



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**LAS PRÁCTICAS DEPORTIVAS Y EL DISEÑO EDITORIAL, CREACIÓN DE
UNA REVISTA IMPRESA PARA EL CLUB DE “KARATE-DO JAPÓN”
UBICADO AL SUR DE QUITO**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en

Diseño Gráfico

Autor: Milton Ivan Yapud Acosta

Tutora: ING. Kety Cañar

Quito, 27 Octubre del 2014

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Milton Ivan Yapud Acosta con C.I. 040163834-1 estudiante de la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Superior Cordillera ITSCO, me hago responsable de todos los contenidos, documentos e información que aquí se ha utilizado para el correcto desarrollo del presente proyecto.

Prohíbo toda reproducción o copia que se pueda hacer en base al mismo.

Atentamente

.....

Milton Ivan Yapud Acosta

C.I. 0401638341

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 **MILTON IVAN YAPUD ACOSTA**, 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 en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Proyecto integrador I+D+I”, el cual incluye LAS PRÁCTICAS DEPORTIVAS Y EL DISEÑO EDITORIAL, CREACIÓN DE UNA REVISTA IMPRESA PARA EL CLUB DE “KARATE-DO JAPÓN” UBICADO AL SUR DE QUITO, 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 de revista informativa, 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.

**LAS PRÁCTICAS DEPORTIVAS Y EL DISEÑO EDITORIAL
CREACIÓN DE UNA REVISTA IMPRESA PARA EL CLUB DE
“KARATE – DO JAPÓN” UBICADO AL SUR DE QUITO**

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 de la revista informativa, 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 presente proyecto 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 de la revista informativa por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler de la revista informativa; d) Cualquier transformación o modificación de la revista informativa; e) La protección y registro en el IEPI de la revista informativa a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica de la revista informativa; 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 de la revista informativa que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la revista informativa 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 reconvenición, 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 trece días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____

f) _____

Milton Ivan Yapud Acosta

Instituto Superior Tecnológico

Cordillera

C.C. N°: 0401638341

CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a mis padres, que siempre han estado apoyándome, desde que empecé a estudiar esta bonita pero dura carrera como es la de Diseño Gráfico, y que siempre me brindaron su comprensión dándome ánimos en cada momento, no solo vivido a causa de mis estudios sino como consecuencia de la vida a mi novia que me acompaña en los momentos más duraros de mi vida.

A mi fabulosa tutora ING. Kety Cañar que me ha colaborado con su valioso conocimiento, para culminar el presente proyecto.

A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a este prestigioso instituto el cual abrió abre sus puertas, preparándome para un futuro competitivo y formándome como persona de bien.

A todas las autoridades del Instituto Tecnológico Superior Cordillera que me han permitido estar junto a grandes líderes y maestros que han compartido sus conocimientos durante mi preparación como profesional.

Al Club de Karate Do Japón por permitirme realizar este maravilloso proyecto por su gran colaboración, comprensión y amabilidad, facilitando toda la información necesaria para la culminación de mí proyecto.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo Dios quien me ha dado fortaleza para seguir cada día adelante, superándome; y cada día tomar un gran valor a mi vida.

Este proyecto va dedicado de manera muy especial, a mis Padres, a quien les debo toda mi vida, les agradezco el cariño y su comprensión, a ustedes quienes han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino.

También dedico este proyecto a mi novia, compañera inseparable de cada jornada. Ella representó gran esfuerzo y tesón en momentos de decline y cansancio, sabiendo cómo darme ánimo, comprensión y apoyo en este proyecto.

A todas las personas que les gusta el deporte en especial el Karate esperando que esta revista les sirva de apoyo y les inspire a realizar este deporte.

A todo el grupo que integra la gran familia del Instituto Tecnológico Superior Cordillera brindándome el conocimiento necesario como profesional, por su exigencia ya que gracias a ello soy una persona responsable, respetuosa y trabajadora.

Recuerden que para poder alcanzar nuestras metas y objetivos hay que luchar por ellos sin importar cuantas caídas tengamos siempre debemos levantarnos y continuar con fe optimismo y confianza en nosotros mismos.

Gracias y éxitos en su vida profesional y personal.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE	I
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	II
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
Resumen ejecutivo	XII
Abstract	XIV
Introducción	XVI
CAPÍTULO I.....	1
1.1 Contexto	1
Misión.....	3
Visión	3
1.2 Justificación.....	4
1.03 Matriz T.....	5
CAPÍTULO II	6
Análisis de involucrados	6
2.01 MAPEO DE INVOLUCRADOS	6
CAPÍTULO III.....	9
Problemas y objetivos	9
Análisis de alternativas	11
4.01.01 Tamaño del proyecto	12
4.01.02 Localización del proyecto	12
4.01.03 Análisis ambiental	13
4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	15
4.03 Diagrama de Estrategias	16
4.04 Construcción de Matriz de Marco Lógico.....	17
4.04.01 Revisión de Criterios para los Indicadores.....	17
4.04.03 Selección de indicadores	22
4.04.03 Medios de Verificación	27
4.04.05 Matriz Marco Lógico (MML)	37
CAPÍTULO V	45
5. Propuesta	45

5.1 Antecedentes de las herramientas del perfil de la propuesta.....	45
5.01 Diseño editorial.....	45
5.1.02 ¿Cómo realizar una estrategia editorial?	45
5.1.03 PARTES DE UN EDITORIAL	46
5.1.03.01 Texto.....	46
5.1.03.02 Titulares.....	46
5.1.03.03 Pie de foto.....	46
5.1.03.04 Cuerpos de texto.....	46
5.1.03.05 Secciones y partes de una publicación.....	46
5.1.04 Las cuatro F.....	47
5.1.05 Estilos tipográficos	47
5.1.06 Titulares	47
5.1.07 Subtítulo y Antetítulo	48
5.1.08 Entradillas	48
5.1.09 Capitulares	48
5.1.10 Terminales	49
5.1.11 Destacados	49
5.1.12 Paneles (Recuadros o Cajas).....	49
5.1.13 Antetítulo	49
5.1.14 Pie de Fotos (Epígrafes).....	50
5.1.21.01 Modelo CMYK.....	52
5.1.21.02 Modelo de color RGB.....	53
5.1.22 El círculo cromático.....	53
5.1.23 Significado de los colores	53
5.2 Descripción de las herramientas.....	55
5.2.01 Adobe Ilustrador CS6.....	55
5.2.02 Adobe PhotoShop CS6.....	55
5.2.03 Adobe InDesign CS6.....	55
5.3 Formulación del proceso de aplicación	55
5.3.01 Propósito del proyecto	55
5.3.02 Tipo de publicación	56
5.3.03 Temática.....	56
5.3.04 Formato.....	56
5.3.05 Número de páginas	56

Estilos.....	58
Paginas master o retículas.....	60
Diagramación.....	61
Imagen corporativa	61
Tipografía.....	62
CAPÍTULO VI.....	68
6.0.1 Recursos	68
6.0.2 Presupuestos	69
6.0.3 Cronograma	69
CAPÍTULO VII	71
Conclusiones	71
Recomendaciones	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz T.	5
Tabla 2: Análisis y Selección con los involucrados.....	8
Tabla 3: Análisis de Alternativas	15
Tabla 4: Revisión de criterios para los indicadores	21
Tabla 5: Selección de Indicadores.....	26
Tabla 6: Supuestos	36
Tabla 7: matriz de marco lógico.....	44
Tabla 8: Presupuesto	69
Tabla 9: Cronograma.....	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Identificación de involucrados.....	6
Figura 2: Árbol de problemas	9
Figura 3: Árbol de objetivos	10
Figura 4: Acciones e identificaciones de alternativas	11
Figura 5 Localización del club.....	12
Figura 6: Árbol de objetivos	16
Figura 7: Mapa de contenido	57
Figura 8: Índice de imágenes	58
Figura 9: Página maestra o retículas	60
Figura 10: Diagramación.....	61
Figura 11: Imagen corporativa	61
Figura 12: Portada.....	63
Figura 13: Maquetación	64
Figura 14: Pre-prensa	64
Figura 15: Prensa	65
Figura 16 Post Prensa.....	65
Figura 17: Afiche	66
Figura 18: Roll ups.....	67

Resumen ejecutivo

El club de KARATE-DO JAPÓN busca informar de los servicios que ofrece al con bases técnicas, y personal informado en todas las áreas en las que se las requiere. El rector de club ha depositado su confianza en la construcción del proyecto para ver si se puede incrementar más estudiantes, con el propósito de obtener informado por lo que se manejará un medio publicitario y se realizará una revista informativa. Una de las misiones básicas a alcanzar es el aumentar el número de estudiantes y cómo llegará ahora ante la sociedad, dar a conocer que el club y pueden aprender todo tipo de persona, sea como: sociedad media, sociedad alta, sociedad baja. Hoy contamos con el apoyo de la concentración de Pichincha que está financiado por el gobierno nacional. El club cuenta con las mejores aulas de entrenamiento, es importante señalar que los datos primarios fueron recogidos directamente del propietario, instructores y alumnos. Para lo cual se llevaron a cabo una serie de entrevistas si es verdad la confusión existen aún no hay un medio informativo específico. El objetivo central es entregar al grupo objetivo una información relevante sobre el deporte del karate y más específicamente en el sector el Pintado sur de Quito. Sabremos identificar en el club, como decimos en el área de diseño gráfico se podrá llegar a la mente del consumidor.

El proyecto está direccionado a informar de los servicios que ofrece, es decir se utilizará medios impresos que llegarán a estudiantes y posibles clientes, de todos el sector para que conozcan los servicios ofrece del club más detallados, de esta manera se proporciona la manera de que club de KARATE-DO JAPÓN consiga posibles estudiantes y mantenga la fidelidad de los mismos. El impacto ambiental

del proyecto es alto por motivo que se utilizará material impreso, en la elaboración de la revista. Aquellas que se dañen durante la impresión serán recicladas y entregadas a instituciones que le den un correcto uso pero que no causen daño al medio ambiente.

Abstract

Executive Summary

The club seeks KARATE-DO JAPÓN report provides services with technical bases, and knowledgeable staff in all areas where they are required. The club president has confidence in the construction of the project to see if more students can be increased, for the purpose of obtaining informed that an advertising medium is handled and a news magazine was made. One of the core missions is to reach the increasing number of students and how come now to the society, to publicize the club and can learn all kinds of people, either: media society, high society, low society. Today we have the support of the concentration of Pichincha which is funded by the national government.

The club has the best classroom training is important to note that primary data were collected directly from the owners, trainers and students. To which conducted a series of interviews confusion if it is true there is still no news organization you specified. The main objective is to deliver the target group relevant information about the sport of karate and more specifically in the area south of Quito Pintado. Identify in the club know, as we say in the area of graphic design you can reach the consumer's mind.

The project is directed to inform the services offered, are used print media that will reach students and potential clients, all the sector to know the services provides the most detailed club thus be used provided a way for KARATE-DO club JAPAN prospective students get and keep the loyalty of them. The environmental impact of the project is high on the grounds that printed material

will be used in the development of the magazine. Those that are damaged during printing will be recycled and given to institutions that give a correct use but do not harm the environment. |

Introducción

El propósito de la realización de este proyecto es la creación de una revista impresa para el Club de Karate-do Japón. Enfocado al grupo objetivo de 12 a 35 años de ambos sexos. El proyecto ayuda a deportistas y aficionados para mejorar la relación familiar permitiendo una vida más activa, disciplinada, espiritual aumentando el conocimiento y su importancia referente a otros deportes.

Este proyecto tiene como finalidad que el club sea reconocido a nivel local en el sector el Pintado, manteniendo así su prestigio como institución deportiva.

En este proyecto se aplican conceptos relacionados con la creación y diseño de la revista como medio de comunicación e información para el club de Karate Do Japón.

El Club Karate Do se ha creado con la finalidad de ofrecer a los aficionados de este deporte, una alternativa diferente. Con este proyecto se pretende beneficiar a deportistas y clientes ya que se considera que con la elaboración de elementos comunicativos como una revista impresa se puede informar acerca de la diversidad de servicios que ofrece el club, al sector sur de Quito.

