



TECNOLOGICO SUPERIOR
“CORDILLERA”

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ
CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO
PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL
CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

Autor

Marco Antonio Guzmán Bejarano

Tutora

Ing. Paola Martínez

Quito-Ecuador

2015

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este proyecto es absolutamente original y personal en el cual se cita las fuentes correspondientes y a su vez el de su ejecución se respetaron las normas legales que protegen los derechos de autor vigentes en nuestro país. Las ideas, conclusiones, entre otras, que se citan en este proyecto son de mi absoluta responsabilidad por cualquier motivo que este confiere.

.....

Marco Antonio Guzmán Bejarano

CI: 172187544-9

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Marco Antonio Guzmán Bejarano alumno de la Escuela de Diseño Gráfico reconozco que el presente proyecto es de mi autoría, pero los derechos de propiedad intelectual pertenecen al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Marco Antonio Guzmán Bejarano

CI: 172187544-9

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Marco Antonio Guzmán Bejarano, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de diseño gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.”, el cual incluye la creación y desarrollo del fotolibro, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del fotolibro, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto

del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del fotolibro descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el fotolibro por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del fotolibro por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del fotolibro; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del fotolibro; d) Cualquier transformación o modificación del fotolibro; e) La protección y registro en el IEPI el fotolibro a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del fotolibro; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del fotolibro que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del fotolibro a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción,

caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 23 días del mes de Marzo del dos mil quince.

f) _____

C.C. N°

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos quienes han colaborado en esta tarea.

A mis maestros.

Gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional, en especial: a la Ing. PAOLA MARTINEZ por haber guiado el desarrollo de este trabajo y llegar a la culminación del mismo

A mis Amigos.

Que siempre me han acompañado para llevar a buen término mi carrera. Y a mis compañeros de carrera que siempre he podido contar con ellos en todo momento. Al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera" y en especial a la Facultad de Diseño Gráfico que me dieron la oportunidad de formar parte de ellas.

¡Gracias!

DEDICATORIA

A Dios.

Por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarte cada día más.

A ti madre MARÍA BEJARANO TELENCHANO, Por haberme educado y soportado mis errores. Gracias a tus consejos, por el amor que siempre me has brindado, por cultivar e inculcar ese sabio don de la responsabilidad.

¡Gracias por darme la vida!

A ti padre PEDRO GUZMÁN BEJARANO quien le debo todo en la vida, le agradezco el cariño, la comprensión, la paciencia y el apoyo que me brindo para culminar mi carrera profesional.

¡Te quiero Mucho!

Att.: Marco Antonio Guzmán Bejarano

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE	ii
CESIÓN DE DERECHOS	iii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	iv
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
ÍNDICE DE CONTENIDOS	x
INDICE DE TABLAS	xiii
INDICE DE FIGURAS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRACT	xix
CAPÍTULO I	1
Antecedentes	1
1.01. Contexto	1
1.02. Justificación	2
1.03. Contexto	3
1.04. Definición del Problema Central	4
CAPÍTULO II	6
2.01. Análisis de Involucrados	6
2.02. Matriz de Análisis de Involucrados	7
CAPÍTULO III	8
3.01. Árbol de Problemas	8
3.02. Árbol de Objetivos	9
CAPÍTULO IV	10
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones	10
4.01.01. Tamaño del Proyecto	11

4.01.02. Localización del Proyecto.....	11
4.01.03. Análisis Ambiental.....	11
4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	13
4.03. Diagrama de Estrategias	14
4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico	15
4.04.01. Revisión de los Criterios para los Indicadores.....	16
4.04.02. Selección de Indicadores.....	20
4.04.03. Medios de Verificación.....	23
4.04.04. Supuestos	27
4.04.05. Matriz Marco Lógico (MML).....	30
CAPÍTULO V	35
La Propuesta.....	35
5.01. Antecedente de la Herramienta del Perfil de la Propuesta	35
5.01.01. Etapas.....	35
5.01.02. Historia del Diseño Gráfico en el Ecuador	36
5.02. Descripción de la herramienta	37
5.02.01. Ilustrador:.....	37
5.02.02. Photoshop:.....	37
5.02.03. Indesign:.....	38
5.02.04. Cámara:	38
5.03. Formulación del Proceso de Aplicación	39
5.03.01. Propósito del Proyecto:	39
5.03.02. Tipo de Publicación:	39
5.03.03. Temática:.....	39
5.03.04. Formato:.....	39
5.03.05. Número de páginas:	39
5.03.06. Mapa de contenidos	40
5.03.07. Índice de imágenes.....	41
5.03.08. Estilos.....	48
5.03.09. Página Master o retícula.....	49
5.03.10. Diagramación.....	49
5.03.11. Imagen Corporativa	52

5.03.12. Aplicaciones Generales del Logotipo	55
5.03.13. Maquetación.....	57
5.03.13.01. Portada	57
5.03.13.02. Contraportada.....	58
5.03.14. Pre- Prensa	76
5.03.15. Pre – Prensa.....	77
5.03.16. Prensa.....	77
5.03.17. Post – Prensa.....	77
5.03.18. Marketing y distribución:.....	77
CAPÍTULO VI.....	80
Aspectos Administrativos	80
6.01. Recursos.....	80
6.01.01. Técnico – Tecnológico.....	80
6.01.02. Humano.....	81
6.01.03. Económico	81
6.02. Presupuesto	81
6.03. Aplicación del Proyecto:.....	81
6.04. Cronograma	82
CAPÍTULO VII	83
Conclusiones y Recomendaciones	83
7.01. Conclusiones.....	83
7.02. Recomendación.....	84
BIBLIOGRAFÍA	85
NET-GRAFÍA.....	87

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	<i>Análisis de Fuerzas (T)</i>	5
Tabla 2.	<i>Matriz Análisis de Selección con los Involucrados</i>	7
Tabla 3.	<i>Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.</i>	13
Tabla 4.	<i>Construcción de la Matriz de Marco Lógico</i>	15
Tabla 5.	<i>Revisión de Criterios para los Indicadores</i>	16
Tabla 6.	<i>Selección de Indicadores</i>	20
Tabla 7.	<i>Medios de Verificación</i>	23
Tabla 8.	<i>Supuestos</i>	27
Tabla 9.	<i>Matriz Marco Lógico (MML)</i>	30
Tabla 10.	<i>Estilos</i>	48
Tabla 11.	<i>Descripción fuente YoureInvited</i>	53
Tabla 12.	<i>Descripción fuente Dunkin</i>	53
Tabla 13.	<i>Presupuesto</i>	81
Tabla 14.	<i>Aplicación del Proyecto</i>	81
Tabla 15.	<i>Cronograma de Actividades</i>	82

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de Involucrados.....	6
Figura 2. Árbol de Problemas.....	8
Figura 3. Árbol de Objetivos	9
Figura 4. Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones	10
Figura 5. Diagrama de Estrategias	14
Figura 6. Etapas	35
Figura 7. Mapa de Contenidos	40
Figura 8. Festividades No. 1.....	41
Figura 9. Festividades No. 2.....	42
Figura 10. Festividades No. 3.....	43
Figura 11. Festividades No. 4.....	44
Figura 12. Festividades No. 5.....	45
Figura 13. Festividades No. 6	46
Figura 14. Festividades No. 7.....	47
Figura 15. Retícula	49
Figura 16. Diagramación No. 1.....	49
Figura 17. Diagramación No. 2.....	50
Figura 18. Diagramación No. 3.....	50
Figura 19. Diagramación No. 4.....	50
Figura 20. Diagramación No. 5.....	51
Figura 21. Diagramación No. 6.....	51
Figura 22. Diagramación No. 7.....	51
Figura 23. Diagramación No. 8.....	52

Figura 24. Diagramación No. 9.....	52
Figura 25. Imagen Corporativa	52
Figura 26. Logotipo en fondos oscuros	55
Figura 27. Logotipo a full color	55
Figura 28. Logotipo en escala de grises	56
Figura 29. Colores positivos y negativos.....	56
Figura 30. Portada Fotolibro	57
Figura 31. Contraportada.....	58
Figura 32. Fotolibro No. 1.....	58
Figura 33. Fotolibro No. 2.....	59
Figura 34. Fotolibro No. 3.....	59
Figura 35. Fotolibro No. 4.....	59
Figura 36. Fotolibro No. 5.....	60
Figura 37. Fotolibro No. 6.....	60
Figura 38. Fotolibro No. 7.....	60
Figura 39. Fotolibro No. 8.....	61
Figura 40. Fotolibro No. 9.....	61
Figura 41. Fotolibro No. 10.....	61
Figura 42. Fotolibro No. 11.....	62
Figura 43. Fotolibro No. 12.....	62
Figura 44. Fotolibro No. 13.....	62
Figura 45. Fotolibro No. 14.....	63
Figura 46. Fotolibro No. 15.....	63
Figura 47. Fotolibro No. 16.....	63
Figura 48. Fotolibro No. 17.....	64

Figura 49. Fotolibro No. 18.....	64
Figura 50. Fotolibro No. 19.....	64
Figura 51. Fotolibro No. 20.....	65
Figura 52. Fotolibro No. 21.....	65
Figura 53. Fotolibro No. 22.....	65
Figura 54. Fotolibro No. 23.....	66
Figura 55. Fotolibro No. 24.....	66
Figura 56. Fotolibro No. 25.....	66
Figura 57. Fotolibro No. 26.....	67
Figura 58. Fotolibro No. 27.....	67
Figura 59. Fotolibro No. 28.....	67
Figura 60. Fotolibro No. 29.....	68
Figura 61. Fotolibro No. 30.....	68
Figura 62. Fotolibro No. 31.....	68
Figura 63. Fotolibro No. 32.....	69
Figura 64. Fotolibro No. 33.....	69
Figura 65. Fotolibro No. 34.....	69
Figura 66. Fotolibro No. 35.....	70
Figura 67. Fotolibro No. 36.....	70
Figura 68. Fotolibro No. 37.....	70
Figura 69. Fotolibro No. 38.....	71
Figura 70. Fotolibro No. 39.....	71
Figura 71. Fotolibro No. 40.....	71
Figura 72. Fotolibro No. 41.....	72
Figura 73. Fotolibro No. 42.....	72

Figura 74. Fotolibro No. 43.....	72
Figura 75. Fotolibro No. 44.....	73
Figura 76. Fotolibro No. 45.....	73
Figura 77. Fotolibro No. 46.....	73
Figura 78. Fotolibro No. 47.....	74
Figura 79. Fotolibro No. 48.....	74
Figura 80. Fotolibro No. 49.....	74
Figura 81. Fotolibro No. 50.....	75
Figura 82. Fotolibro No. 51.....	75
Figura 83. Pre-prensa	76
Figura 84. Roll Up.....	78
Figura 85. Fan Page.....	78
Figura 86. Canal Youtube	79

RESUMEN EJECUTIVO

La creación del fotolibro tiene como objetivo dar a conocer a turistas a cerca de las costumbres y tradiciones de la etnia Puruhá, haciendo de esta una cultura que sea valorada por los demás y no se pierda.

Muchas personas no conocen a cerca de las costumbres de la etnia en estas fechas del año, ya que no son promocionadas o no existe información sobre el mismo, el fotolibro contiene fotografías de la etnia Puruhá celebrando sus carnavales, de una manera muy en particular haciendo de estas festividades únicas en el país.

Nuestro país es pluricultural y valorar a que no se pierdan y hacer que las generaciones siguientes conserven su identidad como etnia es de gran importancia, para de esta manera preservar un país pluricultural y generar turismo a través del mismo.

El proyecto contiene todo lo investigado sobre la etnia lo que permitió la creación del fotolibro.

ABSTRACT

The creation of the photo book aims to inform tourists about the customs and traditions of the Puruhá ethnicity, making this a culture that is valued by others and not get lost.

Many people do not know about the customs of the ethnic group at this time of year, since they are not you promote or no information on it, the photo book contains photographs of Puruhá ethnicity celebrating its carnivals, in a very particular making these unique festivals in the country.

Our country is multicultural and value are not lost and have the following generations retain their ethnic identity cone is of great importance, to thereby preserving a multicultural country and generate tourism through it.

The project contains all investigated ethnicity which enabled the creation of the photobook.

CAPÍTULO I

Antecedentes

1.01. Contexto

La ciudad de Riobamba más conocida como la Sultana de los Andes ubicada en la provincia de Chimborazo no cuenta con un material de difusión acerca de la etnia Puruhá que caracteriza a la zona y su provincia.

Debido al escaso material acerca de la etnia Puruhá muchos turistas nacionales desconocen de esta etnia a su vez de sus costumbres y tradiciones, en especial en fechas como el carnaval ya que esta etnia tiene una manera muy particular de celebrar estas festividades, debido a los diversos aspectos como su desconocimiento de las personas de esta etnia en los últimos tiempos ha ido perdiendo su identidad cultural. Para lo cual se plantea la creación de un fotolibro, donde se muestre la particular forma de vida y su manera particular de celebraciones, resaltando cuán importante es su identidad cultural en la zona, de esta manera lograr un interés sobre turistas a conocer de esta cultura.

El foto libro se realizará basándose en parámetros dirigidos especialmente al grupo objetivo, mostrando veracidad, información adecuada y primordial de la etnia, clara y concisa dando armonía al lector, fotografía de alta calidad que comunique sobre la cultura y etnia de la zona, haciendo de este un atractivo para incitar a turistas a visitar la zona.

Recalcar que las etnias hacen que nuestro país sea pluricultural, teniendo en cuenta que tenemos que preservarlas y valorarlas en especial la que exponemos en el foto

libro, no solo por su particularidad única, si no por querer conocerlas y preservarlas para futuras generaciones.

1.02. Justificación

El proyectista, eligió elaborar un fotolibro, de las diferentes formas de celebración que tiene la etnia Puruhá en sus carnavales para de esta manera aportar con un materia que incentive a turistas y demás a visitar los distintos lugares donde se celebran los carnavales por parte de la etnia y de esta manera hacer que el turismo sea parte de estas festividades e identidad del pueblo Puruhá.

El fotolibro contara con fotografías propias de las festividades de la etnia Puruhá en sus carnavales dando a conocer así su cultura y tradición.

Además ayudará a lograr un crecimiento turístico en la zona y la relación de turistas con deseos de conocer de la manera en particular de la celebración de la etnia Puruhá.

Cabe señalar que con este fotolibro se espera contribuir, mejorar el turismo en la zona e identidad cultural por parte de la etnia, mediante fotografías que muestren costumbres y tradiciones no muy cotidianas en los carnavales.

Este fotolibro permitirá a turistas conocer las costumbres y tradiciones de la etnia en sus carnavales y de esta manera dar a conocer la diversidad de sus celebraciones logrando identidad cultural, haciendo que esta cultura no se pierda.

La ciudad de Riobamba más conocida como la Sultana de los Andes ubicada en la provincia de Chimborazo no cuenta con un material de difusión acerca de la etnia Puruhá que caracteriza a la zona y su provincia.

