



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**Diseño De Un Fotolibro Para Dar A Conocer Las Tradiciones, Cultura, Arte Y
Artesanías, Fomentando La Identidad Cultural De La Parroquia De
San Antonio De Ibarra.**

Proyecto de trabajo de graduación que se presenta como requisito para optar por el
título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.

Autor: Romel Javier Delgado Rivera

Tutor: Lcda. Gabriela Hurtado Troya

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 8 de mayo del 2018

El equipo asesor del Trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **DELGADO RIVERA ROMEL JAVIER** de la carrera de **DISEÑO GRÁFICO** cuyo tema de investigación fue: **DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



LCDA. GABRIELA HURTADO
TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



MSC. LAURA CAJAMARCA
LECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN GUERRERO MSC.
DIRECTORA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
DISEÑO GRÁFICO



ING. GALO CISNEROS MBA
COORDINADOR DE UNIDAD DE TITULACIÓN
DE DISEÑO DE PROYECTOS
CORDILLERA

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2246440 / 22469900 E-mail: institut@ccordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Teléfono: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambi (esq.) Teléfono: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Teléfono: 2246036	Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros. Teléfono: 2249994

DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica personal, que he citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes, las ideas, resultados y conclusiones a las que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Romel Javier Delgado Rivera

C.C.: 1004014435

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Romel Javier Delgado Rivera** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1004014435 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado: **Diseño De Un Fotolibro Para Dar A Conocer Las Tradiciones, Cultura, Arte Y Artesanías, Fomentando La Identidad Cultural De La Parroquia De San Antonio De Ibarra** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Romel Javier Delgado Rivera

CÉDULA

1004014435

Quito, 2018

AGRADECIMIENTO

Al personal docente y tutora del Instituto Tecnológico Superior Cordillera por haberme dado la oportunidad de formarme como profesional en Diseño Gráfico.

DEDICATORIA

A Dios nuestro creador por haberme dado la oportunidad de alcanzar un peldaño importante en mi formación personal.

A mi madre por su profundo amor y abnegación, su sacrificio y su responsabilidad asumida de padre desde un comienzo por lo cual agradecido me encuentro ya que solo gracias a ella estoy donde estoy, gracias a su trabajo que con él pudo sacarme adelante.

A mis hermanos Carolina y Juan por compartir mis sueños y animarme a seguir adelante en todo momento.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I	15
1. Antecedentes	15
1.01. Contexto.....	15
1.02. Justificación	18
1.03. Definición del Problema Central (Matriz T).....	20
CAPÍTULO II.....	21
2. Análisis de Involucrados.....	21
2.01. Mapeo de los Involucrados	21
2.02. Matriz de Análisis de Involucración.....	22
CAPÍTULO III.....	24
3.01. Árbol de Problemas	24
3.02. Árbol de Objetivos.....	25
CAPÍTULO IV	26
4. Análisis de Alternativas	26
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones	26
4.01.01. Tamaño del Proyecto	27
4.01.02. Localización del Proyecto.....	27
4.01.03. Análisis Ambiental	28

4.01.04. Impacto Positivo	28
4.01.04. Impacto Negativo.....	28
4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos	29
4.03. Diagrama de Estrategias	30
4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico	31
4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores	31
4.04.02. Selección de Indicadores	34
4.04.03. Medios de Verificación.....	37
4.04.04 Supuestos	41
4.04.05. Matriz de Marco Lógico	44
CAPÍTULO V.....	46
5. Propuesta.....	46
5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta.....	46
5.01.01. Marco Teórico.....	50
5.01.02. Software a utilizar.....	65
5.02. Descripción de la Herramienta	66
5.02.02. Metodología (Materiales y Métodos)	66
5.02.03. Resultados.....	68
5.02.04. Discusión	73

5.03. Diseño Editorial	73
5.03.01 Mapa de contenidos	73
5.03.02 Retículas.....	74
5.03.03. Planificación	77
5.03.04. Índice de imágenes.....	78
5.04 Ilustración.	83
5.04.01 Imagen corporativa	83
5.04.02 Cromática.....	85
5.04.03 Tipografía.....	86
5.04.03 Capturas de pantalla de la interfaz	87
CAPÍTULO VI	92
6. Aspectos Administrativos	92
6.01. Recursos.....	92
6.02. Presupuesto	93
6.02.01. Gastos Operativos	93
6.02.02 Aplicación del Proyecto.....	93
6.03. Cronograma	95
CAPÍTULO VII.....	97
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	97