CAPÍTULO I

1.1 Contexto

Club de Karate-Do Japón, fue creado en el año 1984, inició sus labores con diez alumnos que eran compañeros del Sr. Rigoberto Reinozo quien es el propietario del Club; pero en poco tiempo llegó a tener más de cincuenta estudiantes, el nombre del Club de Karate-Do Japón pudo formalizarse en la Concentración Deportiva de Pichincha en el año de 1993.

Desde hace 21 años cuenta con instalaciones propias con área de doscientos setenta metros cuadrados para la práctica de karate, sala de conferencias, camerinos y demás áreas para el correcto desempeño de cada uno de los alumnos, así como de los padres de familia que día a día acompañan sus hijos a los entrenamientos.

Ha recibido reconocimientos de parte de la Concentración Deportiva de Pichincha como mejor club, de alto rendimiento, deportistas en las diferentes categorías, poseen más 300 trofeos aproximadamente obtenidos a nivel nacional e internacional. Han ganado por cuatro años USA Open Championship de las Vegas, Nevada, realizado en Cesar's Palace, el campeonato mundial en Ontario, Canadá.

Se puede apreciar que existe cierta desinformación del "Club Karate-Do Japón" en cuanto a las disciplinas que imparte; pues a las mismas no se las relaciona como un deporte espiritual y formativo, muchas personas

desconocen la finalidad esencial de practicar este ejercicio físico, concibiendo poco interés por visitar el club, el cual está dispuesto a lograr niveles altos de satisfacción en relación con las necesidades, gustos e intereses del grupo objetivo; es importante recalcar que estas artes marciales asiáticas tradicionalmente ponen su acento en el conocimiento, mejoramiento y control de uno mismo. Combina aspectos psicológicos, filosóficos e incluso espirituales, que benefician por ejemplo a los adolescente en este proceso de transición del pasaje desde la niñez, adolescencia y adultez, sobre todo en los tiempos actuales en donde se requiere de disciplinas que ayuden a fortalecer el carácter de las personas encaminándoles hacia un futuro responsable.

Club Karate-Do se ha creado con la finalidad de ofrecer a los aficionados de este deporte, una alternativa diferente. Con este proyecto se pretende beneficiar a deportistas y clientes ya que se considera que con la elaboración de elementos comunicativos como una revista impresa se puede informar acerca de la diversidad de servicios que ofrece el club, al sector sur de Quito.

Misión

Lograr a través de la práctica del karate-do shotokan, (Escuela de las Olas de los Pinos) un ambiente donde el niño, joven, adulto o la familia puedan encontrar una solución a sus necesidades físicas y sociales. Contribuir en la formación integral de los estudiantes mediante un enfoque de salud y actividad física de la práctica del karate-do, responder a las inquietudes y necesidades que permitan al estudiante un mejor desarrollo dentro de su entorno social, familiar, escolar, universitario, laboral.

Visión

Formar líderes en el desarrollo integral del Karate Do estilo Shotokan, promoviendo su práctica en toda la población a través de la excelencia en el servicio a los ciudadanos interesados en la práctica, una sólida diferenciación y un alto sentido de responsabilidad social, con apoyo de un recurso humano profesional motivado y comprometido con las metas del club.

- Establecer acciones deportiva, educativas dentro del marco legal.
- Desarrollar buenos hábitos de estudios en los atletas. Inculcar los valores de vida en los ciudadanos participando a través de talleres.
- Formar alumnos con miras a integrar una selección nacional y representar al club en lo más altos estándares del karate-do.

1.2 Justificación

La complejidad y la rapidez con la que se presentan los fenómenos sociales actuales imponen retos de consideración en el tratamiento de la información, entre ellas la deportiva, por este motivo es importante analizar metodológicamente los problemas que no permite que una gran cantidad de personas no realicen algún tipo de deporte.

Sin embargo, la reflexión teórica y sus propuestas se presentan por lo general con una velocidad menor a la que se mueven los problemas sociales que involucran como por ejemplo el sedentarismo, mala alimentación, por lo que una difusión no adecuada tiene como consecuencia que un gran porcentaje de la población de nuestro país sea obesa.

Esta limitación puede superarse, entre otros elementos, mediante la generación y consolidación de medios de difusión en los que se presenten alternativas para que las personas puedan practicar alguna disciplina física.

Es aquí donde surge la necesidad de crear una revista orientada al karate la cual tendrá una publicación semestral que busca ser un espacio en el que se exprese la pluralidad de ideas y cultura, actividades, concursos entre otras disciplinas que permite realizar este deporte.

Se brindará la posibilidad de informar de una manera atractiva y didáctica los servicios que el club, en cuanto a todas las actividades de este deporte. Con

esto se busca dar una solución a los clientes al disponer de un sitio específico donde encontrar información de karate-do, teniendo como referencia que la mayoría de personas buscan variedad de deportes a bajos costos.

1.03 Matriz T

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
El Club de Karate-do Japón podría quedar sin alumnado y dejaría de funcionar.	Insuficiente información de los servicios que ofrece club de Karate-do Japón				Incremento de estudiantes en el club de Karate-do Japón
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Interés por los dirigentes para dar a conocer sus servicios en una revista informativa para que el club sea conocido	3	5	5	2	Indiferencia por parte de los dirigentes del club hacia un medio informativo editorial
Informar por medio de una revista los beneficios que ofrece el club de Karate-do su deportistas	2	5	4	3	Carencia de cultura de ciertos sectores por leer y adquirir algún tipo de revistas
Buena resolución de imágenes en la diagramación del medio informativo	3	4	5	2	Poca resolución de imágenes en la revista que se distribuye la información
Diagramación para que sea de agrado del Grupo Objetivo.	2	5	5	3	Deficiente distribución de los elementos del diseño.

Tabla 1: Matriz T.

CAPÍTULO II

Análisis de involucrados

2.01 MAPEO DE INVOLUCRADOS

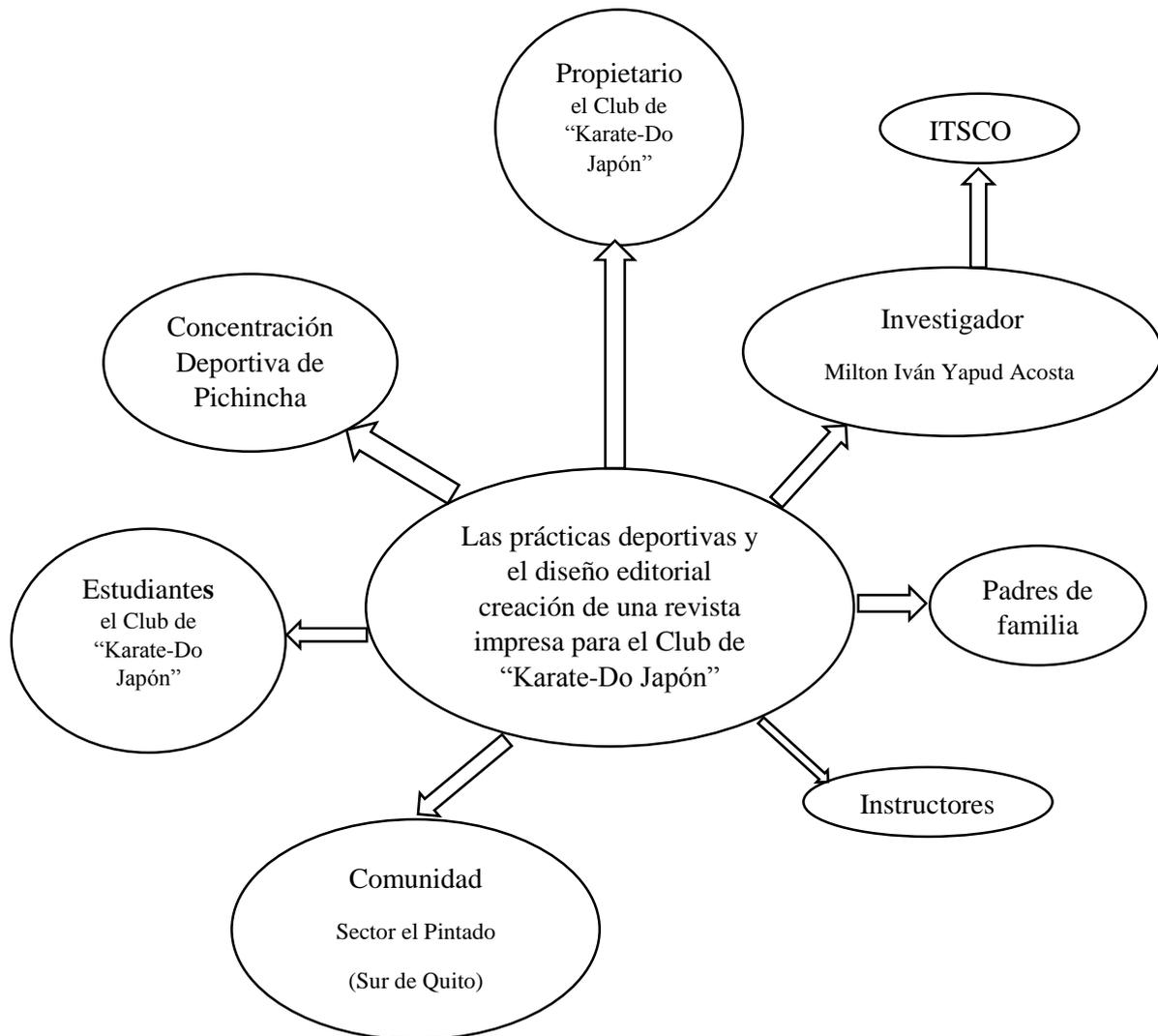


Figura 1: Identificación de involucrados.

2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador ITSCO	Beneficiar al grupo objetivo a través de una información adecuada.	Descuido del propietario para informar acerca de los beneficios.	R. Social R. Económicos R. Tecnológicos C. Intelectuales	Diseñar revista informativa para aumentar el número de estudiantes en el club.	No tener una información adecuada.
Padres de familia	Se informe acerca de los servicios que ofrece club de karate que cumpla todas sus expectativas que buscan para sus hijos.	No existe suficiente material que informe sobre los servicios del club para la vida de los deportistas.	R. Social	Tener un material impreso que informe explícita de su contenido que ellos requieren.	Que la revista no tenga la información adecuada del club de Karate-do Japón.
Instructores	Se informe y aumente el número de estudiantes al club de Karate-do Japón.	Gestión inadecuada cuando se solicita algún tipo de información	R. Social R. Humano R. Informativo	Tener un medio impreso que identifique al club	Desinterés de los mismos para dar la información adecuada
Comunidad Sector la Michelena	Tener un medio informativo detallado que	Despreocupación del propietario del club por no	R. Social	Material impreso informativo fácil de entender,	Que la revista no tenga la acogida

(Sur de Quito)	dé a conocer las ventajas de pertenecer al club.	informar los servicios que ofrece.		objetivo y accesible.	adecuada para la comunidad.
Concentración Deportiva de Pichincha	Se mejore la información para impulsar actividades deportivas a la comunidad	Despreocupación de las autoridades por no impulsar el deporte.	R. Social	Que exista una revista que informe acerca de este deporte con ello que más personas se involucre en el mismo.	Cambio de las leyes que afecten a deportistas.
Estudiantes Club de Karate- Do Japón	Conocer un club de karate que cumpla con todas sus expectativas.	No se informa los servicios que ofrece el club a los estudiantes.	R. Humano R. Social R. Informativo	Contar con un recurso impreso informativo que ayude a le club.	Desinterés en información de la revista en cuanto a la práctica deportiva del Karate.
Propietario	Mejora la información de los servicios que ofrece el club para todo su G.O	Inadecuada gestión para promocionar al club	R. Humano R. Económico R. Social R. informativo	Contar con un recurso impreso de carácter informativo.	No proporcionar una información completa necesaria para construir la revista

Tabla 2: Análisis y Selección con los involucrados.

