

# La modernización iconográfica religiosa dentro de un modelo de emprendimiento

Estíbaliz Vélez; Liceth Briceño; Edwin Chuico, Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, Ecuador; [ecvelez@tecnologicosudamericano.edu.ec](mailto:ecvelez@tecnologicosudamericano.edu.ec)

## RESUMEN

El proyecto se trabajó con la finalidad de realizar un análisis iconográfico de las imágenes religiosas más representativas de la ciudad de Loja-Ecuador para aplicar en suvenires tomando como referencia estudios previos sobre casos paralelos centrados en el rescate cultural a través del diseño gráfico. Iniciamos con el reconocimiento de iconografía hasta el establecimiento del ícono religioso principal. Se aplicaron estilos de ilustración que modernizaron al ícono tomando en cuenta tanto la representatividad como el nivel de abstracción conceptual. Se trabajó con un estudio de mercado para obtener resultados que indiquen la pertinencia para la aplicación, implementación y su comercialización.

## PALABRAS CLAVE

Iconografía; diseño; emprendimiento; suvenir; religión.

**Religious iconography modernization in an entrepreneurship model.**

## ABSTRACT

The project was focused on the iconographic analysis of the most representative religious images from Loja, Ecuador to apply on souvenirs and different products for sell, taking previous studies as reference about parallel cases centred around cultural rescue through design and entrepreneurship. We started with the iconography recognition, then continue establishing the main icon. In base to these results different styles of illustration where applied for modernize the traditional icon. The designs where selected for their creative features such as: representative and conceptual abstraction. A market study was made with the purpose to get results that show the pertinence to commercialize.

## KEYWORDS

Iconography; design; entrepreneurship; souvenir; religion.

## Introducción

La iconografía se define como un conjunto de imágenes, retratos o representaciones plásticas, usualmente dentro de un mismo tema o con características comunes (RAE, s.f.); desde el punto de vista artístico, podemos tomar como referencias las perspectivas que la definen como un proceso de escritura mediante imágenes (Rodríguez, 2005), o como el área mediante la cual según Panovski (1955) es posible el análisis de significados visuales, construyendo la visión de que dichos elementos que observamos pasan a formar parte de un significado más grande que sus partes.

Dicha construcción conceptual ha sido aplicada a nivel mundial, con el objetivo de comunicar a través de construcciones iconográficas: la cultura, historia y zeitgeist; además de estar presente la concepción de diversas disciplinas creativas, como en este caso, el diseño gráfico.

Actualmente, es fundamental dentro de los procesos creativos de un emprendimiento, marcar distancia de lo existente para destacar mediante la diferenciación visual en un mercado saturado, facilitando el éxito de la propuesta. Es importante también que dentro de la identidad de los elementos culturales, se considere el enfoque utilitario del producto, aumentando así el valor efectivo del mismo. Estos elementos en sincronía, sirvieron como cimientos para elaborar la propuesta de iconografía religiosa y darle un marco conceptual fuerte al desarrollo posterior de la propuesta.

Desde las aulas de clase, estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico han trabajado en la búsqueda de nuevas perspectivas, usando el diseño, la ilustración y el marketing como herramientas tanto de producción como de comercialización que permitan responder las preguntas planteadas dentro de los objetivos del proyecto: ¿Es económicamente pertinente la ejecución de propuestas creativas y estilizadas de iconografía religiosa a través de la academia? ¿Es posible establecer un emprendimiento sostenible a partir de ejercicios académicos dentro la ciudad de Loja, Ecuador? Dichos cuestionamientos esperan ser respondidos dentro de las conclusiones.

Con esta finalidad, se ha realizado una investigación del estado del arte en el área, para comprender el uso de iconografía dentro de productos que son comercializados; se hizo una búsqueda enfocada en el ámbito de la religiosidad e influencia de esta dentro de la producción de suvenires o artesanías, tanto con fines turísticos como en el trabajo con elementos culturales para que a través de la innovación se resalte el patrimonio de un pueblo.