7.01. Conclusiones	97
7.02. Recomendaciones	98
Bibliografía	99
Anexos	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de las fuerzas T de la “Parroquia San Antonio de Ibarra”, 2018.....	20
Tabla 2: Análisis de involucrados de la “Parroquia de San Antonio de Ibarra”, 2018...	22
Tabla 3: Impacto de los objetivos dela “Parroquia de San Antonio de Ibarra”, 2018. ...	29
Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores, 2018	31
Tabla 5: Selección de indicadores	34
Tabla 6: Medios de verificación	37
Tabla 7: Supuestos	41
Tabla 8: Matriz de Marco Lógico	44
Tabla 9: Pregunta de encuesta N°1.....	66
Tabla 10: Pregunta de encuesta N°2.....	67
Tabla 11: Pregunta de encuesta N°3.....	68
Tabla 12: Pregunta de encuesta N°4.....	69
Tabla 13: Pregunta de encuesta N°5.....	70
Tabla 14: Recursos.....	90
Tabla 15: Gastos operativos.....	91
Tabla 16: Medios principales.....	91
Tabla 17: Medios secundarios.....	92
Tabla 18: Medios auxiliares.....	92
Tabla 19: Total de medios.....	92
Tabla 20: Total gasto del producto.....	92
Tabla 21: Cronograma de actividades.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de involucrados de la “Parroquia de San Antonio de Ibarra”, 2018. ...	21
Figura 2: Árbol de Problemas de la “Parroquia de San Antonio de Ibarra”, 2018.	24
Figura 3: Árbol de objetivos de la “Parroquia de San Antonio de Ibarra”,2018.	25
Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.	26
Figura 5: Localización del proyecto.	27
Figura 6: Diagrama de Estrategias.....	30
Figura 7: Grafico pregunta N°1	68
Figura 8: Grafico pregunta N°2	69
Figura 9: Grafico pregunta N°3	70
Figura 10: Grafico pregunta N°4	71
Figura 11: Grafico pregunta N°5	72
Figura 12: Mapa de contenidos.....	73
Figura 13: Retícula 1.....	74
Figura 14: Retícula 2.....	75
Figura 15: Retícula 3.....	75
Figura 16: Retícula 4.....	76
Figura 17:Reticula 5.....	78
Figura 18: Índice de imágenes.	78
Figura 19: Índice de imágenes.	79
Figura 20: Índice de imágenes.	80
Figura 21: Índice de imágenes.	81
Figura 22: Índice de imágenes.	82

Figura 23: Logotipo.....	83
Figura 24: Logotipo colores.....	83
Figura 25: Tamaño.....	84
Figura 26: Colores principales.....	85
Figura 27: Tipografía.....	87
Figura 28: Portada.....	88
Figura 29: Hojas interna.....	88
Figura 30: Hojas internas.....	89
Figura 31: Hojas internas.....	90
Figura 32: Contraportada.....	91

RESUMEN EJECUTIVO

La falta de implementación de un fotolibro para que los turistas y ciudadanía en general conozcan la cultura, tradición, arte y artesanías de la Parroquia de San Antonio de Ibarra es muy importante ya que promueve el turismo de esta zona considerada la cuna del arte.

Este documento es un mecanismo muy importante por su utilidad ya que mediante la presentación de fotografías es un atractivo visual que motiva a las personas a conocer y valorar todo lo que San Antonio posee que es su riqueza cultural y artística.

Cabe indicar que han existido trabajos publicitarios previos en la prensa escrita y televisión local invitando a participar de fiestas patronales, eventos culturales o reportajes de algún artista o artesano a la ciudadanía, pero no enfocados en si a dar un conocimiento global a la ciudadanía

Para implementar este proyecto se motivará mediante encuestas con los pobladores de la Parroquia de San Antonio de Ibarra la creación de un fotolibro como medio importante de promoción artística y turística

De esta manera hacer que los turistas y ciudadanía en general se interesen por conocer la cultura, arte, artesanías y costumbres logrando así que la Parroquia tengan mayor afluencia de clientes y turistas que quieran conocer teniendo beneficios económicos.

ABSTRACT

The lack of implementation of a photobook for tourists and citizens in general to know the culture, tradition, art and crafts of the Parish of San Antonio de Ibarra is very important as it promotes tourism in this area considered the birthplace of art.

This document is a very important mechanism because of its usefulness because by presenting photographs it is a visual attraction that motivates people to know and value all that San Antonio has that is its cultural and artistic wealth.

It should be noted that there have been previous publicity work in the written press and local television inviting to participate in patron festivals, cultural events or reports of an artist or craftsman to the public, but not focused on giving global knowledge to the public

To implement this project will be motivated through surveys with the residents of the Parish of San Antonio de Ibarra the creation of a photobook as an important means of artistic and tourist promotion

In this way, tourists and citizens in general are interested in knowing the culture, art, handicrafts and customs, thus achieving that the Parish has greater affluence of clients and tourists who want to know having economic benefits.

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

1.01. Contexto

A lo largo de los tiempos las personas en general se han vuelto consumidores cada vez más exigentes, esto nos da como consecuencia que en estos tiempos donde la era digital está cada vez más avanzada, podamos apreciar de mejor manera un fotolibro y tenga una mejor valoración, los fotolibros como tal “apuntan a mostrar la originalidad y conceptualización, que podemos valorar por su materialidad, su diseño y, fundamentalmente, por su contenido.” (Gronemeyer, 2015, s.p)

“Un fotolibro es un libro —con o sin texto— donde el mensaje fundamental de la obra es transmitido por las fotografías. Es un libro cuyo autor es un fotógrafo o alguien que edita y determina el orden de la obra de un fotógrafo, o incluso, de cierto número de fotografías”. (Parr y Badger, 2004, s.p)

La clave en cuanto a un fotolibro está en su originalidad, un papel que ha sido escogido individualmente, impreso con colores adecuados para la fotografía y además estas con un retoque fotográfico, el papel y la encuadernación y acabado que el autor quiera dar. Todo eso hace que el libro sea único y original, es la idea que desarrolla un artista, pero que una persona, de forma técnica, acaba realizando.

Ecuador es un país turístico que se identifica con su cultura ante el mundo, sus habitantes son representantes de un patrimonio pluricultural integrado por diferentes costumbres y actividades.

La provincia de Imbabura tiene muchos atractivos turísticos, es considerada la Provincia de Los Lagos, debido a la presencia de lagos y lagunas, además de la riqueza étnica y cultural que posee: indígena, afro descendientes, mestizos; así mismo variedad de climas que va desde el frío en los páramos, templado en las llanuras y cálido en los valles como el Chota.