CAPÍTULO III

Problemas y objetivos

3.01 Árbol de problemas

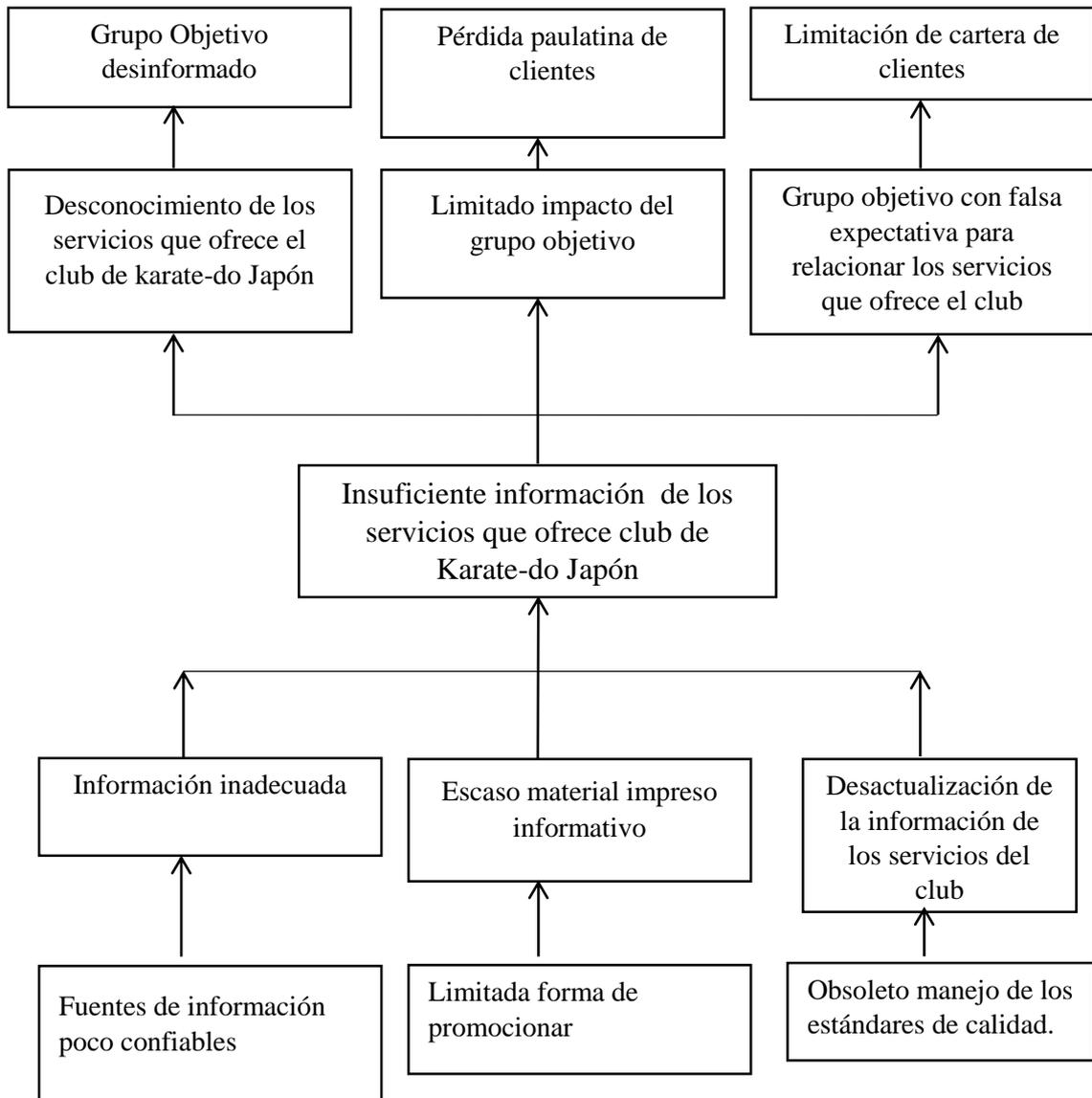


Figura 2: Árbol de problemas

3.02 Árbol de objetivos

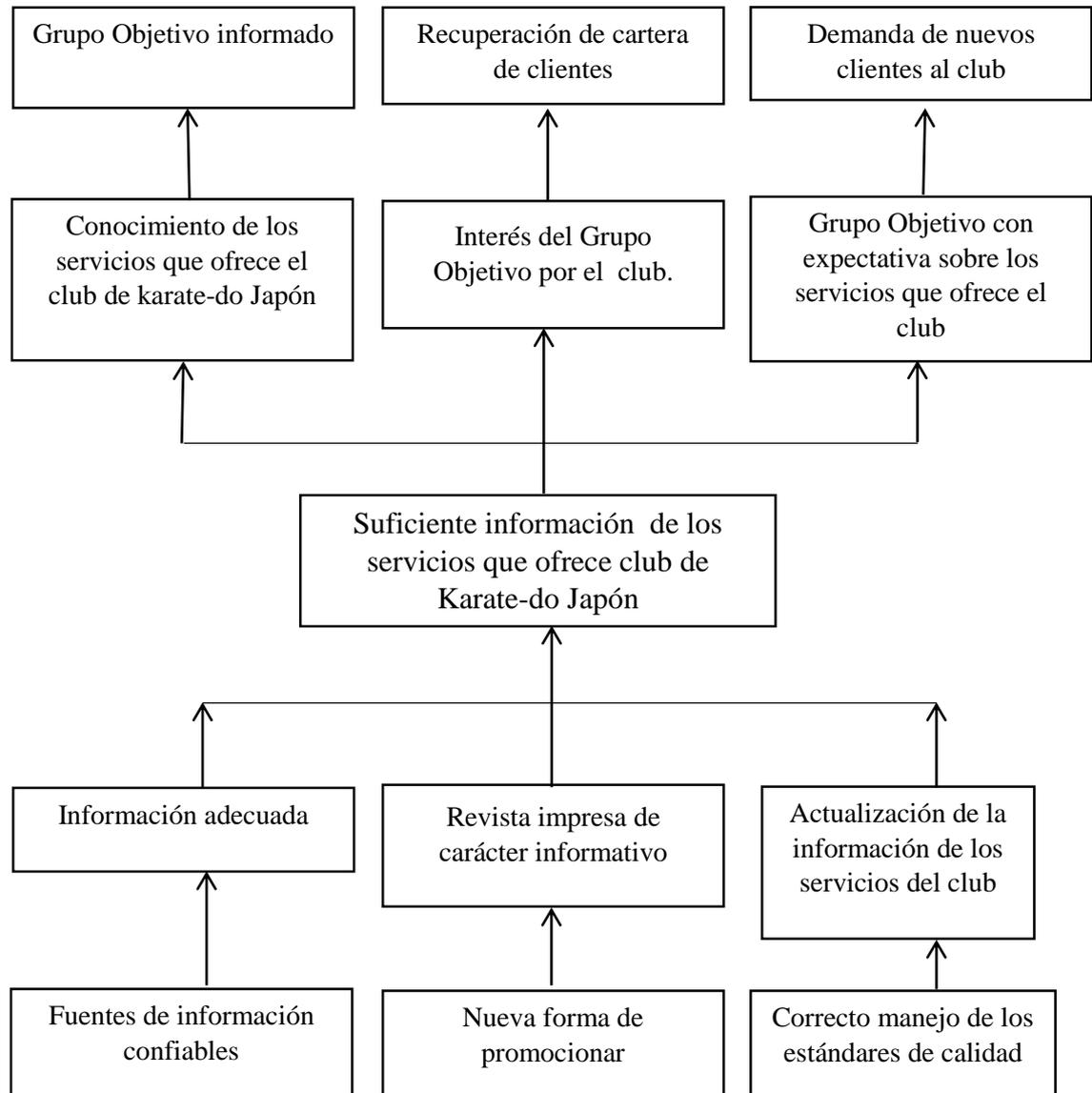


Figura 3: Árbol de objetivos

CAPÍTULO IV

Análisis de alternativas

4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

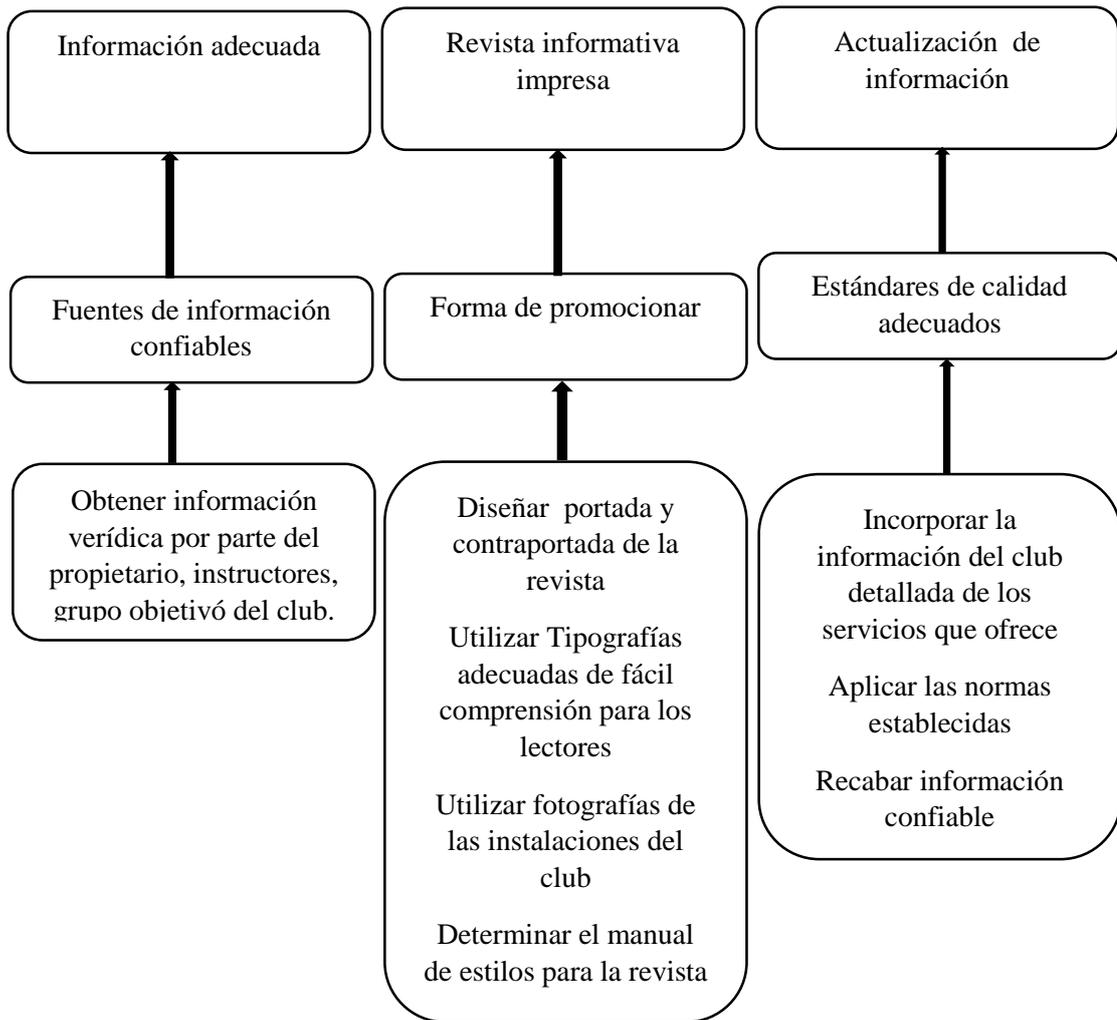


Figura 4: Acciones e identificaciones de alternativas

4.01.01 Tamaño del proyecto

El propósito de la realización de este proyecto es la creación de una revista impresa para el Club de Karate-do Japón. Enfocado al grupo objetivo de 12 a 35 años de ambos sexos. El proyecto ayuda a deportistas y aficionados para mejorar la relación familiar permitiendo una vida más activa, disciplinada, espiritual aumentando el conocimiento y su importancia referente a otros deportes.

Este proyecto tiene como finalidad que el club sea reconocido a nivel local en el sector el Pintado, manteniendo así su prestigio como institución deportiva.

4.01.02 Localización del proyecto

Se encuentra predeterminado debido a la utilización del Club de "Karate-do Japón" en el sector sur de Quito (El Pintado Cabo Alberto Orellana S11-44 y Michelena), de esta manera los clientes sabrán donde se encuentra ubicado.

