

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Puchkana: Comercio electrónico de tapices del pueblo Salasaca

Carlos Alfredo Chango Masaquiza

Diseño Gráfico itinerario Medios Interactivos

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención del título
de Licenciado en Diseño Gráfico itinerario Medios Interactivos

Quito, 17 de diciembre de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Puchkana: Comercio electrónico de tapices del pueblo Salasaca

Carlos Alfredo Chango Masaquiza

Calificación:	/100
Nombre del profesor, Título Académico	Gabriel Andrade Pazmiño, MPS.
Firma del profesor:	-----

Quito, 17 de diciembre de 2021

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante:	-----
Nombre y Apellidos:	Carlos Alfredo Chango Masaquiza
Código:	00203507
Cédula de ciudadanía:	1804442885
Lugar y fecha:	Quito, 17 de diciembre de 2021

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al.(2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

RESUMEN

Salasaka es uno de los pueblos kichwa más representativos del territorio ecuatoriano puesto que mantienen latentes sus costumbres, tradiciones y conocimientos en la producción de artesanías como es el caso de los tapices que mantienen un proceso totalmente artesanal. Sin embargo, con el pasar de los años se ha visto una gran escasez en la comercialización de los tapices autóctonos del pueblo, esto se debe a que existe un número limitado de productores, su comercialización no es lucrativa ya que el costo de producción supera al precio de venta y se necesitan canales de comercio internacional.

Por esta razón se crea Puchkana, una página que busca comercializar tapices dentro su plataforma e-commerce haciendo el uso de las nuevas tecnologías como la realidad aumentada, pasarela de pagos internacional y el manejo confiable de la logística de entrega. Cada una de sus secciones están orientadas para dar información del Pueblo Salasaca y de esta manera lograr que las personas conozcan sobre el proceso de la elaboración del producto, con la finalidad de que este bello arte se mantenga a flote y con esto no se desvalorice al productor ni a su producto.

Palabras clave: E-commerce, pasarela de pagos, AR, UX, comercialización, Salasaka.

ABSTRACT

Salasaka is one of the most representative Kichwa people of the Ecuadorian territory since they keep their customs, traditions, and knowledge latent in the production of handicrafts such as tapestries that maintain a totally handmade process. However, over the years there has been a great shortage in the commercialization of the indigenous tapestries of the town, this is since there is a limited number of producers, their commercialization is not lucrative since the cost of production exceeds the sale price and international trade channels are needed.

For this reason, Puchkana is created, a page that seeks to market tapestries within its e-commerce platform making use of new technologies such as: Augmented Reality, international payment gateway and the reliable management of delivery logistics. Each of its sections are oriented to give information about the Salasaca People and in this way to get people to know about the process of making the product, in order that this beautiful art remains afloat and with this the producer or his / her product is not devalued.

Keywords: E-commerce, payment gateway, AR, UX, commercialization, Salasaka.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	10
DESARROLLO DEL TEMA	11
Antecedentes y justificación	11
Problemática.	11
Objetivo.	12
Metodología.	12
Investigación.....	13
El proyecto.....	15
Conceptualización.	15
Prototipado.....	16
Desarrollo tecnológico.....	18
Plan de comunicación	21
CONCLUSIONES	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Perfiles persona	21
---------------------------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2: Optimización de la página de inicio	16
Figura 3: Sección de ventas e información histórica.....	17
Figura 4: Gama cromática de la página.....	18
Figura 5: Sección de la página web Puchkana	19
Figura 6: Sección de tienda y pasarela de pagos	20
Figura 7: Realidad aumentada.....	20

INTRODUCCIÓN

Los Salasakas están perdiendo sus costumbres milenarias debido a los cambios generacionales y estructurales que van vinculados con la modernización del pueblo. Donde se ha reemplazado la mano de obra por maquinarias que acortan el tiempo de producción, de modo que limita el crecimiento de los productores y comerciantes afectando de manera directa e indirecta la fabricación de los tapices. Estos acontecimientos generan un incremento en el precio de venta, lo cual provoca una reducción en la demanda de la artesanía, consiguiente limita su comercialización. La escasez de beneficios restringe la fabricación de los tapices impulsando a los artesanos en buscar nuevas actividades económicas.

