



Instituto Tecnológico Universitario de Formación

Carrera:

Diseño Gráfico y Multimedia

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Creación de mascota representativa para el Instituto Tecnológico
Universitario de Formación”.

**Requisito previo para la obtención del Título de Tecnólogo en
Diseño Gráfico y Multimedia.**

Autor:

Jean Carlos De La Cruz Ruiz.

Tutor:

Lcdo. Lex Campuzano

Guayaquil - Ecuador

2021

Declaración de responsabilidad

Yo, Jean Carlos De la Cruz Ruiz, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de Titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico y Multimedia, titulado: “Creación de mascota representativa para el Instituto Tecnológico Universitario de Formación” es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo. De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto. Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma.

Jean Carlos De la Cruz Ruiz.

C.I.: 0954366001

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS Y NOMBRES
DE LA CRUZ RUIZ
JEAN CARLOS
LUGAR DE NACIMIENTO
QUAYAS
QUAYAQUIL
FEBRES CORDERO
FECHA DE NACIMIENTO 1997-01-05
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO M
ESTADO CIVIL SOLTERO

Nº 093067602-8





INSTRUCCIÓN BACHILLERATO PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE E33432142

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
DE LA CRUZ BRAVO CARLOS
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
RUIZ MARTINEZ JESSICA
LUGAR Y FECHA DE EMISIÓN
QUAYAQUIL
2015-02-11
FECHA DE EXPIRACIÓN
2025-02-11

BOBILA 1000





CERTIFICADO DE VOTACIÓN
7 FEBRERO 2021

PROVINCIA: GUAYAS
CIRCUNSCRIPCIÓN: 1
CANTÓN: QUAYAQUIL
PARROQUIA: FEBRES CORDERO
ZONA: 1
JUNTA No. 0077 MASCULINO

28647839
0930676028



DE LA CRUZ RUIZ JEAN CARLOS




Certificación de Tutor

Lcdo. Lex Campuzano., en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA Que el trabajo de titulación válido para optar por el Título de Tecnólogo en Diseño Gráfico y Multimedia, cuyo tema es: “Creación de mascota representativa para el Instituto Tecnológico Universitario de Formación”, fue elaborado por el Jean Carlos De la Cruz Ruiz, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

Lcdo. Lex Campuzano

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “**Creación de mascota representativa para el Instituto Tecnológico Universitario de Formación**”.

CERTIFICO:

Que el trabajo del estudiante **JEAN CARLOS DE LA CRUZ RUIZ** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa



Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico



@unversitarlodeformacion

INDICE

CAPITULO I	6
1. Fundamentación	6
1.1 Marco histórico	6
1.1.1 Historia de las mascotas corporativas	6
1.1.2 Historia de las mascotas en el futbol	7
1.1.3 Historia de las mascotas de educación superior	9
1.1.4 La primera mascota del Instituto Tecnológico Universitario de Formación	10
1.2 Marco teórico	11
1.2.1 Conceptos fundamentales de mascota y diseñar	11
1.2.3 Diferentes tipos de roles de una mascota.	12
1.3 Marco conceptual	14
1.4 Marco jurídico	16
CAPITULO II	18
2. Metodología empleada	18
2.1 Tipo de enfoque	18
2.1.1 Enfoque de investigación	18
2.2 Tipos de investigación	19
2.2.1 Investigación explicativa	19
2.2.2 Investigación Descriptiva	19
2.2.3 Investigación Documental	19
2.2.4 Investigación De Campo.	19
2.3 Método de la investigación	20
2.3.1 Método teórico	20
2.4 Técnica utilizada	23
2.4.1 Muestra	23
2.5 Análisis de los resultados	25
Capitulo III	29
3. Propuesta	29
3.1 Título de la propuesta.	29
3.2 Objetivo de la propuesta	29
3.3 Factibilidad de la propuesta	29
3.4 Justificación de la propuesta	29
3.5 Análisis PEST, FODA y CAPA	30

3.6 Descripción de la propuesta	32
3.6.1 Fases 1, 2 y 3	33
3.5.1 Herramientas utilizadas	43
3.6.2 Diseños para la propuesta	44
Tabla de precios por diseños	47
Conclusión	49
Recomendaciones	49
Referencias bibliográficas	50
Anexo	52
Anexo 1	52
Anexo 2	53

Resumen

El Instituto Superior Universitario de Formación no cuenta con una mascota representativa, por lo cual el objetivo de la tesis es crear una y mostrar los diversos métodos que conllevaron a su creación. Se ha optado dividir el trabajo en tres capítulos. En el primer capítulo, nos indica como a través de la historia las mascotas han tenido un papel importante ya sea en empresas, deportes o unidades educativas mostrando así los distintos usos que se le puede dar, también se observó las diversas leyes que respaldan su creación. En el segundo capítulo, se verán las diversas metodologías empleadas donde se incluye una encuesta y así poder analizar los resultados de la misma siendo esto de ayuda para tener una información útil en el tema realizado. En el tercer capítulo se verá el desarrollo de la propuesta donde se describe sus funciones y objetivos, además de tener unos pasos a seguir para su creación.

ABSTRAC

The Higher University Training Institute does not have a representative mascot. Therefore, the objective of the thesis is to create one and show the various methods that led to its creation. It has been decided to divide the work into three chapters. In the first chapter, he gives us to understand how throughout history pets have had an important role in companies, sports or educational units, thus showing the different uses that can be given to them, the various laws that support its creation were also observed. In the second chapter, we will see the various methodologies used where a survey is included and thus be able to analyze the results of the same, this being helpful to have useful information on the subject carried out. In the third chapter we will see the development of the proposal where its functions and objectives are described, as well as having some steps to follow for its creation.

Introducción

Breve descripción del tema

El tema escogido es la creación de mascota para el Instituto Superior Universitario de Formación, la idea surge por las diversas observaciones e investigaciones realizadas en diferentes universidades e institutos superiores dentro y fuera del país con la finalidad de poder comprobar que la gran mayoría no constan con una mascota representativa, es muy raro ver que alguna conste con una, en cambio países como Estados Unidos es común verlas y suelen ser muy utilizadas en sus eventos deportivos, estas mascotas en universidades e instituciones tienen como finalidad representar el espíritu y personalidad de dichos planteles.

Hoy en día en nuestro país el uso de las mascotas en universidades o instituciones no son tomadas del todo en serio sin saber que estas cuentan con un gran potencial que puede ser de mucha ayuda, con ello le estarían dando un rostro distintivo al cual se le puede dar múltiples usos, a través de las mascotas se intenta crear un vínculo emocional.

La creación de una mascota no es sencilla y se necesita de mucho conocimiento para hacerlo con éxito. A la hora de pensar en la mascota adecuada y diseñar el personaje animado, es importante tener en cuenta ciertos aspectos que lleven a la correcta representación. Lo primordial sería encontrar el diseño correcto de la mascota y para eso hay que tener en mente las características que le deben de complementar dependiendo del lugar o el grupo de personas con las que se vincula; con eso en mente lo siguiente sería tener una lluvia de ideas, entre las diversas ideas obtenidas hay que seleccionar la que mejor se acople a lo que se quiera realizar.

Los diseños de la mascota pueden ser reales o ficticios, humanos o animales dependiendo de lo que requiera representar. Los ficticios, además de animal, pueden ser vegetal o algo inanimado incluso conceptual; para que este sea eficaz hay que darle significado del porqué de su diseño y sus cualidades, cuál era la inspiración para crearlo, tiene que ser muy eficaz y fácil de recordar para que así se quede impregnado en las mentes de las personas que lo observen.

El aspecto de la mascota es lo más importante, dependiendo de lo que quiera representar se le dará una forma específica, pero no basta con eso también hay que darle un significado a su ser; el porqué de su diseño y preguntarse si tendría lógica su aspecto; esto es acompañado con un aspecto realista o caricaturesco, para el diseño de las mascotas el

aspecto caricaturesco es el más usado por su forma de llamar la atención. Como referencia cultural podemos decir que estas mascotas siempre serán “humanizados”, es decir tomaran varios rasgos humanos sean ojos, nariz, pies o cabeza.

Las mascotas fácilmente reconocibles y asociados por las personas, son aquellos que poseen características humanas esto hace que sean llamativas, donde podemos encontrar este tipo de uso es en los deportes, empresas y en algunas universidades, las mascotas en los deportes son aplicadas para atraer y entretener a las personas, gracias a sus diseños pueden cumplir esas dos funciones, mientras las empresas tratan de transmitir sus características y valores, las universidades las utilizan como herramienta educativa para transmitir un mensaje positivo.

Ejemplo de mascotas utilizadas en diferentes ámbitos

- **Mascotas en los deportes:**

- Futbol (Zabivaka-Copa Mundial de Fútbol, Rusia-2018)
- Basquetbol (Benny The Bull – Del equipo Chicago Bulls)
- Béisbol (Phillie Phanatic - Del equipo Filis de Filadelfia)
- Rugby (Los leones 'Ren' y 'G' Mundial de rugby, Japón-2019)

- **Mascotas en las empresas:**

- El Bibendum (Francia-1898)- Michelin
- Mickey mouse (Estados Unidos-1928)- Disney
- Luxo Jr. (Estados Unidos- 1986) -Pixar
- Ronald mcdonalds (Estados Unidos- 1963)-Mcdonalds
- Mario Bros (Japon- 1988) de Nintendo

- **Mascotas en las universidades**

- Jack the Bulldog (Estados Unidos- 1962) - Georgetown University
- The Demon Deacon (Estados Unidos- 1941) Universidad Wake Forest
- The Nittany Lion (Estados Unidos- 1904) - Pennsylvania State University

- La Tortuga Galápagos (Ecuador-1974) - Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

En Ecuador es poco común ver las mascotas siendo usadas en Universidades ya sea porque no tienen o simplemente se olvidaron de que existía, a diferencia de los equipos de fútbol y en empresas donde es importante mantener una mascota representativa, en el deporte podemos tomar como ejemplo a los dos equipos más conocidos en el país Barcelona y Emelec; por un lado tenemos a Barcelona con una mascota que viene siendo representado con un Toro que es un animal con aspecto humanoide que para el equipo viene a representar la fuerza, vistiendo una camiseta amarilla este color resalta mucho y atraer con mayor facilidad las miradas; por el otro lado tenemos Emelec con su mascota con su cabeza en forma de un Bombillo combinado con un cuerpo humano la cabeza viene a representar poder acompañado con su vestimenta de color azul que transmite confianza y estabilidad con un significado dominante. Las mascotas en empresas podemos encontrar a créditos económicos con una especie de marcianito y a la familia de electrodomésticos de artefacta siendo usado en diversos comerciales y haciéndolo resaltar del resto de la competencia. Mientras que en las mascotas universitarias podemos encontrar a la tortuga de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), Arturo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) y Vicentico el Búho de la universidad Laica estos comparten el honor de representar estas instituciones y ser su símbolo representativo.

Las mascotas suelen tener un tiempo aproximado de vida o de utilidad por eso es necesario renovar su diseño para que sea más duradero de lo contrario este terminaría siendo olvidado, si este marco un antes y un después en ese lugar estas mascotas jamás serán olvidadas permaneciendo en los recuerdos de las personas, generando un gran sentimiento de empatía dejando a un lado la imagen fría que suelen ver en un principio.

Hoy en día en nuestro país las mascotas siguen siendo utilizadas, en su tiempo Ecuador vio un gran potencial en las mascotas corporativas y deportivas de los demás países esto se ve reflejado en compañías y mucho más en los equipos de fútbol, esto es debido al gran talento y estudio de los diseñadores gráficos.

Esto se ve en entidades como el Banco del Pacífico quienes en su tiempo nos dieron a conocer a su mascota un piquero de patas azules pero que no tuvo un gran éxito, muy pocos lo recuerdan, pero cumplió con su función en su debido tiempo.

El uso que se le puede aplicar a la mascota universitaria o institucional puede variar; estos pueden ser usados en eventos dentro o fuera de la institución; además la utilización de una mascota puede ser muy eficaz en la publicidad y ser un elemento muy útil en el marketing de la institución participar en una campaña de publicidad donde simplemente se debería de colocar su imagen en afiches, videos, banners y sitios webs, gracias a esto dotaremos de carisma la publicidad del instituto y de cierta forma atraería muchas miradas. En caso que se requiera la mascota en forma presencial podría crearse un disfraz con esto se le daría una forma interactiva y presencial.

El Instituto Superior Universitario de Formación solo consta con un logotipo, no tiene un rostro significativo que represente algo que vaya más allá de un símbolo, algo para darle más originalidad y carisma.