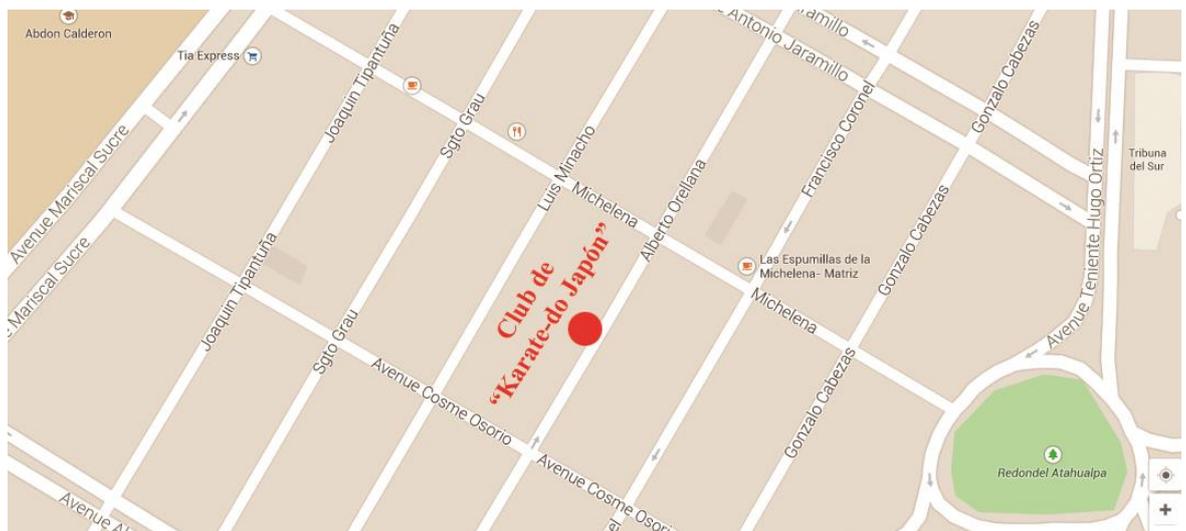


Figura 5 Localización del club

4.01.03 Análisis ambiental

Este Proyecto objetivo dar una nueva opción para el cambio y superación del Club de “Karate Do Japón” con la creación de una revista impresa así que tendrá un impacto ambiental moderado, utilizarán materiales impresos, preservando el medio ambiente.

Ante la necesidad de conservación del medio ambiente, nos obliga a aplicar técnicas de gestión respetuosas con el entorno que garanticen, su supervivencia y sostenibilidad, y que a la vez permitan obtener beneficios sociales para esto el club tiene planificado que las revistas que no se alcancen a distribuir serán obsequiadas a los clientes que requieren información del club, dándole mayor uso y sin causar mayores daños.

Esta acción permite al club ahorrar dinero a utilizar su herramienta de información al 100% dándole uso y generando nuevos clientes que se mantendrán informados sobre los servicios que el club tiene, y algunas de estas revistas se exhibirán como colección de todas las ediciones que se publican.

Aquellas revistas que se dañen durante la impresión serán recicladas y entregadas a instituciones que le den un correcto uso pero que no causen daño al medio ambiente.

Debido al mal uso que le den nuestros clientes a las revistas pudiendo estas ser desechadas, causando daños a la salud y el medio ambiente sin que ellos se den cuenta de donde proviene el papel utilizado en la elaboración de la revista.

Los clientes son responsables de cantidades de residuos y materiales que terminan como desperdicios y son la fuente de grandes cantidades de desechos sólidos, aunque algunos se pueden reciclar durante el proceso.

No hay conciencia moral ni ética para cuidar el medio ambiente debido a la irresponsabilidad de clientes porque al no interesarles las revistas las desechan o tiran en la calle.

Habrà un impacto ambiental por motivo que se utilizarà material impreso, en la elaboración de la revista.

BENEFICIOS DE APROVECHAMIENTO DE LOS DESECHOS.

Se evitarà contaminar el medio ambiente

Reutilización de los desechos para generar materias primas nuevas

Conservación de la naturaleza.

4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Información adecuada	5	4	4	5	4	22	Alta
Revista impresa de carácter informativo	5	5	4	5	4	23	Alta
Actualización de la información de los servicios del club	5	4	4	4	4	21	Alta

Tabla 3: Análisis de Alternativas

4.03 Diagrama de Estrategias

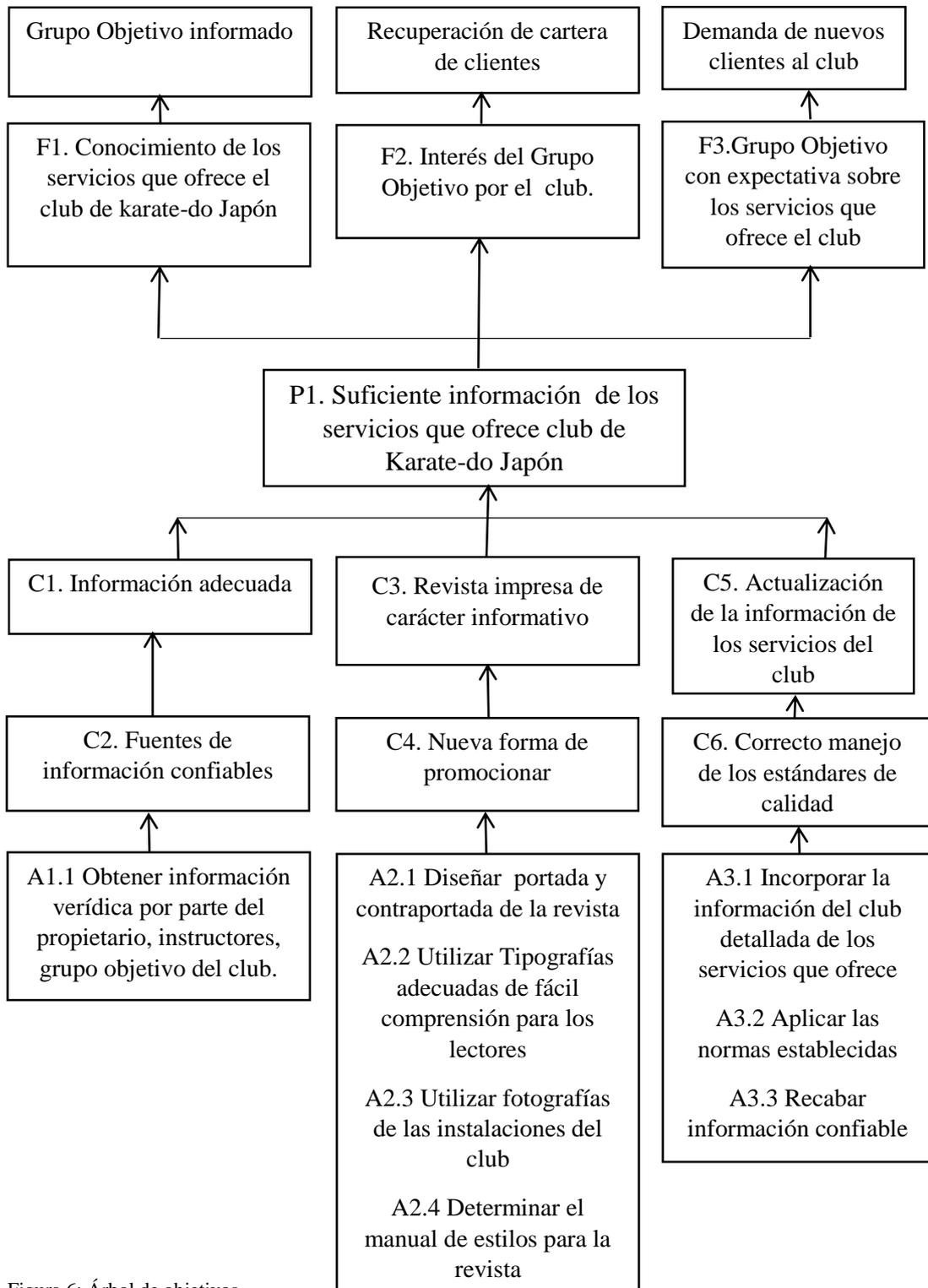


Figura 6: Árbol de objetivos

4.04 Construcción de Matriz de Marco Lógico

4.04.01 Revisión de Criterios para los Indicadores.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Calidad	Cantidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fin	F1. Conocimiento de los servicios que ofrece el club de karate-do Japón	68% del grupo objetivo	136 personas	Alto	6 meses	El Pintado	Clientes
Fin	F2. Interés del Grupo Objetivo por el club.	81% del grupo objetivo le interesa	162 personas	Alto	6 meses	El Pintado	Clientes
Fin	F3. Grupo Objetivo con expectativa sobre los servicios que ofrece el club	90% con expectativa sobre los servicios que ofrece el club	180 personas	Alto	6 meses	El Pintado	Clientes

Propósito	P1. Suficiente información de los servicios que ofrece club de Karate-do Japón	68% con suficiente información de los servicios que ofrece club de Karate-do Japón	136 personas	Medio	6 meses	El Pintado	Cientes
Componentes	C1. Información adecuada	90% interesada por la información	180 personas	Alto	6 meses	El Pintado	Cientes
Componentes	C2. Fuentes de información confiables	75% interesado por las información	150 personas	Medio	6 meses	El Pintado	Cientes
Componentes	C3. Revista impresa de carácter informativo	89% interesado por el medio informativo	178 personas	Alto	6 meses	El Pintado	Cientes
Componentes	C4.	78% interesado	156 personas	Alto	6 meses	El Pintado	Cientes

	Nueva forma de promocionar	por medio impreso					
Componentes	C5. Actualización de la información de los servicios del club	90% interesado por la información	190 personas	Alto	6 meses	El Pintado	Cientes
Componentes	C6. Correcto manejo de los estándares de calidad	57% Manejo de estrategias	114 personas	Medio	6 meses	El Pintado	Cientes
Actividades	A1.1 Obtener información verídica por parte del propietario, instructores, grupo objetivo del club.	Recaudar información adecuada del club	15 personas	Alto	1 meses	El Pintado	Propietario Instructores estudiantes
Actividades	A2.1	Mantener estilo	1 Personas	Alto	1 meses	El Pintado	Club investigador

	Diseñar portada y contraportada de la revista	corporativo del club					
Actividades	A2.2 Utilizar Tipografías adecuadas de fácil comprensión para los lectores	Elegir tipografías adecuadas	1 personas	Alto	6 meses	El Pintado	Club Investigador
Actividades	A2.3 Utilizar fotografías de las instalaciones del club	Obtener fotografías de estudiantes, instalaciones del club	40 personas	Alto	6 meses	El Pintado	Club
Actividades	A2.4 Determinar el manual de estilos para la revista	Crear maquetación de revista	1 personas	Alto	1 meses	El Pintado	Investigador

Actividades	A3.1 Incorporar la información del club detallada de los servicios que ofrece	Información del club detallada de los servicios	3 Personas	Alto	6 meses	El Pintado	Club Propietario instructores estudiantes
Actividades	A3.2 Aplicar las normas establecidas	Cumpliera parámetros establecidos	1 personas	Alto	6 meses	El Pintado	Propietario
Actividades	A3.3 Recabar información confiable	Investigar fuentes de información	15 personas	Alto	1 meses	El Pintado	Propietario instructores estudiantes

Tabla 4: Revisión de criterios para los indicadores

4.04.03 Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Calificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fin.	F1. Conocimiento de los servicios que ofrece el club de karate- do Japón	68% del grupo objetivo		x	x	x	x	4	Alto
Fin.	F2. Interés del Grupo Objetivo por el club.	81% del grupo objetivo le interesa	x	x	x	x	x	5	Alto
Fin.	F3. Grupo Objetivo con expectativa sobre los servicios que ofrece el club	90% con expectativa sobre los servicios que ofrece el club		x	x		x	3	Medio
Propósito	P1. Suficiente información de los servicios que	68% con suficiente información de los	x		x		x	3	Medio

	ofrece club de Karate-do Japón	servicios que ofrece club de Karate-do Japón							
Componentes	C1. Información adecuada	90% interesada por la información	x	x	x		x	4	Alto
Componentes	C2. Fuentes de información confiables	75% interesado por las información	x	x	x	x	x	5	Alto
Componentes	C3. Revista impresa de carácter informativo	89% interesado por el medio informativo	x	x	x	x	x	5	Alto
Componentes	C4. Nueva forma de promocionar	78% interesado por medio impreso	x	x	x		x	5	Alto
Componentes	C5. Actualización de la	90% interesado	x	x	x	x	x	5	Alto

	información de los servicios del club	por la información							
Componentes	C6. Correcto manejo de los estándares de calidad	57% Manejo de estrategias	x	x	x	x	x	5	Alto
Actividades	A1.1 Obtener información verídica por parte del propietario, instructores, grupo objetivo del club.	Recaudar información adecuada del club	x	x	x	x	x	5	Alto
Actividades	A2.1 Diseñar portada y contraportada de la revista	Mantener estilo corporativo del club	x	x	x	x	x	5	Alto
Actividades	A2.2 Utilizar Tipografías	Elegir tipografías adecuadas	x	x	x	x	x	5	Alto

	adecuadas de fácil comprensión para los lectores								
Actividades	A2.3 Utilizar fotografías de las instalaciones del club	Obtener fotografías de estudiantes, instalaciones del club	x	x	x	x	x	5	Alta
Actividades	A2.4 Determinar el manual de estilos para la revista	Crear maquetación de revista	x	x	x	x	x	5	Alta
Actividades	A3.1 Incorporar la información del club detallada de los servicios que ofrece	Información del club detallada de los servicios	x	x	x	x	x	5	Alta
Actividades	A3.2	Cumpliera parámetros establecidos	x	x	x	x	x	5	Alta