Por esta razón se ha convertido en destino turístico preferido por turistas nacionales y extranjeros; sus cantones y parroquias representan diferentes atractivos que motivan el interés por conocerlas. Entre ellas la parroquia de San Antonio que pertenece al cantón Ibarra, la misma que está ubicada a los pies del Taita Imbabura y atravesada por la Panamericana Norte, es el paso obligado para ingresar por el sur al centro de la ciudad de Ibarra, únicamente la separan 5.5 Km del centro de la ciudad. (Municipio de Ibarra, 2001)

San Antonio de Ibarra tiene una superficie de 29.07 km², con una población estimada de 20.365 habitantes, posee una temperatura promedio de 9,8°C en la parte alta hasta los 17°C en la parte baja (Municipio de Ibarra, 2001). El sector se caracteriza por ser la cuna del arte, ya que cuenta con una institución educativa: Instituto Superior de Artes plásticas Daniel Reyes, destinado a cultivar el amor por el arte, a plasmar la creatividad de los estudiantes en obras con diferentes materiales tanto en pintura como en escultura. El lugar posee artistas y artesanos que realizan diferentes trabajos en: pintura, policromía,

tallado, escultura, etc. El trabajo de estas personas se basa en la habilidad y destreza para crear con la madera como materia prima diferentes objetos y arte religioso.

La zona la componen algunos barrios en donde las personas aportan con sus obras para el comercio en almacenes que se ubican en el centro de la parroquia, que es visitada por turistas nacionales y extranjeros que adquieren las obras de su interés, sin embargo los resultados económicos no benefician a los artistas y artesanos que ven su esfuerzo poco reconocido y además son dependientes de los almacenes y comerciantes siendo estos últimos los beneficiarios, convirtiéndose en un problema para el productor.

1.02. Justificación

En la parroquia de San Antonio de Ibarra existe una extensa cantidad de tradiciones, expresiones culturales, arte y artesanías así como la escultura que forma parte de las tradiciones de la parroquia, estas ayudan a dar a conocer la cultura de la misma.

Las actividades de identidad cultural que se realizan no son conocidas, se ve la necesidad de realización del fotolibro, donde se presentará la realidad que detallará todo lo que es la parroquia de San Antonio de Ibarra, costumbres, arte, artesanías y su identidad que se destaca de otros sectores.

Un fotolibro logra contar una historia a través de fotografías, en este caso nos ayudará a plasmar la cultura de la parroquia y su identidad cultura como tal, a un fotolibro lo componen varios elementos como: la edición, secuencia, diseño, puesta en página, tipografía, papeles, encuadernación y sistemas de impresión y estos en conjunto dan como resultado una obra de gran impacto visual.

Se logrará a corto plazo el de dar a conocer la parroquia y así lograr el interés por visitar la misma, a mediano plazo se logrará con el interés dado anteriormente atraer a nuevas personas y crecer los ingresos del lugar y a largo plazo lograr posicionar a la parroquia como un lugar que despierte la inquietud por llegar a conocerlo.

Así el sector en general podrá mostrar todo lo que es en sí San Antonio mediante el fotolibro directamente a la ciudadanía, turistas nacionales y por qué no extranjeros como una oportunidad de dar a conocer a la parroquia, su cultura, costumbres y tradiciones.

Este proyecto va apegado al objetivo N° 5 del Plan Nacional de Desarrollo Todo Una Vida 2017 - 2021, que tiene como objetivo “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria”.

La realización del proyecto es importante, ya que al ser un producto nuevo y nunca antes realizado en la parroquia, se convierte en algo novedoso, el cual llamará el interés y la atención de las personas, lo cual generará importancia y apego hacia la identidad cultural de la parroquia de San Antonio de Ibarra.

1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

En la siguiente tabla podemos observar los problemas que podría presentar el proyecto, previo a su posible solución.

Tabla 1: Análisis de las fuerzas T de la “Parroquia San Antonio de Ibarra”, 2018

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Olvido de la identidad cultural y escasa afluencia de personas por visitar la parroquia.	Se desconoce la cultura, tradiciones, arte y artesanías de la Parroquia de San Antonio de Ibarra.				Aumento de afluencia de personas con interés por conocer la parroquia y su identidad cultural.
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Interés por parte de las autoridades por incentivar la identidad cultural de la parroquia.	4	5	4	4	Desinterés por parte de las autoridades.
Amplia información que sirve como recursos de material visual.	4	5	4	3	Escasa información
Motivación de los dirigentes y asociaciones sobre implementación del fotolibro como medio visual para difundir la parroquia.	4	4	4	4	Desinterés por parte de dirigentes y autoridades.
Mostrar a los artistas y artesanos el resultado que se puede alcanzar con el fotolibro.	4	4	4	5	Temor al manejo de nuevas estrategias.
El fotolibro es considerado como medio de gran alcance e importancia.	4	4	4	4	Escasa importancia por parte de la comunidad.
Simplicidad del uso del fotolibro, como mecanismo de fácil acceso adaptado a los nuevos medios de interacción directa y que este satisfaga en cuanto a su facilidad para poder acceder al mismo de forma eficiente hacia los usuarios aumentando los estándares de calidad.	4	4	4	4	Desconocimiento del alcance del fotolibro.

En la tabla que antecede nos encontraremos con las siguiente nomenclatura: I = Impacto y PC = Potencial de cambio. Que nos muestra el impacto actual y de qué manera va a cambiar una vez que hayamos ejecutado el proyecto de tesis.

CAPÍTULO II

2. Análisis de Involucrados

2.01. Mapeo de los Involucrados

En la siguiente figura podremos identificar a todos aquellos involucrados que pudieran tener interés o beneficiar en la realización del proyecto de tesis directa o indirectamente.