Para el diseño de la mascota se tuvo que tomar referencias de distintas universidades nacionales e internacionales donde son utilizadas este tipo de mascotas, se pueda percatar que el recurso más utilizado para sus diseños son los animales con aspecto caricaturesco y rasgos humanos esto es con la finalidad de que sea agradable para las personas que lo vean.

Se tomó al papagayo, este fue escogido por distintas variantes, esta ave junto a la iguana y el mono machín, los tres animales antes mencionados son considerados representativos de la ciudad de Guayaquil, cada uno de ellos tiene un monumento localizados en distintos lugares de la ciudad de Guayaquil; el Papagayo además de ser un animal representativo es parte de la familia de los psitácidos estas son aves inteligentes capaces de repetir lo que dice una persona e incluso comprender. El papagayo es un ave de sabiduría capaces de transmitir a las demás aves, similar a lo que hace el instituto transmitir sus conocimientos a los estudiantes, el papagayo posee unas tonalidades similares a los colores del antiguo logo del instituto.

Para su diseño se le dio el rasgo humanizado y caricaturizado con la finalidad de tener una apariencia agradable para las personas, su estatura sería de un metro sesenta y para su forma de ser se le atribuyó la actitud alegre y entusiasta esto reflejando a nuestros jóvenes y adultos que viene al instituto.

El diseño puede llevar accesorio como camisetas, gorros e incluso zapatos esto puede depender de si es necesario para algún evento en el cual se utilizará su imagen, en las olimpiadas la mascota puede vestir una camiseta y zapatos deportivos en caso de un evento

elegante usaría esmoquin con un moño y un gorro de copa, estos serían unos claros ejemplos de cómo puede ser utilizado.

Problema

¿Por qué no existe una mascota representativa que pueda captar los valores y esencia del Instituto Superior Universitario de Formación de la ciudad de Guayaquil?

Objetivo

Elaborar una mascota representativa que pueda transmitir la personalidad y los valores del Instituto Superior Universitario de Formación de la ciudad de Guayaquil.

CAPITULO I

1. Fundamentación

1.1 Marco histórico

1.1.1 Historia de las mascotas corporativas

Desde los siglos pasados se utilizaban las mascotas como una forma más amigable de presentar a las marcas, instituciones o grupos de personas. Para poder referirse a la primera mascota corporativa creada habría de situarse en el año de 1898, de la mano de la empresa francesa del sector industrial de neumáticos Michelin quienes lanzarían a Bibendum un personaje hecho de neumáticos creado por O'Galop.

Su primera aparición fue en un cartel en el que se ve en un banquete de manera imponente que en su levanta su copa llena de clavos y de fragmentos de vidrio y brindando con la siguiente frase “Nunc est bibendum” equivalente a “¡Salud! El neumático se traga los obstáculos”. Muchos carteles dan testimonio de ello al mostrando a Bibendum quitándose uno de sus neumáticos para ayudar a un desafortunado automovilista. Dependiendo del dibujante, aparece unas veces próspero e imponente, otras jovial y rollizo.

Este “abuelo” de las mascotas tiene mucha historia, muchos cambios estéticos de rejuvenecimiento, y representa el mayor legado de la marca para muchas generaciones. Uno de sus cambios más notables sería en 1923, donde Michelin lanza una serie de neumáticos revolucionarios, los Confort con banda de rodadura ancha y baja presión aquí sería donde Bibendum sufre una nueva transformo para adaptarse con flexibilidad a las nuevas circunstancias donde pierde algunos neumáticos e incluso de diría que perdió algunos kilos.

Pero el cambio más notorio sería 1894, donde fue diseñado en Lyon (Francia) por Edouard y André Michelin después de ver una pila de neumáticos de diferentes tamaños en el stand de la exposición universal y colonial le vendría a la mente el diseño que hoy en día conocemos que se mantendría hasta la actualidad.

Con el tiempo diversas empresa al ver el éxito de las mascotas quiso tener una, no todas tuvieron el mismo éxito, pero otras si llegando tan lejos que hasta el día de hoy son reconocidas mundialmente, tenemos el caso de Mickey Mouse es un personaje ficticio de la serie del mismo nombre, mascota emblemática y rostro de la compañía Disney, este fue creado el 18 de noviembre de 1928, fue creado por Walt Disney, su apariencia es el de un ratón con rasgos humanos vistiendo zapatos, pantalones y un par de guates. Berrú (2019).

Afirma. “siempre han de ser Humanizados, es decir que tengan, un par de ojos, nariz, pies y cabeza, los personajes fácilmente reconocibles y asociados con el consumidor, son aquellos que poseen características humanas”. Estas características son las más usadas debido a su larga historia en diferentes diseños de personajes o mascotas, utilizando animal con rasgos humanos vestirlos con determinadas prendas.

Su gran debut fue en el primer cortometraje sonoro de dibujos animados, y su tercera aparición, de ahí en adelante este popularizaría en el mundo teniendo logros como tener sus propios programas de televisión, películas, videojuegos y siendo la principal mascota representante del grande parque temático Disney World.

Otro gran ejemplo de este sería Mario un personaje ficticio creado por la franquicia de videojuegos, homónima fue diseñado por el japonés Shigeru Miyamoto para la compañía Nintendo. Su debut fue en el 13 de septiembre de 1985, en el juego Súper Mario Bros actuando como la mascota de la compañía, teniendo apariciones en videojuegos, series televisivas y películas, por su gran éxito se ha posicionado como el ícono emblemático de Nintendo, llegando a ser uno de los personajes más famosos y conocidos de videojuegos de todos los tiempos.

Sin alejarnos tanto tenemos a Luxo Jr. quien viene siendo la mascota de Pixar Animation Studios, este diseño es simple ya que solo es una lámpara de mesa, su primera aparición fue en el primer film producido por producido por la misma compañía. Fue escrito y dirigido en 1986 por John Lasseter. Pese a su sencillez y brevedad, ha llegado a ser un corto de culto en el mundo de la animación, lo cual catapulto a Luxo Jr. a ser la mascota oficial que después del film tuvo sus apariciones en los comienzos de las películas de Pixar donde aplastaba una de las letras de Pixar siendo más específico la letra i.

1.1.2 Historia de las mascotas en el futbol

Las mascotas en el fútbol tienen diversos diseños desde animales a humanos, e incluso gigantescas frutas y hasta seres extraterrestres. Durante más de cinco décadas han formado parte especial del evento deportivo más seguido del planeta que todo mundo lo conoce como el mundial de futbol, donde sus creadores han tratado siempre, con más o menos acierto, de combinar características propias de cada país organizador con elementos renovadores del diseño. Hernández (2015). Afirma. “Éstas adquieren su valor por la importancia del promotor y actúan como símbolos de identidad nacional de difusión global

de los países” (p.11). Los diseños de estas mascotas son únicos dependiendo de la cultura que tenga el país y lo que se quiera representar al público en general, su diseño puede ser bueno o malo esto se verá reflejado por el pasar de los años.

La asociación de las mascotas con competiciones deportivas es antigua se remonta a la década de los sesenta. La Copa Mundial de fútbol fue el certamen que inició la tradición, pues la primera de las mascotas en presentarse en estos torneos fue el león Willie, símbolo tradicional de la realeza británica, apareció en Inglaterra, en 1966; mientras que en los Juegos Olímpicos hizo su debut oficial en 1972, y le correspondió al perro Waldi acompañar a los atletas en la cita de Múnich.

En 1966, Willie causó sensación. El león, con una bandera inglesa en su pecho y una melena que recordaba a la que llevaban los famosos The Beatles, estuvo en los principales estadios y su figura está asociada con gratos recuerdos para los ingleses. La razón es sencilla: luego de ese Mundial la mejor actuación de los “creadores del fútbol” ha sido un cuarto lugar. Después de Willie comenzó el período de unos niños como mascotas. De ejemplo tenemos, en 1970, en México, fue Juanito y en 1974 los alemanes eligieron a los hermanos Tip y Tap ambas mascotas tienen el diseño de personas caricaturizadas.

Los españoles quisieron innovar y para ello en 1982 ellos presentaron a “Naranjito”, como indica su nombre, era una naranja enorme, una fruta típica en Valencia y Murcia, vestida de pies a cabeza con ropa de futbolista, y teniendo una expresión pícaro en el rostro. “Naranjito” ha sido la única fruta en la historia de las mascotas en estar presente en dos grandes eventos deportivos, en el Mundial y en los Juegos Olímpicos.

Para los siguientes mundiales se dieron a conocer algunos conceptos originales, uno de estos vendría de Italia en 1990, presentaron a la primera mascota inanimada; “Ciao”, una maqueta mecánica, con los colores de la bandera italiana y una pelota en la cabeza, ha sido una de las menos llamativas en uno de los Mundiales considerado de los más mediocres de todos los tiempos, después de esto las mascotas en los mundiales comenzaron a ser diseñadas a partir de animales con rasgos humanos.

1.1.3 Historia de las mascotas de educación superior

Jack the Bulldog es la mascota oficial de los equipos atléticos de la Universidad de Georgetown. Jack no siempre fue el nombre de la mascota, tampoco siempre fue un bulldog, ya que otros tipos de razas de perros, particularmente bull terriers estaban asociados con los equipos deportivos antes de 1962. En 2009, el American Kennel Club clasificó a Jack como el octavo perro más popular en la cultura estadounidense.

En la actualidad, Georgetown se encuentra entre las treinta y nueve universidades estadounidenses que utilizan un bulldog como mascota. Jack también es interpretado por un personaje disfrazado de mascota Bulldog, una tradición que se ve desde 1977 que muchos aseguran que perdurara por siempre.

The HokieBird, es la mascota oficial de la universidad de Virginia Polytechnic Institute and State University, esta posee el aspecto de un pavo antropomórfico, pero a pesar de su aspecto ha generado una serie de libros para niños con otras mascotas universitarias y deportivas profesionales.

Todo empezó en 1962 cuando un estudiante recaudó \$ 200 para crear un disfraz que tenía una cabeza que se parecía a un cardenal e incluía plumas de pavo reales teñidas con los colores de la escuela. Esta mascota debutó en el entonces juego de fútbol anual del Día de Acción de Gracias entre los rivales de la escuela militar VPI y VMI. Este traje se modificó en 1971 para incluir un cuello largo, por lo que mide más de dos metros de alto, y el nombre se cambió a Fighting Gobbler.

Reveille es la mascota oficial de la Universidad Texas A&M esta mascota es muy particular ya que es un perro de verdad. Esto empezó en 1931 los estudiantes adoptaron un perro de raza mixta y la convirtieron en el miembro de más alto rango del Cuerpo de Cadetes de Texas A&M como parte de una recaudación de fondos para el Cuerpo K-9.

Ocho años después de su muerte, un graduado de la universidad donó un perro pastor de Shetland para que fuera la segunda mascota oficial de Aggie, Reveille II. La tercera fue la primera en ser un Rough Collie de pura raza; todas las mascotas posteriores han pertenecido a esta raza, convirtiendo en una tradición traer otro perro de la misma raza después de falleciera el anterior.

Cuando mueren, las Reveilles son enterradas en un cementerio especial ubicado fuera del extremo norte de Kyle Field. Los cuerpos se colocan de cara a la zona de anotación sur y al marcador. Después de que se construyó la adición a Kyle Field en el extremo norte, bloqueando la vista del marcador, se colocó un pequeño marcador fuera del estadio, llamado el marcador de Reveille, para que la tradición pudiera seguir viva.

La tortuga Galápagos es la mascota de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) su apariencia es el de un dibujo de una tortuga con gafas esta tuvo su primera aparición el 25 de noviembre de 1974 convirtiéndose en su símbolo distintivo, incluso ubicaron su imagen en el centro de su bandera, siendo conocido dentro y fuera del país.

1.1.4 La primera mascota del Instituto Tecnológico Universitario de Formación

El instituto Tecnológico Universitario de Formación constaba de una mascota, esto era antes de recibir el nombre de Instituto Universitario siendo este en sus inicios como Instituto Tecnológico o anteriormente conocido como Instituto Superior Tecnológico de Formación (ITF), la mascota era conocida por el nombre de Estufor a pesar de ser creado esta mascota no tuvo justificación para su diseño, tuvo participación en actividades internos con los estudiantes, pero esta mascota tuvo un corto periodo de tiempo desapareciendo y siendo olvidada, solamente recordada por estudiantes y profesores de aquella época.

1.2 Marco teórico

1.2.1 Conceptos fundamentales de mascota y diseñar

Mascota.