Como una solución diferente para la reactivación del comercio y producción de los tapices artesanales, nace *Puchkana*, traducido al idioma *Kichwa* que significa Hilar. *Puchkana* es una página e-commerce interactiva orientada a un público interesado por el arte textil indígena, busca reactivar el comercio del tapiz mediante una plataforma de venta en línea donde el usuario interactúa con los productos a través de la realidad aumentada desde su dispositivo móvil. El sitio web contiene 3 secciones que se distribuyen en: Pueblo Salasaca, Manos Milenarias y Arte Indígena; cada una de estas muestran diferente contenido informativo sobre el proceso del producto, el pueblo y la venta. En la última sección el usuario puede seleccionar un tapiz, visualizarlo en el lugar deseado a través de la realidad aumentada, además de realizar la compra.

DESARROLLO DEL TEMA

Antecedentes y justificación

Problemática.

De acuerdo con el Gobierno autónomo descentralizado Salasaka en su artículo del 2015 menciona que son un pueblo artesanal que se destaca por la producción de tapiz, actividad impulsada hace 50 años de mano de los voluntarios del Programa de Cuerpo de Paz de Estados Unidos que guiaron al mejoramiento de las técnicas de diseño. La iniciativa estableció a los tapices Salasaka como unos de los artes más representativos y reconocidos a nivel nacional, gracias a que en sus fibras relatan sus vivencias y creencias (Gamboa, y otros, 2005). Pese a haber tenido una gran acogida comercial en los primeros años de producción, existieron diversos factores que impidieron la continuación y especialización en el detalle del producto.

En la actualidad pocos textileros se dedican a este arte mal remunerado a causa de que la remuneración es considerablemente desigual, ya que los comerciantes lucran por cada tapiz mientras los productores obtienen migajas de la comercialización. José María es uno de los pocos artesanos que aún mantienen con vida esta tradición, proviene de una familia netamente artesanal, pero sus descendientes no pretenden continuar con su legado. Así como él, varias personas lucharon hasta cierto momento por evitar que esta actividad quede en el olvido, sin embargo, la inestabilidad económica provocó la búsqueda de nuevas oportunidades mejor remuneradas.

Según Alexis Roche en su revista científica y tecnológica del 2015 UPSE: Negocios en la Web, un Mall Virtual menciona que los negocios hoy en día se han incrementado considerablemente con el apoyo de la tecnología, pues muchos comerciantes o empresarios de sectores vulnerables han creado una extensión web de sus servicios, con la finalidad de expandir

su mercado. EL pueblo Salasaka se abre al mundo tecnológico mediante la implementación de una plataforma web informativa, e-commerce donde además de comprar los diversos productos del catálogo, también pueden interactuar con ellos, conocer más sobre el pueblo y los distintos procesos de fabricación.

Objetivo.

Por medio de los recursos web y las nuevas entradas interactivas se busca crear una página on-line, que permita observar información detallada de las actividades, la cosmovisión del pueblo Salasaka, así como también las diferentes etapas de manufactura ancestral para la fabricación de los tejidos, donde se abarca la obtención y cuidado del hilo.

Por medio del rescate histórico de técnicas milenarias que han transcurrido de generación en generación, los tapices retoman su autenticidad netamente manual y orgánica. Cada uno de estos tapices llega a ser único con la finalidad de entregar al comprador un producto de muy alta calidad y auténtico. Esta distinción y detalle a comparación de otros artículos permite que el precio de cada tapiz solvante el trabajo laborioso que conlleva cada uno de ellos.

Metodología.