Debido al escaso material acerca de la etnia Puruhá muchos turistas nacionales desconocen de esta etnia a su vez de sus costumbres y tradiciones, en especial en fechas como el carnaval ya que esta etnia tiene una manera muy particular de celebrar estas festividades, debido a los diversos aspectos como su desconocimiento de las

personas de esta etnia en los últimos tiempos ha ido perdiendo su identidad cultural. Para lo cual se plantea la creación de un fotolibro, donde se muestre la particular forma de vida y su manera particular de celebraciones, resaltando cuán importante es su identidad cultural en la zona, de esta manera lograr un interés sobre turistas a conocer de esta cultura.

El foto libro se realizará basándose en parámetros dirigidos especialmente al grupo objetivo, mostrando veracidad, información adecuada y primordial de la etnia, clara y concisa dando armonía al lector, fotografía de alta calidad que comunique sobre la cultura y etnia de la zona, haciendo de este un atractivo para incitar a turistas a visitar la zona.

Recalcar que las etnias hacen que nuestro país sea pluricultural, teniendo en cuenta que tenemos que preservarlas y valorarlas en especial la que exponemos en el foto libro, no solo por su particularidad única, si no por querer conocerlas y preservarlas para futuras generaciones.

1.03. Contexto

La ciudad de Riobamba más conocida como la Sultana de los Andes ubicada en la provincia de Chimborazo no cuenta con un material de difusión acerca de la etnia Puruhá que caracteriza a la zona y su provincia.

Debido al escaso material acerca de la etnia Puruhá muchos turistas nacionales desconocen de esta etnia a su vez de sus costumbres y tradiciones, en especial en fechas como el carnaval ya que esta etnia tiene una manera muy particular de celebrar estas festividades, debido a los diversos aspectos como su desconocimiento de las personas de esta etnia en los últimos tiempos ha ido perdiendo su identidad cultural. Para lo cual se plantea la creación de un fotolibro, donde se muestre la particular forma de vida y su manera particular de celebraciones, resaltando cuán importante es su

identidad cultural en la zona, de esta manera lograr un interés sobre turistas a conocer de esta cultura.

El foto libro se realizará basándose en parámetros dirigidos especialmente al grupo objetivo, mostrando veracidad, información adecuada y primordial de la etnia, clara y concisa dando armonía al lector, fotografía de alta calidad que comunique sobre la cultura y etnia de la zona, haciendo de este un atractivo para incitar a turistas a visitar la zona.

Recalcar que las etnias hacen que nuestro país sea pluricultural, teniendo en cuenta que tenemos que preservarlas y valorarlas en especial la que exponemos en el foto libro, no solo por su particularidad única, si no por querer conocerlas y preservarlas para futuras generaciones.

1.04. Definición del Problema Central

Desconocimiento de turistas nacionales a cerca de las los carnavales de la etnia Puruhá y pérdida de identidad cultural.

Tabla 1.*Análisis de Fuerzas (T)*

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Escasa información sobre las costumbres y tradiciones de los carnavales de la etnia Puruhá.	Desconocimiento por parte de los turistas sobre los carnavales de la etnia Puruhá, en ciudad de Riobamba.				Conocimiento por parte de turistas sobre los carnavales de la etnia Puruhá y afluencia a la misma.
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Interés por parte de turista en conocer los carnavales de la etnia Puruhá.	5	3	4	3	Poca afluencia de turistas a los carnavales de la etnia.
Valoración de las costumbres de la etnia Puruhá y sus carnavales.	5	3	4	3	Poco y bajo interés de los turistas nacionales en conocer los carnavales de la etnia.
Difusión adecuada de los carnavales de la etnia.	4	4	4	4	Turistas sin conocimiento de los carnavales de la etnia.
Información clara sobre los carnavales de la etnia.	5	4	5	3	Información escasa y distorsionada de los carnavales de la etnia.
Interés de la etnia en hacer que sus costumbres en los carnavales sean algo turístico.	4	3	5	4	Etnia sin conocimientos de lo turístico que son sus costumbres en lo carnavales.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

CAPÍTULO II

2.01. Análisis de Involucrados



Figura 1. Árbol de Involucrados

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

2.02. Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla 2.

Matriz Análisis de Selección con los Involucrados

Grupos	Interés Sobre el Problema	Problema Percibidos	Recursos, Mandatos y Capacidades	Interés en el proyecto	Conflictos Potenciales
Investigador	El fotolibro ayudara a apreciar y las distintas formas de la celebración en sus carnavales de la etnia.	Desinterés de turistas en conocer los carnavales de la etnia Puruhá.	Creatividad, Humano, Económico, Tecnológico	Generar interés en apreciar las costumbre de los carnavales de la etnia.	Desinterés por parte de turistas acerca del fotolibro.
Agencias Turísticas	El fotolibro muestra la manera particular de la celebración de los carnavales de la etnia.	Escaso conocimiento sobre los carnavales de la etnia y su difusión.	Humano, Social	Generar interés en turistas a que visiten los carnavales de la etnia.	Escasa información de la historia de sus costumbres.
Turistas Nacionales	Mostrar mediante el fotolibro los atractivos a turistas.	No contar con información acerca de los carnavales de la etnia.	Humanos Social Información	Dar reconocimiento de la forma particular de celebrar los carnavales de la etnia.	Desinterés de turistas. Económicos.
Etnia Puruhá	En fotolibro resaltar a la etnia, mostrar sus costumbres en los carnavales.	Poca difusión de sus costumbres en especial sus carnavales.	Información Humano Social Cultural	Realza, valorar las costumbres y tradiciones de la etnia en especial la de sus carnavales.	Desinterés por parte de integrantes de la etnia. Desinterés sobre el fotolibro.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

CAPÍTULO III

3.01. Árbol de Problemas

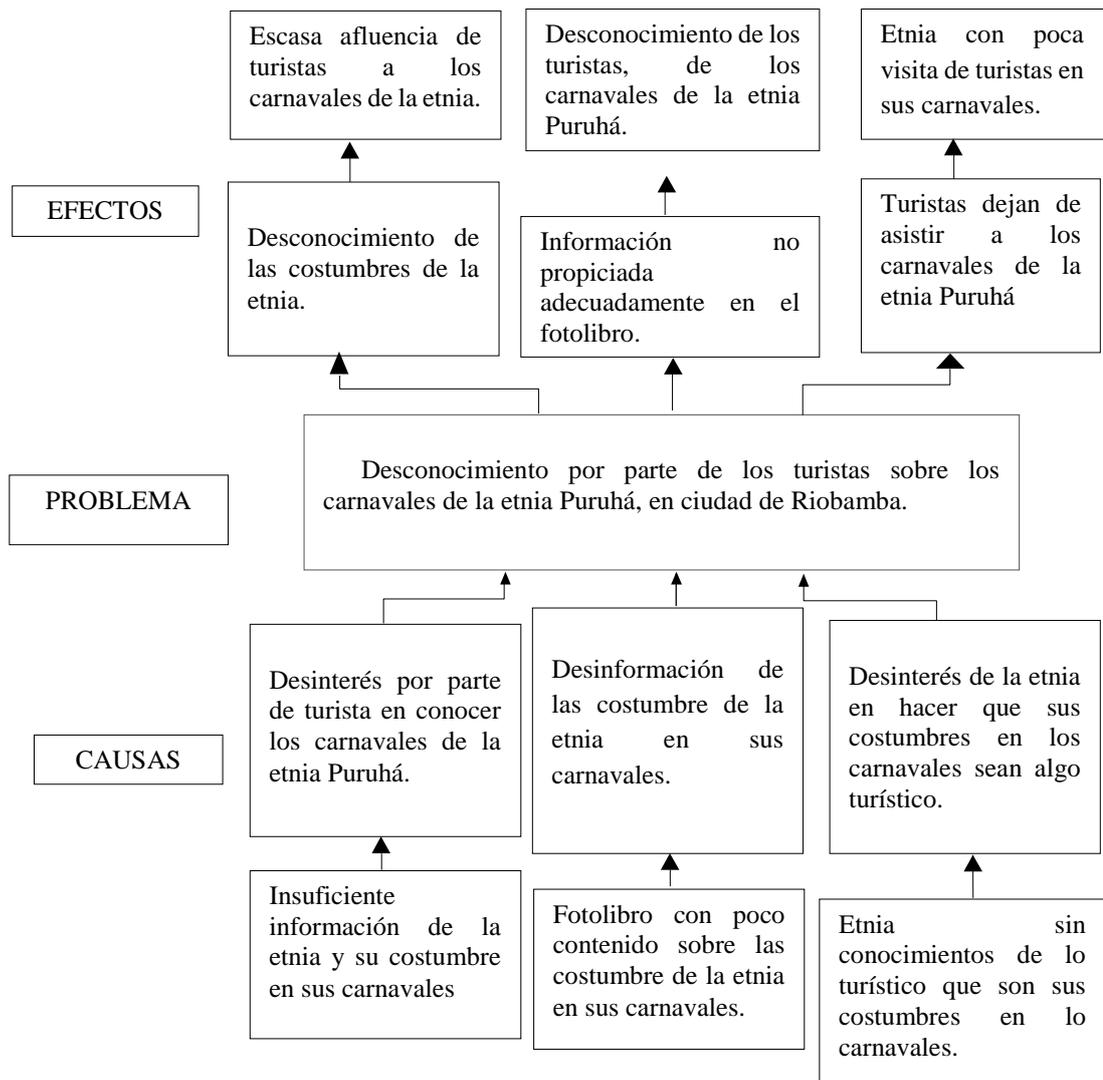


Figura 2. Árbol de Problemas

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

3.02. Árbol de Objetivos

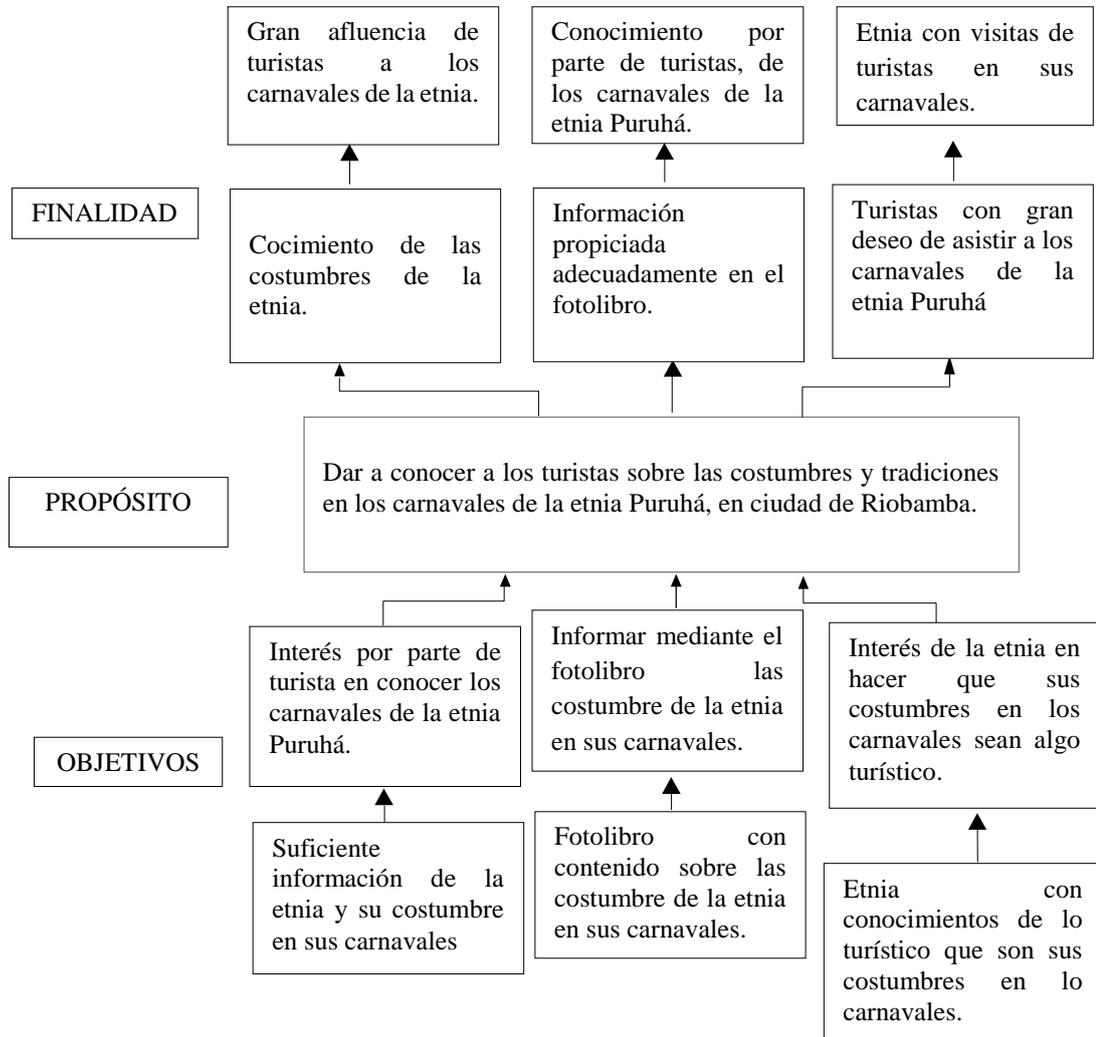


Figura 3. Árbol de Objetivos

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

CAPÍTULO IV

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

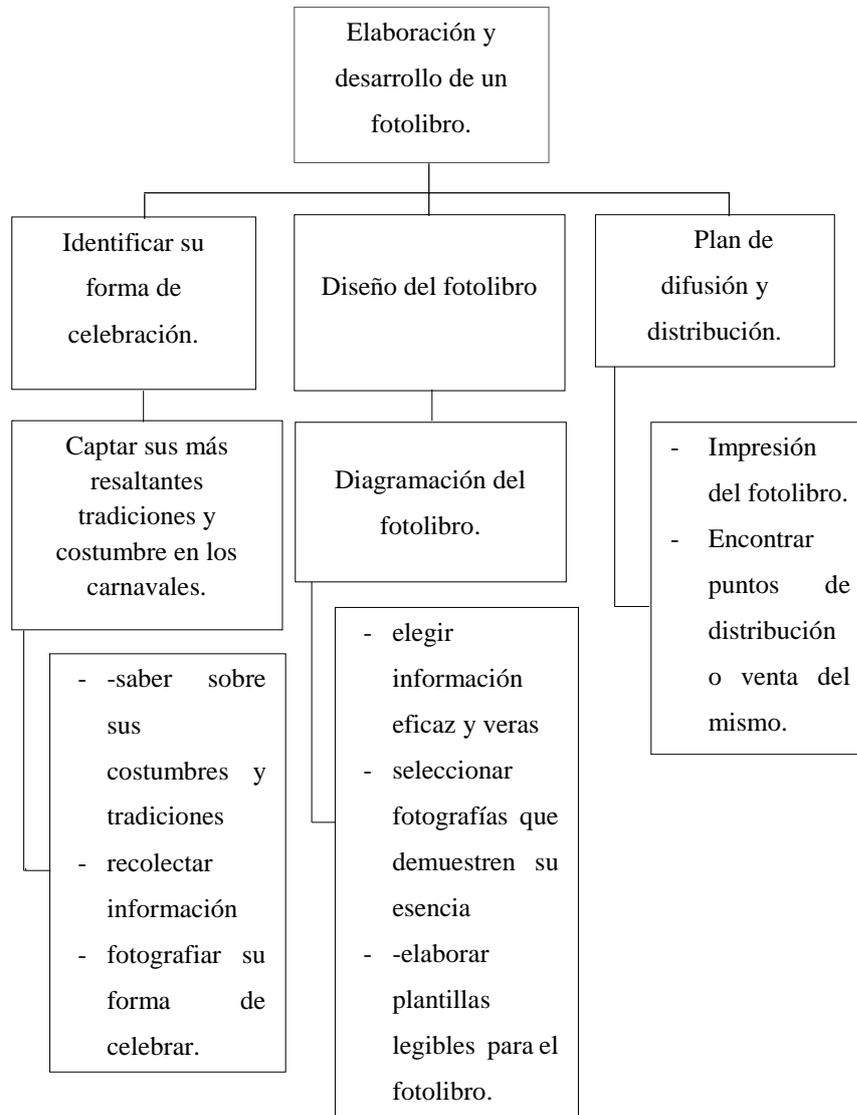


Figura 4. Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

4.01.01. Tamaño del Proyecto

El proyecto será difundido a todos los turistas nacionales, ya que la ciudad de Riobamba posee lugares muy atractivos en especial lugares donde existe mayor afluencia de la etnia Puruhá, recalcando la fecha de los carnavales ya que es un atractivo turístico en especial, esperando lograr un interés en los turistas para obtener mayor afluencia a conocer más de nuestro país y la cultura diversa que esta posee, de esta manera preservar la identidad cultural, en especial de la etnia Puruhá y sus costumbre y tradiciones en estas fechas.