	Aplicar las normas establecidas								
Actividades	A3.3 Recabar información confiable	Investigar fuentes de información	x	x	x	x	x	5	Alta

Tabla 5: Selección de Indicadores

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

4.04.03 Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fin.	F1. Conocimiento de los servicios que ofrece el club de karate-do Japón	68% del grupo objetivo	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	investigador
Fin	F2. Interés del Grupo Objetivo por el club.	81% del grupo objetivo le interesa	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	investigador
Fin	F3. Grupo Objetivo con expectativa sobre los servicios que ofrece el club	90% con expectativa sobre los servicios que ofrece el club	Primaria Secundaria	Encuesta / Observación	Cuantitativo / Cualitativo	6 meses	investigador

Propósito	P1. Suficiente información de los servicios que ofrece club de Karate-do Japón	68% con suficiente información de los servicios que ofrece club de Karate-do Japón	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista Observación	Cuantitativo / Cualitativo	6 meses	investigador
Componentes	C1. Información adecuada	90% interesada por la información	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista Observación	Cuantitativo / Cualitativa	6 meses	investigador
Componentes	C2. Fuentes de información confiables	75% interesado por las información	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista	Cuantitativo / Cualitativa	6 meses	investigador
Componentes	C3. Revista impresa de carácter informativo	89% interesado por el medio informativo	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista / Observación	Cuantitativo / Cualitativa	6 meses	investigador
Componentes	C4.	78% interesado por	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	investigador

	Nueva forma de promocionar	medio impreso					
Componentes	C5. Actualización de la información de los servicios del club	90% interesado por la información	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista	Cuantitativo / Cualitativa	6 meses	investigador
Componentes	C6. Correcto manejo de los estándares de calidad	57% Manejo de estrategias	Primaria Secundaria	Encuesta / Estudios / previos Entrevista	Cuantitativo / Cualitativa	6 meses	investigador
Actividades	A1.1 Obtener información verídica por parte del propietario, instructores, grupo objetivo del club.	Recaudar información adecuada del club	Secundaria	Entrevistas	Cualitativa	1 meses	investigador

Actividades	A2.1 Diseñar portada y contraportada de la revista	Mantener estilo corporativo del club	Secundaria	Estudios previos	Cualitativo	1 meses	investigador
Actividades	A2.2 Utilizar Tipografías adecuadas de fácil comprensión para los lectores	Elegir tipografías adecuadas	Secundaria	Estudios previos	Cualitativo	6 meses	investigador
Actividades	A2.3 Utilizar fotografías de las instalaciones del club	Obtener fotografías de estudiantes, instalaciones del club	Secundaria	Estudios previos	Cualitativo	6 meses	investigador
Actividades	A2.4 Determinar el manual de estilos para la revista	Crear maquetación de revista	Secundaria	Estudios previos	Cualitativo	1 meses	investigador

Actividades	A3.1 Incorporar la información del club detallada de los servicios que ofrece	Información del club detallada de los servicios	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista	Cuantitativo	6 meses	investigador
Actividades	A3.2 Aplicar las normas establecidas	Cumpliera parámetros establecidos	Secundaria	Estudios previos	Cualitativo	6 meses	investigador
Actividades	A3.3 Recabar información confiable	Investigar fuentes de información	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista	Cuantitativo / Cualitativo	1 meses	investigador

Tabla 5: Medios de verificación

4.04.04 Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fin	F1. Conocimiento de los servicios que ofrece el club de karate-do Japón	Ninguna persona conoce el club	x	x	x	x	x
Fin	F2. Interés del Grupo Objetivo por el club.	Disminución de estudiantes que integren el club	x	x	x	x	x
Fin	F3. Grupo Objetivo con expectativa sobre los servicios que ofrece el club	Grupo Objetivo del sector el Pintado desconoce el club	x		x	x	

Propósito	P1. Suficiente información de los servicios que ofrece club de Karate-do Japón	Nadie sabe que el club Karate-do Japón existe	x		x	x	x
Componentes	C1. Información adecuada	Escases de medios informativos	x	x	x		x
Componentes	C2. Fuentes de información confiables	Desinterés por miembros del club	x		x	x	x
Componentes	C3. Revista impresa de carácter informativo	Desinterés por el medio informativo	x		x	x	x
Componentes	C4. Nueva forma de promocionar	El club no tiene estrategias	x	x	x	x	x

		creativas definidas					
Componentes	C5. Actualización de la información de los servicios del club	Desinterés del club de servicios que ofrece el club	x	x	x	x	x
Componentes	C6. Correcto manejo de los estándares de calidad	Grupo Objetivo del no le interesa	x	x	x	x	x
Actividades	A1.1 Obtener información verídica por parte del propietario, instructores, grupo objetivo del club.	Poca colaboración de la distribución de información			x	x	x

Actividades	A2.1 Diseñar portada y contraportada de la revista	Mala distribución de elementos	x	x	x	x	x
Actividades	A2.2 Utilizar Tipografías adecuadas de fácil comprensión para los lectores	Tipografías genera interés la información	x	x	x		x
Actividades	A2.3 Utilizar fotografías de las instalaciones del club	Poca colaboración del club	x	x	x	x	x
Actividades	A2.4 Determinar el manual de estilos para la revista	Mal manejo de estilos	x		x	x	x

Actividades	A3.1 Incorporar la información del club detallada de los servicios que ofrece	Falta de colaboración	x	x	X	x	x
Actividades	A3.2 Aplicar las normas establecidas	Mal manejo de medio	x	x	X	x	x
Actividades	A3.3 Recabar información confiable	Impactar con información	x	x	X	x	x

Tabla 6: Supuestos

4.04.05 Matriz Marco Lógico (MML)

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de verificación					Supuestos				
FINES							Factores de riesgo				
		Fuentes de verificación	Método de recolección	Modo de análisis	Frecuencias de recolección	Responsable	E	P	S	A	L
F1. Conocimiento de los servicios que ofrece el club de karate-do Japón	68% del grupo objetivo	Primaria	Encuesta	cuantitativo	6 meses	investigador	x	x	x	x	x

F2. Interés del Grupo Objetivo por el club.	81% del grupo objetivo le interesa	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	investigador	x	x	x	x	x
F3. Grupo Objetivo con expectativa sobre los servicios que ofrece el club	90% con expectativa sobre los servicios que ofrece el club	Primaria y Secundaria	Encuesta / Observación	Cuantitativo / Cualitativo	6 meses	investigador	x		x	x	
PROPÓSITO											
P1. Suficiente información de los servicios que ofrece club de Karate-do Japón	68% con suficiente información de los servicios que	Primaria y Secundaria	Encuesta / Entrevista / Observación	Cuantitativo / Cualitativo	6 meses	investigador	x	x	x	x	x

	ofrece club de Karate-do Japón											
COMPONENTES												
C1. Información adecuada	90% interesada por la información	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista / Observación	Cuantitativo / Cualitativa	6 meses	investigador	x	x	x			x
C2. Fuentes de información confiables	75% interesado por las información	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista	Cuantitativo / Cualitativa	6 meses	investigador	x		x	x		x

C3. Revista impresa de carácter informativo	89% interesado por el medio informativo	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista / Observación	Cuantitativo / Cualitativa	6 meses	investigador	x		x	x	x
C4. Nueva forma de promocionar	78% interesado por medio impreso	Primaria	Encuesta /	Cuantitativo	6 meses	investigador	x	x	x	x	x
C5. Actualización de la información de los servicios del club	90% interesado por la información	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista	Cuantitativo / Cualitativa	6 meses	investigador	x	x	x	x	x
C6.	57%	Primaria Secundaria	Encuesta /	Cuantitativo / Cualitativa	6 meses	investigador	x	x	x	x	x

Correcto manejo de los estándares de calidad	Manejo de estrategias		Estudios previos Entrevista								
ACTIVIDADES											
A1.1 Obtener información verídica por parte del propietario, instructores, grupo objetivo del club.	Recaudar información adecuada del club	Secundaria	Entrevistas	Cualitativa	1 meses	investigador			x	x	x

A2.1 Diseñar portada y contraportada de la revista	Mantener estilo corporativo del club	Secundaria	Estudios previos	Cualitativo	1 meses	investigador	x	x	x	x	x
A2.2 Utilizar Tipografías adecuadas de fácil comprensión para los lectores	Elegir tipografías adecuadas	Secundaria	Estudios previos	Cualitativo	6 meses	investigador	x	x	x		x
A2.3 Utilizar fotografías de las instalaciones del club	Obtener fotografías de estudiantes,	Secundaria	Estudios previos	Cualitativo	6 meses	investigador	x	x	x	x	x

	instalaciones del club										
A2.4 Determinar el manual de estilos para la revista	Crear maquetación de revista	Secundaria	Estudios previos	Cualitativo	1 meses	investigador	x		x	x	x
A3.1 Incorporar la información del club detallada de los servicios que ofrece	Información del club detallada de los servicios	Primaria Secundaria	Encuesta / Entrevista	Cuantitativo / Cualitativo	6 meses	investigador	x	x	x	x	x

A3.2 Aplicar las normas establecidas	Cumpliera parámetros establecidos	Secundaria	Estudios previos	Cualitativo	6 meses	investigador	x	x	x	x	x
A3.3 Recabar información confiable	Investigar fuentes de información	Primaria Segunda	Encuesta Entrevista	Cuantitativo / Cualitativo	1 meses	investigador	x	x	x	x	x

Tabla 7: matriz de marco lógico.

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.1 Antecedentes de las herramientas del perfil de la propuesta.

5.01 Diseño editorial.

El diseño editorial es la estructura y composición que forma a **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 éstos. Cada tipo de publicación tiene necesidades de comunicación particulares.¹

Dentro de se debe tratar uno o varios temas y la elección de ellos depende en gran medida a qué tipo de público irá dirigido.

El diseño de alguna revista o cualquier otro medio tiene ciertas características en cuanto a formato, composición, contenido de las páginas, etc... E incluso jerarquía de los elementos para tener una noción de cómo irán estructurados y distribuidos.

En este trabajo abarcaremos todos los aspectos del Diseño Gráfico Editorial considerando todos los procesos o etapas que lleva el hacer una publicación impresa.

5.1.02 ¿Cómo realizar una estrategia editorial?

Para empezar creamos y desarrollamos las estrategias editoriales integrales abarcando todos los procesos para así lograr productos de excelente calidad, a través de diversas temáticas y formatos. De esta forma contribuyen a la difusión del conocimiento para atender las necesidades con una óptima relación calidad – precio.²

¹ <http://ascensocreativos.com/disenio-editorial/>

² <http://blog.comunicas.es/2013/01/el-plan-editorial-en-la-estrategia-de-contenidos/>

5.1.03 PARTES DE UN EDITORIAL

5.1.03.01 Texto. Se pueden encontrar titulares, subtítulos, bloques de texto, pie de foto y eslogan.

5.1.03.02 Titulares. Nombran cada artículo o tema a tratar, son los más importantes dentro de cada composición.

5.1.03.03 Pie de foto. Es un texto que aparece en el borde inferior de una imagen, con frecuencia sobre impuesto a ella, aportando información adicional sobre la misma.