Para lograr este trabajo de investigación se ha utilizado una metodología que se interesa por acceder a las experiencias, interacciones y documentos en su contexto natural como es la investigación cualitativa. Según Roberto Sampieri en su libro metodologías de la investigación menciona que el enfoque cualitativo está distribuido por áreas o temas de investigación. Procede a la recolección y análisis de datos en los que se puede realizar preguntas y teorías antes, a lo largo, o después de la recolección.

Dentro de esta investigación se utilizó la técnica de la entrevista para la recolección de datos basados en la experiencia y el conocimiento del colaborador (Acevedo Ibáñez & López M., 2004). Entre el público a cuestionar se encuentran artesanos, comerciantes, compradores y personas que motivan proyectos de rescate histórico. Con la información recaudada, se establecieron posibles soluciones en base a diferentes ideas por elegir, solo una de las estas fue seleccionada para este proyecto y en sus inicios se realizaron varias pruebas de usuario.

El número de artesanos textiles ha disminuido gradualmente, causa de las bajas retribuciones que no costean el valor de la mano de obra. Los comerciantes establecen el precio de los productos, dirigen a su beneficio el mayor porcentaje de ganancias a comparación de los productores, en consecuencia, se desvaloriza la producción artesanal de los tapices.

Investigación.

El pueblo Salasaka declarado como patrimonio inmaterial del territorio ecuatoriano (El Universo, 2018) ha sido reconocido por la elaboración del tapiz, cada uno de sus trazos expresa tradiciones y vivencias de su gente. En la actualidad, los artesanos que se dedican a esta disciplina hacen uso de materiales prefabricados de origen artificial como: el nailon, algodón y la fibra de lana de oveja sintética la misma que es pigmentada con anilina vegetal; estos compuestos permiten incrementar el número de productos en corto tiempo, a diferencia de la técnica original en donde se utilizaba materiales de origen natural, invirtiendo seis horas diarias de trabajo durante dos a tres meses desde el inicio del proceso.

Con el uso de materiales artificiales la producción en el telar después de ser ajustado y montado dura alrededor de 30 minutos por lienzo, con medidas de 15cm x 20cm de un diseño básico, mismo posee un valor comercial de \$3 al trabajar para un contratista directo, cabe mencionar que los tapices comercializados por los productores llegan a tener un valor de hasta 0,50 centavos. Dicha remuneración mal pagada no cubre los gastos de producción, pese a que

los artesanos disponen de un completo catálogo de diseños, donde se aprecia un alto conocimiento en el control de detalles; los años de experiencia les ha permitido elaborar réplicas a partir de imágenes sin necesidad de un manual de fabricación. (María, 2020).

Franklin Caballero durante la entrevista en el año 2020 menciona, que existe un notable apoyo a la iniciativa de rescate histórico-cultural, ciertos artesanos afirman disponer de la bases para impulsar el proyecto, tomando en cuenta el conocimiento ancestral que puede adaptarse a la nuevas técnicas; uno de los materiales usados para la elaboración del tapiz son los pigmentos naturales que buscan replicar la mayor cantidad de colores de la gama cromática manejada en la actualidad, todo esto en conjunto de una adecuada presentación es fundamental con el objetivo de resaltar la exclusividad así como la calidad de los trabajos. Por otra parte, estos son elementos que conforman un producto final exitoso óptimo para la comercialización en mercados nacionales e internacionales. Esta actividad hace del producto algo lucrativo que impulsa a los artesanos a seguir elaborando tapices en vista de que es su único ingreso.

El proyecto

Conceptualización.



Figura 1: Imagotipo Puchkana

Puchkana es una página web de comercio electrónico enfocada en la venta de tapices artesanales Salasaka a nivel nacional e internacional, al ser un portal de comercio directo entre el cliente y el artesano garantiza un comercio justo en donde se valore la excepcionalidad y dedicación en cada uno de los trabajos; hace el uso de la realidad aumentada como un medio de prueba en donde el comprador puede visualizar los artículos dentro de su hogar mediante el uso de la cámara de su dispositivo móvil. Cada una de las diferentes secciones busca ofrecer al usuario la mayor cantidad de información sobre el pueblo Salasaka de la manera más minimalista posible.