Grupos objetivo

Edad: 18 a 60 años

Situación económica: media, media alta

Requisitos: Todos aquellos que estén en aptitudes de viajar y tengas posibilidades de hacerlo en su capacidad determinada.

Situación geográfica de los visitantes: Quito, parroquia Cotocollao, sector El Condado.

4.01.02. Localización del Proyecto

El proyecto se localizara en Ecuador en la provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, parroquia de Cacha.

Riobamba es conocida más como la sultana de los Andes.

Distancia de Quito a Riobamba: 189 km aproximadamente unas 4 horas.

4.01.03. Análisis Ambiental

En concientización al medio ambiente y la relación directa que este proyecto tiene con el mismo se optado por investigar tipos de materiales reciclables para la elaboración de este foto libro, llegando a si a seleccionar el material más adecuado y

óptimo para la realización de este foto libro, se utilizara couche de diversos gramajes ya que este puede ser reciclado después de su impresión.

Asimismo también hemos decido que todo material o residuo restante al elaborar nuestro foto libro tiene que ser reciclado.

4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3.

Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Facilidad técnica	Facilidad financiera	Facilidad social	Facilidad política	Total	Categoría
Identificar su forma de celebración.	5	4	5	5	5	24	Alta
Captar sus más resaltantes tradiciones y costumbre en los carnavales.	5	4	4	5	5	23	Alta
Diseño del fotolibro.	4	5	3	5	3	20	Alta
Diagramación del fotolibro.	5	4	3	5	4	21	Alta
Plan de difusión y distribución.	3	5	4	4	3	19	Alta

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

4.03. Diagrama de Estrategias

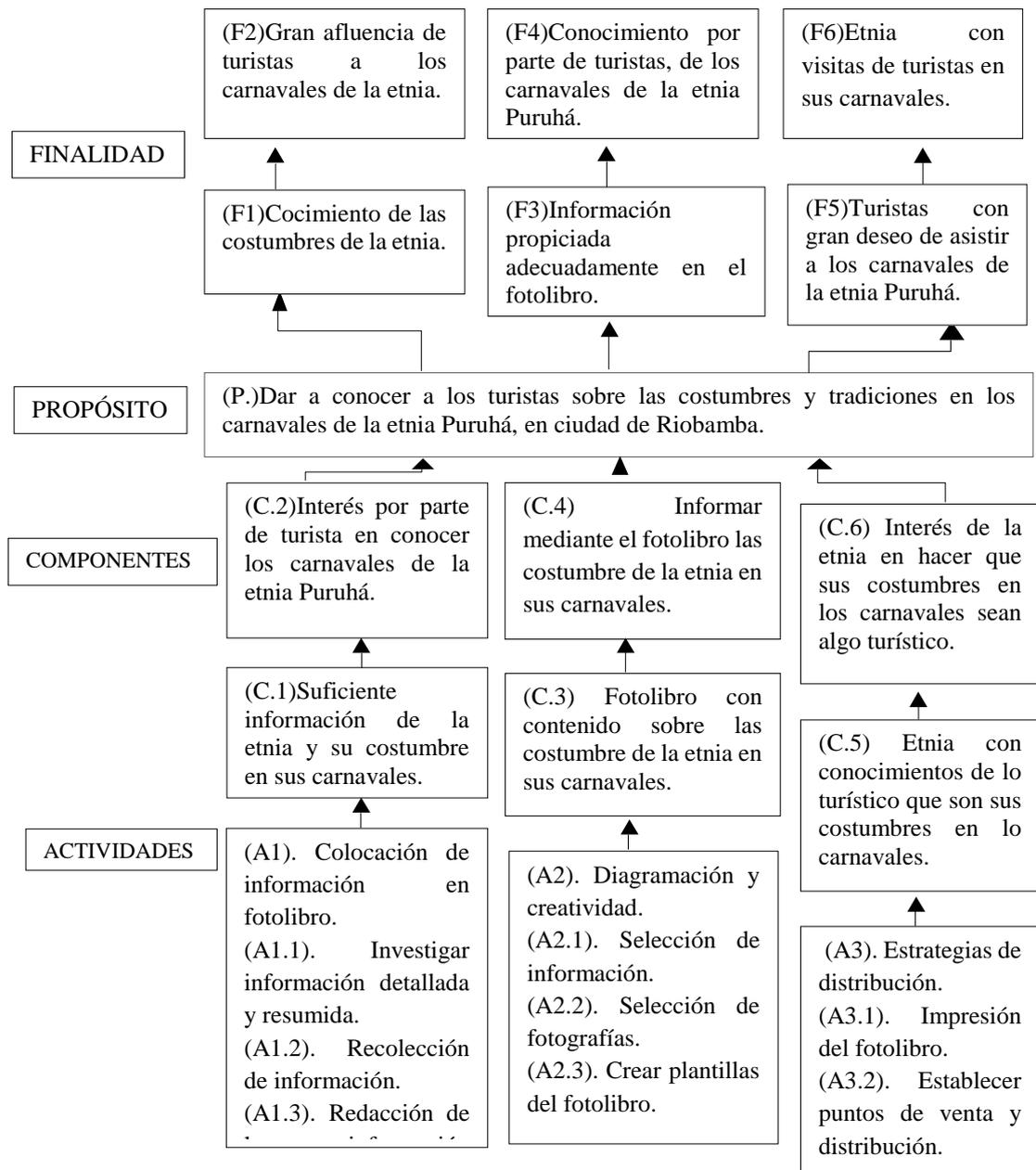


Figura 5. Diagrama de Estrategias

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

Tabla 4.

Construcción de la Matriz de Marco Lógico

Finalidad (F)	<p>F1.- Cocimiento de las costumbres de la etnia.</p> <p>F2.- Gran afluencia de turistas a los carnavales de la etnia.</p> <p>F3.- Información propiciada adecuadamente en el fotolibro.</p> <p>F4.- Conocimiento por parte de turistas, de los carnavales de la etnia Puruhá.</p> <p>F5.- Turistas con gran deseo de asistir a los carnavales de la etnia Puruhá.</p> <p>F6.- Etnia con visitas de turistas en sus carnavales.</p>
Propósito(P)	<p>P.- Dar a conocer a los turistas sobre las costumbres y tradiciones en los carnavales de la etnia Puruhá, en ciudad de Riobamba.</p>
Componentes(C)	<p>C1.- Suficiente información de la etnia y su costumbre en sus carnavales.</p> <p>C2.- Interés por parte de turista en conocer los carnavales de la etnia Puruhá.</p> <p>C3.- Fotolibro con contenido sobre las costumbre de la etnia en sus carnavales.</p> <p>C4.- Informar mediante el fotolibro las costumbre de la etnia en sus carnavales.</p> <p>C5.- Etnia con conocimientos de lo turístico que son sus costumbres en lo carnavales.</p> <p>C6.- Interés de la etnia en hacer que sus costumbres en los carnavales sean algo turístico.</p>
Análisis de alternativas (A)	<p>A1.- Colocación de información en fotolibro.</p> <p>A1.1.- Investigar información detallada y resumida.</p> <p>A1.2.- Recolección de información.</p> <p>A1.3.- Redacción de la información recolectada.</p> <p>A2.- Diagramación y creatividad.</p> <p>A2.1.- Selección de información.</p> <p>A2.2.- Selección de fotografías.</p> <p>A2.3.- Crear plantillas del fotolibro.</p> <p>A3.- Estrategias de distribución.</p> <p>A3.1.- Impresión del fotolibro.</p> <p>A3.2.- Establecer puntos de venta y distribución.</p>

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

4.04.01. Revisión de los Criterios para los Indicadores

Tabla 5.

Revisión de Criterios para los Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
F1	Cocimiento de las costumbres de la etnia.	El 50% del barrio conoce de los costumbres de la etnia Puruhá	50%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
F2	Gran afluencia de turistas a los carnavales de la etnia.	El 50% del barrio asiste a los carnavales realizados por la etnia Puruhá.	50%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
F3	Información propiciada adecuadamente en el fotolibro.	El 70% del barrio tiene conocimiento acerca de los carnavales de la etnia debido al fotolibro.	70%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
F4	Conocimiento por parte de turistas, de los carnavales de la etnia Puruhá.	El 55% del barrio conocen a cerca del carnaval de la etnia Puruhá.	55%	Optima	2 Mes	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
F5	Turistas con gran deseo de asistir a los carnavales de la etnia Puruhá.	El 75% del barrio tiene deseo de asistir a la forma particular de celebrar los carnavales de la etnia Puruhá.	75%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad

F6	Etnia con visitas de turistas en sus carnavales.	El 65% de la etnia asegura que tienen afluencia de turistas en sus carnavales.	65%	Optima	2 Semanas	Riobamba	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
P1	Dar a conocer a los turistas sobre las costumbres y tradiciones en los carnavales de la etnia Puruhá, en ciudad de Riobamba.	El 75% de la etnia tiene deseo de que sus carnavales sean algo turístico y llegar a que todos conozcan de las mismas.	75%	Optima	12 Semanas	Riobamba	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
C1	Suficiente información de la etnia y su costumbre en sus carnavales.	El 50% del barrio conoce información de los carnavales de la etnia.	50%	Optima	2 Meses	EL Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
C2	Interés por parte de turista en conocer los carnavales de la etnia Puruhá.	El 65% del barrio tiene un gran interés por conocer los carnavales de la etnia.	65%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
C3	Fotolibro con contenido sobre las costumbre de la etnia en sus carnavales.	El 90% de la información fue propiciada directamente de la etnia.	90%	Optima	2 Semanas	Riobamba	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
C4	Informar mediante el fotolibro las costumbre de la etnia en sus carnavales.	El 75% del barrio quiere tener una fuente de información como el fotolibro de los carnavales de la etnia.	75%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad

C5	Etnia con conocimientos de lo turístico que son sus costumbres en los carnavales.	El 67% de la etnia tiene claro que sus costumbres en los carnavales son algo turístico por lo único que son.	67%	Optima	2 Semanas	Riobamba	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
C6	Interés de la etnia en hacer que sus costumbres en los carnavales sean algo turístico.	El 70% de la etnia afirma que quieren que sus costumbres en los carnavales sean turístico.	70%	Optima	12 Meses	Riobamba	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
A1	Colocación de información en fotolibro.	Un 90% del grupo objetivo está de acuerdo con la información que poseerá el fotolibro.	90%	Optima	1 Mes	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
A1.1	Investigar información detallada y resumida.	El 50% del grupo objetivo está de acuerdo que el fotolibro posea información precisa y clara.	50%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
A1.2	Recolección de información.	El 50% del grupo objetivo estuvo de acuerdo con la información que posea el fotolibro.	50%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
A1.3	Redacción de la información recolectada.	El 90% del grupo objetivo asegura una buena redacción del fotolibro.	90%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
A2	Diagramación y creatividad.	El 70% del grupo objetivo tiene en claro que una buena diagramación ara más énfasis del fotolibro ante ellos.	70%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad

A2.1	Selección de información.	El 80% del grupo objetivo está de acuerdo en la selección de información de acuerdo al criterio del investigador.	80%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
A2.2	Selección de fotografías.	El 65% del grupo objetivo confirmo la colocación de imágenes inéditas previo a una selección.	65%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
A2.3	Crear plantillas del fotolibro.	El 55% del grupo objetivo aseguro que para mayor legibilidad las plantillas son de gran ayuda para ellos.	55%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
A3	Estrategias de distribución.	El 52% de grupo objetivo está de acuerdo la forma que se realizará la venta del fotolibro.	52%	Optima	2Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
A3.1	Establecer puntos de venta y distribución	El 65% de personas están de acuerdo con los puntos de venta del producto ya que es accesible.	65%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
A3.2	Impresión del fotolibro.	El 70% del grupo objetivo está de acuerdo con la elaboración de este fotolibro.	70%	Optima	2 Meses	El Condado	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

A: Es claro B: Existe información disponible C: Es tangible y se pueden observar D: La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere expertos E: Es representativo

4.04.02. Selección de Indicadores

Tabla 6.