5.1.03.04 Cuerpos de texto. Son los considerados el alma de toda publicación porque en ellos radica toda la información de cada artículo, estos bloques de texto deberán hacerse más legibles. Por ejemplo: el Pie de foto describe la foto, su nombre y el del autor.

5.1.03.05 Secciones y partes de una publicación

- Portada
- Contraportada
- Editorial
- Índice
- Sumario
- Directorio
- Artículos
- Textos
- Fotos
- Ilustraciones

Los diseñadores no sólo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes, además, asignar tipografías que permitan una lectura eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.³

5.1.04 Las cuatro F.

Establecen una identidad de marca en las revistas generando así una unidad y coherencia en las publicaciones impresas.

- **Formato:** el diseño que se aplica en todos los números y definen el aspecto general de la revista. El logo, los titulares de portada, el tamaño de la revista, secciones, los títulos de las secciones y el pie de página, son elementos que componen el formato de la revista.
- **Fórmula:** resume el enfoque de la revista sobre el contenido editorial. Tipo y extensión de artículos, secciones en las primeras y últimas páginas del ejemplar, estilo fotográfico e ilustraciones.
- **Frame (marco):** es la norma de márgenes exteriores e interiores de la página.
- **Función:** lo que una revista intenta conseguir y el mensaje que trata de transmitir.⁴

5.1.05 Estilos tipográficos

Los Estilos Tipográficos permiten jerarquía en nuestras publicaciones, haciendo que el lector se sienta más a gusto con la lectura.

5.1.06 Titulares

- Los titulares van a ser la máxima jerarquía, es lo que más se destacar en cuanto a texto

³ <http://unae.surconsult.com.py/?p=365>

⁴ <https://es.scribd.com/doc/48881990/Diseno-de-Revistas-Las-4F>

- Deben tener unidad con las imágenes
- Menos de 7 palabras. Si es muy largo, usar líneas perdidas y/o jerarquía entre palabras
- Conceptualización
- Si hay una imagen llamativa, prolongar el ángulo de la imagen con el titular. Por ejemplo, si la imagen es de un hombre alzando los brazos, el titular puede tener la misma inclinación
- Se pueden usar los tonos de una fotografía para usar en el titular
- Pueden salirse de la caja tipográfica
- Se debe intentar que el titular sea parte de una imagen, que no se vea como algo independiente. Imágenes dentro de texto requieren tipografía ancha

5.1.07 Subtítulo y Antetítulo

- Geográficos y temáticos: ¿cuándo? ¿dónde?
- Muchos más pequeños que el titular

5.1.08 Entradillas

- Es un párrafo introductorio que resume la noticia. Uno lee el titular y luego, inmediatamente, la entrada
- Antes o después del titular

5.1.09 Capitulares

- Se creía que no debía entrar como estilo tipográfico, pero su importancia hace que se vuelva parte del diseño
- Puede ir de cualquier tamaño y ubicado en cualquier lugar del artículo, así la teoría diga que debe estar en los inicios

- Puede ser de otra fuente, puede estar convertido a curvas o puede ser una ilustración
- Pueden ser rodeados de texto

5.1.10 Terminales

- Son elementos gráficos que indican que el artículo terminó
- Debemos definir si estarán poseionados dentro de la caja baja
- Se debe posicionar dentro de la caja tipográfica
- Es algo sencillo que le da identidad a la publicación

5.1.11 Destacados

- Puede ser copia de una parte importante del artículo
- Parten columnas
- Hacen más agradable la lectura
- Le dan peso mayor a la página
- Pueden ir rodeados de texto, en mayúsculas, horizontales, verticales
- Se pueden salir de las columnas para que no luzca tan cuadrado

5.1.12 Paneles (Recuadros o Cajas)

- Es una ampliación del artículo con información adicional que tiene lectura independiente

5.1.13 Antetítulo

- Pequeños títulos que permiten segmentar el texto corrido para localizar puntos claves en la lectura
- Permiten descanso (se puede parar la lectura y saber dónde se debe continuar)
- Se trabajan a 2 o 3 puntos más grande

- Usualmente, en otra fuente, negrilla, color, etc.

5.1.14 Pie de Fotos (Epígrafes)

- Cuando hay gente en las imágenes, estas se vuelven descriptivas y a menudo se hace una descripción de quiénes la integran
- Tienden a ser suplementos
- Fondos planos y sin textura

5.1.15 Créditos de Texto o Fotografía

- Reconocimiento a la persona que tomó las fotografías y/o escribió el artículo
- Cuando son Créditos de texto, se antepone la palabra “Por“
- Cuando las Fotografías son de diferentes autores, los créditos se ponen al lado de cada foto
- Los Créditos de Texto usualmente constan de nombre, cargo y correo electrónico

5.1.16 Pies de Página

- Se manejan superíndices y subíndices
- Deben ser lo más reducidas posible, en cantidad y en longitud
- Facilitan la comprensión del texto, dan cuenta de las fuentes utilizadas y tienen un interés bibliográfico considerable.

5.1.17 Fotografía publicitaria

En la fotografía publicitaria, se utiliza una amplia gama de técnicas especiales con el fin de que las imágenes sean atractivas para la persona que va apreciar en este caso el consumidor de esta forma ser el elemento de mayor influencia sobre el vidente.

Generalmente la fotografía publicitaria es presentada en forma provocativa esta se la trabaja mediante varias técnicas que en dicha forma exageren lo natural, fresco y delicioso de un producto para que promueva una decisión en este caso la compra del mismo.

La fotografía actual se ayuda mucho Photoshop, un software capaz de resaltar los efectos que con las técnicas no son suficientes.⁵

5.1.18 Evolución.

No es hasta los años setenta cuando la fotografía se apodera plenamente de la imagen publicitaria. Creo, pues, que nuestra búsqueda no debe remontarse mucho más allá de esa década. El hecho de que a lo largo de los años sesenta la fotografía se encargó no tanto de sustituir como de arrinconar a la ilustración no es ajeno a la circunstancia de que en esa década la autoridad mediática de la televisión se vuelve despótica

5.1.19 Imágenes conceptuales

Las imágenes conceptuales o imágenes con concepto se diferencian de las demás imágenes por su nivel de no obviedad haciendo que sean llevadas a otro nivel. Puede decirse que es una imagen que el lector no espera encontrar

En la fotografía publicitaria se utiliza una amplia gama de técnicas especiales con el fin de que las imágenes sean atractivas para el consumidor, y así ser un elemento de mayor influencia sobre el observador.

Generalmente es presentada en forma que provoque o promueva una decisión. La creación para publicidad se vio apoyada por nuevos software y entro con fuerza la postproducción, de hecho antiguamente las fotos publicitarias eran las llamadas de “arte final”, ya que eran

⁵ <http://www.josedumm.com/fotografia-publicitaria-patagonia/>

realizadas de una vez o retocadas con aerógrafo sobre la emulsión, trabajo de por sí para expertos.

La fotografía también sigue las nuevas tendencias que impone la moda y el cine, el uso de lentes o tendencias de “color” etc. La fotografía digital constituyó un gran avance para la publicidad. Una gran ventaja de este sistema respecto a la fotografía análoga es que permite disponer de las imágenes grabadas al instante, sin necesidad de llevar la película al laboratorio.

5.1.20 Teoría del color

En el arte del diseño gráfico, el diseño visual, la fotografía, la imprenta y en la televisión, la teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinando colores de luz o pigmento. La luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cian, magenta y amarillo se produce el color negro.

5.1.21 MODELOS DE COLOR

5.1.21.01 Modelo CMYK

En este modelo, los colores usados son cian, magenta y amarillo; este sistema es denominado Modelo CMY. En el modelo CMY, el negro es creado por mezcla de todos los colores, y el blanco es la ausencia de cualquier color (asumiendo que el papel sea blanco). Como la mezcla de los colores es sustractiva, también es llamado modelo de color sustractivo. Una mezcla de cian, magenta y amarillo en realidad resulta en un color negro turbio por lo que normalmente se utiliza tinta negra de verdad. Cuando el negro es añadido, este modelo de color es denominado modelo CMYK. Este modelo se considera la

corrección teórica del modelo de color RYB, y permite obtener más colores que el anterior por estar basado en colores primarios más exactos, a diferencia de su antecesor.

5.1.21.02 Modelo de color RGB

La mezcla de colores luz, normalmente rojo, verde y azul (RGB, iniciales en inglés de los colores primarios), se realiza utilizando el sistema de color aditivo, también referido como el modelo RGB o el espacio de color RGB. Todos los colores posibles que pueden ser creados por la mezcla de estas tres luces de color son aludidos como el espectro de color de estas luces en concreto. Cuando ningún color luz está presente, uno percibe el negro. Los colores luz tienen aplicación en los monitores de un ordenador, televisores, proyectores de vídeo y todos aquellos sistemas que utilizan combinaciones de materiales que fosforecen en el rojo, verde y azul.

5.1.22 El círculo cromático

El círculo cromático suele representarse como una rueda dividida en doce partes. Los colores primarios se colocan de modo que uno de ellos esté en la porción superior central y los otros dos en la cuarta porción a partir de esta, de modo que si unimos los tres con unas líneas imaginarias formarían un triángulo equilátero con la base horizontal. Entre dos colores primarios se colocan tres tonos secundarios de modo que en la porción central entre ellos correspondería a una mezcla de cantidades iguales de ambos primarios y el color más cercano a cada primario sería la mezcla del secundario central más el primario adyacente.⁶

5.1.23 Significado de los colores

⁶ <http://www.fotonostora.com/grafico/teoriacolor.htm>

El efecto de cada color ante las personas es diferente, al solo momento de observarlo denotamos o connotamos ciertas características.

Blanco es la luz que se difunde (sin color) expresando la idea de inocencia, paz, infancia, divinidad, estabilidad absoluta, calma, armonía.

Rojo es un color que parece salir al encuentro, adecuado para expresar alegría y comunicativa. Es el más excitante de los colores puede significar pasión, emoción, acción, agresividad, peligro.

Violeta es el color que indica ausencia de tensión. Puede significar calma, autocontrol, dignidad, aristocracia, y también violencia, agresión premeditada, engaño.

Azul es un color reservado y que parece que se aleja. Puede expresar confianza, reserva, armonía, afecto, amistad fidelidad, amor.

Verde representado y esplendoroso es el resultado del acorde armónico entre el cielo azul y el sol amarillo. Es el color de esperanza y se puede expresar naturaleza, juventud, deseo, descanso, equilibrio.

Rosa el dicho popular (lo ves todo de color rosa) refleja fielmente su significado ingenuidad, bondad, ternura, buen sentimiento, ausencia de todo.

Amarillo irradia siempre en todas partes y sobre toda las cosas es el color de la luz y puede significar egoísmo, celos, envidia, odio, adolescencia, risa, placer.

Anaranjado es el color del fuego flameante, ha sido escogido como señal de precaución puede significar regocijo, fiesta, placer, aurora, presencia del sol.

Gris es el color que iguala a todas las cosas y que deja a cada color sus características propias sin influir en ellas, puede expresar desconsuelo, aburrimiento, pasado, vejez, indeterminación, desanimo.

Negro es lo opuesto a la luz, concentra todo en sí mismo, es el colorido de la disolución, de la separación, de la tristeza, puede determinar todo lo que está escondido y velado muerte, asesinato, noche. También tiene sensación positiva como seriedad, nobleza, pesar.

5.2 Descripción de las herramientas.

5.2.01 Adobe Ilustrador CS6.

Sirve para crear imágenes vectoriales es que al cambiar su tamaño más grande o más pequeño no pierden calidad a diferencia

5.2.02 Adobe PhotoShop CS6.

Adobe Photoshop es uno de los programas más utilizados por los profesionales de la imagen digital y diseñadores editoriales, para realizar sus creaciones y retocar imágenes y fotografías.

Esta herramienta se utilizó para dar estilo gráfico ya sea en colores, definir tipografía y el tamaño en píxeles.

5.2.03 Adobe InDesign CS6.

Sirve para la maquetación de revistas y autoedición profesional de libros, para maquetar trabajos completos de principio a fin.