Durante el proyecto, se buscó tomar no solo perspectivas mundiales, sino también locales, rescatando la riqueza de la iconografía ecuatoriana (Almeida & Carrascal, 2016), así como la fuerte idiosincrasia religiosa que existe en la ciudad de Loja, ubicada al sur del país, donde la historia y la fe se han entrelazado en la identidad lojana, especialmente en *La Virgen de El Cisne* (Ramón Valarezo, 2020), que se considera la epítome de identidad religiosa y motor esencial de la cultura y economía locales.

## Desarrollo.

### *Iconografía, artesanía, suvenires y su consumo*

Algunos estudios y proyectos sobre este tema analizan el comportamiento del consumidor respecto a las creencias que poseen los compradores como en la investigación realizada por Shtudiner Klein, Zwilling et al. (2019), donde se analizan a turistas en Israel y su accionar al adquirir diferentes tipos de suvenires que corresponden a iconografía Cristiana y Judía además de otros productos no relacionados con estas creencias, dando como resultado una alta preferencia hacia elementos religiosos, mostrando cómo la fe incide en el consumidor mucho más que la utilidad del producto. En este punto también se relaciona al valor intrínseco del suvenir, Estévez & Sánchez (2012) se refieren a estos objetos como aquellos que son despreciados y vistos como elementos de mal gusto o despilfarro, pero esto cambia al darle un valor simbólico, que convierte al artículo en un elemento preciado que ocupará un espacio especial dentro del hogar del comprador.

El valor simbólico de los objetos culturales también ha generado el planteamiento de investigaciones como la de Borisovna et al. (2019) que buscan estrategias para revalorizar el patrimonio material e inmaterial, el folklore, la iconografía ancestral de los pueblos a través de actividades como festivales o proyectos de intercambio cultural con la finalidad de que nuevas generaciones se sientan interesados e identificados.

Un caso especialmente destacable es el emprendimiento denominado *Kukuxumusu* en la ciudad de Pamplona, España, que es descrito como un modelo exitoso (Fernández, 2009) desde su temprana creación en 1995, donde sus diseñadores se inspiraron en la festividad de San Fermín con el objetivo de crear mercadería que posea ilustraciones humorísticas y basadas en la iconografía religiosa y cultural de aquella celebración, mismas que hasta la actualidad destacan por su innovación gráfica.

También está el caso de la marca mexicana Dristroller (2020), que a través del diseño de una

ilustración infantil basada en la imagen religiosa de la *Virgen de Guadalupe* los productos saltaron a la fama mundial, encontrando múltiples accesorios con estos diseños.

*Uso de elementos ancestrales e iconográficos con fines comerciales en Ecuador y la ciudad de Loja.*

El tema de la ancestralidad dentro de objetos de diseño ha sido aprovechado por más de uno, quienes han visto en ello una oportunidad para comercializar dentro del área turística en Ecuador. Por ejemplo, Plaza Naya (Revista Líderes, 2019) es una marca fundada en 1994 que ha mantenido su producción artesanal, Sikimira (2013) empresa dedicada a la generación de ilustraciones que poseen contenido con identidad cultural, realizando reinterpretaciones gráficas de la fauna más destacable del país, costumbres religiosas y culturales de Quito y Cuenca, y simbología ancestral.

En el área de los textiles, la marca Olga Fish Folklore (2020) fundada en 1942, es una de las más reconocidas y que continua su trabajo en esta área a través de la creación de alfombras, ropa, extendiéndose también a una línea de accesorios. También están presentes organizaciones que apoyan a la elaboración de productos que se caracterizan por el uso de técnicas o elementos que corresponden a iconografía propia de culturas ancestrales o tradiciones locales en donde además está presente la innovación gráfica, tales como la Fundación Sichi Sacha (2016) o el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares CIDAP (s.f.) que funciona desde 1975.