Selección de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de Indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
F1	Cocimiento de las costumbres de la etnia.	El 50% del barrio conoce de los costumbres de la etnia Puruhá		X		X	X	3	Medio
F2	Gran afluencia de turistas a los carnavales de la etnia.	El 50% del barrio asiste a los carnavales realizados por la etnia Puruhá.	X	X		X	X	4	Alta
F3	Información propiciada adecuadamente en el fotolibro.	El 70% del barrio tiene conocimiento acerca de los carnavales de la etnia debido al fotolibro.	X	X		X	X	4	Alta
F4	Conocimiento por parte de turistas, de los carnavales de la etnia Puruhá.	El 55% del barrio conocen a cerca del carnaval de la etnia Puruhá.		X	X	X	X	4	Alto
F5	Turistas con gran deseo de asistir a los carnavales de la etnia Puruhá.	El 75% del barrio tiene deseo de asistir a la forma particular de celebrar los carnavales de la etnia Puruhá.	X	X		X	X	4	Alto

F6	Etnia con visitas de turistas en sus carnavales.	El 65% de la etnia asegura que tienen afluencia de turistas en sus carnavales.	X	X	X	X		4	Alto
P1	Dar a conocer a los turistas sobre las costumbres y tradiciones en los carnavales de la etnia Puruhá, en ciudad de Riobamba.	El 75% de la etnia tiene deseo de que sus carnavales sean algo turístico y llegar a que todos conozcan de las mismas.	X	X		X	X	4	Alto
C1	Suficiente información de la etnia y su costumbre en sus carnavales.	El 50% del barrio conoce información de los carnavales de la etnia.	X	X		X	X	4	Alto
C2	Interés por parte de turista en conocer los carnavales de la etnia Puruhá.	El 65% del barrio tiene un gran interés por conocer los carnavales de la etnia.	X	X		X	X	4	Alto
C3	Fotolibro con contenido sobre las costumbre de la etnia en sus carnavales.	El 90% de la información fue propiciada directamente de la etnia.	X	X		X	X	4	Alto
C4	Informar mediante el fotolibro las costumbre de la etnia en sus carnavales.	El 75% del barrio quiere tener una fuente de información como el fotolibro de los carnavales de la etnia.	X	X		X	X	4	Alto
C5	Etnia con conocimientos de lo turístico que son sus costumbres en lo carnavales.	El 67% de la etnia tiene claro que sus costumbres en los carnavales son algo turístico por lo único que son.	X	X		X	X	4	Alto
C6	Interés de la etnia en hacer que sus costumbres en los carnavales sean algo turístico.	El 70% de la etnia afirma que quieren que sus costumbres en los carnavales sean turístico.	X	X		X	X	4	Alto
A1	Colocación de información en fotolibro.	Un 90% del grupo objetivo está de acuerdo con la información que poseerá el fotolibro.	X	X	X	X	X	5	Alto
A1.1	Investigar información detallada y resumida.	El 50% del grupo objetivo está de acuerdo que el fotolibro posea información precisa y clara.		X	X	X	X	4	Alto

A1.2	Recolección de información.	El 50% del grupo objetivo estuvo de acuerdo con la información que posea el fotolibro.	X	X		X	X	4	Alto
A1.3	Redacción de la información recolectada.	El 90% del grupo objetivo asegura una buena redacción del fotolibro.	X	X		X	X	4	Alto
A2	Diagramación y creatividad.	El 70% del grupo objetivo tiene en claro que una buena diagramación ara más énfasis del fotolibro ante ellos.	X	X		X	X	4	Alto
A2.1	Selección de información.	El 80% del grupo objetivo está de acuerdo en la selección de información de acuerdo al criterio del investigador.	X	X	X	X		4	Alto
A2.2	Selección de fotografías.	El 65% del grupo objetivo confirmo la colocación de imágenes inéditas previo a una selección.		X	X	X	X	4	Alto
A2.3	Crear plantillas del fotolibro.	El 55% del grupo objetivo aseguro que para mayor legibilidad las plantillas son de gran ayuda para ellos.	X	X		X	X	4	Alto
A3	Estrategias de distribución.	El 52% de grupo objetivo está de acuerdo la forma que se realizará la venta del fotolibro.		X		X	X	3	Medio
A3.1	Establecer puntos de venta y distribución	El 65% de personas están de acuerdo con los puntos de venta del producto ya que es accesible.	X	X		X	X	4	Alto
A3.2	Impresión del fotolibro.	El 70% del grupo objetivo está de acuerdo con la elaboración de este fotolibro.	X	X		X	X	4	Alto

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

4.04.03. Medios de Verificación

Tabla 7.

Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de Información	Métodos de recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
F1	Cocimiento de las costumbres de la etnia.	El 50% del barrio conoce de los costumbres de la etnia Puruhá	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
F2	Gran afluencia de turistas a los carnavales de la etnia.	El 50% del barrio asiste a los carnavales realizados por la etnia Puruhá.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
F3	Información propiciada adecuadamente en el fotolibro.	El 70% del barrio tiene conocimiento acerca de los carnavales de la etnia debido al fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
F4	Conocimiento por parte de turistas, de los carnavales de la etnia Puruhá.	El 55% del barrio conocen a cerca del carnaval de la etnia Puruhá.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
F5	Turistas con gran deseo de asistir a los carnavales de la etnia Puruhá.	El 75% del barrio tiene deseo de asistir a la forma particular de celebrar los carnavales de la etnia Puruhá.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
F6	Etnia con visitas de turistas en sus carnavales.	El 65% de la etnia asegura que tienen afluencia de turistas en sus carnavales.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador

P1	Dar a conocer a los turistas sobre las costumbres y tradiciones en los carnavales de la etnia Puruhá, en ciudad de Riobamba.	El 75% de la etnia tiene deseo de que sus carnavales sean algo turístico y llegar a que todos conozcan de las mismas.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador
C1	Suficiente información de la etnia y su costumbre en sus carnavales.	El 50% del barrio conoce información de los carnavales de la etnia.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
C2	Interés por parte de turista en conocer los carnavales de la etnia Puruhá.	El 65% del barrio tiene un gran interés por conocer los carnavales de la etnia.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
C3	Fotolibro con contenido sobre las costumbre de la etnia en sus carnavales.	El 90% de la información fue propiciada directamente de la etnia.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador
C4	Informar mediante el fotolibro las costumbre de la etnia en sus carnavales.	El 75% del barrio quiere tener una fuente de información como el fotolibro de los carnavales de la etnia.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
C5	Etnia con conocimientos de lo turístico que son sus costumbres en lo carnavales.	El 67% de la etnia tiene claro que sus costumbres en los carnavales son algo turístico por lo único que son.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador
C6	Interés de la etnia en hacer que sus costumbres en los carnavales sean algo turístico.	El 70% de la etnia afirma que quieren que sus costumbres en los carnavales sean turístico.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador

A1	Colocación de información en fotolibro.	Un 90% del grupo objetivo está de acuerdo con la información que poseerá el fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
A1.1	Investigar información detallada y resumida.	El 50% del grupo objetivo está de acuerdo que el fotolibro posea información precisa y clara.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
A1.2	Recolección de información.	El 50% del grupo objetivo estuvo de acuerdo con la información que posea el fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador
A1.3	Redacción de la información recolectada.	El 90% del grupo objetivo asegura una buena redacción del fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador
A2	Diagramación y creatividad.	El 70% del grupo objetivo tiene en claro que una buena diagramación ara más énfasis del fotolibro ante ellos.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador
A2.1	Selección de información.	El 80% del grupo objetivo está de acuerdo en la selección de información de acuerdo al criterio del investigador.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador
A2.2	Selección de fotografías.	El 65% del grupo objetivo confirmo la colocación de imágenes inéditas previo a una selección.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador

A2.3	Crear plantillas del fotolibro.	El 55% del grupo objetivo aseguro que para mayor legibilidad las plantillas son de gran ayuda para ellos.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador
A3	Estrategias de distribución.	El 52% de grupo objetivo está de acuerdo la forma que se realizará la venta del fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
A3.1	Establecer puntos de venta y distribución	El 65% de personas están de acuerdo con los puntos de venta del producto ya que es accesible.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador
A3.2	Impresión del fotolibro.	El 70% del grupo objetivo está de acuerdo con la elaboración de este fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	1 Semana	Investigador

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

4.04.04. Supuestos

Tabla 8.

Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F1	Cocimiento de las costumbres de la etnia.	El 50% del barrio no conoce de los costumbres de la etnia Puruhá	X		X	X	X
F2	Gran afluencia de turistas a los carnavales de la etnia.	El 50% del barrio no asiste a los carnavales realizados por la etnia Puruhá.	X		X	X	X
F3	Información propiciada adecuadamente en el fotolibro.	El 70% del barrio tiene conocimiento acerca de los carnavales de la etnia debido al fotolibro.	X		X	X	X
F4	Cocimiento por parte de turistas, de los carnavales de la etnia Puruhá.	El 55% del barrio no conoce a cerca del carnaval de la etnia Puruhá.	X		X	X	X
F5	Turistas con gran deseo de asistir a los carnavales de la etnia Puruhá.	El 75% del barrio no tiene deseo de asistir a la forma particular de celebrar los carnavales de la etnia Puruhá.	X		X	X	X
F6	Etnia con visitas de turistas en sus carnavales.	El 65% de la etnia asegura que tienen afluencia de turistas en sus carnavales.	X		X	X	X
P1	Dar a conocer a los turistas sobre las costumbres y tradiciones en los carnavales de la etnia Puruhá, en ciudad de Riobamba.	El 75% de la etnia no tiene deseo de que sus carnavales sean algo turístico y llegar a que todos conozcan de las mismas.	X		X	X	X

C1	Suficiente información de la etnia y su costumbre en sus carnavales.	El 50% del barrio no conoce información de los carnavales de la etnia.	X		X	X	X
C2	Interés por parte de turista en conocer los carnavales de la etnia Puruhá.	El 65% del barrio no tiene un gran interés por conocer los carnavales de la etnia.	X		X	X	x
C3	Fotolibro con contenido sobre las costumbre de la etnia en sus carnavales.	El 90% de la información no fue propiciada directamente de la etnia.	X		X	X	X
C4	Informar mediante el fotolibro las costumbre de la etnia en sus carnavales.	El 75% del barrio no quiere tener una fuente de información como el fotolibro de los carnavales de la etnia.	X		X	X	X
C5	Etnia con conocimientos de lo turístico que son sus costumbres en lo carnavales.	El 67% de la etnia no tiene claro que sus costumbres en los carnavales son algo turístico por lo único que son.	X		X	X	X
C6	Interés de la etnia en hacer que sus costumbres en los carnavales sean algo turístico.	El 70% de la etnia afirma que no quieren que sus costumbres en los carnavales sean turístico.	X		X	X	X
A1	Colocación de información en fotolibro.	Un 90% del grupo objetivo no está de acuerdo con la información que poseerá el fotolibro.	X		X	X	X
A1.1	Investigar información detallada y resumida.	El 50% del grupo objetivo no está de acuerdo que el fotolibro posea información precisa y clara.	X		X	X	X
A1.2	Recolección de información.	El 50% del grupo objetivo no estuvo de acuerdo con la información que posea el fotolibro.	X		X	X	X
A1.3	Redacción de la información recolectada.	El 90% del grupo objetivo no asegura una buena redacción del fotolibro.	X		X	X	X

A2	Diagramación y creatividad.	El 70% del grupo objetivo no tiene en claro que una buena diagramación ara más énfasis del fotolibro ante ellos.	X		X	X	X
A2.1	Selección de información.	El 80% del grupo objetivo no está de acuerdo en la selección de información de acuerdo al criterio del investigador.	X		X	X	X
A2.2	Selección de fotografías.	El 65% del grupo objetivo no confirmo la colocación de imágenes inéditas previo a una selección.	X		X	X	X
A2.3	Crear plantillas del fotolibro.	El 55% del grupo objetivo no aseguro que para mayor legibilidad las plantillas son de gran ayuda para ellos.	X		X	X	X
A3	Estrategias de distribución.	El 52% de grupo objetivo no está de acuerdo la forma que se realizará la venta del fotolibro.	X		X	X	X
A3.1	Establecer puntos de venta y distribución	El 65% de personas no están de acuerdo con los puntos de venta del producto ya que es accesible.	X		X	X	X
A3.2	Impresión del fotolibro.	El 70% del grupo objetivo no está de acuerdo con la elaboración de este fotolibro.	X		X	X	X

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

4.04.05. Matriz Marco Lógico (MML)

Tabla 9.

Matriz Marco Lógico (MML)

Resumen Narrativo	Indicador	Factores de Riesgo				Medios de verificación					
		Fuentes de Información	Mét. de Rec.	Mét. de Análisis	Frec. de Rec.	Responsable	Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Cocimiento de las costumbres de la etnia. (F1)	El 50% del barrio conoce de los costumbres de la etnia Puruhá	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X
Gran afluencia de turistas a los carnavales de la etnia. (F2)	El 50% del barrio asiste a los carnavales realizados por la etnia Puruhá.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X
Información propiciada adecuadamente en el fotolibro. (F3)	El 70% del barrio tiene conocimiento acerca de los carnavales de la etnia debido al fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X
Conocimiento por parte de turistas, de los carnavales de la etnia Puruhá. (F4)	El 55% del barrio conocen a cerca del carnaval de la etnia Puruhá.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X
Turistas con gran deseo de asistir a los carnavales de la etnia Puruhá. (F5)	El 75% del barrio tiene deseo de asistir a la forma particular de celebrar los carnavales de la etnia Puruhá.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X

Etnia con visitas de turistas en sus carnavales. (F6)	El 65% de la etnia asegura que tienen afluencia de turistas en sus carnavales.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X
Dar a conocer a los turistas sobre las costumbres y tradiciones en los carnavales de la etnia Puruhá, en ciudad de Riobamba. (P1)	El 75% de la etnia tiene deseo de que sus carnavales sean algo turístico y llegar a que todos conozcan de las mismas.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X
Suficiente información de la etnia y su costumbre en sus carnavales. (C1)	El 50% del barrio conoce información de los carnavales de la etnia.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X
Interés por parte de turista en conocer los carnavales de la etnia Puruhá. (C2)	El 65% del barrio tiene un gran interés por conocer los carnavales de la etnia.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	x
Fotolibro con contenido sobre las costumbre de la etnia en sus carnavales. (C3)	El 90% de la información fue propiciada directamente de la etnia.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X

Informar mediante el fotolibro las costumbres de la etnia en sus carnavales. (C4)	El 75% del barrio quiere tener una fuente de información como el fotolibro de los carnavales de la etnia.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X
Etnia con conocimientos de lo turístico que son sus costumbres en los carnavales. (C5)	El 67% de la etnia tiene claro que sus costumbres en los carnavales son algo turístico por lo único que son.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X
Interés de la etnia en hacer que sus costumbres en los carnavales sean algo turístico. (C6)	El 70% de la etnia afirma que quieren que sus costumbres en los carnavales sean turístico.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X
Colocación de información en fotolibro. (A1)	Un 90% del grupo objetivo está de acuerdo con la información que poseerá el fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X
Investigar información detallada y resumida. (A1.1)	El 50% del grupo objetivo está de acuerdo que el fotolibro posea información precisa y clara.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X

Recolección de información (A1.2).	El 50% del grupo objetivo estuvo de acuerdo con la información que posea el fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X
Redacción de la información recolectada. (A1.3)	El 90% del grupo objetivo asegura una buena redacción del fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X
Diagramación y creatividad. (A2)	El 70% del grupo objetivo tiene en claro que una buena diagramación ara más énfasis del fotolibro ante ellos.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X
Selección de información. (A2.1)	El 80% del grupo objetivo está de acuerdo en la selección de información de acuerdo al criterio del investigador.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X
Selección de fotografías. (A2.2)	El 65% del grupo objetivo confirmo la colocación de imágenes inéditas previo a una selección.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X

Crear plantillas del fotolibro. (A2.3)	El 55% del grupo objetivo aseguro que para mayor legibilidad las plantillas son de gran ayuda para ellos.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Semanas	Investigador	X		X	X	X
Estrategias de distribución. (A3)	El 52% de grupo objetivo está de acuerdo la forma que se realizará la venta del fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X
Establecer puntos de venta y distribución. (A3.1)	El 65% de personas están de acuerdo con los puntos de venta del producto ya que es accesible.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	2 Meses	Investigador	X		X	X	X
Impresión del fotolibro. (A3.2)	El 70% del grupo objetivo está de acuerdo con la elaboración de este fotolibro.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	1 Semana	Investigador	X		X	X	X

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

CAPÍTULO V

La Propuesta

5.01. Antecedente de la Herramienta del Perfil de la Propuesta

El diseño editorial es la estructura y composición que forma libros, revistas, periódicos, catálogos, caratulas, volantes, afiches, entre otros. Es la rama del diseño gráfico que se especializa en la estética y diseño de tanto el interior como el exterior de textos. Se podría decir metafóricamente que el diseño editorial es la arquitectura de estos. Cada tipo de publicaciones tiene necesidades de comunicación particulares.