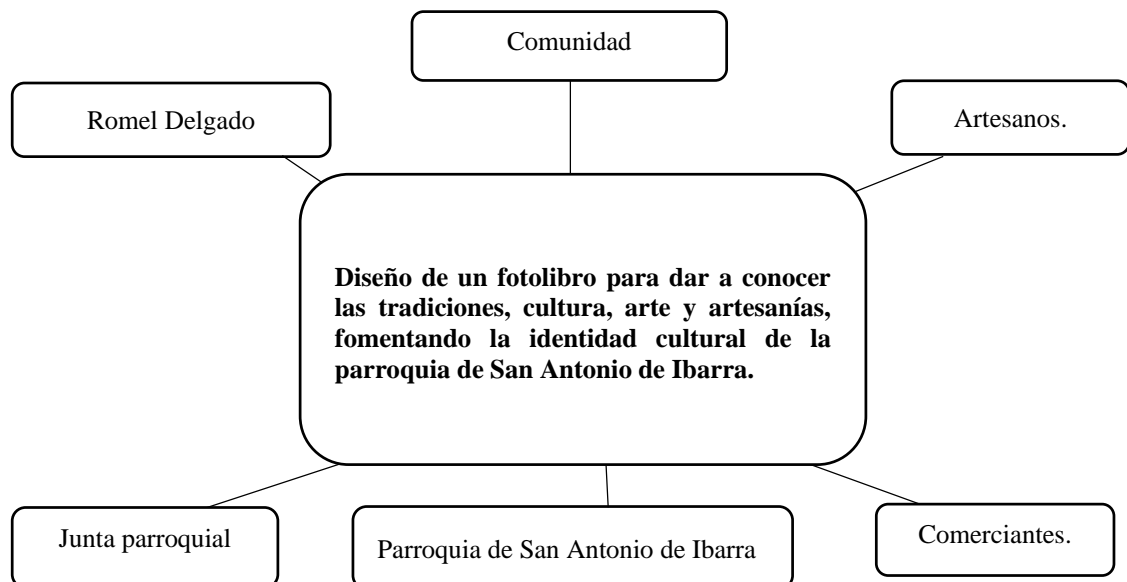


Figura 1: Mapa de involucrados de la “Parroquia de San Antonio de Ibarra”, 2018.

2.02. Matriz de Análisis de Involucración.

En la siguiente tabla podremos identificar a aquellos actores interesados en el proyecto en donde daremos a conocer varios aspectos que los involucran.

Tabla 2: Análisis de involucrados de la “Parroquia de San Antonio de Ibarra”, 2018.

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
Comunidad.	Darse a conocer con las tradiciones, cultura, arte y artesanías por medio del fotolibro.	Desinterés por parte de la comunidad. Escasa motivación. Desconocimiento del lugar por parte de los turistas.	Recursos .Humanos. Capacidades Interpersonal Inserción social.	Utilizar el fotolibro para informar sobre la identidad cultural.	Poca acogida del fotolibro.
Artesanos.	Promocionar directamente a los turistas y visitantes su trabajo.	Desconocimiento de nuevos medios que ayuden a la difusión cultural. Artesanos son dependientes de los comerciantes, obligados a vender a bajo precio sus productos. Escasas ganancias en sus productos.	Recursos. Humanos. Capacidades Interpersonal. Inserción social. Afectivas. Cognitivas. Psicomotrices.	Utilizar el fotolibro como herramienta de promoción y alcance.	Poca acogida por invertir en la realización de un fotolibro.
Comerciantes.	Ofertar sus productos a los turistas y aumentar sus ventas.	Alza de precios de los productos elaborados con madera. Bajas ventas. Deficiente afluencia de personas. Inversión y ganancias recuperadas después de un largo tiempo.	Capacidades Interpersonal.	Incremento de turistas hacia la parroquia.	Desinterés por parte de los turistas por visitar la parroquia.
Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial

Parroquia de San Antonio de Ibarra.	Promocionar productos nuevos a los turistas.	Exceso de almacenes y comerciantes de tallados y artesanías. Escasa afluencia de turistas. Falta de material publicitario del lugar.	Capacidades Interpersonal Inserción social.	Utilizar dar a conocer el fotolibro.	Desconocimiento del fotolibro.
Junta Parroquial.	Promocionar a la ciudadanía en general lo que ofrece la parroquia.	Falta de material y digital en las parroquias para compartir a los turistas. Escaso presupuesto. Inexistente difusión de la parroquia. Baja economía de la parroquia.	Recursos Humanos. Capacidades Interpersonal Cognitivas	Mayor concurrencia de turistas al sector.	Falta de coordinación con dirigentes para promocionar el lugar.
Romel Delgado	La parroquia de San Antonio ofrece mucha variedad en cuanto a cultura tradiciones, arte y artesanías y la cual esta no se conoce.	Poca acogida del fotolibro. Escaso material fotográfico. Poco material gráfico representativo de la parroquia.	Recursos. Humanos. Recursos. Tecnológicos. Recursos. Financieros. Capacidades Interpersonal. Cognitivas. Psicomotriz. Afectivo. Inserción social.	Elaborar el fotolibro.	Poco interés por la comunidad de acceder a nuevas formas de difusión.

CAPÍTULO III

3.01. Árbol de Problemas

La siguiente figura es una ayuda importante para entender la problemática que debe resolverse en la cual se expresan las condiciones negativas detectadas por los involucrados relacionadas con el problema.