Estos modelos de negocio han sido analizados por parte de la academia, con la finalidad de incentivar por un lado las habilidades de investigación y por otro, la creación a partir de elementos y costumbres nacionalistas.

Torres (2019) se enfoca en mezclar el trabajo del diseñador con el artesano y reconfigurar lo que tradicionalmente se construye, rediseñando con estilos contemporáneos, usando maquinaria actualizada sin dejar de lado los elementos gráficos y significativos de lo tradicional con el objetivo de construir un producto de neo artesanía. Haciendo referencia netamente a la ciudad y provincia de Loja, se puede sumar Vanessa Zúñiga (diseñadora gráfica independiente conocida por su trabajo modular y tipográfico basado en iconografía ancestral) quien no define a sus productos con este término, sino que se apoya en la investigación académica y el análisis iconográfico de símbolos ancestrales para la construcción de tipografía experimental y juegos modulares que luego son

FOTOGRAFÍA	ÍCONOS DETECTADOS	ANÁLISIS
	VEC EDN	Denarios metálicos, en los accesorios se visualiza el ícono religioso de la Virgen de El Cisne y El Divino Niño. Representaciones gráficas tomadas de esculturas policromadas.
	VEC EDN	Souvenir para autos elaborado con madera y cortado a láser, se visualiza el ícono religioso de la Virgen de El Cisne y El Divino Niño, representaciones gráficas tomadas de esculturas policromadas.
	VEC J	Denario con cuentas de madera, se visualiza el ícono religioso de la Virgen de El Cisne y Crucifijo de Jesucristo. La representación gráfica es tomada de una pintura de la Virgen de El Cisne del siglo XIX.
	VEC	Llaveros metálicos varios modelos, poseen dos diferentes representaciones gráficas de la Virgen de El Cisne.
	J	Colgantes con el ícono religioso correspondiente al Sagrado Corazón de Jesús y a la Virgen de El Cisne, representaciones gráficas tomadas de esculturas policromadas.
	VEC EDN J	Collares de cordón y metálicos con la imagen icónica de El Niño Jesús, la Virgen de El Cisne y de Jesucristo; la técnica de elaboración varía desde el uso de gráfica tomada de esculturas policromadas hasta labrado en metal.

Figura 1. Esquema de análisis sobre íconos religiosos y souvenirs existentes en el mercado luego del estudio de campo.

aplicados a objetos utilitarios para su comercialización.

Dentro de la ciudad también se han dado diversas investigaciones que encierran el tema de la iconografía ancestral con la finalidad de generar



Figura 2. Ícono religioso seleccionado, ilustraciones resultantes del rediseño iconográfico de la *Virgen de El Cisne*

productos tanto comerciales como artísticos, una de las más grandes es la de González et al. (2014) donde se exploran los petroglifos encontrados en cinco cantones de la provincia de Loja, con la finalidad de trabajar gráficamente con los elementos para realizar aplicaciones en diseño textil u otros accesorios utilitarios. Sumado a esto están los procesos de construcción que realizó Burneo (2017) en conjunto con estudiantes de arquitectura, mediante el cual se enfocaron en simbología de diversas culturas del país para diseñar suvenires y empezar a constituir una marca dedicada a la producción de objetos con identidad que puedan generar emprendimientos donde les sea posible transmitir mensajes ancestrales con sus productos.

Luego de una amplia búsqueda bibliográfica se pudo evidenciar que no existe registro de investigaciones o estudios que se enfoquen en la innovación de elementos basados en iconografía

religiosa dentro de la ciudad de Loja para la implementación en objetos comercializables; si existen análisis desde un punto de vista artístico para conocer el significado de las obras religiosas que se encuentran en iglesias como el realizado por Sánchez, Román, & Loarte (2020) a pinturas de la época colonial, donde se puede destacar que mucha de la información respecto a la simbología que dichas obras presentan es desconocida, ya sea por falta de estrategias educativas o de mediadores artísticos que puedan difundir esta información, es por ello que más adelante como parte del proceso de diseño se han tomado en cuenta la existencia de varios emprendimientos en la ciudad, como librerías religiosas donde se expenden productos o accesorios con esta temática, pero principalmente nos hemos focalizado en los kioscos ubicados de forma estratégica fuera de las iglesias, mismos que expenden productos con diversos íconos religiosos que hacen referencia a las creencias más arraigadas dentro de la ciudad.