Hay numerosos tipos de diseño editorial únicos para cada tipo de publicación, por lo cual se requiere de un profesional que conozca a fondo cada una de estas composiciones. El objetivo es alcanzar un equilibrio simétrico entre el texto y la parte gráfica. Para lograr un diseño editorial profesional, se debe tener en cuenta una variedad de factores.

5.01.01. Etapas

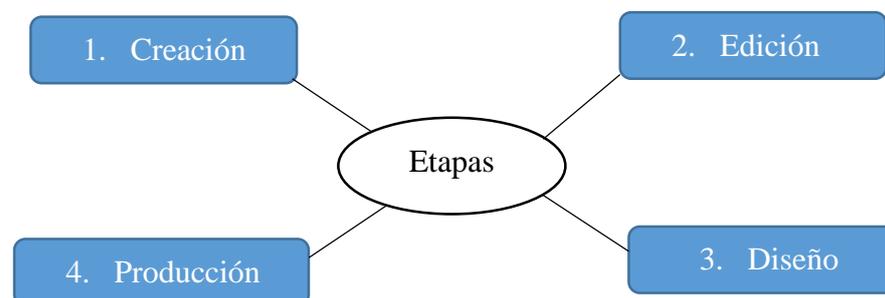


Figura 6. Etapas

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

De manera muy general se puede comentar que las etapas del diseño editorial son: creación, edición, diseño y producción.

La creación y edición observa el contenido de nuestra publicación.

En la etapa del diseño se determinan los espacios desde el tamaño y proporción de la hoja hasta el acomodo visual de los elementos (retícula, mancha tipográfica, espacios en blanco, etc).

Retomando muchas de las reglas de composición del diseño gráfico tradicional (punto, línea, forma, contraste, etc) se llega a una mejor solución estética y funcional.

La etapa de producción, observa el resultado final. Los criterios anteriores son en si planeación para estructurar el mensaje. El trabajo real se hace en esta etapa que consta en plasmar todos los conceptos dentro del estilo de la publicación y construir el producto final (libro, revista, folleto, periódico, etc.).

5.01.02. Historia del Diseño Gráfico en el Ecuador

Una revisión de lo acontecido en los últimos 10 años en el Ecuador Han pasado 30 años desde que en Ecuador se inició la profesión del diseño gráfico, lo que también significó que se establecieron nuevas líneas de pensamiento artístico, técnico y filosófico. Fue ésta una suma por demás creativa que ofreció, ante todo, un nuevo profesional adecuado a las nuevas tecnologías, que avizoraba un mundo industrializado con nuevos retos y, sobre todo, con un estilo de vida innovador. Si bien es cierto que el diseño gráfico es el arte y la técnica de la comunicación, está siempre detrás la voluntad y vida de personas que, quiéralo o no, se retratan en su propia obra. Prácticamente no se puede separar el diseñador del diseño, forman parte de la comunicación que va a dar siempre las claves precisas de su autor, su región y su cultura. El Diseño Gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días. Este llamado Boom del diseño gráfico en el Ecuador, es una manera de rescatar el perfil y trabajo gráfico

de un creciente grupo de personas que conjugan el verbo "comunicar" en nuestro propio país. Y este resurgir del diseño se dio tal vez a partir de la aparición de escuelas de diseño en el país. Y fue a principios de los 90 que egresaron las primeras promociones de diseño sobre todo en Quito. Eran pocas las escuelas o institutos de diseño que ofrecían una profesión que no pasaba de un título tecnólogo. La mayoría de ellas en algunos casos contaban con personal docente extranjero o que había estudiado afuera, pero en otros los profesores dejaban mucho que desear. De todos modos eran las únicas con las que se podían contar para iniciar la carrera. Cuando los diseñadores se graduaban después de casi tres años de estudios las oportunidades de conseguir un trabajo con el cual se pudiera crecer en experiencia y profesionalismo, eran bastante limitadas; sólo se podía contar con pocas agencias especializadas de diseño como: Azuca, Max Benavides, MacGeneración, Matisse, Versus, Magenta, Iconograph, etc., que no llenaban la creciente generación de diseñadores recién graduados y que se debatían algunas de ellas entre la continuidad o el cierre de sus servicios.

5.02. Descripción de la herramienta

5.02.01. Ilustrador:

Es un programa que permite la creación de vectores, por lo cual se usó en la creación de la identidad del fotolibro recalando que con esta herramienta ayudo en la creación del logotipo.

5.02.02. Photoshop:

Es un programa utilizado para armar, editar, componer, retocar, transformar imágenes, etc. El cual fue de gran aporte en el diseño del fotolibro ya que por medio de esta herramienta se pudo obtener imágenes muy impresionantes que llaman la atención mejorando la calidad de la imagen en su totalidad.

5.02.03. Indesign:

Es una herramienta que facilita la maquetación de varias páginas de un folleto u cualquier otro tipo de publicación. El cual fue el de mayor aporte en la creación del fotolibro ya que nos ahorró mucho tiempo en diagramar el contenido del mismo.

5.02.04. Cámara:

Esta fue usada para tomar las fotografías que portara el fotolibro una herramienta indispensable en la creación del fotolibro.

Lente objetivo 18 -55 mm

Montura del objetivo: Montura F Nikon.

Ángulo de visión efectivo: 1,5 veces aprox. la distancia focal del objetivo.

Píxeles efectivos: 16,2 millones.

Píxeles totales: 16,9 millones.

Sensor de imagen: CMOS de 23,6 x 15,6 mm.

Tamaño de imagen (en píxeles): 4.928 x 3.264 (*en modo grande*).

Almacenamiento: Tarjetas de memoria SD (Secure Digital), SDHC y SDXC.

Sistema de archivos: DCF 2.0, DPOF, Exif 2.3 y PictBridge.

Visor: Réflex de objetivo único, con pentaespejo al nivel del ojo.

Espejo réflex: De retorno rápido

Modos de disparo: Fotograma a fotograma, continuo, disparador automático, disparo retardado remoto, remoto de respuesta rápida, obturador silencioso.

Flash incorporado. Si. Automático o de apertura manual con botón

Compresión de vídeo: H.264/MPEG-4 AVC

USB: Si.

Salidas de vídeo: NTSC y PAL

Salida HDMI: Si, conector HDMI tipo C

Idiomas admitidos: Árabe, chino (simplificado y tradicional), checo, danés, holandés, inglés, finlandés, francés, alemán, indonesio, italiano, japonés, coreano, noruego, polaco, portugués, ruso, español, sueco, tailandés y turco.

Rosca para el trípode: ISO 1222 (1/4").

Dimensiones: 128 x 97 x 79 mm.

Peso: 510 g (solo el cuerpo de la cámara). 560 g con batería y tarjeta de memoria.

ISO: 100-6400 (hasta 25600 en valores forzados).

5.03. Formulación del Proceso de Aplicación

5.03.01. Propósito del Proyecto:

Entregar un producto de óptima calidad, atractivo hacia el grupo objetivo y que cause impacto en el mismo, para que de esta manera tenga una gran aceptación e identidad por los representados en el producto.

5.03.02. Tipo de Publicación:

Fotolibro

5.03.03. Temática:

El diseño de un fotolibro cultural de las costumbres de la etnia Puruhá en sus carnavales en la ciudad de Riobamba, dirigida para turistas interesados en viajar a conocer nuestro país en esta fecha del año.

5.03.04. Formato:

A4 (21cm x 29,7cm)

5.03.05. Número de páginas:

100 Páginas

5.03.06. Mapa de contenidos

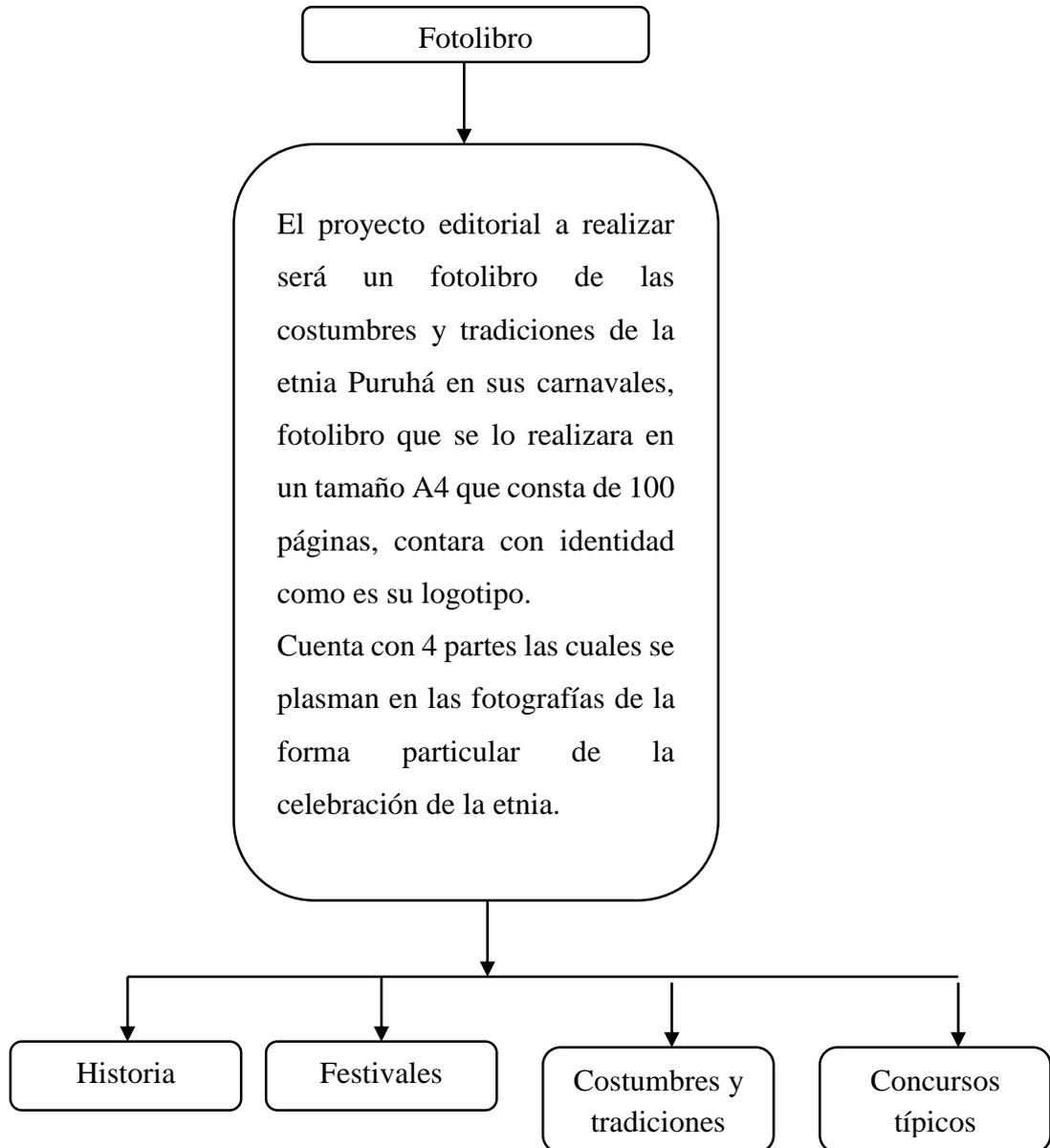


Figura 7. Mapa de Contenidos

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

5.03.07. Índice de imágenes



Figura 8. Festividades No. 1

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 9. Festividades No. 2

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 10. Festividades No. 3

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 11. Festividades No. 4

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 12. Festividades No. 5

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 13. Fetiudades No. 6

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 14. Festividades No. 7

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

Resolución de fotografías 300 pixeles

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

5.03.08. Estilos

Tabla 10.

Estilos

Titular	Letra	Familia
Cuerpo de texto	Steelfish Rg	Steelfish Rg
Mayúsculas	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ YZ	
Minúsculas	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	
Números	0123456789	
Símbolos	() ¡@!%= " " .,:\$&	
Títulos	Aero Matics	Aero Matics
Mayúsculas	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W Y Z	
Minúsculas	A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w y z	
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	
Símbolos	() ¿ @ ! % = " " . . . : \$ €	
Numeración	Dunkin	Dunkin
Mayúsculas	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W Y Z	
Minúsculas	A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w y z	
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	
Símbolos	[] ¡ @ ! % = " " . . . : \$ €	

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

5.03.09. Página Master o retícula

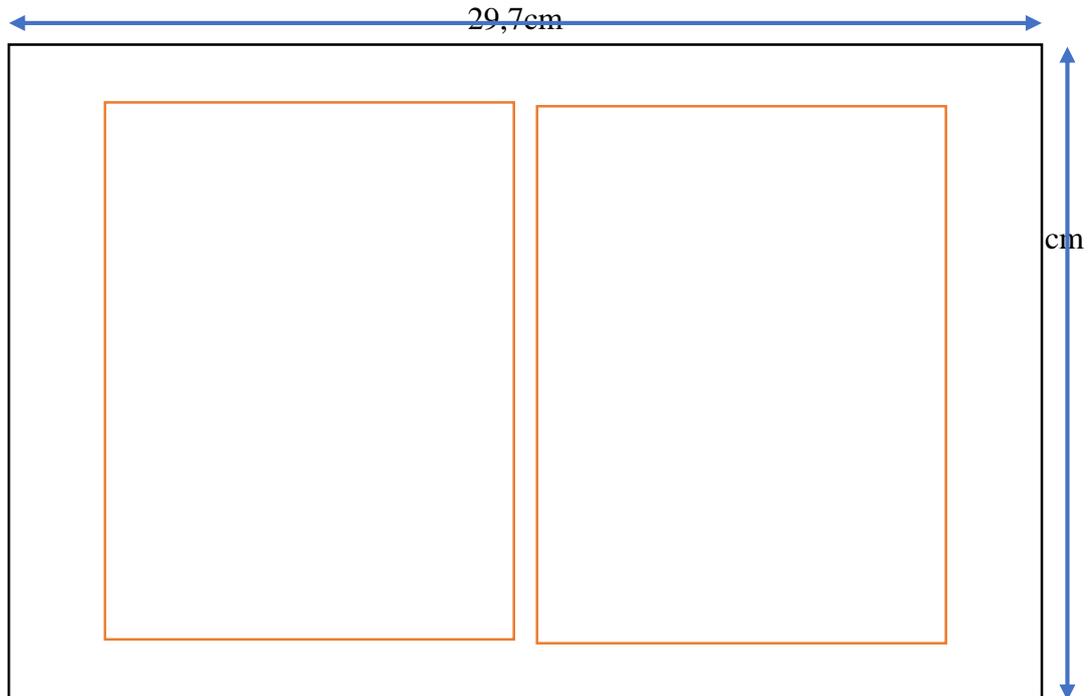


Figura 15. Retícula

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

5.03.10. Diagramación

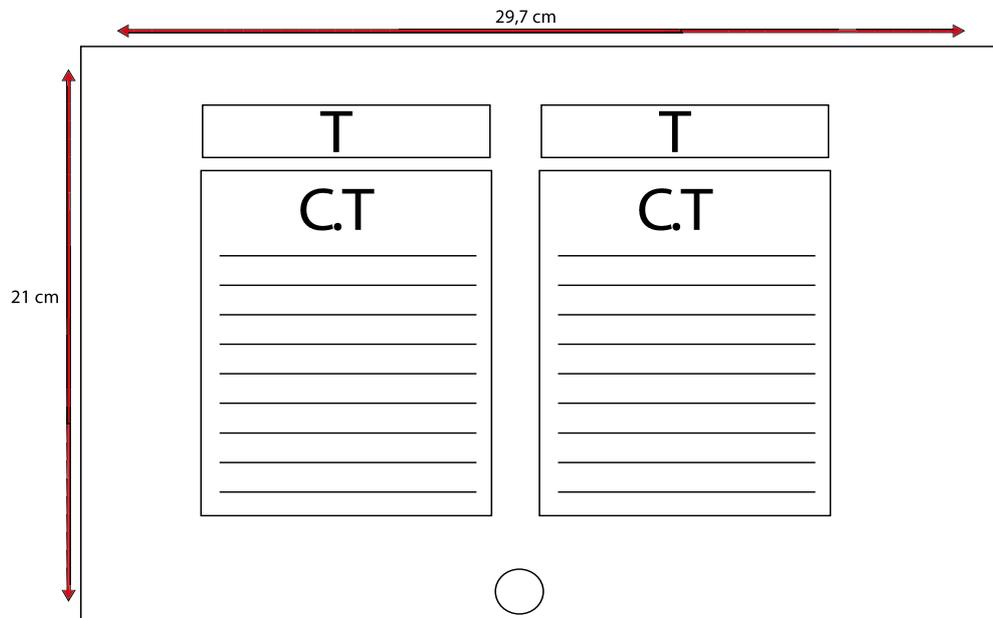


Figura 16. Diagramación No. 1.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