5.3 Formulación del proceso de aplicación

5.3.01 Propósito del proyecto

Es el de informar a través de una revista impresa utilizando tanto como información imágenes e ilustraciones llegar más fácilmente a los usuarios con la finalidad de informar sobre los servicios del club Karate-do Japón ubicado en el sector el Pintado sur de Quito.

5.3.02 Tipo de publicación

Semestral

5.3.03 Temática

Informativa

5.3.04 Formato

A4

5.3.05 Número de páginas

48 páginas que con contarán con información detallada.

Desarrollo

Mapa de contenidos

Los contenidos que poseen esta revista informativa son ilustraciones para ayudar visualmente a que reconozcan sobre el tema que tratamos fotografías retocadas en Adobe Pothoshop para resaltar lo que se quiere expresar en cada fotografía Adobe InDesing para la maquetación de revistas y autoedición profesional.

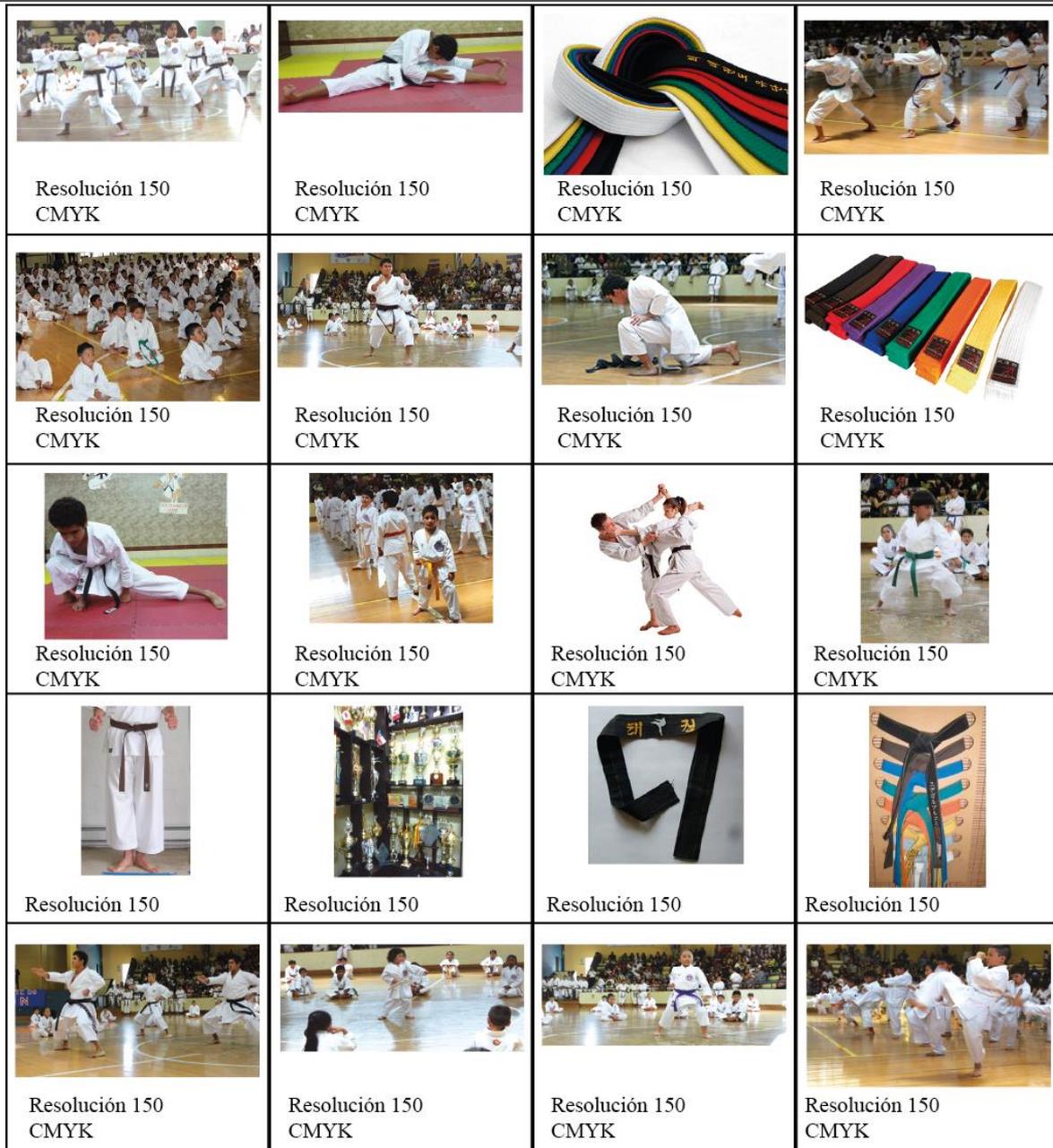


Figura 8: Índice de imágenes

Resolución 150

CMYK

Fuente: Ivan Yapud

Estilos

Tipografía principal (Century Gothic)

A - B - C - D - E - F - G - H - I - J - K - L - M - N - Ñ - O - P - Q - R - S - T - U - V
- W - X - Y - Z

a - b - c - d - e - f - g - h - i - j - k - l - m - n - ñ - o - p - q - r - s - t - u - v - w -
x - y - z

1-2-3-4-5-6-7-8-9-0

¡" # \$ % & / () = ? ¡ ¨ *] [_ : ; , . - { } + ´ ¿ ´

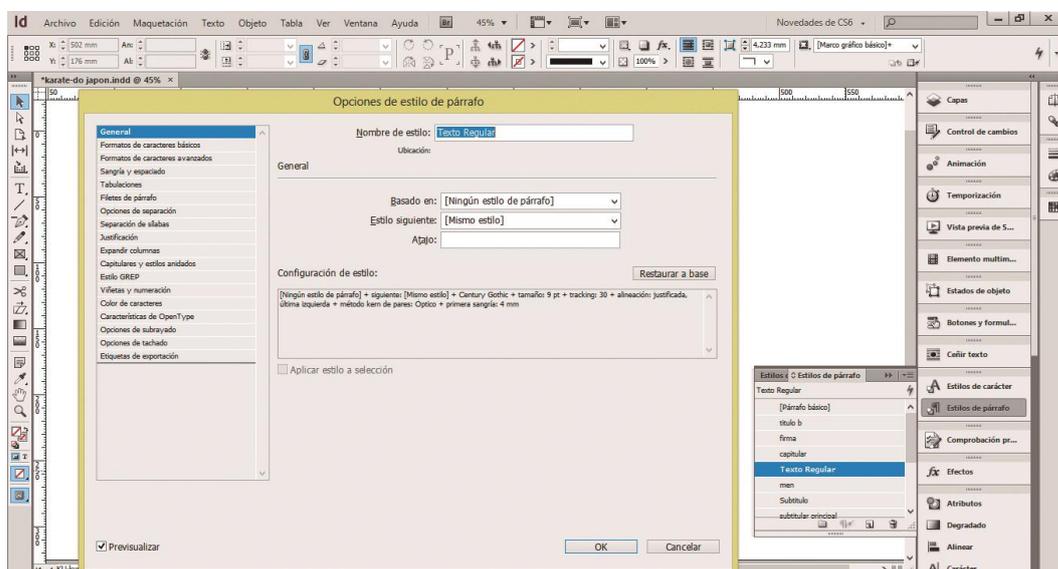


Figura 9: Estilos

Titular: century gothic + bold + tamaño: 40pt + tracking: 10 + color (rojo) + todo en mayúsculas + grosor de filete: 2pt + filete superior

Subtítulos: century gothic + bold + tamaño: 14pt + tracking: 30 + color (azul)

Texto regular: century gothic + regular + tamaño: 9pt + tracking: 30 + color (negro) alineación justificada, ultima izquierda, primera sangría 4mm

Capitular: century gothic + regular + tamaño: 9pt + tracking: 30 + color (negro) alineación justificada, ultima izquierda, numero de línea capitular 3

Mensajes importantes: century gothic + bold + tamaño: 12pt alineación a la izquierda,

Paginas master o retículas

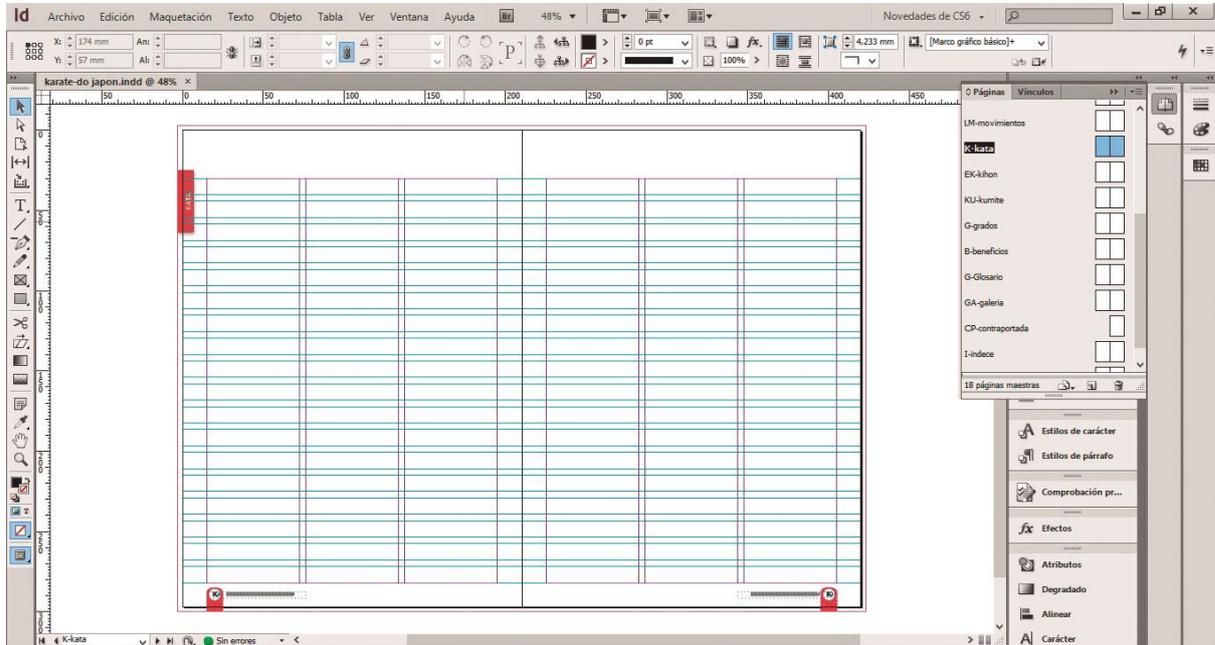


Figura 9: Página maestra o retículas

Sesiones: color azul - rojo

Numeración: color negro

Márgenes: superior 30mm inferior 15mm izquierdo 15mm derecho 15mm

Columnas: 3 medianil 4mm

Guías: filas 18 medianil 4mm encajar guías márgenes

Diagramación

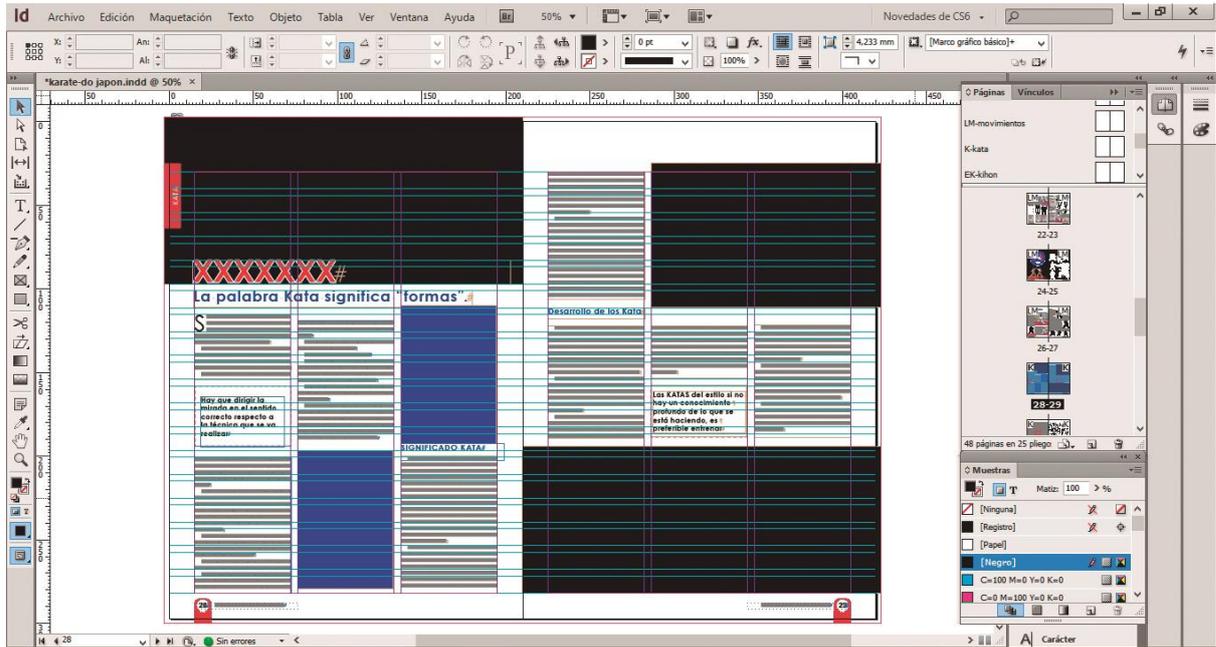


Figura 10: Diagramación

Imagen corporativa



Figura 11: Imagen corporativa

La creación de esta marca fue creada para un reconocimiento del público y para dar una idea sobre lo que hacemos

	C= 100	R= 22	#1C1C1B	154194
	M= 80	G= 29		
	Y= 0	B= 27		
	K= 0			

Es un color reservado y que parece que se aleja. Puede expresar confianza, reserva, armonía, afecto, amistad fidelidad, amor.