#### Proceso de diseño

*Estudio iconográfico y de mercado previo a la comercialización.* Mediante la observación directa se realizó un recorrido por los lugares dedicados a la venta de artículos religiosos, mismos que son los mencionados kioscos de ventas que se encuentran fuera de las iglesias, siendo seleccionados por ser uno de los lugares más visitados por las personas de la ciudad para adquirir suvenires religiosos. Dentro de lo encontrado se observa una amplia preferencia hacia el uso de reproducciones de la imagen de la *Virgen de El Cisne* (VEC) en todo tipo de artesanía religiosa; además, se encuentra la imagen de El Divino Niño (EDN), mientras que en tercer lugar existen imágenes de diversos santos (S) y reproducciones de la imagen de Jesucristo (J).

En la figura 1 se detalla el análisis de los objetos y las imágenes icónicas religiosas que se encontraron como producto del ejercicio fotográfico, se excluyen de estos procesos a las tiendas grandes dentro de espacios comerciales dedicados a la venta de artículos netamente religiosos para iglesias, salas de velación, grupos o librerías religiosos.

Luego de este análisis se puede deducir que el ícono religioso más representado, reproducido y utilizado en diversos artículos es la de la *Virgen de El Cisne*, que además de los llamativos colores con los que es aplicada su reproducción se distingue una clara repetición de la representación gráfica correspondiente al siglo XIX (ver figura 2) que puede ser reconocida y distinguida de otras advocaciones que encierran a la Virgen María dentro y fuera de la ciudad y el país. Los objetos

corresponden a joyería artesanal de calidad estándar con referencia a la materia prima, además se pueden apreciar otros artículos como llaveros, decoraciones para autos o salas. Esto nos permite realizar un balance entre lo tradicional y lo moderno, proyectando opciones de artículos que puedan diversificar el mercado del suvenir religioso que mediante el diseño y la modernización iconográfica se pueda abrir un segmento en el mercado.

*Brief.* Fue necesario establecer un brief básico para poder establecer puntos clave previo a la realización de las propuestas, con la finalizar de analizarlos siguientes puntos:

1. ¿Cuál es el nombre del proyecto?

Se denomina Peregrina en alusión a la peregrinación realizada por los feligreses atraídos por la fe y devoción a la Virgen de El Cisne

2. ¿Cuál es el público objetivo?

Población de la ciudad de Loja

3. ¿Qué productos ofrecen?

Artículos y suvenires como: cojines, llaveros, vasos, monederos con imágenes ilustradas de la Virgen de El Cisne.

4. ¿Cuál es la competencia de sus productos?

No existe competencia directa, puesto que lo existente son imágenes impresas de la imagen de la Virgen, nuestra propuesta es una reinterpretación de las imágenes de la Virgen de El Cisne mediante la ilustración.

5. ¿Qué diferencia sus productos de otros?

El valor agregado es la creatividad gráfica en cada propuesta de las ilustraciones de la Virgen de El Cisne.

6. ¿En qué plataformas se promocionan los productos?

En plataformas digitales como redes sociales

7. ¿Cuáles son los puntos de venta?

A través de redes sociales, y en plazas y parques en donde se encuentran las principales iglesias de la ciudad.

*Estilos de ilustraciones para modernizar la gráfica de la Virgen de El Cisne.* Las opciones con las que cuentan los estudiantes para diseñar son: el dibujo vectorial y la pintura digital. Los estilos aplicados para la ilustración y propuestas se enmarcaron en una investigación previa sobre actuales tendencias que se trabajan dentro de la neo artesanía y los suvenires.