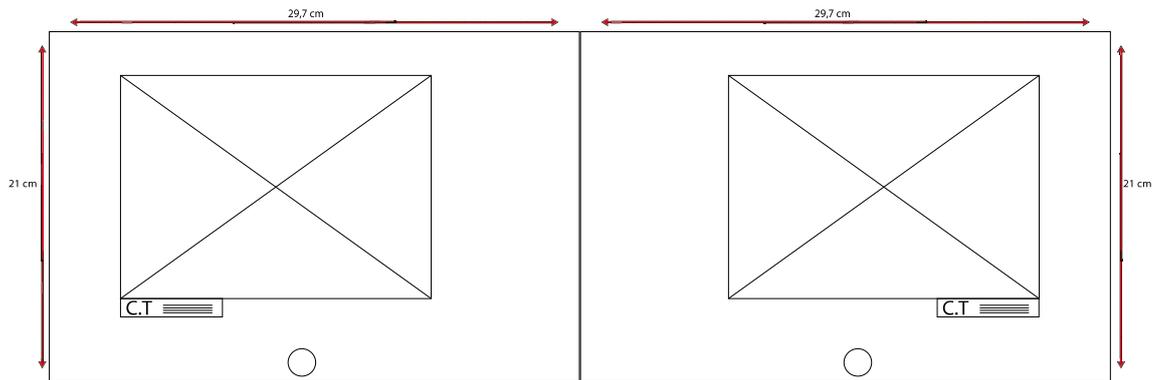


Figura 17. Diagramación No. 2.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

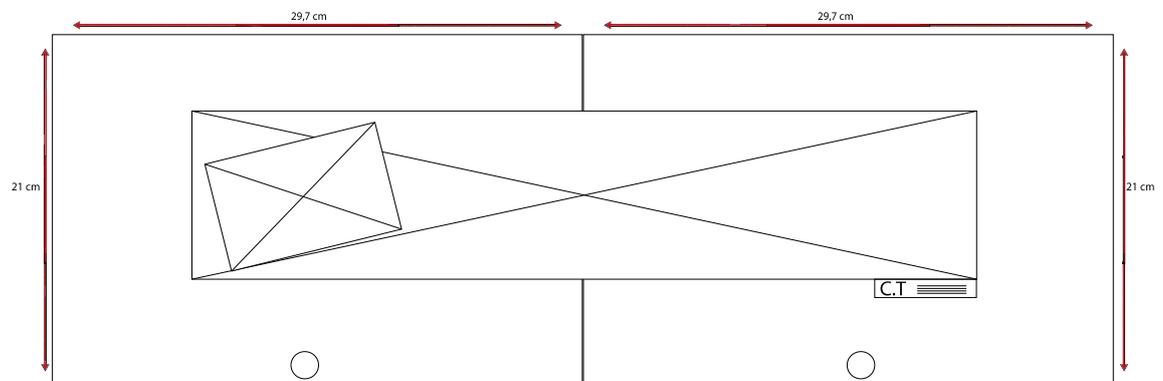


Figura 18. Diagramación No. 3.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

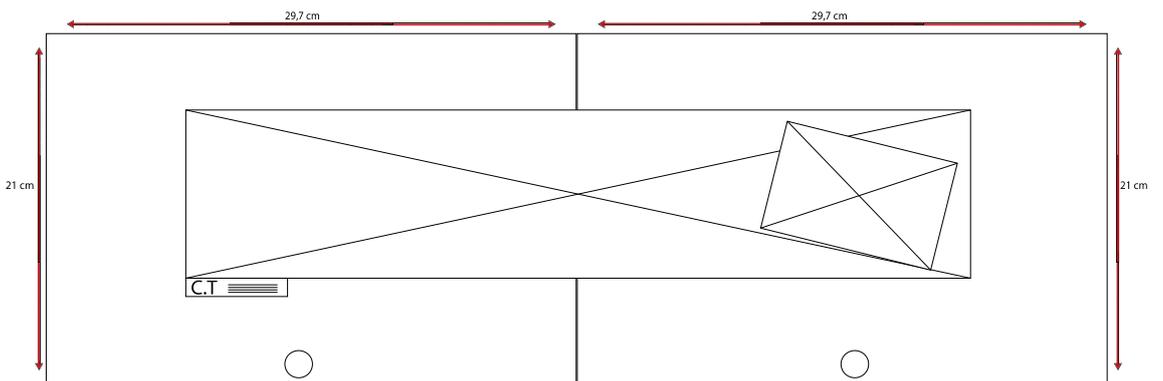


Figura 19. Diagramación No. 4.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

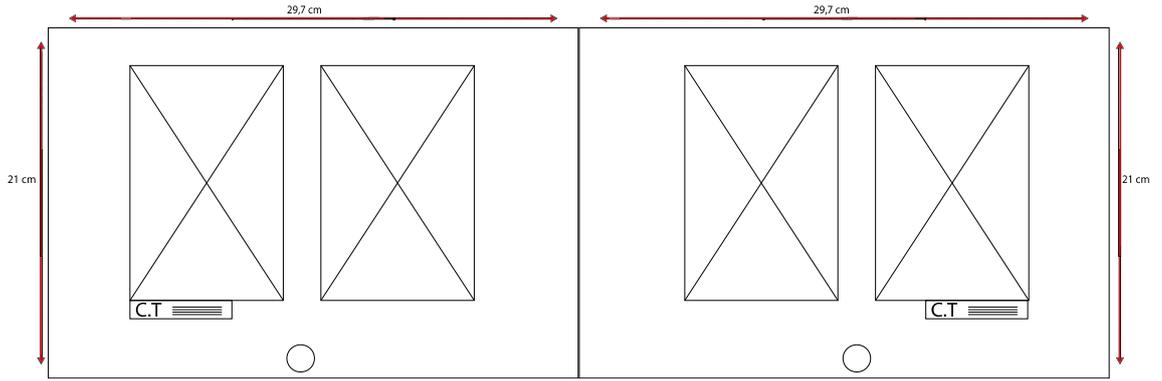


Figura 20. Diagramación No. 5.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

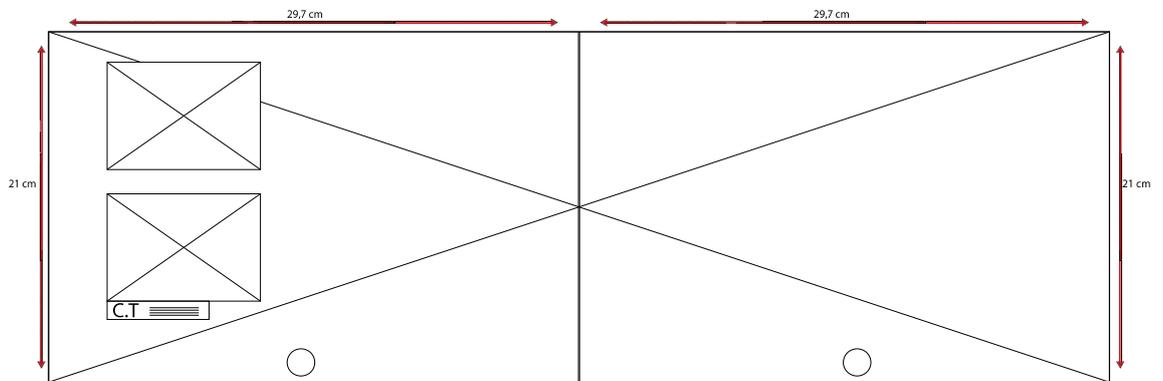


Figura 21. Diagramación No. 6.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

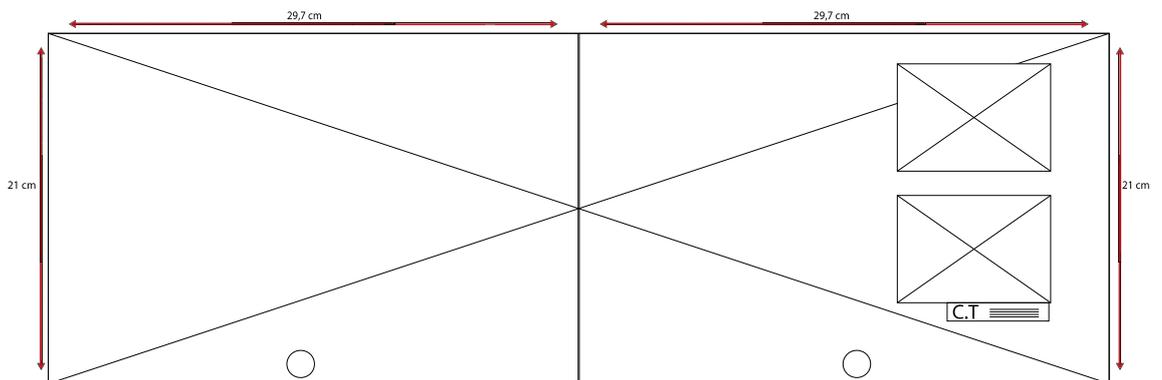


Figura 22. Diagramación No. 7.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

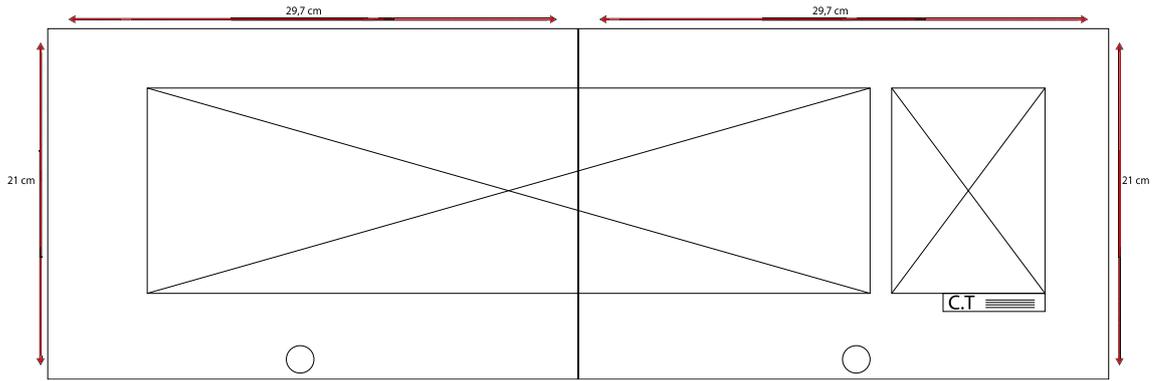


Figura 23. Diagramación No. 8.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

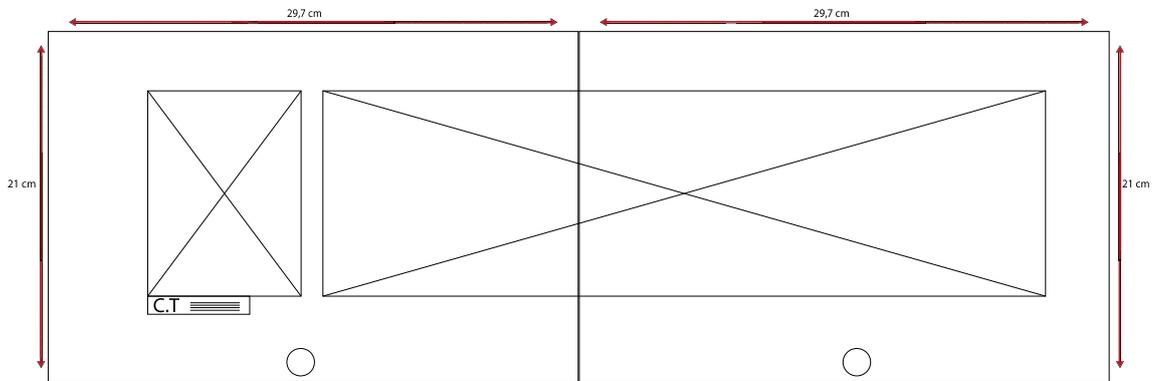


Figura 24. Diagramación No. 9.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

5.03.11. Imagen Corporativa

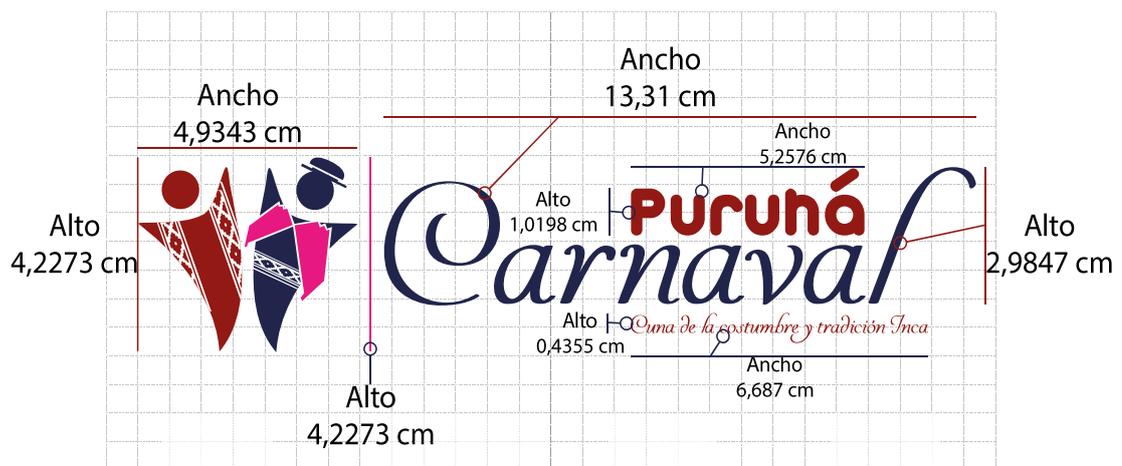


Figura 25. Imagen Corporativa

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

protagonismo al logotipo, ya que se quiere transmitir en el fotolibro al cual será aplicado.