Prototipado.

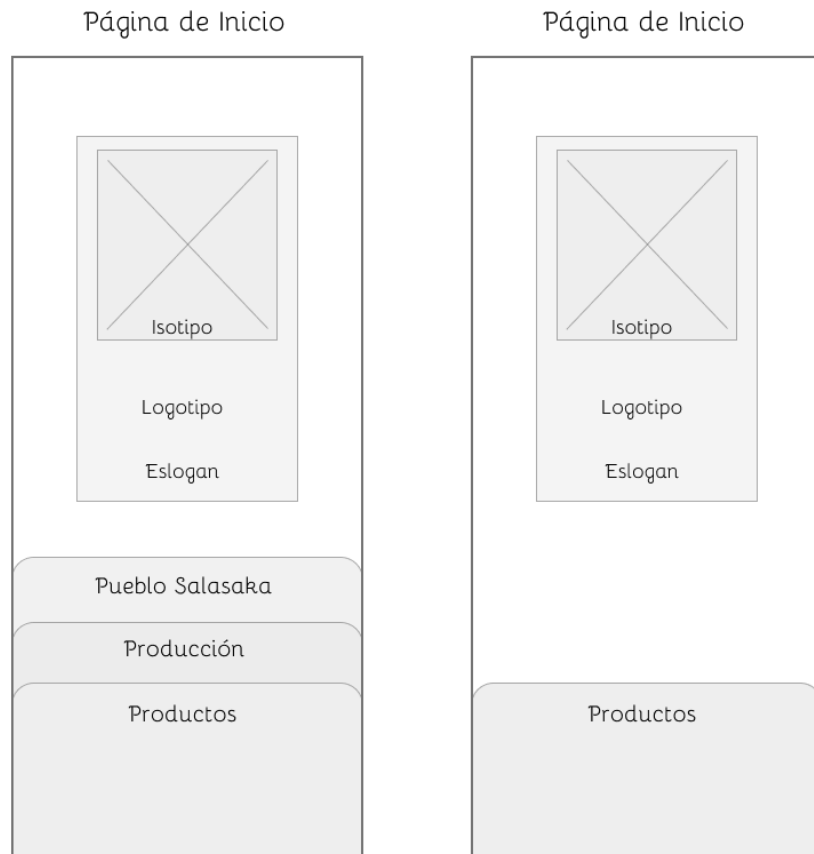


Figura 1: Optimización de la página de inicio

El desarrollo del sitio web cuenta con varios procesos de evolución y mejoramiento que permiten brindar un equilibrio entre la simpleza y la amigabilidad enfocada al usuario, a inicios del prototipo el Home-Page disponía de una distribución de pantalla del 60% para el imago tipo tal cual es la fusión o trabajo junto de logotipo más isotipo (Alcaraz, 2021) y de un 40% para el menú de navegación. Al delimitar que la tiendas es la sección de mayor predominio, el menú en esta sección se reduce al 25% con un acceso directo hacia Arte indígena.