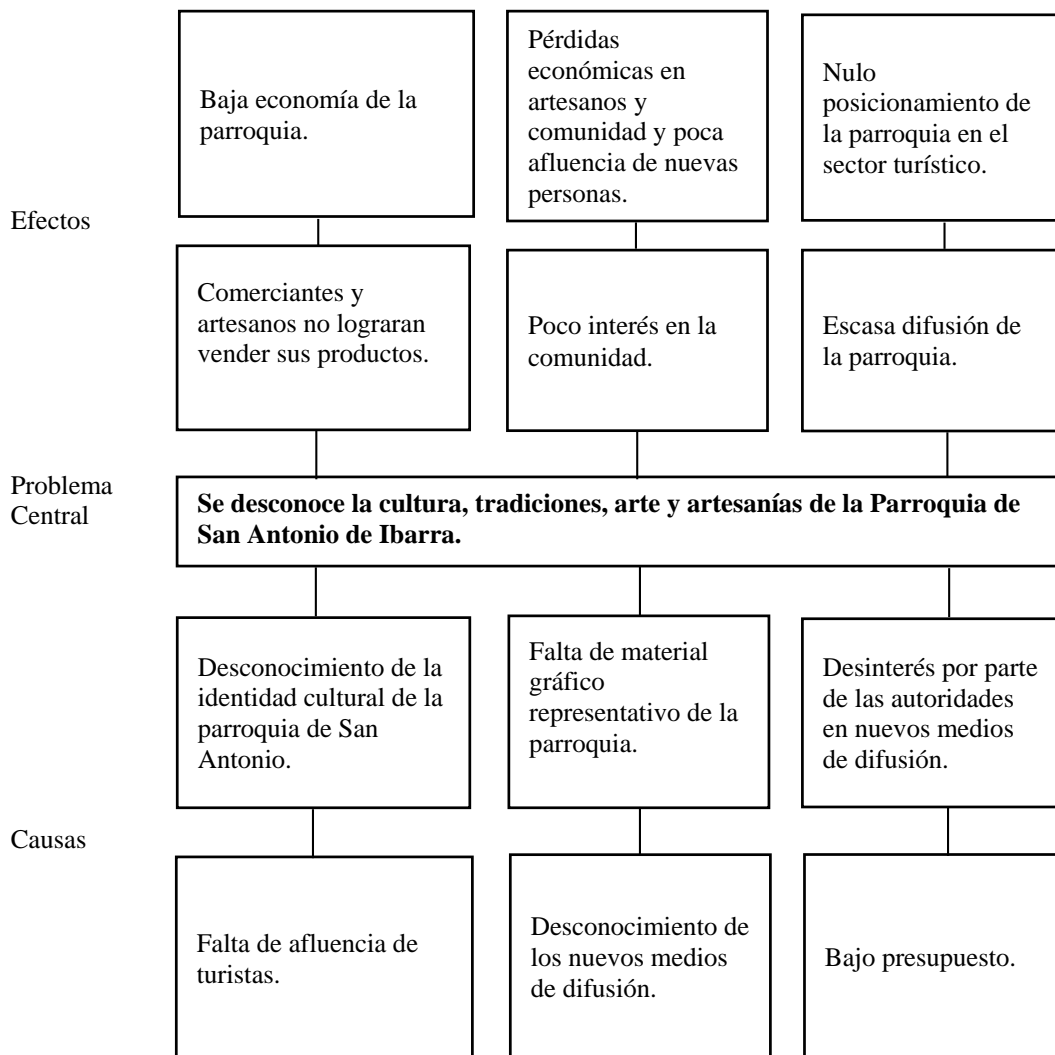


Figura 2: Árbol de Problemas de la “Parroquia de San Antonio de Ibarra”, 2018.

3.02. Árbol de Objetivos

En la siguiente figura definimos criterios de evaluación de las distintas soluciones a un problema central el cual se construye a partir de la formulación del árbol de problemas.