	C= 0	R= 255	#FFFFFF	1PC
	M= 0	G= 255		
	Y= 0	B= 255		
	K= 0			

Es la luz que se difunde (sin color) expresando la idea de inocencia, paz, infancia, divinidad, estabilidad absoluta, calma, armonía.

Portada

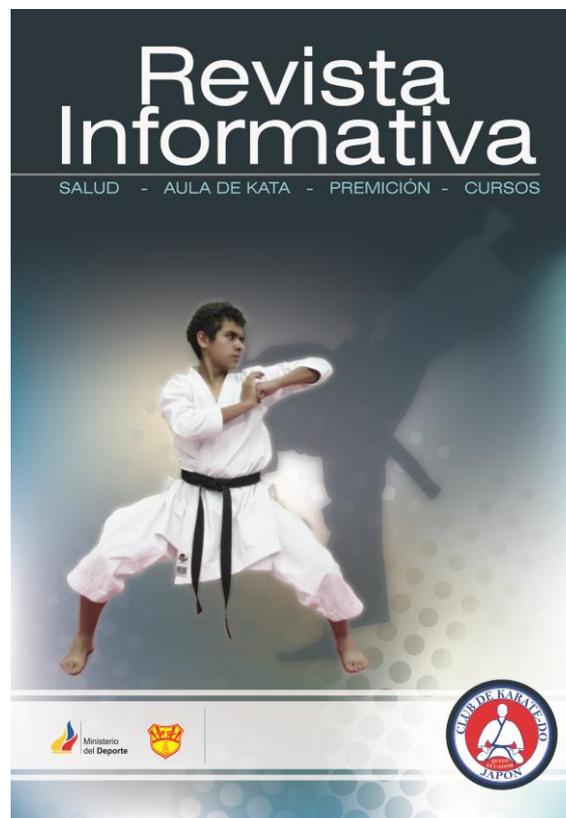


Figura 12: Portada

Maquetación

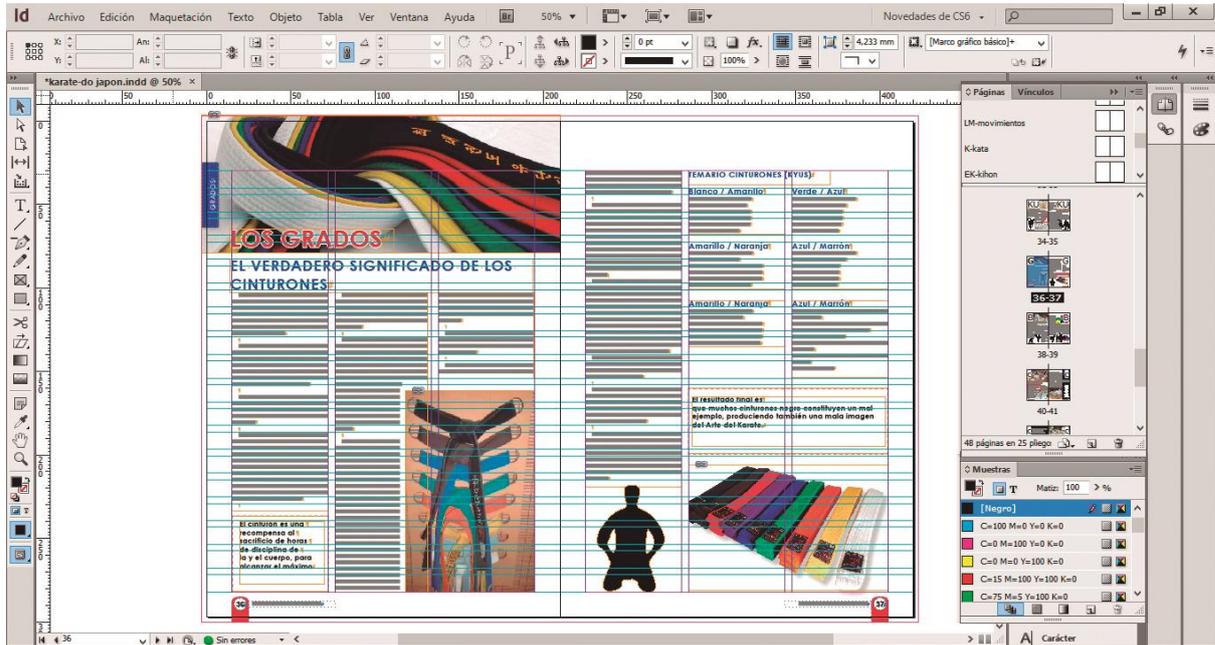


Figura 13: Maquetación

Pre-prensa



Figura 14: Pre-prensa

LAS PRÁCTICAS DEPORTIVAS Y EL DISEÑO EDITORIAL
 CREACIÓN DE UNA REVISTA IMPRESA PARA EL CLUB DE
 “KARATE – DO JAPÓN” UBICADO AL SUR DE QUITO

Prensa



Figura 15: Prensa

Post prensa



Figura 16 Post Prensa

Marketing y distribución

Para dar a conocer la revista se la realizará mediante afiches y roll ups

Los trípticos deben repartirse en las calles más transcurridas del sector para así llegar a una gran cantidad de público.



Figura 17: Afiche

Los roll ups deben se ubicados en lugares estratégicos del sector el Pintado por ejemplo como la calle la Michelena, Centro Comercial Atahualpa y otros lugares de afluencias de personas.



Figura 18: Roll ups

**LAS PRÁCTICAS DEPORTIVAS Y EL DISEÑO EDITORIAL
CREACIÓN DE UNA REVISTA IMPRESA PARA EL CLUB DE
"KARATE – DO JAPÓN" UBICADO AL SUR DE QUITO**

CAPÍTULO VI

Aspectos Administrativos

6.0.1 Recursos

Humanos

Ivan Yapud como realizador del proyecto

Ivan Yapud como investigador y recopilador de la información

Ivan Yapud como fotógrafo

Las fotografías que fueron tomadas en las instalaciones del club en el sector el Pintado las visitas de campo que se realizaron, el tiempo que se usó para el manejo de diferente software que se usaron para la diagramación de la revista como para el diseño y maquetación que fueron creadas

Tecnológicos

Los programas y el equipo que se utilizó para realizar el proyecto fueron los siguientes

Laptop HP Core i5, con los siguientes programas:

MICROSOFT WORD 2013

ADOBE ILUSTRADOR CS6

ADOBE POTOSHOP CS6

ADOBE INDESIGN CS6

La cámara que se utilizó para la realización de las fotografías

Cámara fotográfica Canon Eos Rebel T3i 18mp profesional lente 18-55mm full

6.0.2 Presupuestos

Software y servicio técnico	\$ 40
Luz	\$ 50
Internet	\$ 50
Pasajes	\$ 20
Hojas impresas	\$ 40
Almuerzos	\$ 20
Materiales y suministro	\$ 20
Material Bibliográfico y copias	\$ 10
Salida de campo	\$ 40
Total	\$ 290

Tabla 8: Presupuesto

6.0.3 Cronograma

Nº	Actividad	Resultados esperados	Tiempo				Responsable	
			Mes	Semana				
				1	2	3		4
1	Presentación de tema de proyecto	Aprobación del tema de proyecto	Abril		x	x		Autor del proyecto
2	Recopilación de información	Reunir toda la información	Mayo	x	x	x	x	Autor del proyecto
3	Entrega del capítulo I	Aprobación del capítulo	Mayo		x			Autor del proyecto
4	Elaboración de la página de inicio	Desarrollo adecuado	Junio	x	x	x	x	Autor del proyecto
5	Entrega del capítulo II	Aprobación del capítulo	Junio			x		Autor del proyecto
6	Elaboración de la página de quienes somos	Desarrollo adecuado	Julio	x				Autor del proyecto

7	Entrega del capítulo III	Aprobación del capítulo	Julio		x			Autor del proyecto
8	Elaboración de la página de servicios y productos	Desarrollo adecuado	Agosto		x	x		Autor del proyecto
10	Entrega del capítulo IV	Aprobación del capítulo	Agosto			x		Autor del proyecto
11	Elaboración de la página de Contactos	Desarrollo adecuado	Agosto	x				Autor del proyecto
12	Entrega del capítulo V y VI	Aprobación del capítulo	Agosto		x			Autor del proyecto
13	Entrega del proyecto final	Aprobación del producto	Septiembre		x			Autor del proyecto

Tabla 9: Cronograma

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

1. Por la gran ubicación que tiene el club en el sector el Pintado es de vital importancia provechar para informar por lo que mi proyecto es de gran ayuda para que las personas se informen sobre los servicios que ofrece.
2. Con la revista informativa se dará a conocer de los servicios para informar a los moradores del sector el Pintado sobre la existencia del club.
3. Aplicando la información que presenta la revista sobre servicios, esto hará que las personas conozcan y motiven para aprender sobre el club.
4. Un medio accesible donde informarse sobre el deporte, la revista es un medio de comunicación que puede llegar a cualquier parte con imágenes e información por lo que mi proyecto transmitirá esta información a través de la revista.

Recomendaciones

1. Es de vital importancia tomar el tema de informar del club muy en serio ya que de eso depende la supervivencia de deportistas a futuro y si no empezamos a informar esto traerá grandes consecuencias al club.
2. Buscar el apoyo de empresas públicas o privadas para ir aumentando el alcance del proyecto y este se pueda implementar en otros centros deportivos
3. Interpretar correctamente el contenido de la revista informativa para una utilización correcta de la misma.
4. Apoyo del club para poder implementar el proyecto sin ningún imprevisto
5. La utilización de la información de los servicios, correctamente así para no afectar al mismo.

ANEXOS

ENCUESTA PARA CREA UNA REVISTA INFORMATIVA IMPRESA EN CUANTOS A LOS SERVICIOS QUE OFRECE EL CLUB KARATE DO JAPÓN

Buenos (días, tardes) estimados clientes estamos intentando conocer su opinión sobre la creación de una revista.

Sus opinión es muy importante para nosotros, por eso les pedimos, por favor nos ayuden respondiendo las preguntas con una (X)

1.- ¿Conoce los servicios que ofrece el club Karate Do Japón?

SI NO

2.- ¿Le interesaría formar parte del club Karate Do Japón?

SI 162 = NO

3.- ¿Cree que se debería dar a conocer más la información de los servicios del club?

SI NO

4.- ¿Le gustaría recibir información actualizada y confiable del club?

SI NO

5.- ¿Considera importante tener un medio impreso como una revista informativa?

SI NO

6.- ¿Le gustaría recibir una revista informativa de los servicios del club?

SI NO

7.- ¿Considera importante que la revista tiene que ser distribuida semestralmente?

SI NO

8.- ¿Considera que la revista sea limitada?

SI NO

Gracias por tu tiempo y tu colaboración.