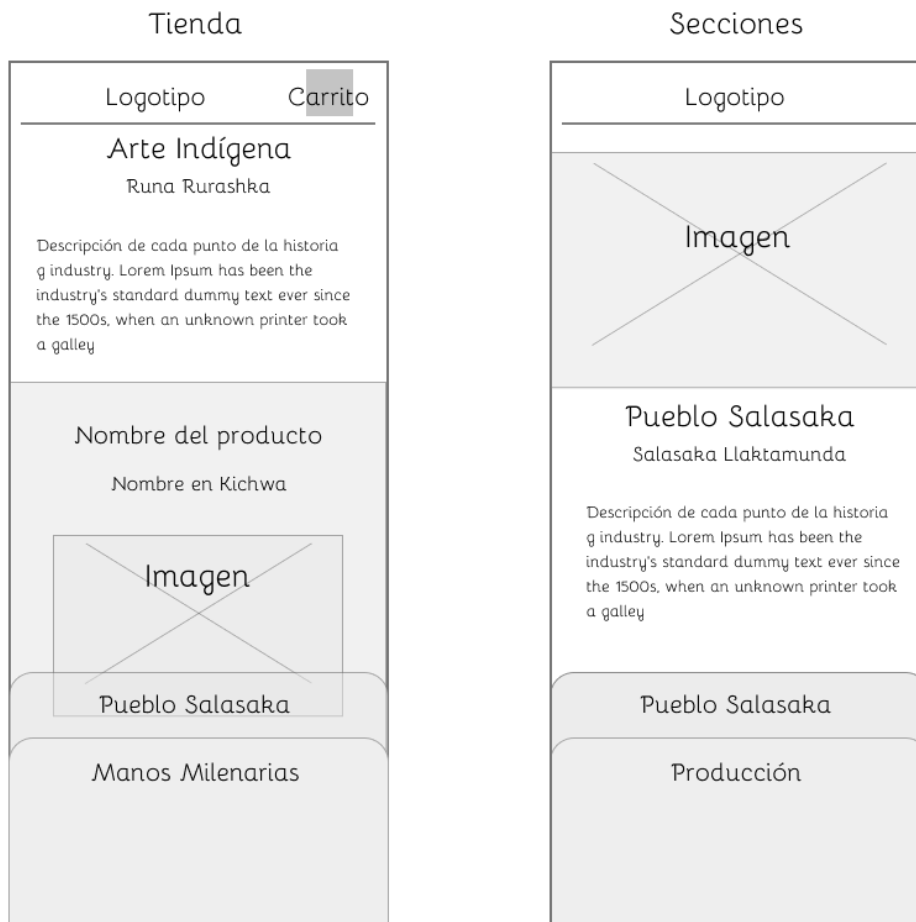


Figura 2: Sección de ventas e información histórica

Desde la sección de compras el usuario visualiza accesos directos distribuidos en la parte superior que va dirigido hacia la página de inicio, así como también el carrito de compras y en la parte inferior se encuentra la sección “Pueblo Salasaka” y “Manos Milenarias”. Dentro del contenido de la página se aprecia una breve descripción del tapiz, el artista, inspiración de la obra, dimensiones, precio y la realidad aumentada, por otro lado, las demás secciones cuentan con igual distribución donde la cromática va enfocada de acuerdo con la sección.

Para la estilización de la página se utilizan fuentes redondeadas sin serifa (tipografía) en texto para delimitar el énfasis y de cierto modo permitir al usuario entrar en confianza con el contenido, mientras que los títulos guardan una combinación entre texto con serifa e itálicas con la finalidad de resaltar los textos que están en español y kichwa.

La gama cromática es una herramienta que posee distintos tonos y colores que se usan dentro de un proyecto, se pueden generar más colores a partir de los que ya se saben, obteniendo diferentes tonalidades (Pérez, 2021). En base a la paleta cromática todo el contenido de la página web se encuentra combinado, así como también los diferentes productos y el texto. Se utilizan colores en diferentes tonalidades como: negro, azul, café y tomate, los cuales resaltan en combinación de un fondo claro.

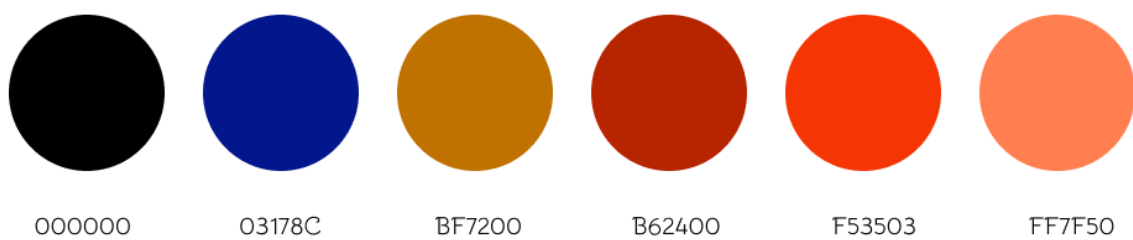


Figura 3: Gama cromática de la página

Desarrollo tecnológico.