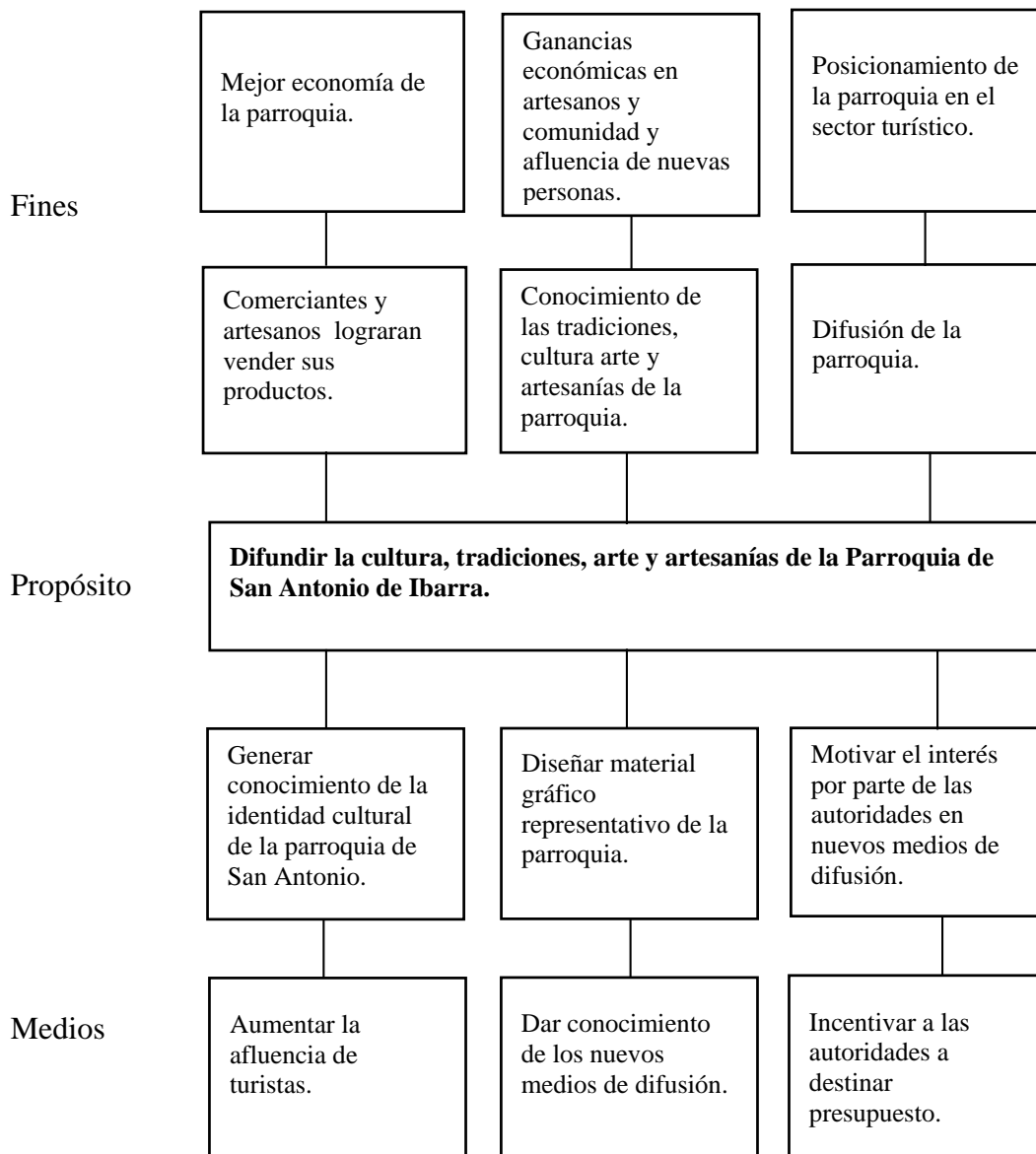


Figura 3: Árbol de objetivos de la “Parroquia de San Antonio de Ibarra”, 2018.

CAPÍTULO IV

4. Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

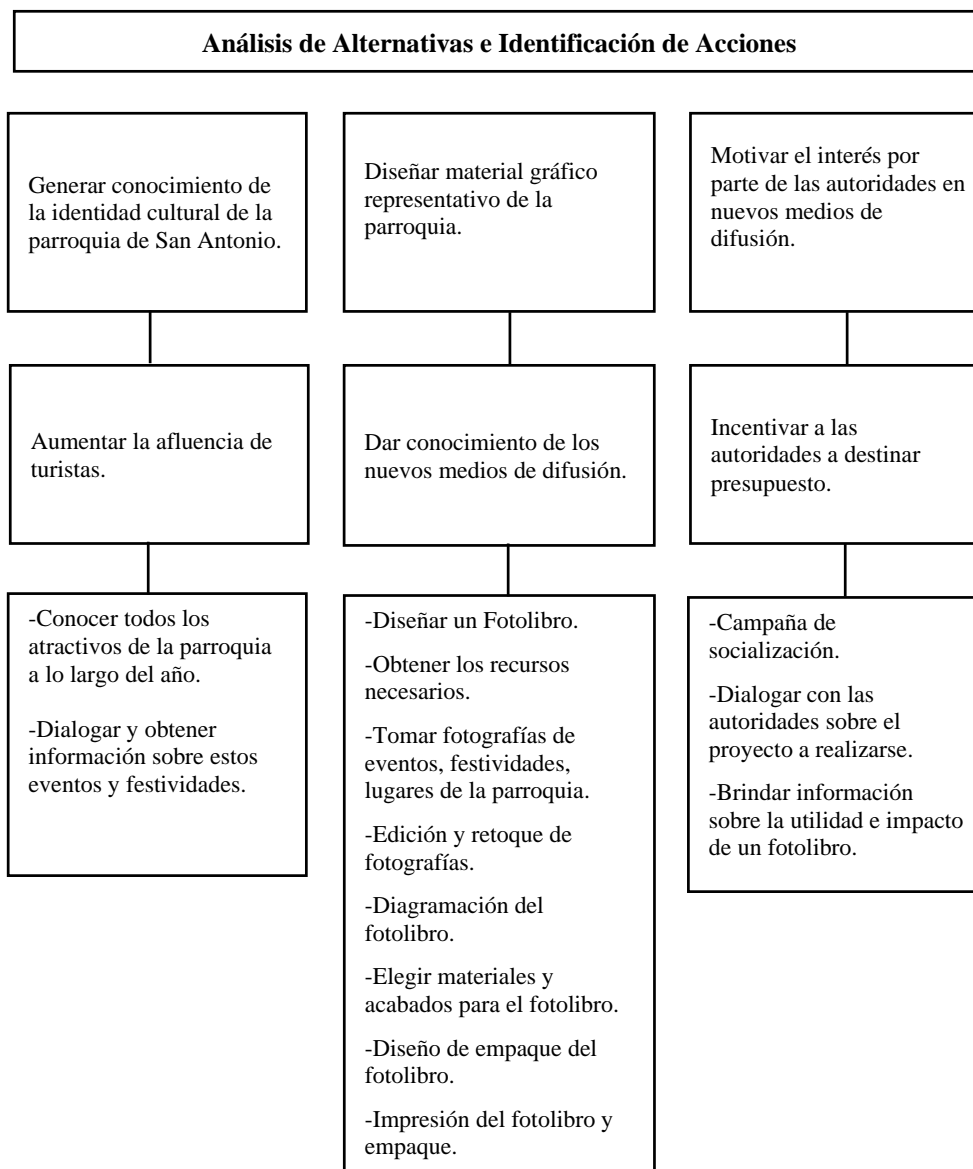


Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.