Una mascota, según la Real Academia Española, es referido como “Persona, animal o cosa que sirve de talismán, que trae buena suerte. Animal de compañía” (RAE, 2019). Con lo anteriormente referido podemos concluir que las mascotas pueden tener diferentes diseños esto dependiendo del lugar, trabajo o necesidad, no obstante, lo que más influiría sería la creatividad del diseñador.

La profesora Martha Aidée García nos da su propia definición que nos acerca a la visión que tienen las empresas sobre las mascotas. “monstruos publicitarios, que son creados por el hombre con la necesidad psicológica de creer en mitos que se desenvuelven gracias a una personalidad y diseño, establecido los valores morales en una sociedad” (García, 2004). Las mascotas poseen un gran potencial que mucha gente ignora, pero no solo basta con un simple dibujo o diseño, sino que también hay que dotarlos de su propio carisma.

Ahora, tomando en cuenta el concepto personal de parte de Juan Carlos Berrú en su tesis nos da una define sobre personajes o mascotas. “Son una herramienta factible para lograr con mayor efectividad el objetivo deseado” (Berrú, 2019). No toda mascota o personaje es factible, porque muchos carecen de una identidad propia ya sea en su diseño o personalidad.

Diseñar.

La palabra diseño puede variar su significado dependiendo del punto de vista en el que sea empleado, muchos indican que puede ser una forma de comunicación. Swann (1990) afirma. “Es una comunicación relativos a productos, conceptos, imágenes y organizaciones, esto se logra a través de la comparación de elementos escogidos en un proceso de desarrollo compuesto por muchas etapas”. La idea es que una mascota o personaje tiene que ser descrito, y puede tener características específicas, incluso puede poseer diferentes cualidades y debilidades propias de él.

La RAE nos dice que es “Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie” (RAE, 2019). Tenemos un punto de vista diferente de como usualmente es considerado, este es más común ser visto en el ámbito publicitario, donde se crea una mascota o personaje para generar merchandising o ser usado en publicidades.

Mucha gente tiene la creencia de que el diseño y el arte están conjuntas o son uno mismo, y otros afirman que son muy distintos. Trochut (2016) afirma. “Que el diseño y el arte son lenguajes distintos, pero sí pienso que un diseñador puede hablar lenguaje del Arte, o un artista el lenguaje del diseño”. Lo antes mencionado es fundamental para saber cuan diferentes es el diseñador de un artista, suelen tener una relación estrecha que puede ser complicado de ver si no se tiene conocimientos sobre los temas.

1.2.3 Diferentes tipos de roles de una mascota.

Rol deportivo.

Las mascotas son consideradas una gran influencia en grandes eventos deportivos, siendo una costumbre o tradición crear una nueva cada vez que suceda este tipo de evento, como sería el caso de los juegos Olímpicos donde cumple diversas funciones. Domènech (1997) Afirma. “La mascota olímpica es a la vez un símbolo emblemático, una mercadería y un objeto estético, susceptible de ser valorado estéticamente”. La cita antes mencionada nos da un claro ejemplo de como las mascotas en algunos casos son considerada un símbolo o icono que puede ser una fuente de ingreso siendo aplicadas como un objeto comercial, lo que yo considero está muy bien descrito pues es así como son vistas. (anexo 2. Pag. 51).

Rol empresarial o corporativo.

Las empresas ven en una mascota una forma de presentarse a sí mismos o sus productos de una forma más amigable. “Las mascotas corporativas es la idea de un personaje que representa una amplia gama de seres humanos, animados o ficticios que es usado para promover un producto, servicio o idea” (Kraak, 2014). Concordando con lo antes mencionado ya que las mascotas cumplen su cometido pasando de vender un simple producto o servicio a darle algo más de carisma y personalidad.

Las mascotas generan una imagen de recordación de la empresa o producto, por esta razón, este es la razón de crear e implementar una mascota en una marca. “El recurso de las mascotas también sirve para la recordación de las marcas” (Rodríguez, 2015). Las mascotas publicitarias o corporativas son fundamentales ya que pueden desempeñar el papel del rostro de la empresa o marca llegando a plasmarse en la mente de las personas que lo ven. (anexo 2. Pag. 52).

Rol en Instituciones educativas

Las mascotas en instituciones educativas son más comunes de verlas en otros países como donde tratan de mostrar los valores de su planten educativo mediante una mascota. La Universidad Autónoma del Estado de México pidió una propuesta para una mascota donde el ganador fue el estudiante Eduardo Muñoz Cruz con el diseño de un remolino con una chaqueta y dando una explicación del porqué de su diseño. Muñoz (2017) afirma. “así como las abejas y el potro tienen un significado especial en la vida de la UAEM, yo podría aportar una imagen para el Centro Universitario” (p. 20). La cita es fundamental ya que nos dice que toda creación tiene un significado, sean estos sus colores o en la forma de la mascota, porque hay que darle un significado y así se diferenciara del resto siendo esta una opinión acertada.

Las mascotas son encargadas de representar los valores y virtudes de la institución educativa, esta tomaría forma basado en la ideología y tradiciones del lugar en cuestión. (anexo 2. Pag. 52).

1.3 Marco conceptual

Mascotas

- Figura que se utiliza como símbolo de un acontecimiento público importante.
- Persona, animal o cosa a los cuales se atribuyen virtudes para alejar desgracias o atraer la buena suerte.

Institución

- Organismo público o privado que ha sido fundado para desempeñar una determinada labor cultural, científica, política o social.

Creación

- Acción de dar existencia a una cosa a partir de la nada.
- Acción de producir una persona determinada cosa a partir de su capacidad artística, imaginativa o intelectual.

Diseño

- Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos.
- Actividad creativa y técnica que consiste en transmitir ideas por medio de imágenes, en especial en libros, carteles y folletos.

Rol

- Función que una persona desempeña en un lugar o en una situación.

Boceto

Digitalizar

- Convertir una magnitud física, un texto o una señal analógica en una representación digital.

Psitácidos

- Familia de aves prensoras, sin moño en la cabeza, patas relativamente largas y delgadas, cola redondeada y plumaje verde, púrpura o gris amarillento.
- Familia de aves psitaciformes llamadas comúnmente loros o papagayos, que incluye a los guacamayos, las cotorras y formas afines de América y África.

Krita

- Software de pintura digital e ilustración basado en las bibliotecas de la plataforma KDE e incluido en Calligra Suite.

Adobe illustrator

- Software de gráficos vectoriales estándar perteneciente de la familia de Adobe.

Adobe Photoshop

- Software de edición de fotografías perteneciente de la familia de Adobe.

1.4 Marco jurídico

Constitución de la República del Ecuador

Sección IV. Cultura y ciencia

Art. 22. Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

CODIGO CIVIL (LIBRO II)

TITULO II DEL DOMINIO

Arts. 599. El dominio, que se llama también propiedad, es el derecho real en una cosa corporal, para gozar y disponer de ella, conforme a las disposiciones de las leyes y respetando el derecho ajeno, sea individual o social.

Legislación Nacional – ECUADOR. Ley de la Propiedad Intelectual

Sección II. Objeto del Derecho de Autor

Art. 8. La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad.

- Las esculturas y las obras de pintura, dibujo, grabado, litografía y las historietas gráficas, tebeos, comics, así como sus ensayos o bocetos y las demás obras plásticas.

Sección IV. Contenido del derecho de autor

Art. 18. Constituyen derechos morales irrenunciables, inalienables, inembargables e imprescriptibles del autor:

- Reivindicar la paternidad de su obra.
- Mantener la obra inédita o conservarla en el anonimato o exigir que se mencione su nombre o seudónimo cada vez que sea utilizada.

Art. 19. El autor goza del derecho exclusivo de explotar su obra en cualquier forma y de obtener por ello beneficios, salvo las limitaciones establecidas en el presente libro.

Sección VII. De las limitaciones y excepciones a los derechos patrimoniales del autor

Art. 80. El derecho patrimonial dura toda la vida del autor y setenta años después de su fallecimiento, cualquiera que sea el país de origen de la obra.

CAPITULO II

2. Metodología empleada

2.1 Tipo de enfoque

2.1.1 Enfoque de investigación

Enfoque mixto

Para el desarrollo de la tesis se utilizó el enfoque mixto, en donde los enfoques cualitativos y cuantitativos se entremezclan, siendo conveniente su combinación porque así se obtendrá la información adecuada sobre las macotas representativas. Siendo la mejor alternativa para la investigación con la posibilidad de encontrar diferentes caminos para conducirlo a una comprensión e interpretación ampliando diversos resultados como la historia de las mascotas o datos de que se realicen que se obtengan de diferentes métodos de investigación.

Enfoque cualitativo

En la investigación se empleó el enfoque cualitativo, poniendo énfasis en los resultados finales para la verificación de la hipótesis planteada, el cual proporciona unos puntos claves donde la investigación tuvo diversas interpretaciones de los datos adquiridos, otorgando un enriquecimiento para su entendimiento y contenido y así tener una contextualización del entorno, ambiente o detalles. Buscando explicar las múltiples relaciones participativas. Con lo mencionado anteriormente se busca dar cualidades que sean únicas para la mascota entre ella su aspecto en donde se pudo escoger entre una apariencia animal, de persona u objeto inanimado siendo escogido la primera opción y con este su personalidad la cual puede variar donde la que predomina una alegre y calmada.

Enfoque cuantitativo

En la investigación se empleó un enfoque cuantitativo, se pretende explicar los problemas de la investigación desde una perspectiva externa y objetiva. Con la intención de buscar con exactitud de la medición de los resultados con los diversos métodos de investigación ya sea analizando, observando o mediante encuestas con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias, los resultados obtenidos garantizaran una mejor resolución a incógnitas que se encuentran en la tesis realizada. Todo se ve reflejado en la encuesta realizada donde se puede medir la aceptación que podría tener las

cualidades de la mascota y su personalidad, dando así un mejor enfoque en la realización del diseño de la propuesta y así tener en cuenta si es del agrado de las personas.

2.2 Tipos de investigación

2.2.1 Investigación explicativa

Se utiliza la investigación de tipo explicativa, ya que se analizará la causa y efecto, de las mascotas, como una identidad visual o representativa, además de dar un aspecto de la realidad, explicando su significatividad dentro de la institución.

2.2.2 Investigación Descriptiva.

Se realizó con una investigación de tipo descriptivo donde se conoció de manera detallada y concreta el problema, demostrando una asociación y buscando medir el grado de relación que hay en diferentes roles que puede desarrollar una mascota, determinando las tendencias o modelos de comportamiento.

2.2.3 Investigación Documental

Este tipo de investigación fue fundamental para la investigación del tema, donde se recolecta, selecciona y analiza diferentes documentos con información de distintos autores con la finalidad de lograr aportar información válida. Con la ayuda de diferentes fuentes se puede obtener mejor información y tratar el tema con mayor profundidad. Como se observa en cada documento tenían una caracterización diferente, pero comparten similitudes concordando con aspectos de mayor relevancia en el objetivo de estudio.

2.2.4 Investigación De Campo.

La presente investigación es de campo porque el estudio sistemático de los hechos se realizó en el lugar donde se empleará la mascota, en su debido tiempo cuando se tuvo contacto con los estudiantes para obtener información.

2.3 Método de la investigación

2.3.1 Método teórico

Histórico- lógico

El Instituto Superior Universitario de Formación tuvo sus inicios en 1983 donde el con el funcionamiento de post-bachillerato con la especialización Comercialización y Secretariado Ejecutivo Bilingüe este fue aprobado el 17 de agosto de 1984 y se construyó en la ciudad de Guayaquil, desde estos inicios se puede notar que no constaban con ninguna mascota representativa.

Para el 7 de enero del 2004 elevaría su categoría de Instituto Técnico a Tecnológico, en razón de lo cual cambiaria a Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, el instituto en ese entonces tendría su logo representativo que lo diferenciaría de otras instituciones.

Para el año del 2020 el instituto seguiría presentando el mismo logo, pero este tendría un cambio junto con su nombre debido a obtuvo el reconocimiento de Instituto Universitario cambiando así su nombre al de Instituto Superior Universitario de Formación, el instituto consta de un icono representativo, pero no de una mascota representativa a pesar de los diversos cambios que ha tenido a lo largo del tiempo.

Inductivo-Deductivo

Con el método inductivo se dio un procedimiento mediante el cual se logró sacar propiedad partir de hechos particulares, es decir que permitió el transmitir de lo particular a lo general. Con el procedimiento deductivo se razona y explica la problemática y se establece conclusiones lógicas.