Para el desarrollo de este proyecto, se utilizaron herramientas como: *express* y *node* para compilar proyecto funcional además de sus archivos base y módulos con todos los componentes requeridos, como lenguaje de programación se utiliza “*EJS*” para que se encargue de interpretar las líneas de código en las vistas que están a disposición del usuario, las mismas que el navegador se encargará de presentarla en formato *HTML*. La página en su totalidad está enfocada en dispositivos móviles, pero a su vez no deja de ser responsive lo cual quiere decir

que sus secciones seguirán manteniendo un orden y distribución correcta pese a ser visualizado en cualquier tamaño de pantalla.



Figura 4: Sección de la página web Puchkana

El uso de diversos *frameworks* facilita la implementación de tareas en pocas líneas de código, como es el caso de *Stripe* que tiene la finalidad de validar las compras y los métodos de pago, a su vez el *framework* que ofrece *Xr.plus* para el uso de la realidad aumentada (AR), con función de superponer el contenido y la información digital en el mundo físico (Google, 2021), posteriormente se permite posicionar un objeto 3D, en este caso son los tapices sobre una superficie plana como en una pared. Todas las secciones y complementos están personalizados para seguir con el lineamiento de Puchkana para redireccionarse a la página principal o las secciones.

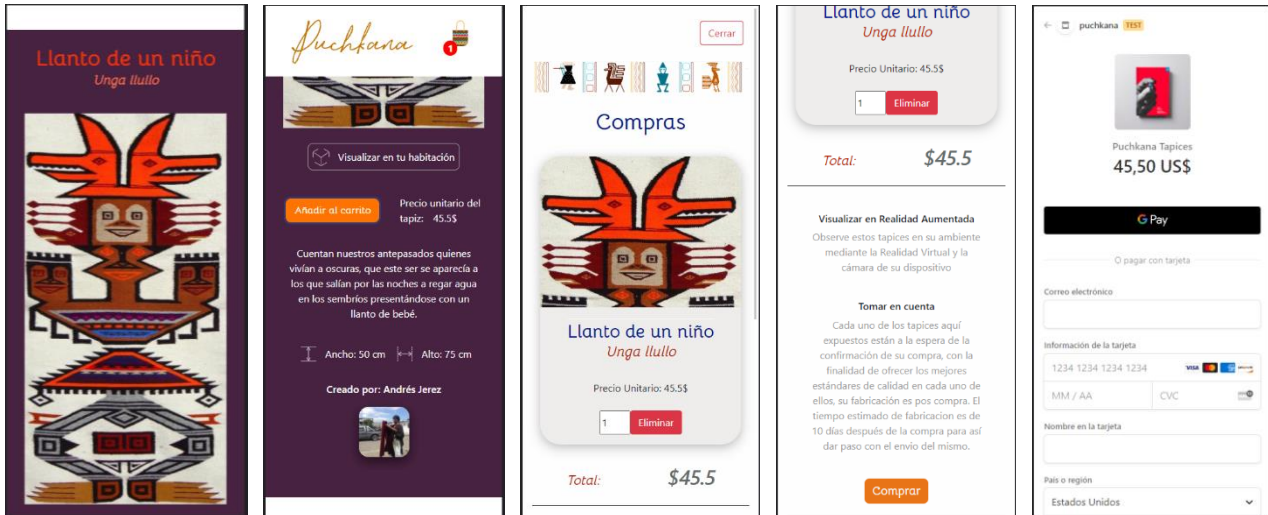


Figura 5: Sección de tienda y pasarela de pagos

Por medio de la correcta combinación entre el uso de código EJS y archivos *JavaScript*, se ha conseguido agregar funciones interactivas, como incluir animaciones y ventanas modales para que sean de mayor atención para quien lo visualiza. Para evitar líneas de código en exceso se aplican mejoras en donde todo el contenido se guarda en una base de datos y se muestra cada vez que el usuario acceda al sitio web; para un ambiente de desarrollo se utiliza DB4free. Una vez que el proyecto se encuentra completo se ancla el proyecto en la red mediante la plataforma de *Heroku* donde cualquier persona con acceso a internet puede acceder a ella mediante el enlace www.puchkanaec.herokuapp.com.

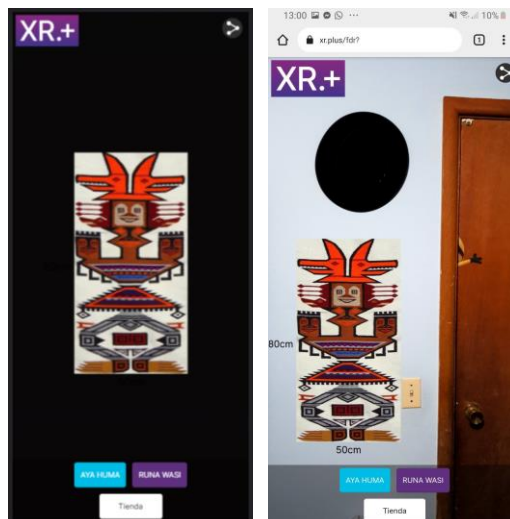


Figura 6: Realidad aumentada

Plan de comunicación

Perfiles - Persona

		Arte	