4.01.01. Tamaño del Proyecto

Para establecer el número de personas que se dedican a las artesanías existentes en la parroquia de San Antonio de Ibarra, que comprende la edad de 27 a 70 años de edad.

Se han tomado como muestra del proyecto a 90 personas que comprende artesanos, artistas y personas sercanas a ellas , tomando en cuenta como poblacion finita, ya que el numero de persona es inferior a las 100 personas.

4.01.02. Localización del Proyecto

“San Antonio está ubicado en la provincia de Imbabura, a 5,5 Km. Del cantón Ibarra, ocupa una superficie de 29, 07 Km² y su población es de 13.987 habitantes aproximadamente.” (Municipio de Ibarra, 2001).



Figura 5: Localización del proyecto.

4.01.03. Análisis Ambiental

El Medio Ambiente tiene que tomarse en cuenta como un factor importante en el desarrollo de un proyecto. En el caso de diseño de productos, un producto que no considere el factor medioambiental no se puede considerar un producto de calidad, al ser un fotolibro este va impreso.

4.01.04. Impacto Positivo

Para la realización del proyecto se realizará por medio de la fotografía digital ya que se seleccionará las mejores imágenes y daremos su adecuado retoque fotográfico, de esta forma podremos observar las fotografías con anterioridad para su posterior impresión y no recurrir al revelado tradicional que usa químicos para poder observar las fotografías anteriormente tomadas.

4.01.04. Impacto Negativo

Se utilizara papel couche de 250 gr y además tendrá laminado mate todo el producto, tanto portada, contraportada y en sus hojas internas el cual le da un toque llamativo y elegante al proyecto a realizarse por lo cual no se utilizara papel reciclado o derivados del mismo y para su impresión se utilizará tintas que son perjudiciales para el medio ambiente.

4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3: Impacto de los objetivos de la “Parroquia de San Antonio de Ibarra”, 2018.

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Fact. Técnica	Fact. Financiera	Fact. Social	Fact. Política	T.	Cat.
Generar conocimiento de la identidad cultural de la parroquia de San Antonio.	5	4	4	4	4	21	Alta
Aumentar la afluencia de turistas.	5	4	4	5	4	22	Alta
Diseñar material gráfico representativo de la parroquia.	5	4	4	5	5	23	Alta
Dar conocimiento de los nuevos medios de difusión.	5	4	4	4	4	21	Alta
Motivar el interés por parte de las autoridades en nuevos medios de difusión.	4	5	4	4	4	21	Alta
Incentivar a las autoridades a destinar presupuesto.	4	4	4	4	4	20	Media

Se ha utilizado la siguiente nomenclatura para la tabla fact = factibilidad, T= total y cat para categoría y las ponderaciones son: 21 – 25 = alta 16 – 20 = media 15- 0 = baja.

