Blogger, Recuperado el 22 de Febrero del 2020: <http://agustinosaudiovisual.blogspot.com/2017/09/el-concepto-audiovisual.html>
- Tenesaca, E. (2016). *Modelado 3D de piezas arqueológicas como registro para el Museo de la Universidad de Cuenca*. Universidad de Cuenca Facultad de Diseño Gráfico. Cuenca.
- Ugarte, G. (19 de Julio del 2018). *KPIs en redes sociales: qué son y cuáles son los principales indicadores en social media*. Escuela Marketing and Web. Recuperado el 03 de Marzo del 2020: <https://escuela.marketingandweb.es/kpis-redes-sociales/>

Ulchur, E. (2016). *¿Qué desafíos presenta la reubicación de objetos arqueológicos en el contexto del Museo Casa del Alabado?* Título de Licenciado en Artes Liberales. Universidad San Francisco de Quito USFQ, Quito.

Valencia, P. (1988). *Conciencia Ecológica: Garantía de un Medioambiente Sano*. Tesis para optar el grado académico de Magíster en Derecho Constitucional. Universidad Pontificia Católica del Perú. Perú.



Quito, 06 de Enero de 2020

Señores

Unidad de Titulación

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

De nuestra consideración:

Reciba un cordial y afectuoso saludo, junto con los mejores deseos por el éxito en el ejercicio de sus delicadas funciones.

La Presente tiene como propósito de informar que hemos ACEPTADO la petición presentada por el alumno **VIANCA LUCERO BOLAÑOS JAMI** con cédula de ciudadanía número 1751476670, para que realice su proceso de titulación en nuestra empresa o institución, con el tema "**CREACIÓN DE UN CATÁLOGO DIGITAL EMPLEANDO VISTAS 360 DE LAS ESCULTURAS ARQUEOLÓGICAS PERTENECIENTES AL MUSEO DE ARTE PRECOLOMBINO CASA DEL ALABADO UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO**" y nos complace en extender el AVAL a dicho proyecto.

Particular que pongo a su conocimiento para los fines consiguientes.



María Patricia Ordoñez

Curadora del Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado

investigacion@alabado.org

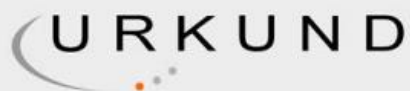
www.alabado.org

info@alabado.org

(593) 022 280-940 / 022 280-772

Cuenca N1-41 entre Rocafuerte y Bolívar

Quito Centro - Ecuador



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Bolaños_Vianca_Tesis.docx (D66032792)
Submitted: 3/20/2020 11:48:00 PM
Submitted By: viancalulu@hotmail.com
Significance: 2 %

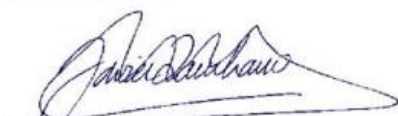
Sources included in the report:

Jennifer Marcela Poveda Peña.pdf (D51140417)
TESIS LUISA CRUZ.docx (D54724070)
<http://www.santiagocapital.cl/fichas/home/museo-chileno-de-arte-precolombino/museos/Lacabanne>,

Instances where selected sources appear:

3

23 DE MARZO 2020

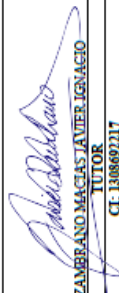




Ing. Javier Zambrano
TUTOR EXTERNO
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR: ZAMBRANO MACÍAS JAVIER IGNACIO									
NOMBRE ESTUDIANTE: BOLANOS JAMI VIANCA LUCERO									
CARRERA: DISEÑO GRÁFICO									
TEMA DE TITULACIÓN: CREACIÓN DE UN CATÁLOGO DIGITAL EMPLEANDO VISTAS 360 DE LAS ESCULTURAS ARQUEOLÓGICAS PERTENECIENTES AL MUSEO DE ARTE PRECOLOMBINO CASA DEL ALABADO UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO									
IMPRESIÓN REPORTE: QUITO, 30 de abril del 2020 14:02:37									
TIPO REPORTE: ACUMULATIVO									
ESTADO FINAL OBSERVACIÓN: PROYECTO ACTIVO / NO GRADUADO /									
MODALIDAD: INVESTIGACIÓN DESARROLLO INNOVACIÓN									
NO.	CODIGO	FECHA TUTORÍA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	HORA TRATADO	PERIODO:		OBSERVACIÓN	ESTADO SC
						HORA FIN	HORAS		
1	206481	2019-11-05	INSITU	2019-11-05 17:30:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-11-05 18:30:00	1.00	EL ESTUDIANTE SE PRESENTA PARA ENTREVISTA CON EL TUTOR Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
2	206482	2019-11-09	AUTONOMIA	2019-11-09 08:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-11-09 12:00:00	4.00	INVESTIGACIÓN SOBRE EL TEMA DE TESIS SE ANALIZA CON EL ESTUDIANTE EL CONTEXTO DE SU PROYECTO. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
3	206483	2019-11-11	INSITU	2019-11-11 17:30:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-11-11 18:30:00	1.00	SE ANALIZA CON EL ESTUDIANTE EL CONTEXTO DE SU PROYECTO. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
4	206484	2019-11-16	AUTONOMIA	2019-11-16 08:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-11-16 12:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 1: CONTEXTO SE ANALIZA CON EL ESTUDIANTE LA JUSTIFICACIÓN DE DESARROLLAR DE SU PROYECTO. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
5	206485	2019-11-11	INSITU	2019-11-11 18:30:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACIÓN	2019-11-11 19:30:00	1.00	SE ANALIZA CON EL ESTUDIANTE LA JUSTIFICACIÓN DE DESARROLLAR DE SU PROYECTO. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
6	206486	2019-11-16	AUTONOMIA	2019-11-16 13:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACIÓN	2019-11-16 17:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 1: JUSTIFICACIÓN SE ORIENTA AL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DEL ANÁLISIS DE LA MATRIZ Y EL USO DE NORMAS APA SEXTA EDICIÓN. SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
7	206487	2019-11-18	INSITU	2019-11-18 17:30:00	ANTECEDENTES / DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-11-18 18:30:00	1.00	SE ANALIZA CON EL ESTUDIANTE LA REALIZACIÓN DEL ANÁLISIS DE LA MATRIZ Y EL USO DE NORMAS APA SEXTA EDICIÓN. SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
8	206488	2019-11-23	AUTONOMIA	2019-11-23 08:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-11-23 12:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 1: MATRIZ T	PROCESADO
9	206489	2019-11-23	AUTONOMIA	2019-11-23 13:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-11-23 17:00:00	4.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 1	PROCESADO
10	206490	2019-11-25	INSITU	2019-11-25 17:30:00	ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-11-25 18:30:00	1.00	SE DIO LAS INDICACIONES AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA DETERMINACIÓN DE INVOLUCRADOS DEL PROYECTO. SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
11	206491	2019-11-30	AUTONOMIA	2019-11-30 08:00:00	ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-11-30 12:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 2: MAPEO DE INVOLUCRADOS	PROCESADO
12	206492	2019-11-25	INSITU	2019-11-25 18:30:00	ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	2019-11-25 19:30:00	1.00	SE EXPLICA AL ESTUDIANTE COMO REALIZAR EL DESARROLLO PARA EL ANÁLISIS DE LA MATRIZ. SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
13	206493	2019-11-30	AUTONOMIA	2019-11-30 13:00:00	ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	2019-11-30 17:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 2: MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	PROCESADO
14	206494	2019-11-30	AUTONOMIA	2019-11-30 18:00:00	ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	2019-11-30 20:00:00	2.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 2	PROCESADO
15	206495	2019-12-02	INSITU	2019-12-02 17:30:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-12-02 18:30:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LOS ACTORES DEL ARBOL DE PROBLEMAS. SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
16	206496	2019-12-07	AUTONOMIA	2019-12-07 08:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-12-07 12:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 3: ARBOL DE PROBLEMAS	PROCESADO
17	206497	2019-12-02	INSITU	2019-12-02 18:30:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-12-02 19:30:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR EL PROPOSITO. LOS MEDIOS Y FINES DEL ARBOL DE OBJETIVOS. SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO

18	206498	2019-12-07	AUTONOMA	2019-12-07 13:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-12-07 17:00:00	4.00	DESARROLLO CAPÍTULO 3: ARBOL DE OBJETIVOS	PROCESADO
19	206499	2019-12-07	AUTONOMA	2019-12-07 18:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-12-07 20:00:00	2.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 3	PROCESADO
20	206500	2019-12-09	INSITU	2019-12-09 17:30:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	2019-12-09 18:30:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
21	206501	2019-12-14	AUTONOMA	2019-12-14 08:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	2019-12-14 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPÍTULO 4: MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	PROCESADO
22	206502	2019-12-09	INSITU	2019-12-09 18:30:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-12-09 19:30:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
23	206503	2019-12-15	AUTONOMA	2019-12-15 08:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-12-15 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPÍTULO 4: MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	PROCESADO
24	206504	2019-12-15	AUTONOMA	2019-12-15 17:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-12-15 21:00:00	4.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 4	PROCESADO
25	206505	2019-12-16	INSITU	2019-12-16 17:30:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2019-12-16 18:30:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR EL DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
26	206506	2019-12-21	AUTONOMA	2019-12-21 08:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2019-12-21 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPÍTULO 4: DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	PROCESADO
27	206507	2019-12-16	INSITU	2019-12-16 18:30:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-12-16 19:30:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA MATRIZ DE MARCO LOGICO. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
28	206508	2019-12-22	AUTONOMA	2019-12-22 08:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-12-22 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPÍTULO 4: MATRIZ DE MARCO LOGICO	PROCESADO
29	206510	2019-12-22	AUTONOMA	2019-12-22 17:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2019-12-22 21:00:00	4.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 4	PROCESADO
30	206512	2020-01-06	INSITU	2020-01-06 17:30:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-06 19:30:00	2.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LOS ANTECEDENTES DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
31	206514	2020-01-11	AUTONOMA	2020-01-11 08:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-11 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPÍTULO 5: ANTECEDENTES	PROCESADO
32	206515	2020-01-12	AUTONOMA	2020-01-12 08:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-12 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPÍTULO 5: DISEÑO DE PROPUESTA GRAFICA	PROCESADO
33	206517	2020-01-12	AUTONOMA	2020-01-12 17:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-12 21:00:00	4.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 5	PROCESADO
34	206624	2020-01-13	INSITU	2020-01-13 17:30:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-13 19:30:00	2.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DESARROLLAR EL MARCO TEORICO Y LA METODOLOGIA (MATERIALES Y METODOS). SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.	PROCESADO
35	206625	2020-01-18	AUTONOMA	2020-01-18 08:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-18 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPÍTULO 5: MARCO TEORICO	PROCESADO
36	206626	2020-01-19	AUTONOMA	2020-01-19 08:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-19 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPÍTULO 5: DISEÑO DE PROPUESTA GRAFICA	PROCESADO
37	206627	2020-01-19	AUTONOMA	2020-01-19 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-19 21:00:00	4.00	CORRECCIÓN CAPÍTULO 5	PROCESADO

38	208628	2020-01-20	INSITU	2020-01-20 17:30:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2020-01-20 19:30:00	2.00	EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR EL ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO
39	208629	2020-01-25	AUTONOMA	2020-01-25 08:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2020-01-25 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPITULO 5: METODOLOGIA (DESCRIPCION)	PROCESADO
40	208630	2020-01-26	AUTONOMA	2020-01-26 08:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2020-01-26 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPITULO 5: DISEÑO DE PROPUESTA GRÁFICA	PROCESADO
41	208631	2020-01-26	AUTONOMA	2020-01-26 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2020-01-26 21:00:00	4.00	CORRECCION CAPITULO 5	PROCESADO
42	208632	2020-01-27	INSITU	2020-01-27 17:30:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2020-01-27 19:30:00	2.00	EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA APLICAR EL DISEÑO Y PLANIFICACION DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO
43	210314	2020-02-01	AUTONOMA	2020-02-01 08:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2020-02-01 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPITULO 5: FORMULACION PROPUESTA	PROCESADO
44	210315	2020-02-02	AUTONOMA	2020-02-02 08:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2020-02-02 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPITULO 5: DISEÑO DE PROPUESTA GRÁFICA	PROCESADO
45	210316	2020-02-02	AUTONOMA	2020-02-02 17:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2020-02-02 21:00:00	4.00	CORRECCION CAPITULO 5	PROCESADO
46	210317	2020-02-03	INSITU	2020-02-03 17:30:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2020-02-03 19:30:00	2.00	EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA ESTRATEGIA CREATIVA Y EL PLAN DE MEDIOS DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO
47	210318	2020-02-08	AUTONOMA	2020-02-08 08:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2020-02-08 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPITULO 5: APLICACION PROPUESTA	PROCESADO
48	210319	2020-02-09	AUTONOMA	2020-02-09 08:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2020-02-09 16:00:00	8.00	DESARROLLO CAPITULO 5: DISEÑO DE PROPUESTA GRÁFICA	PROCESADO
49	210320	2020-02-09	AUTONOMA	2020-02-09 17:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2020-02-09 21:00:00	4.00	CORRECCION CAPITULO 5	PROCESADO
50	212722	2020-02-10	INSITU	2020-02-10 17:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2020-02-10 18:30:00	1.00	EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LOS RECURSOS A UTILIZAR EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO
51	212723	2020-02-15	AUTONOMA	2020-02-15 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2020-02-15 12:00:00	4.00	DESARROLLO CAPITULO 6: RECURSOS	PROCESADO
52	212724	2020-02-10	INSITU	2020-02-10 18:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2020-02-10 19:30:00	1.00	EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR EL PRESUPUESTO A UTILIZAR EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO
53	212725	2020-02-15	AUTONOMA	2020-02-15 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2020-02-15 17:00:00	4.00	DESARROLLO CAPITULO 6: PRESUPUESTO	PROCESADO
54	212726	2020-02-15	AUTONOMA	2020-02-15 18:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2020-02-15 20:00:00	2.00	CORRECCION CAPITULO 6	PROCESADO
55	212727	2020-02-17	INSITU	2020-02-17 17:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2020-02-17 18:30:00	1.00	EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR EL CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES EJECUTADAS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO
56	212728	2020-02-22	AUTONOMA	2020-02-22 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2020-02-22 11:00:00	3.00	DESARROLLO CAPITULO 6: CRONOGRAMA	PROCESADO
57	212729	2020-02-22	AUTONOMA	2020-02-22 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2020-02-22 13:00:00	1.00	CORRECCION CAPITULO 6	PROCESADO