Cosmovisión		<p>Juan el historiador Busca conocer más del antes y después de las culturas, de esta forma entender el arte existente de las mismas.</p>	<p>Rodrigo el perfeccionista Encantado por las artesanías y su historia, está seguro de que cada uno de estos productos debe ser presentados de la manera más elegante posible.</p>
		<p>Michael el innovador Es apasionado por la tecnología y también por las artesanías, pero carece de tiempo libre para viajar y conocer de otros lugares.</p>	<p>Ivone la coleccionista Fascinada por los tapices de diferentes culturas latinoamericanas, extraña los tapices de la cultura Salasaca.</p>

Tabla 1: Perfiles persona

Mediante el cuadro de comparación de los perfiles persona se estima cómo reacciona cada tipo de individuo que mantiene declinaciones, ya sea por conocer la cosmovisión o sean amantes del arte. Mediante los resultados Puchkana viene hacia el público en general con una propuesta nueva y novedosa, siendo totalmente distinta a los comunes sitios de e-commerce ya que incluye nuevas tecnologías que le facilitan al usuario interactuar con la página y, por otra parte, contiene secciones especializadas en brindar de la mejor manera posible la cosmovisión del pueblo Salasaca y las diferentes técnicas que manejan para la elaboración de los tapices.

De acuerdo con las ventajas y diferencias frente a otras propuestas, *Puchkana* es un proyecto que va hacia otra dirección, con ideas nuevas y estrategia competitiva, la cual opta por aplicar una diferenciación segmentada que se abre paso a establecer una diferenciación de productos existentes con la finalidad de tratar de generar cambios para incrementar su calidad. Se busca mejorar la calidad del linaje de los ovinos, uso de materiales orgánicos para las diferentes pigmentaciones de los tapices, uso de herramientas artesanales y prevalecer la alta calidad en cada uno de los diferentes productos.

Mediante esta estrategia se trata de formar un vínculo con los consumidores en el cual ellos puedan comprender la gran cantidad de trabajo que conlleva producir tapices artesanales de calidad y de igual forma que sean conscientes de ser un elemento importante para el impulso y el reconocimiento del comercio de tapices manteniéndolo dentro del mercado artesanal por tener un producto exclusivo.