Análisis-Síntesis

Con el método se realizó la observación y análisis de la información recopilada, con la finalidad de poder conocer y determinar las causas y efectos sobre la mascota en los diferentes roles que puede ser utilizado. Con el método sintético se logró determinar posibles conclusiones o soluciones para la problemática expuesta.

Método empírico

- **Observación**

El método de observación nos permite conocer de manera más directa los hechos que llevaron a realizar la investigación mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos.

Se puedo observar que pocas universidades o instituciones constan de una mascota representativa, y de las que tienen una mascota pocas le dan relevancia. En el encuentro con algunos estudiantes se les pregunto al respecto de la mascota, preguntas como cuál era su origen, el nombre de la mascota, etc. A lo que muy pocos pudieron responder más de las dos primeras preguntas.

- **Encuesta**

Con el método de encuesta nos permite explorar con las preguntas de opción múltiple permitieron tener una explicación más clara sobre las causas que originan el problema y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas.

Conoces alguna mascota universitaria (si la respuesta es sí escriba el nombre de la mascota)

Si

No

Crees que la institución debería tener una mascota representativa

Si

No

Crees que la mascota sería de ayuda en los diversos eventos que realice el Instituto

Si

No

Que apariencia te gustaría que tuviese la mascota

Papagayo

Iguana

Mono

Que aspecto te gustaría que tuviese

Adulto

Joven

Cual nombre te gustaría que tuviese la mascota

Benny

Picote

Arthur

2.4 Técnica utilizada

2.4.1 Muestra

Para el cálculo de la respectiva muestra, es necesario utilizar la siguiente fórmula

$$n = \frac{Za^2 * p * q}{e^2}$$

En donde

n= tamaño de muestra buscado

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

e = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

La muestra se realiza con la función de determinar que parte de una población debe de examinarse con la finalidad de hacer inferencias de dicha población. A continuación, se procede a describir cada una de las variables utilizadas:

- Nivel de Confianza: 1,96
- Probabilidad de Éxito: 0,7
- Probabilidad de Fracaso: 0,3
- Error admisible: 0,15

$$n = \frac{1,96^2 * 0,7 * 0,3}{0,15^2}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,7 * 0,3}{0,02}$$

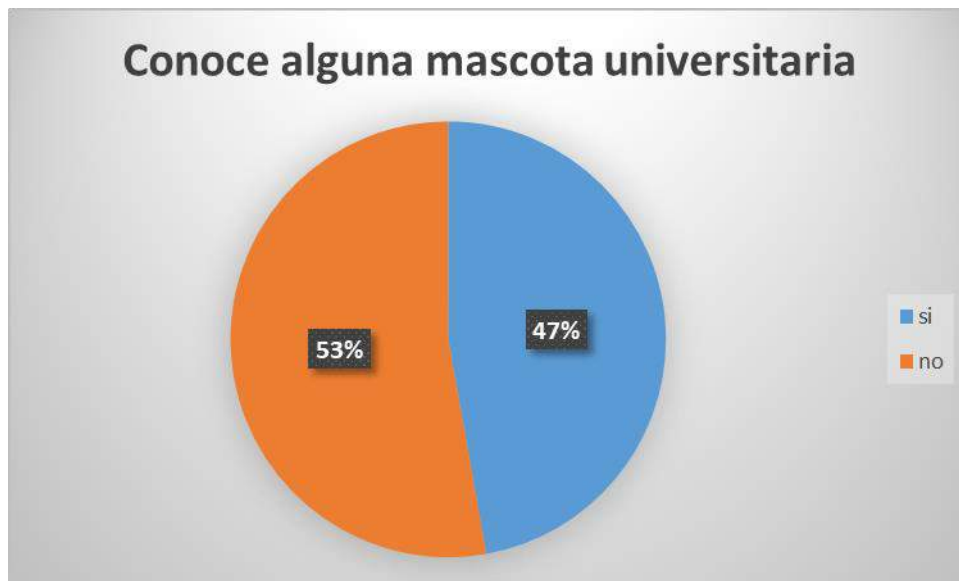
$$n = \frac{0,8067}{0,02}$$

$$n = 36$$

Se aplicó una formula universal al no tener un número exacto de estudiantes hombres y mujeres, la formula tiene un nivel de confianza es de un 95% y un margen de error del 15%, junto a esto lo acompañan una probabilidad de éxito del 70% y una probabilidad de fracaso del 30%.

2.5 Análisis de los resultados

1. Conoces alguna mascota universitaria



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

Análisis 1. Se puede observar que los 53% no tiene conocimiento de las mascotas universitarias, y el 47% si tiene conocimiento de la existencia de estas mascotas universitarias. Concluyendo que no todos saben de la existencia de este tipo de mascotas en las universidades.

2. Crees que la institución debería tener una mascota representativa



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

Análisis 2. En la siguiente ficha se puede notar que 97% este de acuerdo con que el instituto debería tener una mascota representativa, y un 3% estaría en desacuerdo con la propuesta. Se concluye que si tiene un apoyo por parte de los estudiantes que el instituto tenga una mascota que lo pueda representar.

3. Crees que la mascota será de ayuda en los diversos eventos que realice el Instituto

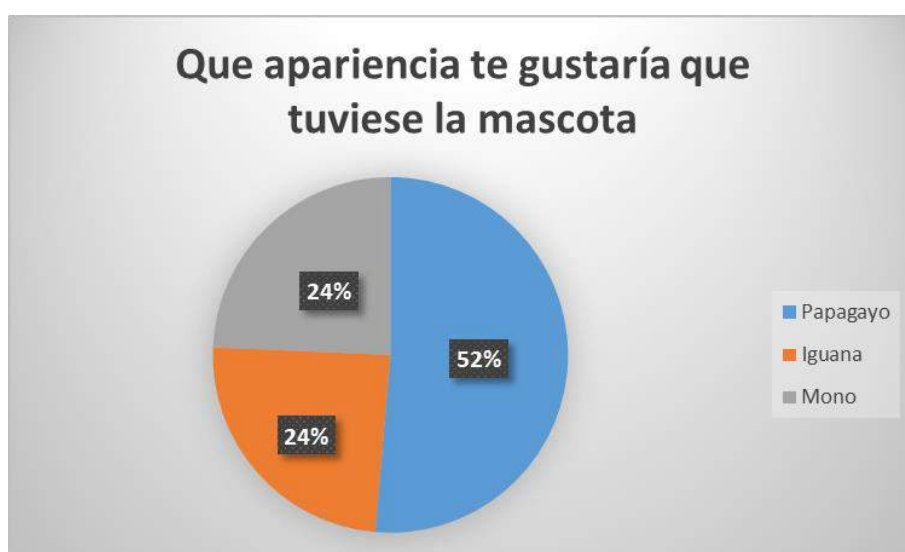


Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

Análisis 3. En la tercera ficha se puede notar que el 86% si cree que la mascota será de ayuda en los eventos que realice el instituto, y un 14% está en desacuerdo a que la mascota no es necesaria en los eventos. Concluyendo que los estudiantes creen que si será de ayuda en los eventos.

4. Que apariencia te gustaría que tuviese la mascota

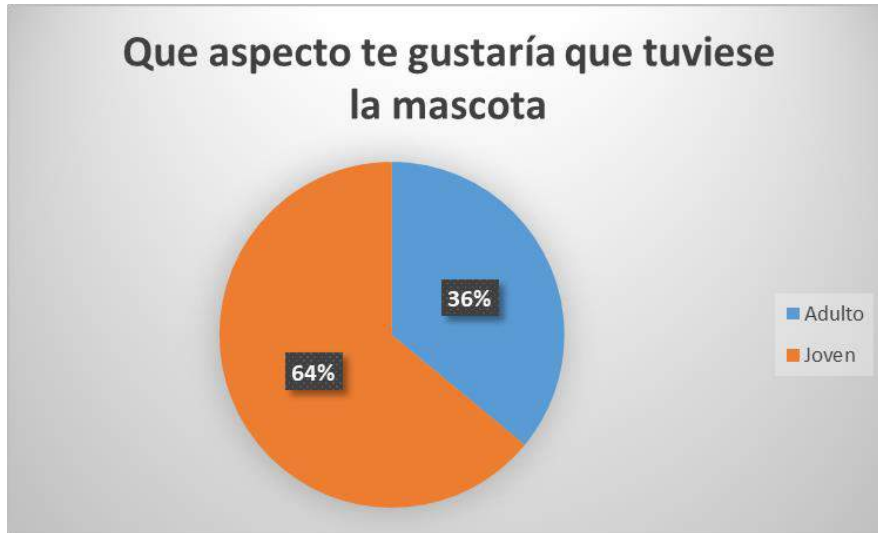


Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

Análisis 4. Los resultados obtenidos nos dan que el 52% prefiere el aspecto del Papagayo, y un 24% se declinó por el aspecto de la Iguana y final mente el otro 24% le agrado el aspecto del Mono. Se concluyó que la apariencia de un Papagayo es más preferida que las otras opciones.

5. Que aspecto te gustaría que tuviese la mascota



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

Análisis 5. Los resultados en la ficha nos indican que el 64% prefiere un aspecto joven para el diseño de la mascota, y un 36% prefirió el aspecto adulto. Se concluyó que los estudiantes prefirieron un aspecto juvenil a que un aspecto maduro, esto puede ser debido a que se ve mejor representado.

6. Que nombre te gustaría que tuviese la mascota



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

Análisis 6. Finalmente, en la última ficha se puede observar que el 50% prefiere el nombre de Picote, y el 28% prefirió el nombre de Benny, y por último el 22% prefirió el nombre de Arthur. Concluyendo que la primera opción es el nombre más adecuado.

Capítulo III

3. Propuesta

3.1 Título de la propuesta.

Creación de una mascota representativa para fomentar los valores humanos en los estudiantes del Instituto Superior Universitario de Formación de la ciudad de Guayaquil.

3.2 Objetivo de la propuesta

Elaborar una mascota representativa para el Instituto Superior Universitario de Formación y ser el rostro representativo del instituto, con la finalidad de que se cree un vínculo con la mascota a través de ser partícipe de los eventos que se realice la institución.

3.3 Factibilidad de la propuesta

El proyecto realizado es factible gracias a la aceptación del instituto Universitario para la realización de la propuesta escogida, además de contar con los conocimientos necesarios para la investigación y desarrollo del tema como son la tecnología y programas de diseño gráfico.

3.4 Justificación de la propuesta

El Instituto Tecnológico Universitario de Formación constó con una mascota representativa, pero esta estuvo presente por un corto lapso de tiempo, la institución ya no contaba con un rostro representativo esto complicaría reflejar los valores y la personalidad del instituto al público en general. Con la ayuda de una nueva mascota esto facilitaría el dar a conocer la personalidad del instituto y de sus estudiantes mediante diversas ilustraciones de eventos que realiza la institución.

3.5 Análisis PEST, FODA y CAPA

- **TABLA PEST**

Tabla 1

Análisis PEST

Político	Económico
<ul style="list-style-type: none">• La existencia de la ley a favor de la protección de los derechos de autor.• La ley orgánica de la comunicación beneficia a los medios audiovisuales y medios impresos.	<ul style="list-style-type: none">• Pocos recursos para el mantenimiento de la mascota, que vienen siendo una computadora o laptop y los programas de diseño requeridos.
Social	Tecnológico
<ul style="list-style-type: none">• El apoyo de la institución, gracias a la aprobación de tema para poder fomentar valores en los estudiantes.• Reconocimiento a nivel social estudiantil para identificar la institución en los eventos que realiza.	<ul style="list-style-type: none">• Nuevos programas de diseño que faciliten la implementación de la mascota en distintos medios.• Plataformas multimedia donde se puede masificar las actividades de la institución por medio de la mascota.

Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

- **TABLA FODA**

Tabla 2

Análisis FODA

Fortaleza	Oportunidad
<ul style="list-style-type: none"> • Con la mascota se adquiere un rostro o figura representativo para la institución. • Generar historias que pueden ser aprovechadas en publicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • La oportunidad de ser vista en distintas plataformas digitales. • Aliarse con otras mascotas universitarias más conocidas.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Competir con otras mascotas institucionales que son más conocidas. • Al ser una nueva mascota no tendrá una buena posición en el mercado académico. 	<ul style="list-style-type: none"> • La aparición de nuevas mascotas institucionales que compitan la con la propuesta.

Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

- **TABLA CAPA**

Tabla 3

Modelo CAPA

Fortalecer	Aprovechar
<ul style="list-style-type: none"> • El uso de la mascota en distintos medios publicitarios y redes sociales de los eventos • Con la mascota se adquiere de un rostro o figura representativo para la institución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un crossover con las mascotas universitarias aliadas. • Ser presentar la mascota en diversas redes sociales del instituto.
Corregir	Afrontar
<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir una buena posición en el mercado académico con su uso en diversos eventos del instituto 	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar competir con otras mascotas hasta tener asegurado una buena posición en el mercado de las mascotas académicas.

Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

3.6 Descripción de la propuesta

A la mascota se le dio una apariencia caricaturesca de un papagayo con aspecto humano su personalidad es alegre, se le dio estas cualidades para darle un aspecto agradable.

La creación de la mascota es para darle un rostro o figura representativa para el Instituto Superior Universitario de Formación, que esta pueda ser usada de diversas maneras que cumpla diferentes roles, ser usado en redes sociales o en publicidad para la institución; esta misma mascota puede desempeñar diversos roles dependiendo del evento o necesidad que requiera su uso. Hoy en día las mascotas cuentan con un gran potencial el cual es desaprovechado al nivel institucional, basándose solo en el nombre o logo de la institución.

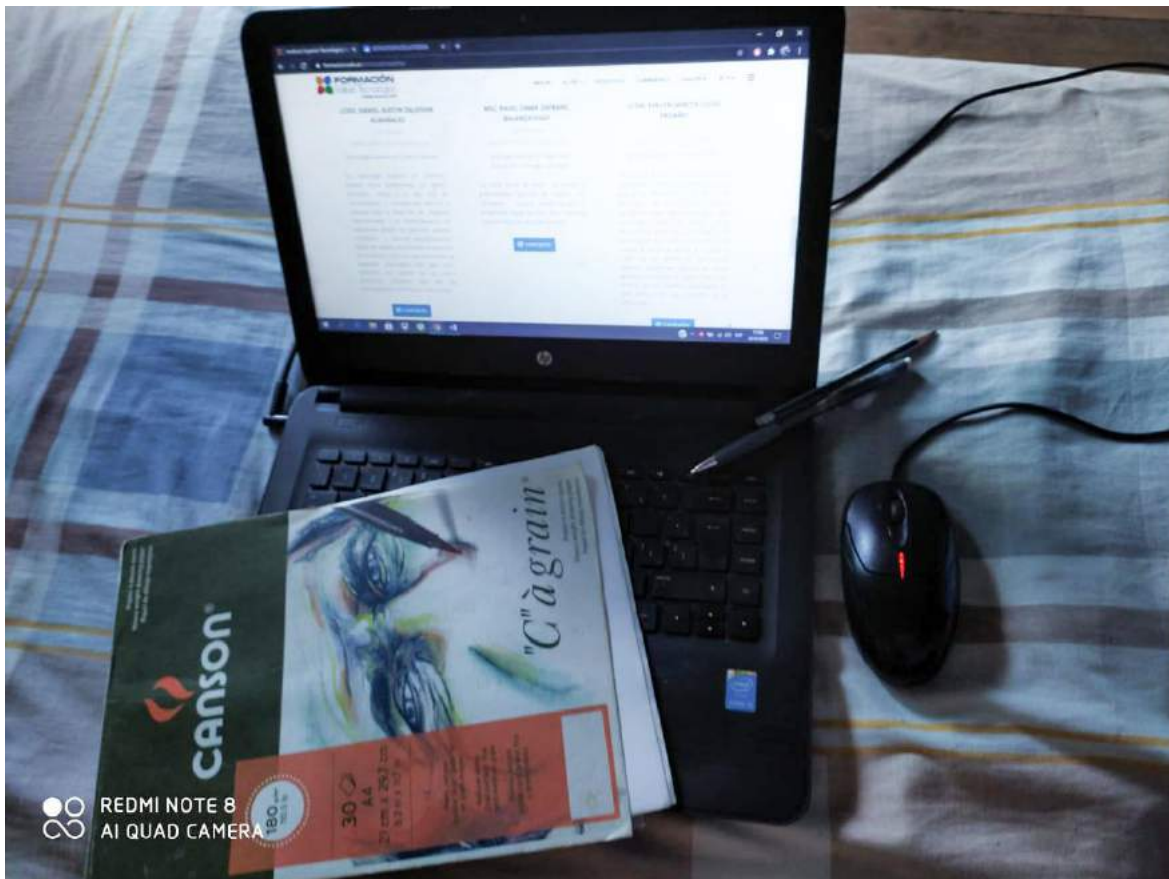
3.6.1 Fases 1, 2 y 3

Para la creación de la mascota se tuvo que seguir algunos pasos, esto es esencial para poder crearla y tener ideas claras para su realización siguiendo un orden, cabe recalcar que los pasos indicados son ideas propias y no es necesario que alguien siga ese orden o los pasos cada uno puede crear los suyos con los cuales se sienta cómodo.

Fase 1.- Preproducción

- **Investigación**

Se realiza una investigación sobre sus características y se analizan cada detalle e incluirlo para darle personificación y exclusividad, tomando datos relevantes para el diseño de la mascota.



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

- **Características del personaje**

Se le dan sus características dependiendo de su aspecto y lugar, la mascota tiene una apariencia joven esto es debido a que representara un instituto educativo donde la mayor parte de las personas que asisten son gente entre los 18 a 35 años; se le otorgo una personalidad alegre y entusiasta esto se debe a que se refleja la personalidad de los estudiantes al momento de aprender y adquirir nuevos conocimientos, con esto se quiere lograr que las personas que están motivadas a estudiar se familiaricen con la mascota.

La paleta de colores escogidos para el diseño de la mascota son los colores naturales de los papagayos, específicamente los de la ciudad de Guayaquil además de tomar los colores del antiguo logo del Instituto Tecnológico Universitario de Formación.

- **Proceso creativo**

Completa la investigación se procede a crear diversos diseños para la mascota presentando ciertas ideas utilizando características encontradas en la investigación realizada para poder darle una forma a la mascota.



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

- **Boceto**

Se escogió el segundo boceto debido a que cumple con las características planteadas y tener una apariencia acorde al lugar que representara. Con los anteriores pasos realizados, se comienza a realizar un dibujo, este dependerá la idea que se quiere reflejar, este se realizará a lápiz ya que es como un borrador de la idea, este es el momento crucial porque se espera lograr plasmar múltiples ideas y donde es escogida una de ellas como resultado final.



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

Fase 2.- Producción

- **Digitalización**

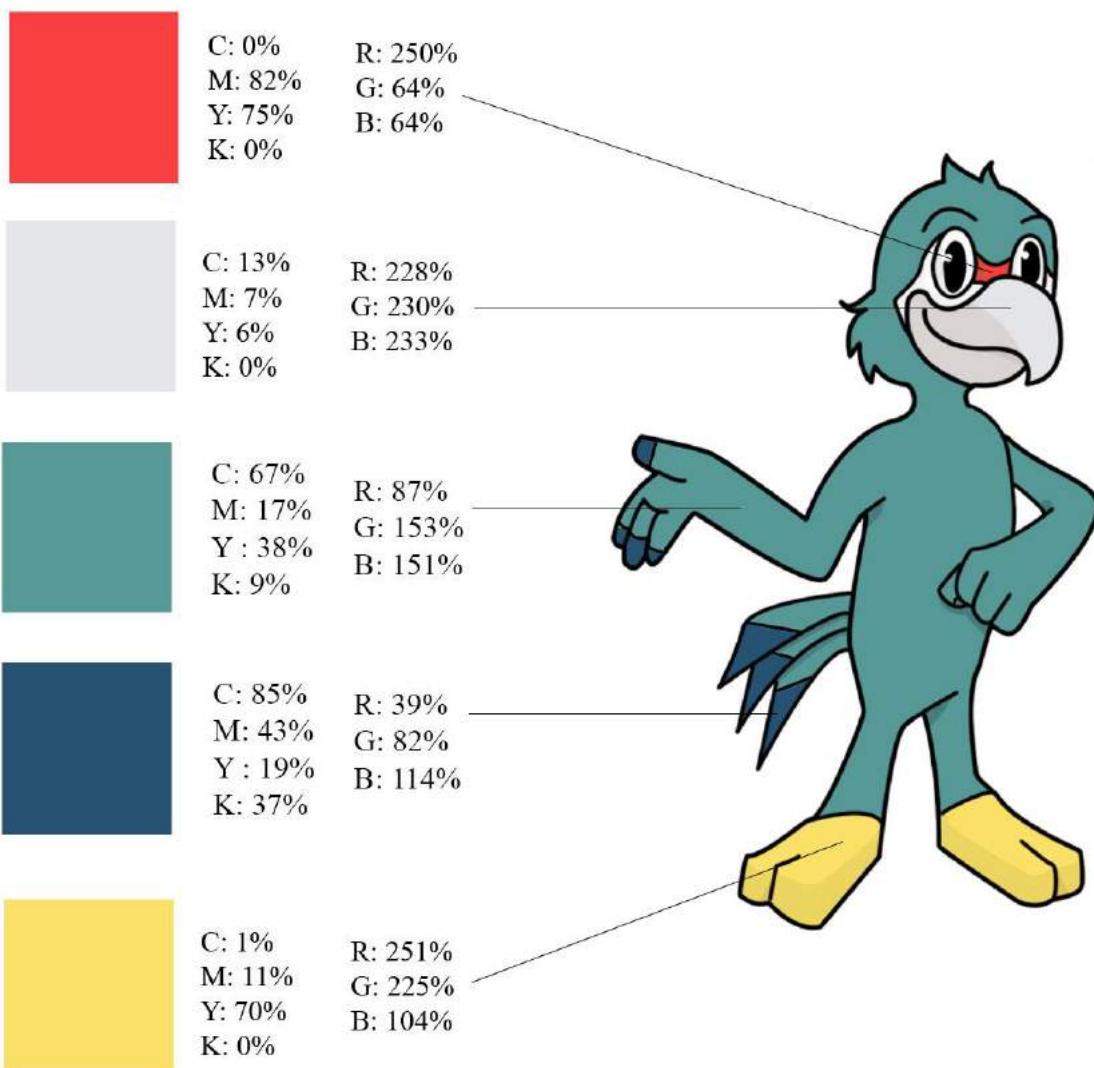
Una vez termino el boceto este es llevado a ser digitalizado, en este proceso se puede seguir corrigiendo el boceto original sean errores o por añadir algo nuevo, este proceso se realizará de manera digital por medio de programas de ilustración.