58	213268	2020-02-24	INSITU	2020-02-24 17:30:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2020-02-29 12:00:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LAS CONCLUSIONES OBTENIDAS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO
59	213269	2020-02-29	AUTONOMA	2020-02-29 08:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2020-02-29 12:00:00	4.00	DESARROLLO CAPITULO 7: CONCLUSIONES REVISIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA SEGÚN NORMAS APA SEXTA EDICIÓN Y DE LOS ANEXOS INCLUIDOS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO
60	213273	2020-03-02	INSITU	2020-03-02 17:30:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2020-03-02 18:30:00	1.00	REVISIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA SEGÚN NORMAS APA SEXTA EDICIÓN Y DE LOS ANEXOS INCLUIDOS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO
61	213274	2020-03-07	AUTONOMA	2020-03-07 08:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2020-03-07 11:00:00	3.00	DESARROLLO CAPITULO 7: BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS	PROCESADO
62	213275	2020-03-07	AUTONOMA	2020-03-07 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2020-03-07 13:00:00	1.00	CORRECCIÓN CAPITULO 7	PROCESADO
63	213270	2020-02-24	INSITU	2020-02-24 18:30:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2020-02-24 19:30:00	1.00	EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LAS RECOMENDACIONES OBTENIDAS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.	PROCESADO
64	213271	2020-02-29	AUTONOMA	2020-02-29 13:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2020-02-29 17:00:00	4.00	DESARROLLO CAPITULO 7: RECOMENDACIONES	PROCESADO
65	213272	2020-02-29	AUTONOMA	2020-02-29 18:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2020-02-29 20:00:00	2.00	CORRECCIÓN CAPITULO 7	PROCESADO
66	213276	2020-03-09	INSITU	2020-03-09 17:30:00	INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL	2020-03-09 18:30:00	1.00	EL ESTUDIANTE ENTREGA SU TESIS TERMINADA SATISFACTORIAMENTE.	PROCESADO
67	213277	2020-03-14	AUTONOMA	2020-03-14 08:00:00	INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL	2020-03-14 10:00:00	2.00	CORRECCIÓN TESIS	PROCESADO
68	213946	2020-03-16	INSITU	2020-03-16 17:30:00	INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL	2020-03-16 18:30:00	1.00	EL ESTUDIANTE CUMPLE CON LA FINALIZACIÓN DE SU TESIS DENTRO DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y CALIDAD DEL PROCESO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.	PROCESADO
TOTAL HORAS:							240		
 ZAMBRANO MACÍAS JAVIER IGNACIO TUTOR CI: 1306092117				 BOLANOS JAMI VIANCA LUCERO ALUMNO CI: 1751470670			 ANDRADE FUENTES RAQUEL PAULINA DELEGADO CI: 1719659074		