La tipografía Dunkin se la implemento en el logotipo para que sea portadora de la palabra Puruhá ya que esta tipografía con forma redondeada genera un peso visual que complementa al isotipo y también que da armonía y representa parte de la etnia.

En cuanto se refiere al logotipo tenemos una geometrisación y simplificación que representa a un hombre y una mujer de la etnia, los dos portadores de las indumentarias y vestimenta de la etnia.

En cuanto a su simbología, tanto la simplificación del hombre como el de la mujer portan la Cosmogonía de los Kacha, es una simbología que significa los cuatro suyos del imperio Ica antiguamente dichos Antisuyo que representa el aire, Chinchasuyu que representa el fuego, Kuntisuyu la tierra y kullasuyu que representa la tierra.

5.03.12. Aplicaciones Generales del Logotipo



Figura 26. Logotipo en fondos oscuros

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 27. Logotipo a full color

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 28. Logotipo en escala de grises

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

Colores Positivo y negativo

Este método es muy empleado en serigrafía para material P.O.P como esferos, jaros, vasos, gorras, camisetas, etc.



Figura 29. Colores positivos y negativos

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

5.03.13. Maquetación

5.03.13.01. Portada



Figura 30. Portada Fotolibro

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

La portada contiene el logotipo como su identidad imprescindible, también con ayuda de la herramienta del Photoshop se realizó fotomontajes destacando en esta a fotografías que más sobresalen en cada lugar visitado y evento que fue realizado por parte de la etnia Puruhá.

La portada es muy llamativa y atrae al grupo objetivo por su interesante forma de mostrar las fotografías.

5.03.13.02. Contraportada



Figura 31. Contraportada
Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

La contraportada contiene casi todas las imágenes expuestas en el fotolibro, las que más destacan y son de gran protagonismo en el desfile del carnaval, además contiene código QR que nos direccionan a las páginas como Facebook y Youtube.



Figura 32. Fotolibro No. 1.
Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

Índice	
Inicio de las fiestas en Punín.....	1
Las mujeres y su participación en los desfiles.....	22
Influencia de los padres en sus hijos.....	30
El juego de los carnavales en los desfiles.....	32
Las candidatas a reina.....	34
Warmikushich.....	45
Desfiles del carnaval en Kacha.....	58
Tradición de los gallos de la etnia Puruhá.....	68
El concierto / Toros de pueblo.....	80
Taita Alajahuan / Otra forma de jugar a los gallos.....	88

Inicio de las fiestas en Punín

Quiénes se disfrazan de militares, policías, o cualquier otro disfraz de alguna autoridad son quienes dirigen al resto en el desfile, por ende son los que más destacan en el desfile así también los disfraces más llamativos no existe uno o varios disfraces predominantes cualquier vestimenta que llame la atención es para ellos lo más ideal.

Se reúnen en cada comunidad o barrio para luego proceder en representación de sí mismo en el desfile que fueran invitados tratando de destacar y hacer

una buena presentación ante el público y resaltar ante las otras comunidades o barrios teniendo en cuenta que todos son de la etnia Puruhá solo que de distinta zona.

Figura 33. Fotolibro No. 2.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

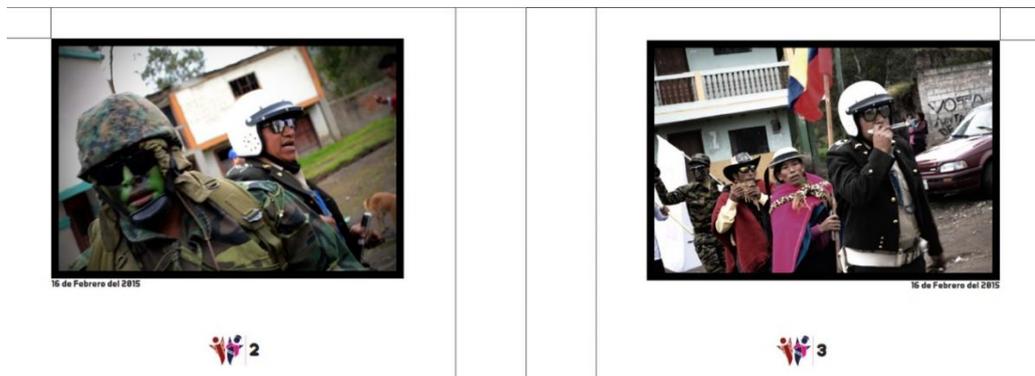


Figura 34. Fotolibro No. 3.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 35. Fotolibro No. 4.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 36. Fotolibro No. 5.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 37. Fotolibro No. 6.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 38. Fotolibro No. 7.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 39. Fotolibro No. 8.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 40. Fotolibro No. 9.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 41. Fotolibro No. 10.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 42. Fotolibro No. 11.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

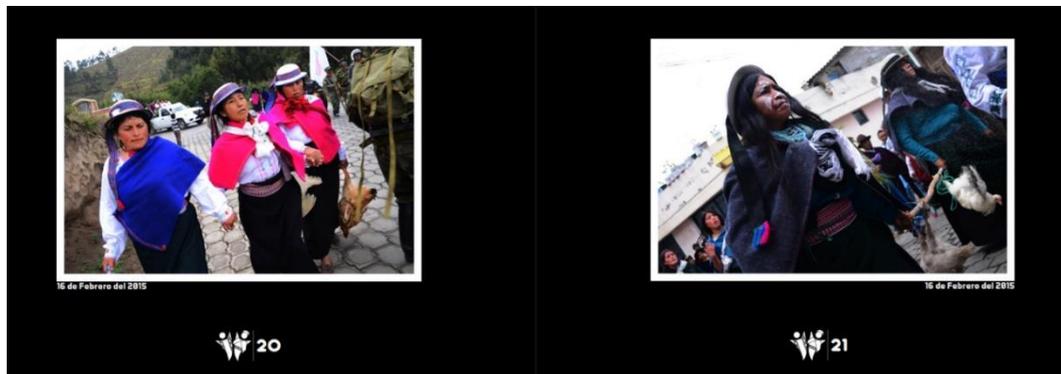


Figura 43. Fotolibro No. 12.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 44. Fotolibro No. 13.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 45. Fotolibro No. 14.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 46. Fotolibro No. 15.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

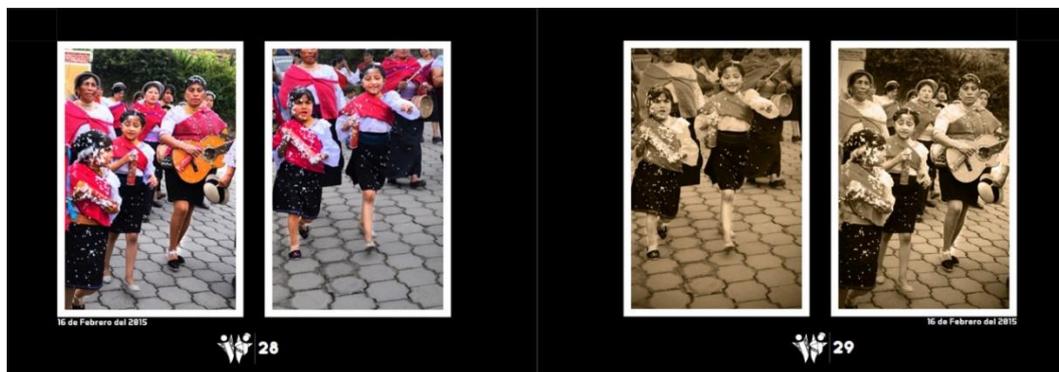


Figura 47. Fotolibro No. 16.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

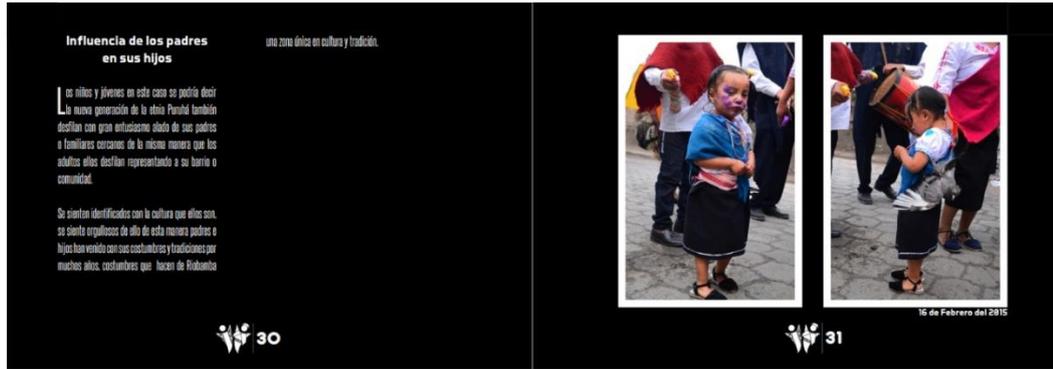


Figura 48. Fotolibro No. 17.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 49. Fotolibro No. 18.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 50. Fotolibro No. 19.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 51. Fotolibro No. 20.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

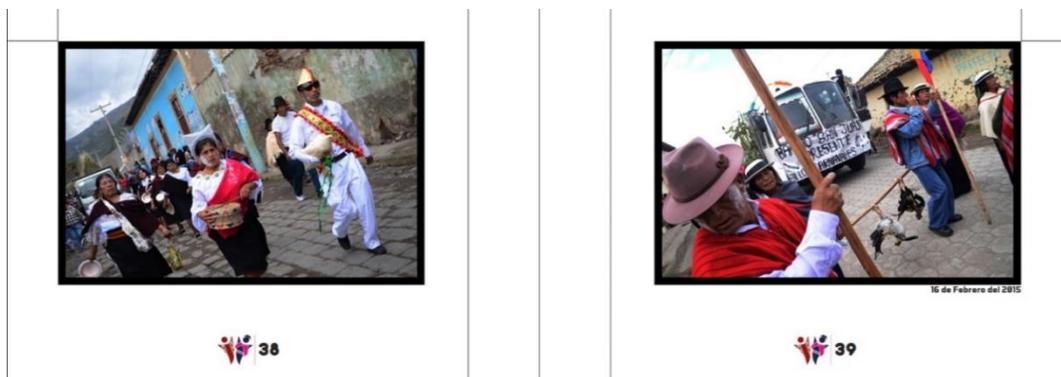


Figura 52 Fotolibro No. 21.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 53. Fotolibro No. 22.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 54. Fotolibro No. 23.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 55. Fotolibro No. 24.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 56. Fotolibro No. 25.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 57. Fotolibro No. 26.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 58. Fotolibro No. 27.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

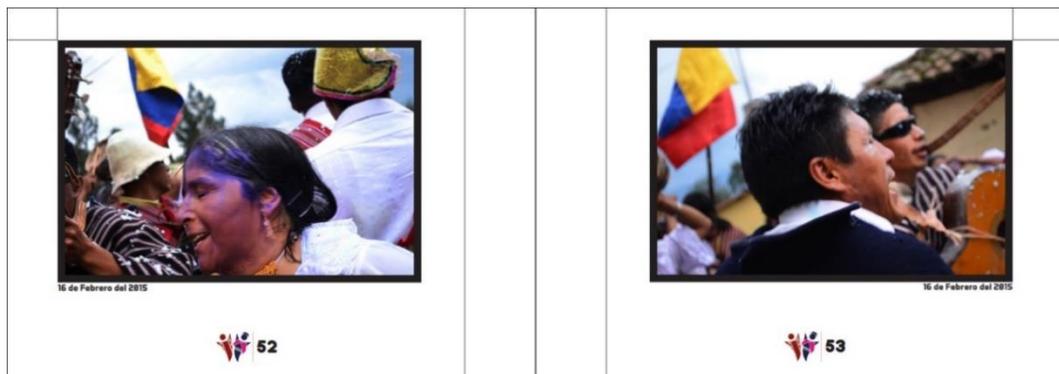


Figura 59. Fotolibro No. 28.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 60. Fotolibro No. 29.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 61. Fotolibro No. 30.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

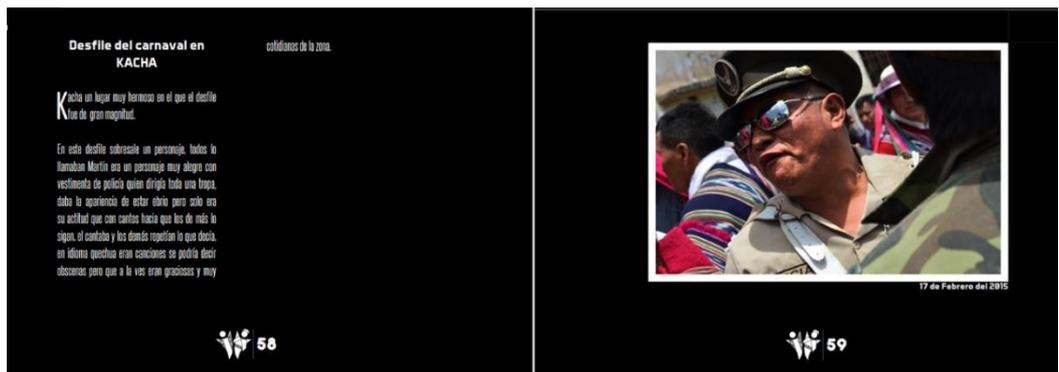


Figura 62. Fotolibro No. 31.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 63. Fotolibro No. 32.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

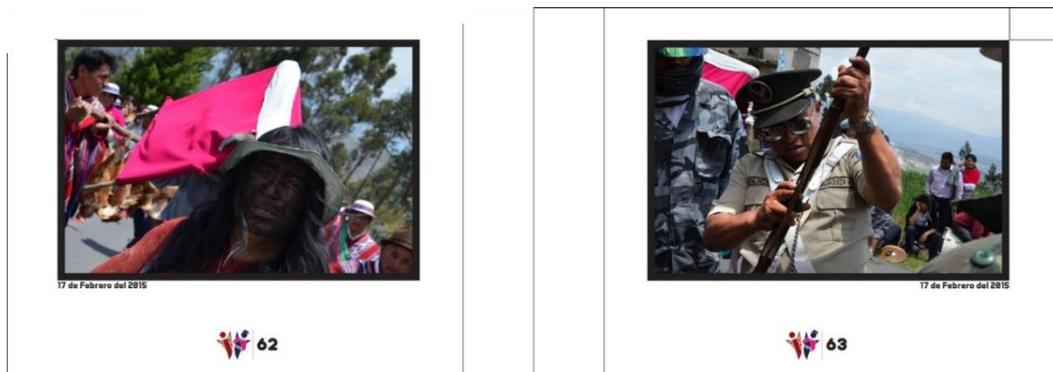


Figura 64. Fotolibro No. 33.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 65. Fotolibro No. 34.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 66. Fotolibro No. 35.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 67. Fotolibro No. 36.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 68. Fotolibro No. 37.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 69. Fotolibro No. 38.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 70. Fotolibro No. 39.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 71. Fotolibro No. 40.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 72. Fotolibro No. 41.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