La inspiración visual usada como referencia fue el anime/manga, debido a su popular uso en series animadas y revistas impresas, la ilustración infanto-juvenil por la gráfica sintetizada y colores llamativos, ilustración decorativa con la finalidad

Proyección de la población:

$$faa=fab (1+i)^n$$

Datos

$$faa = ?$$

$$\text{Constante} = 1$$

$$i = 1.1\%$$

$$n = 10$$

$$faa=214855 (1+1.1\%)^9$$

$$faa=214855 (1+0.011)^9$$

$$faa=214855 (1.011)^9$$

$$faa=214855 (1.10)$$

$$faa=236340,5$$

$$faa=236341$$

Determinación de muestra poblacional:

$$n=(NZ^2 p.q)/((N-1) e^2 p.q)$$

Datos:

$$n = ?$$

$$N = 236341$$

$$Z = 1.96$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$e = 0.05$$

$$n=(236341 (1.96)^2 (0.5)(0.5))/((236341-1)(0.05)^2+(1.96)^2 (0.5)(0.5))$$

$$n=(236341 (3.84)(0.25))/((236340)(0.0025)+(3.84)(0.25))$$

$$n=(236341 (0.96))/((590.85)+(0.96))$$

$$n=226887.36/591.81$$

$$n=383.37$$

$$n=383$$

Tabla 1. Proyección de la población de la ciudad de Loja, Ecuador.

de enriquecer a los iconos modernizados y brindar un mejor estilo a los objetos en los que se aplicó una composición mixta en el cual se trabajaron fotografías realistas como base para el rediseño de los iconos mediante pintura digital. En la figura 2 también se pueden ver en detalle las propuestas creadas y aceptadas.

Cada uno de estos rediseños fueron seleccionados bajo criterios compositivos que encierran principios como simetría, abstracción en todos los niveles de iconicidad, se refleja la representación, el significado y la gestalt, a continuación se explica detalladamente cada uno de los estilos y la representación que se da en las ilustraciones:

— Figura 2, ilustración A: La imagen está desarrollada mediante ilustración vectorial, su grá-



Figura 3. Algunos de los suvenires creados como parte del estudio de mercado y la modernización iconográfica.

fica corresponde a un estilo anime/manga, la composición de la *Virgen de El Cisne* transmite una expresión infantil y juvenil, denota dulzura y amabilidad justificado por el uso de colores pasteles.

- Figura 2, ilustración B: La imagen está desarrollada mediante mapa de bits con pintura digital, debido a que la ilustración usada surge a partir de una fotografía, la pose de la Virgen María con el Niño Jesús en sus manos denota protección, cuidado y amor.
- Figura 2, ilustración C: La imagen está desarrollada mediante ilustración vectorial, el estilo usado es el manga, en la composición la pose de la Virgen María con el Niño Jesús busca transmitir emociones de amor, felicidad y afecto, la ilustración está inspirada en la representación gráfica el siglo XIX.
- Figura 2, ilustración D: La imagen está desarrollada mediante ilustración vectorial, el estilo usado es infanto-juvenil a la vez que se utilizan decoraciones; sus adornos hacen referencia a los vitrales usado en la Basílica de la parroquia de El Cisne, lugar donde reposa la imagen.
- Figura 2, ilustración E: La imagen está desarrollada mediante ilustración vectorial, el estilo usado es infanto-juvenil, en su composición podemos apreciar la Virgen de El Cisne sobre una ciudad; esto hacen alusión al cuidado y protección a su pueblo.

**Muestra.** Este proceso se realizó inicialmente para proceder con la creación de artículos, se partió investigando el nivel de aceptación que tendrían dentro del mercado local por medio de una encuesta que buscaba conocer si los participantes son creyentes de la *Virgen de El Cisne*, además se buscó conocer si existe interés en adquirir suvenires inspirados en esta imagen. Se presentaron varias opciones para la comercialización de estos objetos, así también se cuestionó sobre los lugares adecuados para la compra y venta de los mismos.