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

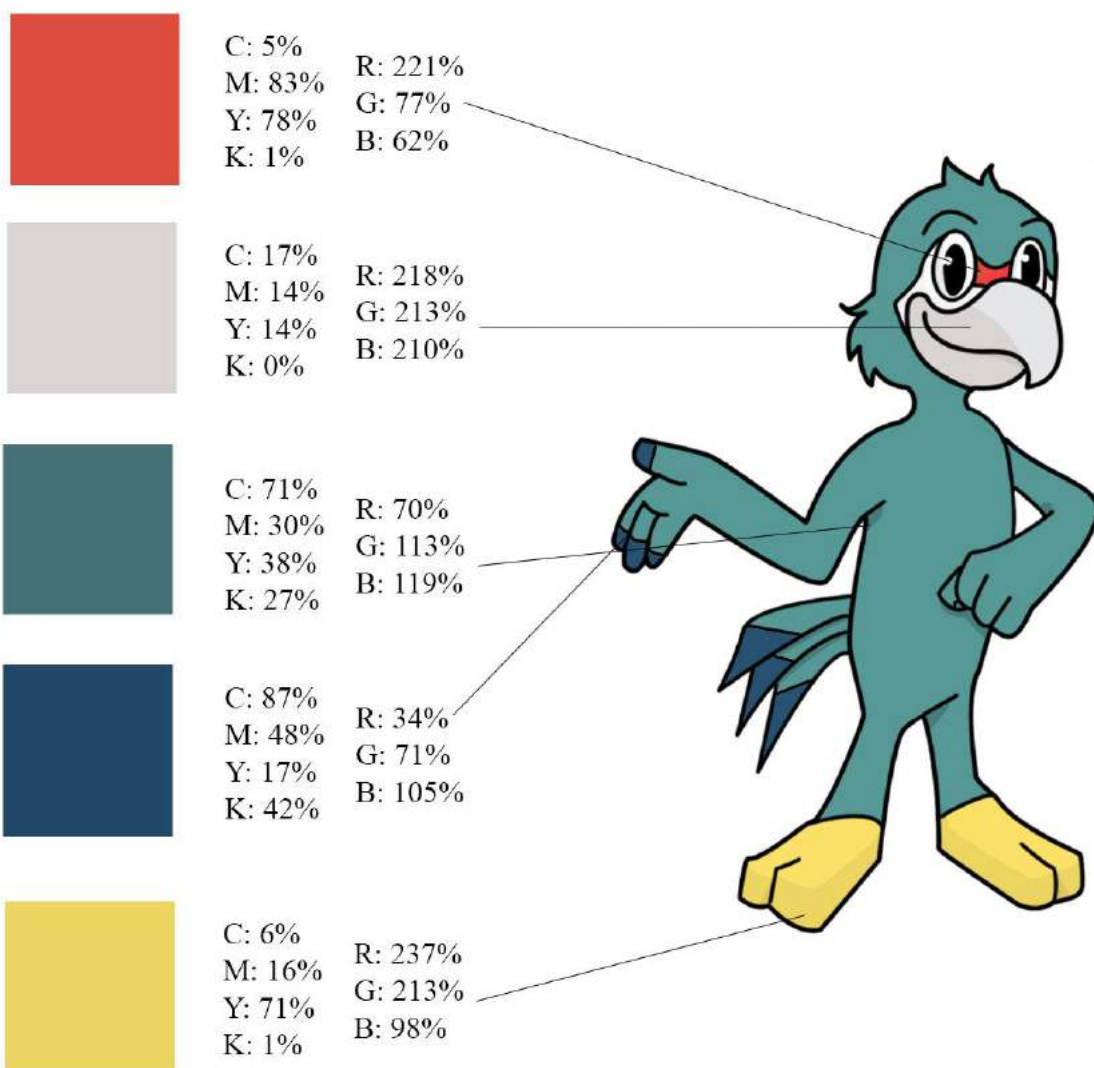
- Paleta de colores



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

- Paleta de colore sombras



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

Fase 3.- Post Producción

- **Rol a desempeñar**

Se comienza a vincular a la mascota o personaje con el rol que se requiere que realice en el evento o festividad. Incluye detalles y características físicas, vestimenta, poses; esto se busca realmente para incluir la mascota en todas las actividades que realizan y lograr que el target logre identificarse con la figura.



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020



Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

3.5.1 Herramientas utilizadas

Programas

- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Krita
- Sistema operativo Windows 10
- Microsoft Word 2010

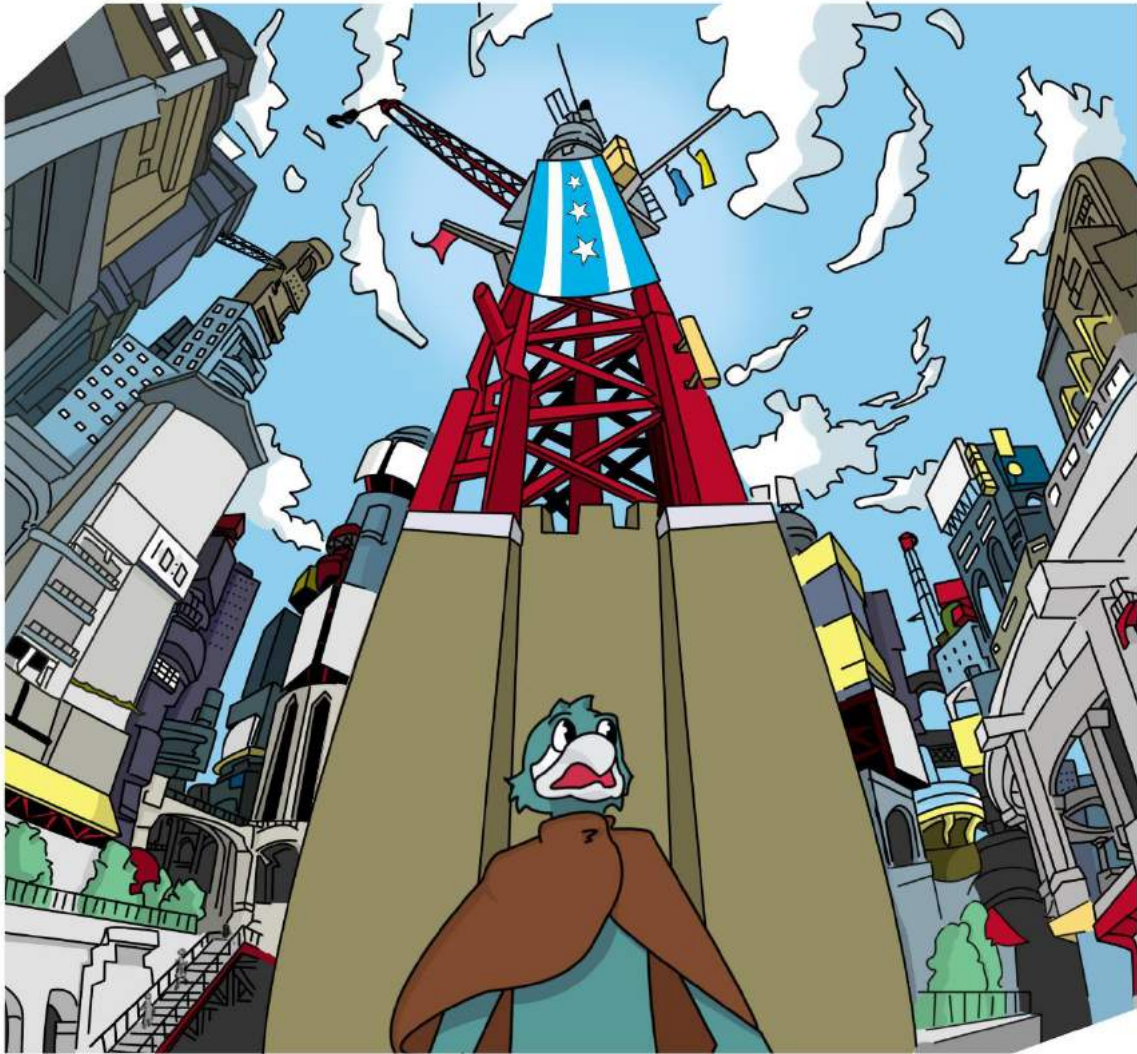
Equipo

- Intel Core I3
- Tableta grafica Wacom Intuos

Materiales

- Hojas A4
- Lápices HB y 2B
- Borrador

3.6.2 Diseños para la propuesta



Viñeta de un comic para el personaje

Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

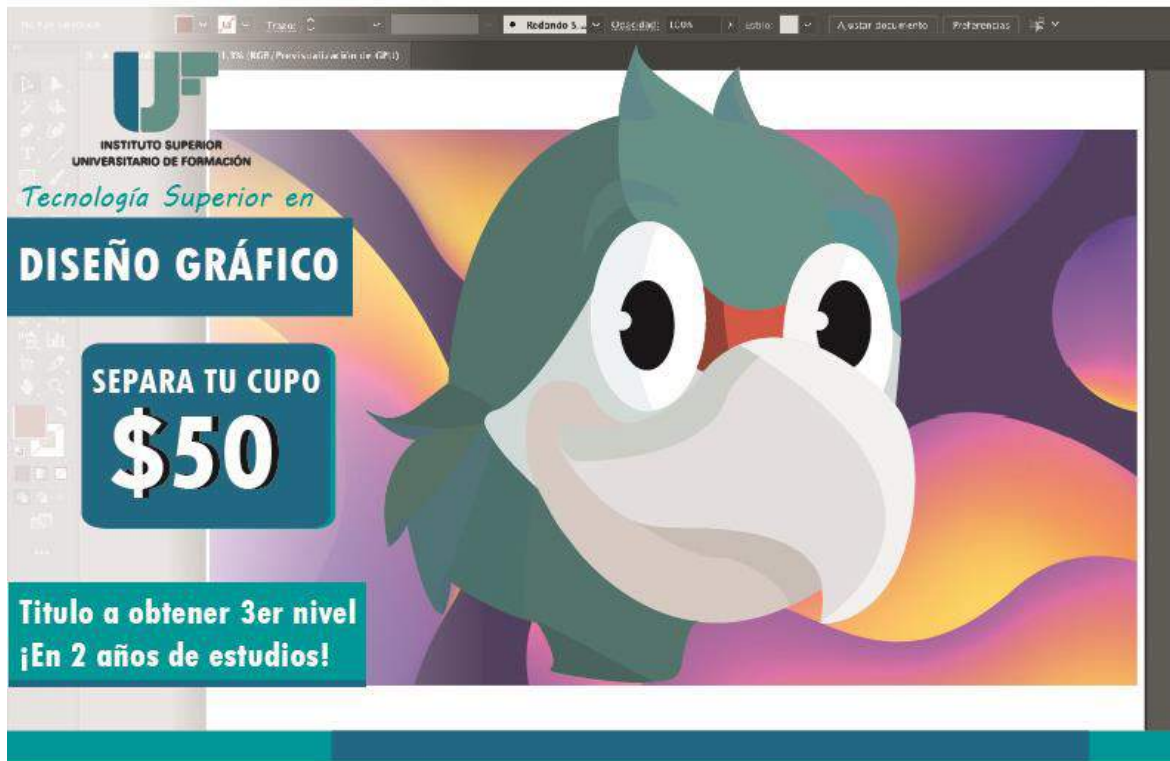
Año: Guayaquil, 2020



Aparición del personaje para evento

Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020



Aparición del personaje para publicidad de carrera

Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020

Tabla de precios por diseños

Creación de Personaje o Mascota	La creación de tres bocetos definidos para la elección del cliente y el tiempo de la realización de los bocetos (3 horas).	\$45
Ilustración simple color	Digitalización de la ilustración con colores simples y planos, programas o software, cambios realizados por petición del cliente (máximo 3), tiempo de la realización de la ilustración (5 horas).	\$125
Ilustración compleja color	Digitalización de la ilustración más detallada con colores degradados, luces y sombras, programas o softwares, cambios realizados por petición del cliente (máximo 3) y tiempo por realización de la ilustración (9 horas).	\$300
Folleto pequeño (por página)	Por plegado doble, el tamaño, diseño del folleto, complejidad del folleto y tiempo de la realización del folleto (3 horas).	\$145
Folleto grande (por página)	Por plegado doble, el tamaño, diseño del folleto y complejidad del folleto y tiempo de la realización del folleto (3 horas).	\$175

Elaborado por: Jean Carlos De la Cruz

Año: Guayaquil, 2020



Impresión del banner	80x200 cm	\$35
Vinilo	10 Oz	\$7
	Total	\$42

Conclusión

La mascota representativa es un gran elemento al momento de personificar al instituto, ya que por medio de una mascota se buscó generar una interacción entre la unidad educativa y sus estudiantes. Con esto se logra aportar un personaje que al momento de que se realice un evento o publicidades este lo dotara de un carácter más llamativo, esto incluso pudiendo llamar la atención de personas externas el instituto.

La creación de la mascota será un complemento dentro de la publicidad de todas las actividades que realiza la Institución, reforzando su identidad visual para mayor acercamiento con el grupo objetivo que son los estudiantes a quienes va dirigida la información.

Recomendaciones

Se recomienda el uso de la mascota en plataformas digitales como la animación y motion graphics, en invitaciones de todo tipo de eventos en especial en donde son participe los estudiantes. El diseño de la mascota puede ser plasmada en diversos merchandising e incluso ser incluida en banner publicitando alguna carrera o promoción del instituto.

Referencias bibliográficas

- Berrú, J. (2019). CREACIÓN DE PERSONAJE PUBLICITARIO PARA EL PLAN OPERATIVO. *Titulación de tecnólogo*. Tecnológico superior Cordillera, Quito.
- Domènech, S. (1997). *Las mascotas de los Juegos de la Olimpiada*.
- Del Cid, J. (2015). *DISEÑO DE MASCOTAS PUBLICITARIAS PARA IDENTIFICAR LA LÍNEA*. Universidad Galileo, GUATEMALA.
- Espinosa, M. (2015). Análisis del diseño de una mascota publicitaria utilizado como. (tesis de licenciatura). PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, Quito.
- Huen, D y Jahn, E. (2010). Estudio del mercado para la introducción de la mascota UCAB. Universidad Católica Andrés Bello.
- Katherinne, D. (2017). *Uso de los personajes animados (Brand Mascots) en spots televisivos para posicionar a los productos de consumo masivos como parte de una dieta saludable en el público infantil. Caso: Zucaritas y Ángel*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS.
- Kraak, V. (2014). *Influence of food companies' brand mascots and entertainment companies' cartoon media characters on children's diet and health: A systematic review and research needs*.
- Manrique, J. (2018). *El rol de la antropomorfología en la creación de personajes publicitarios para*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS .
- Mendiola, E. (2017). *Nuevas estrategias publicitarias: Llegando de manera efectiva a consumidores a través de mascotas*. Universidad de Palermo.
- Muñoz, E. (2017). *EL CENTRO UNIVERSITARIO UAEM ECATEPEC*. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO.
- Murillo, M. (2015). *Creación de Mascotas como aporte para la identidad visual*. Universidad tecnológica equinoccial .
- Ojeda, Y. (2016). *Creación e implementación de Mascota en Ediciones USTA*. Universidad Santo Tomás.
- Rodríguez, G. (2015). *Mascotas corporativas y publicitarias: función y evolución*. I

- Trochut, A. (2016). Un diseñador puede hablar el 'lenguaje del Arte. *revista*.
- Vázquez, P. (2018). *Las mascotas corporativas de los videojuegos*. Universidad de Medellín.