CONCLUSIONES

Las nuevas tecnologías interactivas y de desarrollo permiten en la actualidad generar nuevos métodos de conexión entre diversos actores, este es el resultado del correcto manejo de las herramientas de diseño enfocadas a mejorar la experiencia del usuario, ya sea que la página trate de interactuar con los clientes o simplemente sea un sitio de información.

Los conocimientos ancestrales se mantienen presentes gracias a la facilidad de transmisión de un individuo hacia el resto de gente, un ejemplo de ello son las personas que pese a contar con un tiempo de vida limitado incrementan su conocimiento a diario y así mismo esto les permite ir moldeando su identidad. La lógica humana ha posibilitado el cambio de los procesos rudimentarios por procesos industrializados en donde la presencia humana se vuelve nula. Sin embargo, las actividades artesanales han permitido clasificar a estos procesos como únicos y de un valor incalculable.

Este trabajo de investigación dio paso a la apertura de *Puchkana* con la finalidad de rescatar los procesos artesanales con el propósito de que las nuevas generaciones conozcan del tema y así seguir contribuyendo con esta disciplina. Donde personas de todo el mundo tengan acceso y conocimiento del portal web, generando nuevas oportunidades a productores y comerciantes de tapiz. El portal garantiza la seguridad en cada una de las transacciones del usuario por otra parte también brinda complementos como la realidad aumentada que permite interactuar con sus adquisiciones mucho antes de haberlas comprado.

Los alcances de las diferentes páginas web han servido de guía e inspiración, en este caso a un grupo de personas que se han comprometido en ofrecer la mayor calidad posible en sus trabajos, sin escatimar en los materiales como un gesto de gratitud a todos los compradores, quienes valoran su actividad y todo lo que representa la creación de cada una de ellas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo Ibáñez, A., & López M., A. (2004). *El proceso de la entrevista*. México D.F.: Editorial LIMUSA S.A. DE C.V.
- Alcaraz, M. (2021, 11 24). *Baética*. From Logotipo, Isotipo, Imagotipo e Isologo... ¿Qué son y cómo se diferencian?: <https://baetica.com/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/>
- Caballero, F. (2020, Septiembre 28). Producción de los tapices Salasakas. (C. Chango, Interviewer)
- Canlla, E. D. (2017). *E-COMERCE Comercio Electrónico*. Editorial Macro.
- El Universo. (2018, Enero 4). Pueblo Salasaca es declarado patrimonio cultural inmaterial del Ecuador. From <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/01/04/nota/6549016/salasacas-serian-patrimonio-cultural-inmaterial-nacional/>
- Gamboa, C., Ruiz , O., Masaquiza, M., Carreño, L., Camacho, L., & Trujillo, R. (2005). *Aportes andinos sobre derechos humanos*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Gobierno autónomo descentralizado Salasaka. (2015, Octubre 15). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Salasaka. From <http://gobiernoparroquialsalasaka.gob.ec/attachments/article/83/PDOT%20SALASAKA%20ALINIADO%201.pdf>
- Google. (2021, 11 24). *AR home*. From Google AR & VR: <https://arvr.google.com/ar/>
- María, J. (2020, Septiembre 28). Producción de los tapices Salasakas. (C. Chango, Interviewer)
- Navarro, F., Martínez, A., & Martínez, J. (2018). *Realidad Virtual y Realidad Aumentada Desarrollo de aplicaciones*. Ra-Ma Editorial.

- Pérez, A. (2021, Abril 6). *Escuela Superior de Diseño de Barcelona*. From https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/que-es-una-paleta-cromatica-y-como-se-utiliza?fbclid=IwAR2kz-zy9GlQjjXCJJzeFe0fH07O17vs51N2tZv7rvw_d4uPMoREpy1ZP5g
- Roche, A. (2015, 06 19). *Revista Científica y Tecnológica UPSE*. From *Negocios en la Web, un Mall Virtual*: <https://doi.org/10.26423/rctu.v2i3.58>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.