Se partió realizando la proyección de población (ver tabla 1) y determinación de muestra, tomando como base la información que otorga el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010) de acuerdo al censo del 2010, que era de 214855, con una tasa de crecimiento poblacional del 1.1%.

Los participantes fueron seleccionados a través de la metodología de muestreo de conveniencia, de esta forma se pudo obtener información de personas que acudían a las principales iglesias católicas de la ciudad de Loja como son: La Catedral, San Francisco, Santo Domingo y San Sebastián.

Es importante tener en claro que este estudio de mercado abarcó solamente a la población de la ciudad de Loja, se buscaron datos sobre las personas foráneas que visitan la ciudad pero los datos no han sido investigados anualmente, siendo el estudio realizado en el 2017 por el observatorio turístico de la Universidad Técnica Particu-

lar de Loja (UTPL, 2017), la única fuente que nos puede dar información para poder tener un rango de aquel porcentaje de personas interesadas en la festividad religiosa de la *Virgen de El Cisne*, en donde se determinó que el 50,8% de los peregrinos eran locales, 47,6% del resto del país, 1,3% visitantes internacionales, y un 0,3% que no especificaron su procedencia.

## Resultados

Con la metodología aplicada este proyecto de diseño arrojó algunos resultados: en primer lugar la existencia de una variedad de artículos dentro del mercado lojano representativos de la religiosidad y fe de la mayoría de la población. Dentro de estos se visualizan imágenes que corresponden diversas advocaciones de la Virgen María, pero se destaca un solo ícono religioso el cual corresponde a la *Virgen de El Cisne*, siendo el seleccionado para los procesos de modernización de la iconografía.

Luego, la encuesta aplicada permitió constatar que un 87% de los lojanos practican la fe y la devoción hacia la imagen de la *Virgen de El Cisne*; el 82% de personas respondieron afirmativamente a la posibilidad de adquirir souvenirs con esta temática; los artículos elegidos por los encuestados fueron: jarros, monederos, llaveros, cojines y joyería artesanal; los lugares seleccionados para comercializar los productos fueron parques, iglesias y ferias de emprendimiento, para lo cual se estableció una lista con un rango determinado de precios que ronda desde \$1, hasta los \$15, esto se puede visualizar detalladamente en la tabla 2.

En la figura 3 se encuentran los productos creados bajo la marca denominada Peregrina, siendo diseñados bajo las consideraciones y análisis del estudio de mercado, aplicando las propuestas gráficas como resultado del trabajo en el aula de clase. A diferencia de los artículos que se encontraron como resultado de los recorridos y fotografías realizadas en la primera fase de la metodología se optó por utilizar materiales modernos, con la calidad adecuada para someter a los procesos de sublimación y corte mediante máquinas láser.

Los resultados de la venta (ver tabla 3) reflejaron la pertinencia de este proyecto debido a la gran acogida que alcanzaron los souvenirs, siendo adquiridos por la llamativa iconografía, cromática y mensaje religioso, además de la funcionalidad y el accesible precio de estos. Demostrando que es posible establecer ideas de negocio que pueden ser ajustadas a modelos de emprendimiento

ARTÍCULO	V. UNITARIO
COJINES	5,00
ESTUCHES DE LENTES	3,00
AROMATIZANTES	2,00
MONEDEROS	2,00
PINES	1,50
LLAVEROS DE MADERA	2,00
LLAVEROS DE METAL	3,50
JARROS	5,00
JARROS MAGICOS	10,00
JARROS DE COLOR	7,00
COLLARES	4,00
CONJUNTOS COLLAR Y ARETES	4,00
CONJUNTOS COLLAR Y ARETES	5,00
PF CONJUNTO COLLAR Y ARETES	15,00
PF COLLAR	10,00
PF CADENA	5,00
PF DENARIO	5,00
PF ARETES LARGOS	3,00
PF ARETES BOTON	5,00
CL ARETES	2,00
CL ARETES LARGOS	2,50
CL CADENAS	7,00
CL COLLARES DE CRUZ	2,00
CL ARETES BOTON	1,00
CL CONJUNTO ARETES Y CADENAS	3,00