Anexo

Anexo 1

Guayaquil, 4 de febrero de 2021

Sr. Jean Carlos de la Cruz Ruiz

Egresado de la Carrera de Diseño Gráfico

De mis consideraciones

Me resulta grato saludarle a nombre de la comunidad académica del Instituto Superior Universitario de Formación Profesional Administrativa y Comercial, una Institución de Educación Superior comprometida con la formación de profesionales y ciudadanos con responsabilidad social y ambiental, capaces de diseñar, ejecutar y evaluar procesos relacionados con la actividad productiva e innovación tecnológica.

En ese empeño, nuestro instituto concede una alta prioridad al proceso de titulación de sus egresados, en cuya etapa final usted se encuentra enfrascado en estos momentos. Al respecto, es grato dejar por este medio constancia de la aprobación del tema de su proyecto de tesina, que consiste en la propuesta de "Creación de mascota representativa para el Instituto Superior Universitario de Formación", requisito previo a la obtención del título de Tecnólogo en Diseño Gráfico y Multimedia.

Le deseo muchos éxitos en el desarrollo de su proyecto bajo la orientación de su docente tutor Lcdo. Lex Campuzano Abad, poniendo también a su disposición la colaboración de nuestro equipo de Diseño para atender las solicitudes relacionadas con el logo y el manual de marca UF, que seguramente podrán ser requeridos por usted.

Para que así conste firma la presente,


Dr. C. Rafael Félix Bell Rodríguez

Vicerrector Académico



@universitariodeformacion

Padre Solano 324 y Boyacá esquina
PBX: 3709910

Anexo 2

Imágenes referentes

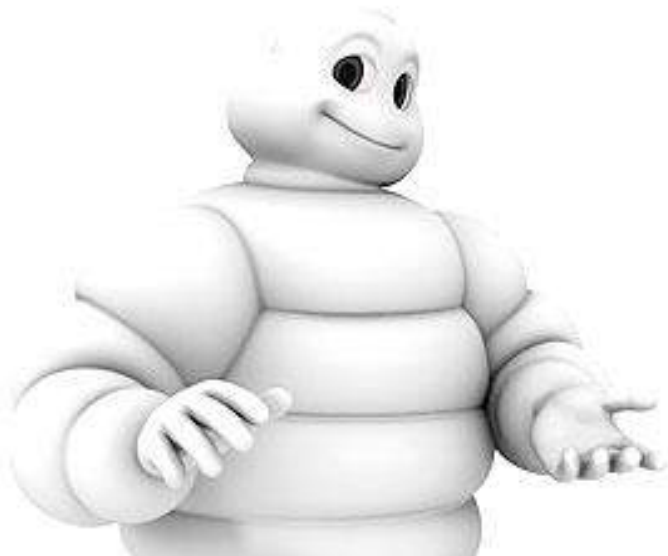


Nombre: MIRAITOWA y SOMEITY

Fuente: tokyo2020.org/

Elaborado por: Ryo Taniguchi

Página 12



Nombre: Bibendum

Fuente: <https://www.michelin.es/el-grupo-michelin>

Elaborado por: Michelin

Página 13



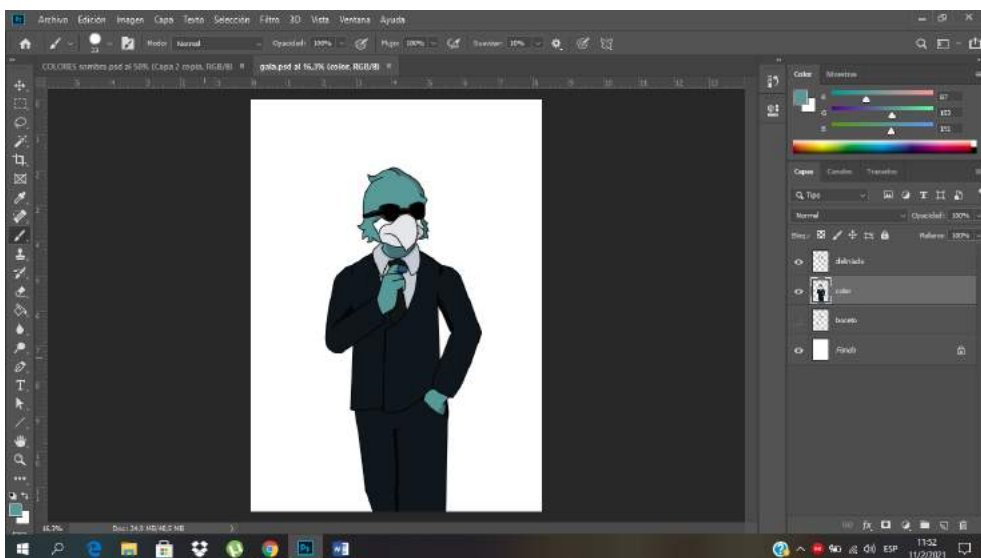
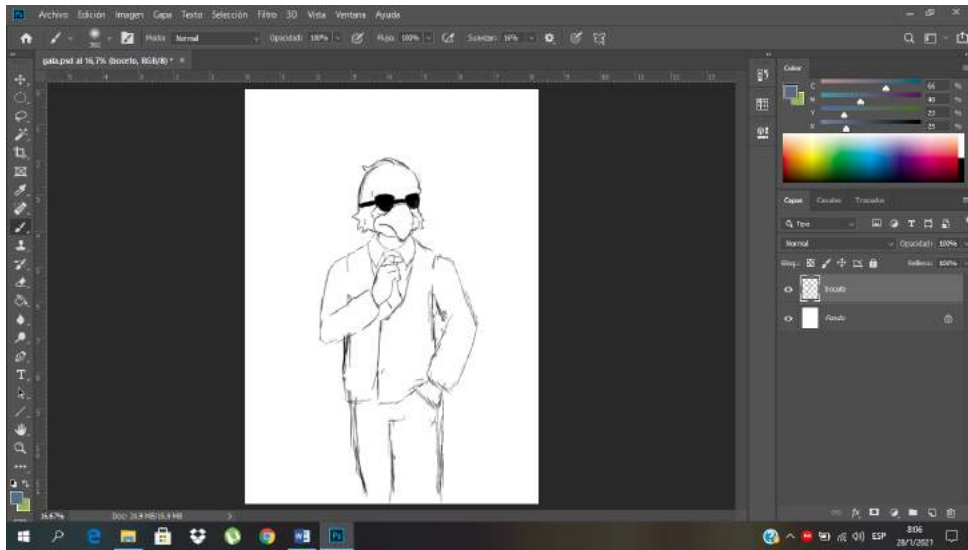
Nombre: Hokie Bird

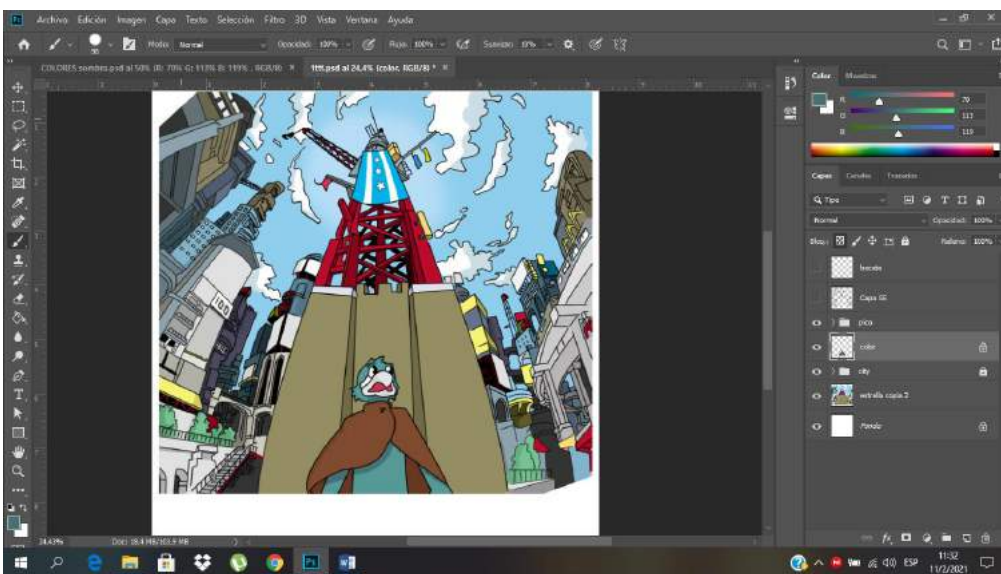
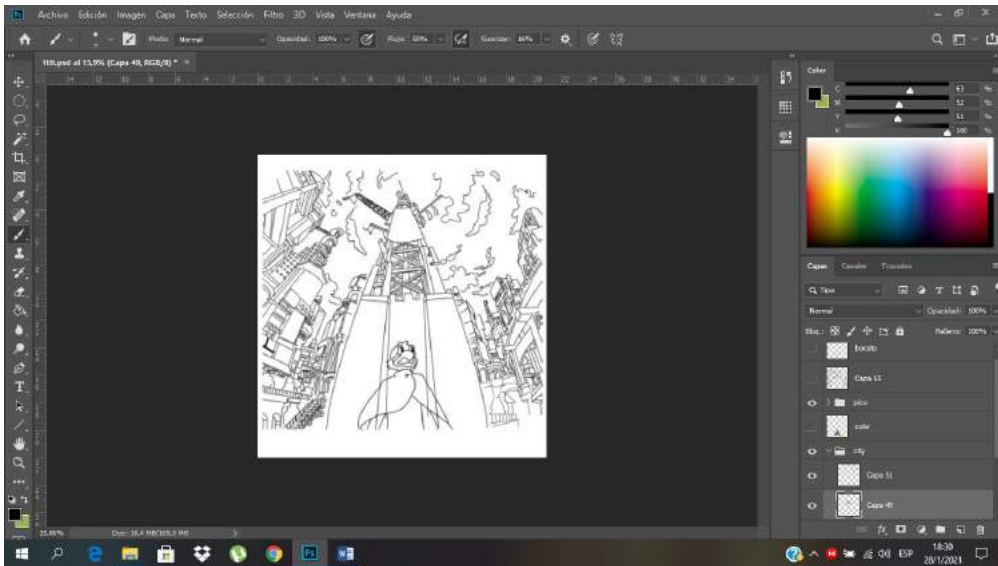
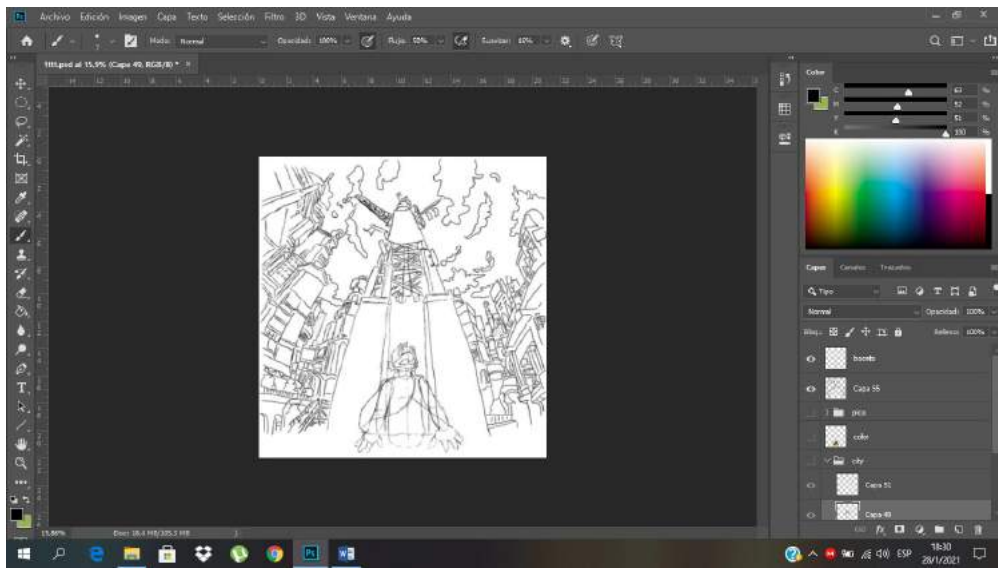
Fuente: telemundodeportes.com/noticias/las-mascotas-universitarias