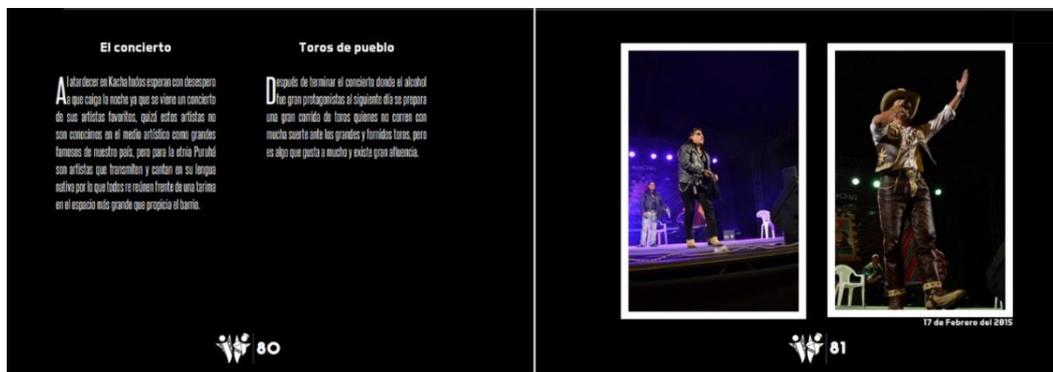


Figura 73. Fotolibro No. 42.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 74. Fotolibro No. 43.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 75. Fotolibro No. 44.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 76. Fotolibro No. 45.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 77. Fotolibro No. 46.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 78. Fotolibro No. 47.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 79. Fotolibro No. 48.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

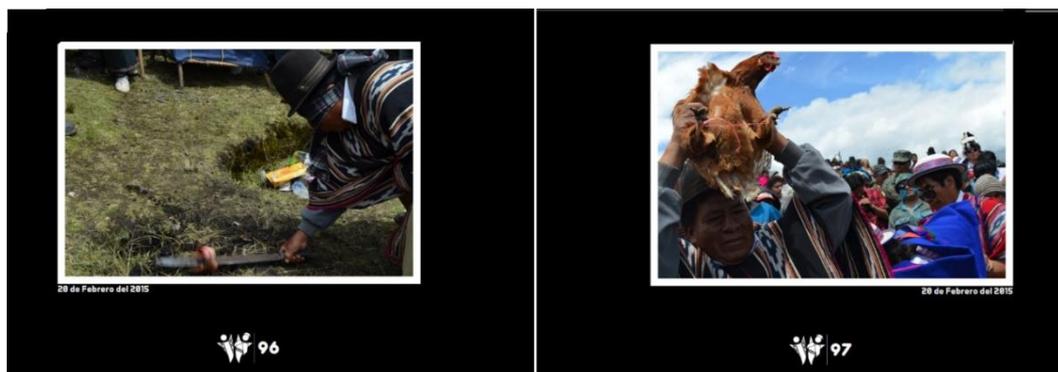


Figura 80. Fotolibro No. 49.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 81. Fotolibro No. 50.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 82. Fotolibro No. 51.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

5.03.14. Pre- Prensa



Figura 83. Pre-prensa

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

Se utilizará el papel couche de 300 gramos para la portada y contraportada, en el interior se utilizará papel couche de 115 gramos; Se utilizará placas CTP para la impresión que será cuatricromía (CMYK).

5.03.15. Pre – Prensa

Medidas de la revista: Tamaño especial de 29,7 cm x 21 cm.

- **Tipo de papel:** Couche 115 gr. – 300 gr.
- **Tintas:** Se utilizará tinta solida (CMYK).

5.03.16. Prensa

- **Máquina de impresión:** Gto 52

5.03.17. Post – Prensa

Portada y contraportada: Se utilizará papel couche, se utilizara como terminado gráfico de plastificación mate.

El fotolibro va hacer encolado al calor para mayor facilidad del cliente al momento de lea y observe el fotolibro.

5.03.18. Marketing y distribución:

Para la respectiva distribución del fotolibro de las costumbres y tradiciones de la etnia Puruhá se distribuirá a los turistas que acudan a los carnavales de Riobamba o visiten la ciudad y en puntos principales de la ciudad de Quito como librerías y bibliotecas se colocara un Roll up, donde se promocióne el libro y su venta, también el mismo contara con códigos QR los que nos direccionan a Facebook o Youtube, de cualquiera de estos dos enlaces también se direccionan a los mismo entre sí.



Figura 84. Roll Up

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano



Figura 85. Fan Page

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.



Figura 86. Canal Youtube

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

CAPÍTULO VI

Aspectos Administrativos

6.01. Recursos

6.01.01. Técnico – Tecnológico

El programa photoshop, es una aplicación especializada en la edición de gráficos, (imágenes), perteneciente a la gama de programas de la empresa Adobe Systems. Es uno de los editores de imágenes más difundidos actualmente gracias a su versatilidad, facilidad de uso y gran variedad de herramientas con las que cuenta para realizar las ediciones.

Adobe Illustrator es un editor de gráficos vectoriales.

Adobe InDesing es una aplicación para la composición digital de páginas y dirigida a diseñadores gráficos y maquetadores profesionales.

Para la utilización de los programas anteriormente mencionados se contó con un computador de escritorio.

- Sistema operativo: Windows 7 Professional 64-bit (6.1, Build 7601) Service Pack 1 (7601.win7sp1_gdr.150202-1526)
- Idioma: Español (Configuración regional: español)
- Sistema Fabricante: INTEL_
- Sistema Modelo: D945GCR_
- BIOS: Default System BIOS
- Procesador: Intel (R) Core (TM) 2 Duo CPU E4400 @ 2.00GHz (2 CPUs),
- 2.0GHz .-Memoria: 2048MB RAM

6.01.02. Humano

Personas de la etnia Puruhá fueron quienes proporcionaron la información y fotografías de sus costumbres y tradiciones que posteriormente fueron plasmadas en el fotolibro.

6.01.03. Económico

Todos los gastos son asumidos por el investigador.

6.02. Presupuesto

Tabla 13.

Presupuesto

Nº	Descripción	Valor unitario	Valor total	Financiamiento
2	Transporte	3,50	7,00	Propio
2	Viáticos	25,00	50,00	Propio
	Internet	24,50	49,00	Propio
	Impresiones	0,70	15,00	Propio
Total			121,00	

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

6.03. Aplicación del Proyecto:

Tabla 14.

Aplicación del Proyecto

Nº	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Gastos operativos	121,00	121,00
1.000	Fotolibro	16,50	16,500
		Sub total	16621,00
		12% de impuestos	1999,52
		Total	18615,52

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

6.04. Cronograma

Tabla 15.

Cronograma de Actividades

Nº	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados esperados	
			Mes	Semana				
				1	2	3		4
1	Aprobación del tema	Marco Guzmán	Octubre			X		Plantear ideas o propuestas sobre los métodos que se realizara en el proyecto.
2	Antecedentes	Marco Guzmán	Octubre				X	Obtener información sobre los carnavales de la etnia Puruhá.
3	Análisis de involucrados	Marco Guzmán	Noviembre		X			Conocer quiénes son los involucrados y sus respectivos acuerdos.
4	Problemas y Objetivos	Marco Guzmán	Noviembre				X	Investigar el problema con el que cuenta la zona en cuanto a sus carnavales y plantear un objetivo para solucionarlo.
5	Análisis de alternativas	Marco Guzmán	Diciembre		X			Proponer varias alternativas para que el proyecto tenga aceptación hacia el grupo objetivo.
6	La Propuesta	Marco Guzmán	Enero	X		X	X	Diagramación del fotolibro y su aceptación en el grupo objetivo.
7	Aspectos administrativos	Marco Guzmán	Febrero			X		Presupuesto sobre la inversión que tendrá la elaboración del proyecto.
8	Conclusiones y Recomendaciones	Marco Guzmán	Marzo			X		Plantear conclusiones y recomendaciones que guíen a un proyecto exitoso.

Elaborado por: Marco Antonio Guzmán Bejarano

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

Al finalizar el proyecto y logrando cumplir con el cronograma propuesto se concluye, que para la realización del fotolibro nos concederá:

- Este proyecto nos permitió aplicar el aprendizaje tales como la fotografía, fundamentos del principio del diseño, diseño editorial, etc. Las cuales fueron reflejadas en el fotolibro.
- El grupo objetivo al que va dirigido el fotolibro y su contenido son turistas.
- La ubicación geográfica donde fue realizado el proyecto cuenta con condiciones óptimas para la realización.
- La elaboración de este proyecto aportará de gran manera para mantener las costumbres y tradiciones de la etnia Puruhá en sus carnavales, así como nuevas fuentes turísticas en la ciudad de Riobamba.
- Para la realización de este fotolibro se requiere planificar un estudio sobre la etnia así como puntos resaltantes donde se realizan sus costumbres y tradiciones en estas fechas del año.
- Mantener un acercamiento con el grupo objetivo y de esta manera saber si estos conocen de la etnia en estas épocas del año o a su vez si lo desconocen.

7.02. Recomendación

Las recomendaciones para la realización del proyecto son las siguientes:

- Que todos quienes conforman la etnia pongan en prácticas la realización del proyecto ya que de esta manera obtendrán un efecto positivo del fotolibro.
- Se realizara publicidad antes de sacar a la venta el producto aplicando estrategias de marketing.
- Para la elaboración del proyecto se tiene que tener en cuenta los parámetros técnicos planteados en la investigación, ya que de esta manera cumpliremos con lo que se plantea y a la vez con nuestro grupo objetivo principalmente.
- La ciudad de Riobamba en especial sectores donde habita la etnia Puruhá, obtendría un mejor resultado si las autoridades se preocuparan por el turismo de la zona e implementaran punto de información, cronogramas en las festividades entre otras en especial en los carnavales.
- Para la realización cabe acotar que se tiene que regir a las leyes de comunicación establecidas en el momento.
- Para promocionar los carnavales de la etnia Puruhá en Riobamba se tomará en cuenta un estudio previo para de esta manera determinar el tipo de publicidad más factible en estas épocas de año.
- Introducción de publicidad de la ciudad en sus carnavales mediante redes sociales ya que la mayor parte las visita.
- Presupuesto para el lanzamiento del fotolibro se dé un aporte significativo para dar a conocer la costumbres de la etnia en sus carnavales en la ciudad de Riobamba.

BIBLIOGRAFÍA

Manual de diseño editorial

D.R. O Jorge de Buen Unna

O De esta edición:

D.R. O 2000 por Editorial Santillana, S.A. de C.V.

Av. Universidad 767

03 100 México, D.P.

ISBN: 970-29-0974-0 Segunda edición: junio de 2003

Primera reimpresión: junio de 2005

Miembro de la Cámara Nacional de la

Industria Editorial Mexicana. Reg. Núm. 802

Impreso y Hecho en Mexico

Elementos y etapas del diseño editorial

Diseño editorial

Universidad Don Bosco

Lcda.: YennyHdez

CYLDIGITAL #4

CONSEJO DE REDACCIÓN DIRECTORA D^a Carolina Blasco, Directora General de Telecomunicaciones. **VOCALES D. Evaristo Abril**, Catedrático de Teoría de la Señal y Comunicaciones de la Universidad de Valladolid y Presidente del Colegio Oficial de Telecomunicaciones de Castilla y León. **D. Fernando Almaraz**, Profesor Titular en Fundamentos de Análisis Económico y Director del Servicio de

DISEÑO DE UN FOTO LIBRO DE LOS CARNAVALES DE LA ETNIA PURUHÁ CON SUS COSTUMBRES Y TRADICIONES PARA DE ESTA MANERA NO PERDER SU IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTAR EL TURISMO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

Innovación y Publicación Digital de la Universidad de Salamanca. **Gerardo Pastor**, Presidente del Centro para el Desarrollo de las Telecomunicaciones de Castilla y León, CEDETEL. **Gema Patón**, Técnico Superior de la Junta de Castilla y León. Guadalupe Morcillo, Doctora en Filología Clásica. Oficina Técnica de la Dirección General de Telecomunicaciones.

SECRETARIO Juan María Martín, Máster Universitario en e-Commerce y e-Business para PYMES. Oficina Técnica del ORSI.

SECRETARIO ADJUNTO José Miguel Benito, Técnico de la Junta de Castilla y León.

COLABORADORES DE ESTE NÚMERO Alberto Pena, Francisca Sánchez Santos, José Ortega Mohedano, Juan Carlos González González, Francisco José García Peñalvo, Enrique Dans, Chiqui Esteban, Equipo de Organización de iRedes, Equipo del Espacio CyL Digital de Burgos, Diego Santillana Urrea, Óscar Mena, Jezabel González Diez, José Luis Rodríguez, Manuel Ferreira Recio, Juan Pablo Hervás Garrachón, Benigna Blanco Alonso, Beatriz Arribas Pérez, Víctor Caballero García y Guadalupe Morcillo.

EDITA Observatorio Regional de la Sociedad de la Información, (O.R.S.I.) Consejería de Fomento - Junta de Castilla y León.

REDACCIÓN Rigoberto Cortejoso 14 47014 Valladolid.

DISEÑO E IMPRESIÓN www.makketa.com

Depósito Legal VA-1042-2006 ISSN 2171-5823

El Observatorio no se hace responsable de las opiniones vertidas por los autores de los artículos que aparecen en la revista.

Email revista@cyldigital.es

NET-GRAFÍA

Ascenso Creativos (2013). *Diseño Editorial*. Recuperado de
[:http://ascensocreativos.com/disenio-editorial/](http://ascensocreativos.com/disenio-editorial/)

Acosta Miguel (2006). *Propuesta de identidad visual de Asterisko Estudio Creativo*.
Recuperado de:
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7335/1/29470_1.pdf

Conocimientos Básicos por Pablo (2014). *Para qué sirve Photoshop*. Recuperado de:
<http://paraquesirven.com/para-que-sirve-photoshop/>

Diseño Editorial Universidad Don Bosco (2012). *Elementos y etapas del diseño editorial*. Licda. YennyHdez. Recuperado de:
https://elblogdelalicyennyhdez.files.wordpress.com/2012/01/elementosde_pdf.pdf

Wikipedia (2013). *Adobe Illustrator*. Recuperado de:
http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator

Wikipedia (2013). *Adobe InDesign*. Recuperado de:
http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_InDesign