Tabla 2. Lista de productos seleccionados para trabajar en el proyecto y sus precio

como el de Kukuxumusu o Distroller con la finalidad de contribuir a la economía individual y por consiguiente al de la sociedad en su conjunto.

Así también, consideramos que puede ser viable la creación de un emprendimiento sostenible a partir de ejercicios académicos, ya que esto permitiría hacer uso de las competencias profesionales adquiridas por los estudiantes, a la vez que da paso al desarrollo de habilidades y destrezas para desenvolverse en retos que la sociedad y el mercado presentan cada día.

## Conclusiones

Ante lo referido en los trabajos relacionados a este tema, nos damos cuenta el amplio espectro iconográfico que la idiosincrasia lojana posee para continuar con el trabajo de modernización e implementación de productos según diferen-

ELEMENTOS DE COSTOS Y GASTOS	
Materia prima directa	276,87
Mano de obra directa	200
Costos indirectos de fabricación	439,19
Gastos de venta	160,45
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>1076,51</b>

  

DETALLE DE UTILIDAD			
COSTO DE PRODUCCIÓN	% DE UTILIDAD	TOTAL DE VENTAS	UTILIDAD EN \$
1076,51	105,85%	2216	1139,49

Tabla 3. Balance general de la venta de productos *Peregrina*

tes modelos de negocio existentes y a mayor escala. La principal fortaleza se centra en la exploración de creaciones modernas que se diferencian de la mercadería religiosa ya existentes. Sin embargo, presenta una debilidad, debido a que la venta masiva de estos artículos depende de la temporada turística anual en la cual se realiza la peregrinación de la imagen de la *Virgen de El Cisne*.

Además, dentro de la implementación y venta de los productos, se observó que el consumidor no pertenecía netamente a la religión católica, sino que muchas personas que adquirieron los artículos lo hacían por el atractivo del mismo, mas no por ser objetos unidos a su fe con el objetivo de regalar a personas que si profesan estas creencias. Por otro lado, ha quedado constatado que para desarrollar emprendimientos de la mano del diseño gráfico, es esencial conocer el contexto y el público objetivo para establecer metas que satisfagan las necesidades del mercado, tener visión a largo plazo, versatilidad, innovación, flexibilidad y cuidado con la calidad de producto que se va a ofertar.

Finalmente respondiendo a las preguntas planteadas para este proyecto desde un inicio se puede concluir que si es económicamente pertinente la ejecución de propuestas creativas en base al uso de iconografía religiosa, trabajando desde la academia, tomando en cuenta limitaciones como el tiempo y el recurso humano para la producción, pero que sirve como un punto para establecer estrategias, mismas que hacen posible que se establezca un emprendimiento sostenible a partir de ejercicios académicos dentro la ciudad de Loja, Ecuador.

## Referencias bibliográficas

ALMEIDA, C., & CARRASCAL, A. (2016). *Iconografía de los Pueblos Ancestrales de Imbabura*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.