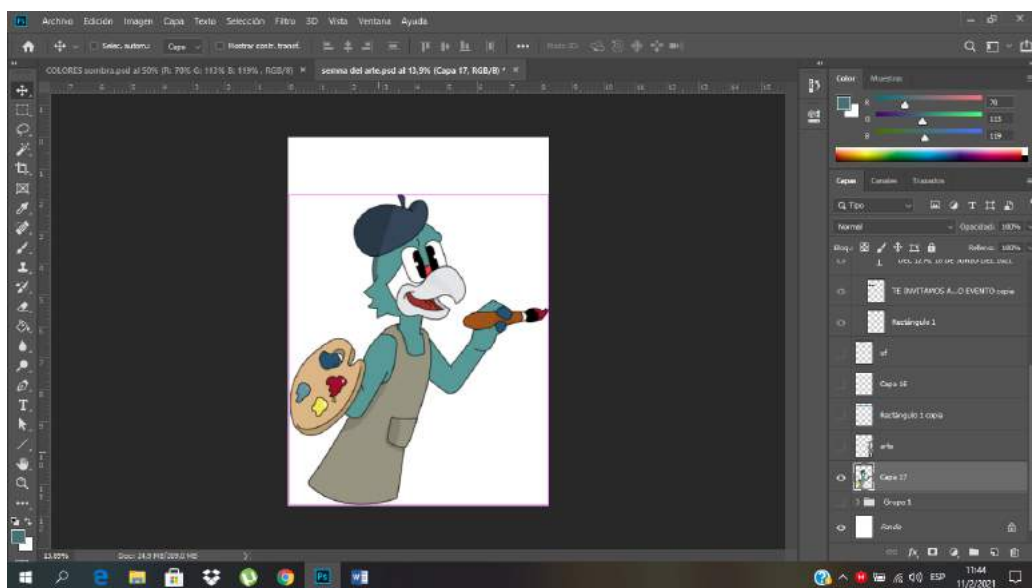
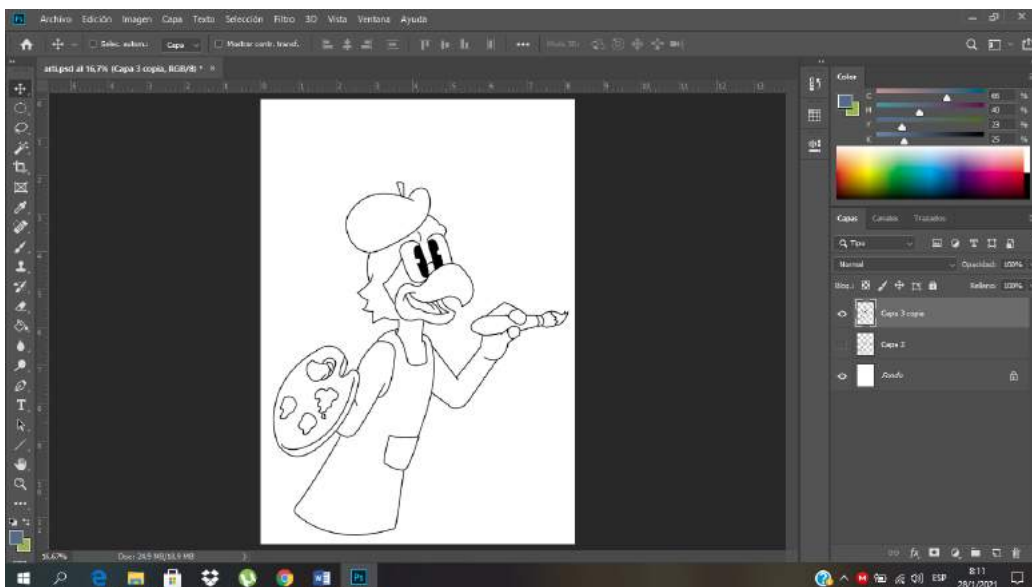
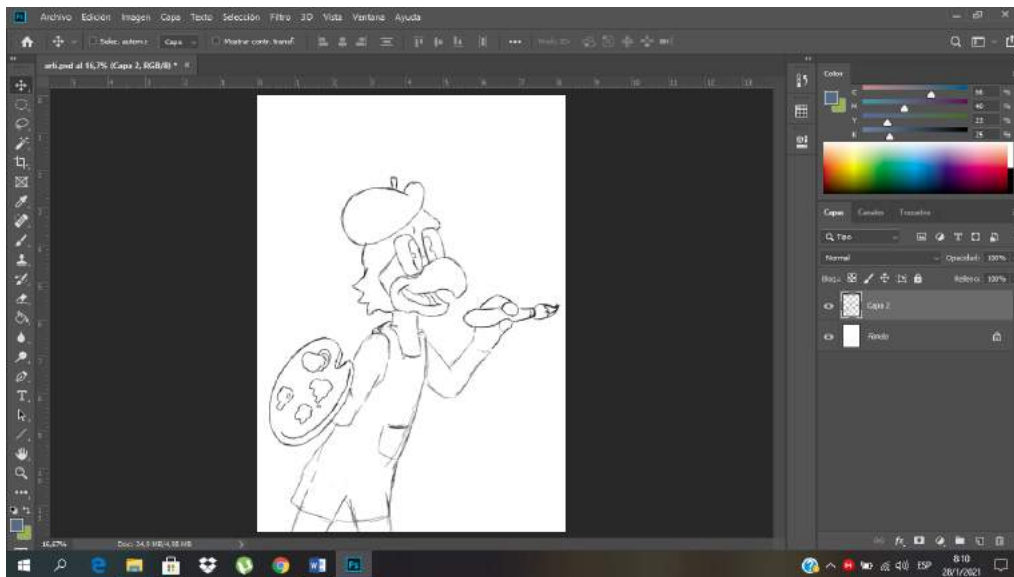
Elaborado por: Virginia Tech

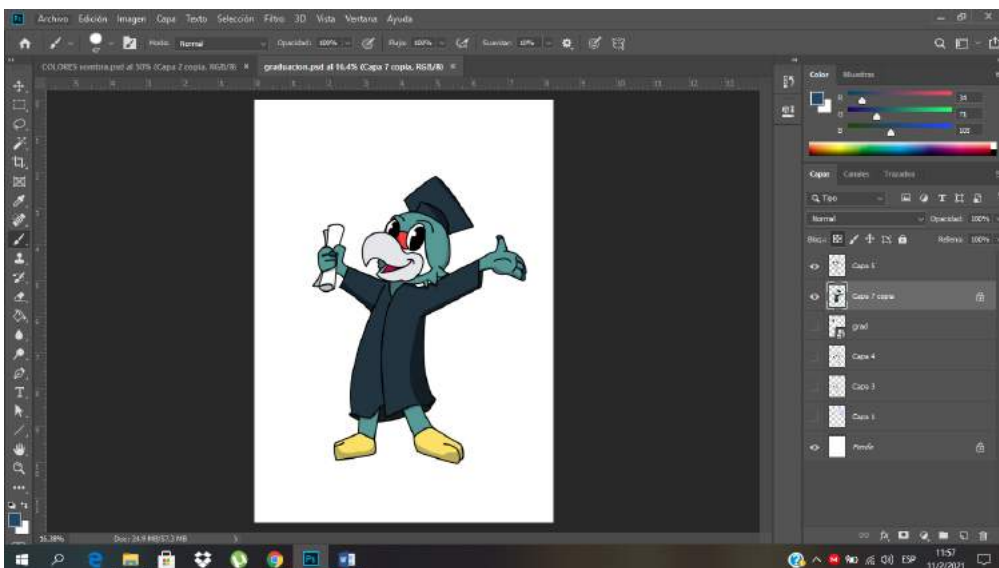
Página 51

Boceto y resultado final en digitalización

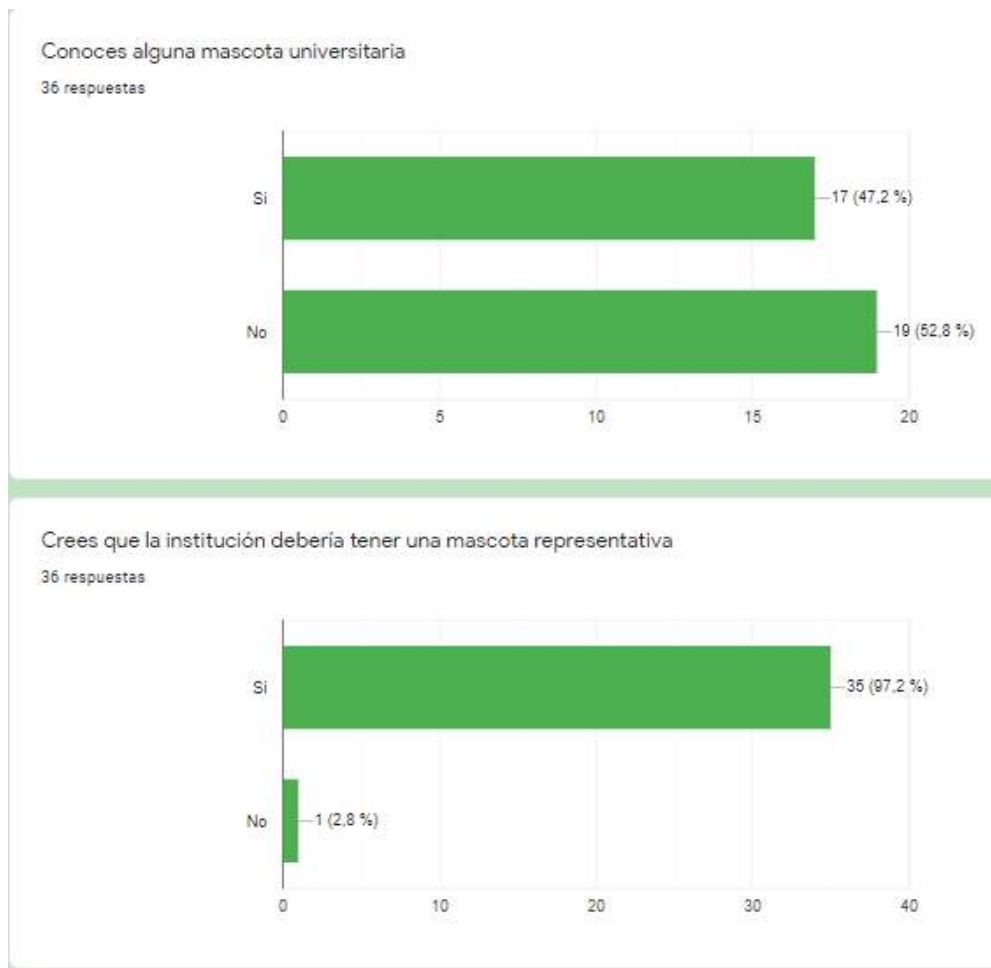






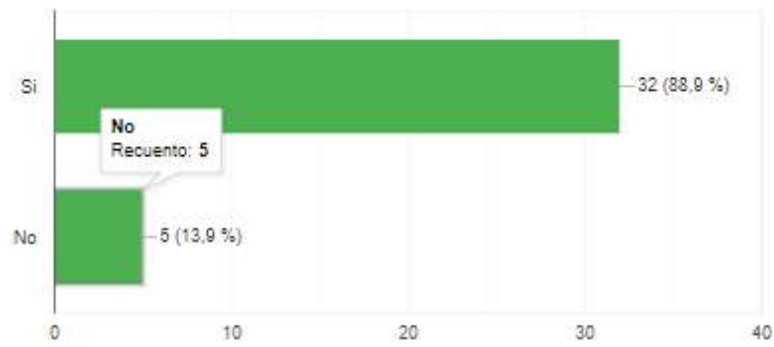


Resultado de la encuesta realizada



Crees que la mascota sería de ayuda en los diversos eventos que realice el Instituto

36 respuestas



Que apariencia te gustaria que tuviese la mascota

36 respuestas