BORISOVNA, O., AKHUNZHANOVA, L., IVANOVNA, E., BORISOVNA, E., & SERGEEVNA, I. (2019). Innovative Socio-Cultural Project Development Realized by The Leaders of Folklore Groups to Preserve and Develop the National Folk Culture. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(3), 7427-7431. DOI: 10.35940/ijrte.C6155.098319

BURNEO, J. (2017). Productive undertakings of souvenirs and handicrafts with focus on loranity and ancestral identity. *INNOVA Research Journal*, 2(1), 14-33. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n1.2017.103>

CIDAP. (s.f.). *Centro Interamericano de Artes Populares*. Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de [www.cidap.gob.ec](http://www.cidap.gob.ec)

DISTRROLLER. (2020). *Productos*. Recuperado el 25 de Febrero de 2020, de Virgencita Plis: <https://mexico.distroller.com/virgencita-plis>

ESTÉVEZ, F., & Sánchez, M. (2012). Touristic souvenir Banality, authenticity and aesthetics of repetition. *Revista de Occidente*, 39-52.

FERNÁNDEZ, J. (2009). KUKUXUMUSU, innovación en el mundo del souvenir. Creatividad en estado puro. *MK Marketing+Ventas*(246), 8-16.

FUNDACIÓN SICHI SACHA. (2016). *Artesanía de los Pueblos Ancestrales en la Mitad del Mundo: Ecuador*. Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de [proyecto.mindalae.com.ec](http://proyecto.mindalae.com.ec)

GONZÁLEZ, D., GUARTÁN, J., POGO, J., & MOLINA, C. (2014). *Petroglifos de Loja: registro y aplicación en arte y diseño*. Loja: Ediloja.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Recuperado el 1 de Abril de 2019, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>

OLGA FISH. (2020). *Olga Fish Folklore*. Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de [www.olgfisch.com](http://www.olgfisch.com)

PANOFSKY, E. (1955). El significado en las artes visuales. En *Iconografía e iconología: introducción al estudio del arte del Renacimiento* (págs. 45-46). New York: Alianza Forma.

RAE. (s.f.). Recuperado el 14 de Febrero de 2020, de <https://dle.rae.es/iconografía>

RAMÓN VALAREZO, G. (2020). Quinta razón: Virgen "Churona" y Madre, una invitación al silencio. En *Museo y Centro Cultural de Loja* (págs. 37-39). Loja: Ministerio de Cultura y Patrimonio.

Revista Líderes. (8 de Noviembre de 2019). *Revista Líderes*. Recuperado el 30 de Enero de 2020, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/artesanía-reinventa-evoluciona-plazanaya-intercultural.html>

RODRÍGUEZ, L. (s.f.). *Introducción general a los estudios iconográficos y a su metodología*. Recuperado el 14 de Febrero de 2020, de E-excellence, [www.liceus.com](http://www.liceus.com)

SÁNCHEZ, J., ROMÁN, R., & LOARTE, M. (2020). Interpretación y mediación didáctica del arte pictórico religioso de la época colonial en la ciudad de Loja, Ecuador. *Conrado, revista pedagógica de la Universidad de Cienfuegos*, 16(73), 254-260.

SHTUDINER, Z., KLEIN, G., ZWILLING, M., & KANTOR, J. (2019). The value of souvenirs: Endowment effect and religion. *Annals of Tourism Research*(74), 17-32. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.10.003>

SIKIMIRA. (2013). *Sikimira, ilustración textil*. Recuperado el 16 de Febrero de 2020, de [www.sikimira.com](http://www.sikimira.com)

TORRES, E. (2019). «Subsequent views»: a research-creation experience in design for the production of neo-crafts in Ecuador. *ISLAS*, 61(194), 124-134.

UTPL. (2017). *Observatorio turístico, región sur del Ecuador*. Recuperado el 29 de Agosto de 2020, de Informe del perfil del visitante que asiste a la Romería de la Virgen de El Cisne año 2017: [observatoriotoristico.utpl.edu.ec/sites/default/files/infografia-romeria-22-11-2017.pdf](http://observatoriotoristico.utpl.edu.ec/sites/default/files/infografia-romeria-22-11-2017.pdf)

ZÚÑIGA, V. (s.f.). *Amuki, Crónicas Visuales del Abya Yala*. Recuperado el 16 de Febrero de 2020, de [https://amuki.com.ec](http://amuki.com.ec)