4.03. Diagrama de Estrategias

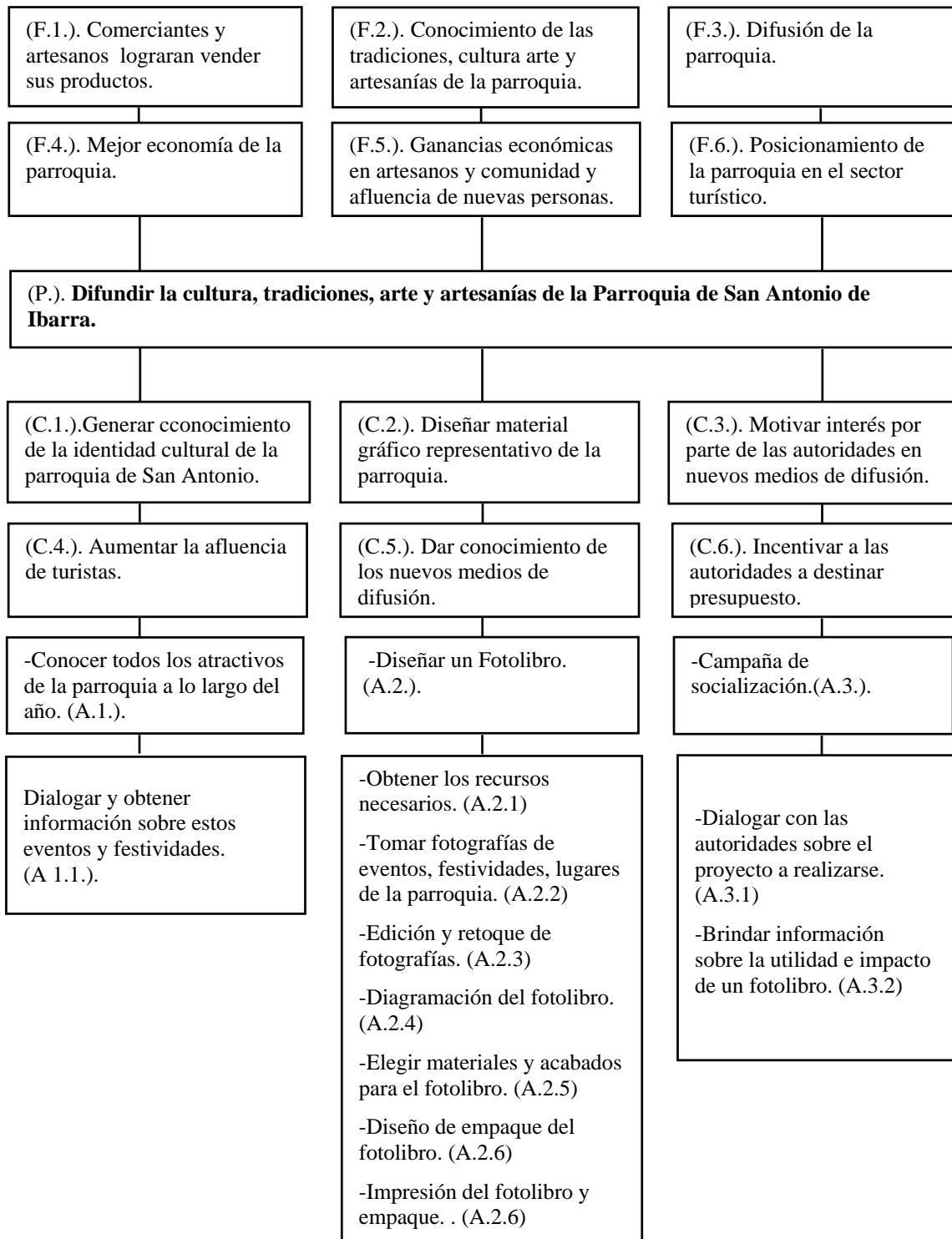


Figura 6: Diagrama de Estrategias

4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

El marco lógico es una herramienta que sirve para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. El propósito de este es brindar estructura al proceso de planificación que estamos creando y así comunicar información esencial relativa al proyecto.

4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores

El resumen narrativo es cada uno de los elementos del diagrama de estrategias. Y los indicadores son las características del resumen narrativo que luego se convertirán en preguntas ya sea de encuestas, entrevistas, guía de observación o documentación. Por lo tanto deben ser claros, específicos y medibles.

Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores, 2018

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant.	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Finalidades	Comerciantes y artesanos lograran vender sus productos. (F.1.).	Incrementa los ingresos (90%)	90	Excelente	6 Mes	San Antonio de Ibarra	Medio
	Conocimiento de las tradiciones, cultura arte y artesanías de la parroquia. (F.2.).	Se fomenta la identidad cultural. (80%)	80	Bueno	1 Mes	San Antonio de Ibarra	Medio
	Difusión de la parroquia.(F.3.).	Correcta difusión. (50%)	50	Medio	3 Semanas	San Antonio de Ibarra	Medio
	Mejor economía de la parroquia.. (F.4.).	Incremento de ingresos gracias a la afluencia. (50%)	50	Medio	1 año	San Antonio de Ibarra	Medio

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant.	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	Ganancias económicas en artesanos y comunidad y afluencia de nuevas personas. (F.5.).	Se genera gracias al turismo 50%	50	Medio	1 año	San Antonio de Ibarra	Medio
	Posicionamiento de la parroquia en el sector turístico. (F.6.).	Se posiciona a la parroquia como atractivo turístico (90%)	90	Excelente	4 días	San Antonio de Ibarra	Alto
Propósito	Se desconoce la cultura, tradiciones, arte y artesanías de la Parroquia de San Antonio de Ibarra. (P.1.).	Aceptación del fotolibro	1	Excelente	6 Meses	San Antonio de Ibarra	Medio
Componentes	Generar conocimiento de la identidad cultural de la parroquia de San Antonio. (C.1.).	Información verídica.	1	Excelente	4 Días	San Antonio de Ibarra	Medio
	Diseñar material gráfico representativo de la parroquia. (C.2.).	Material de calidad.	1	Excelente	6 meses	San Antonio de Ibarra	Medio
	Motivar iinterés por parte de las autoridades en nuevos medios de difusión. (C.3.).	Usabilidad en medios de interacción.	1	Excelente	3 Semanas	San Antonio de Ibarra	Medio
	Aumentar la afluencia de turistas. (C.4.).	Turistas tienen conocimiento de la parroquia y sus atractivos.	1	Excelente	8 meses	San Antonio de Ibarra	Medio
	Dar conocimiento de los nuevos medios de difusión. (C.5.).	Se maneja nuevas formas de difusión.	1	Excelente	2 Semanas	San Antonio de Ibarra	Medio
	Incentivar a las autoridades a destinar presupuesto. (C.6.).	Autoridades motivadas por destinar presupuesto.	1	Excelente	6 Meses	San Antonio de Ibarra	Medio

DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant.	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Actividades	Conocer todos los atractivos de la parroquia a lo largo del año. (A.1.).	Ubicar fotografías que transmitan los atractivos.	1	Excelente	5 Días	San Antonio de Ibarra	Medio
	Diseñar un Fotolibro. (A.2.).	Fotografías recolectadas y editadas.	100	Excelente	6 Meses	San Antonio de Ibarra	Medio
	Campaña de socialización. (A.3.).	Realización de piezas graficas	4	Excelente	3 Semanas	San Antonio de Ibarra	Medio
	Dialogar y obtener información sobre estos eventos y festividades. (A.1.1.).	Dialogo e interacción con artesanos y autoridades.	1	Bueno	5 Día	San Antonio de Ibarra	Medio
	Obtener los recursos necesarios. (A.2.1)	Información confiable.	1	Excelente	2 Meses	San Antonio de Ibarra	Medio
	Tomar fotografías de eventos, festividades, lugares de la parroquia. (A.2.2)	Fotografías de distintas festividades	1	Excelente	6 Meses	San Antonio de Ibarra	Medio
	Edición y retoque de fotografías. (A.2.3)	Fotografías de calidad llamativas para los turistas y turistas.	1	Excelente	2 Semanas	Quito	Medio
	Diagramación del fotolibro. (A.2.4)	Fotografías llamativas y diseño.	1	Excelente	2 Semanas	Quito	Medio
	Elegir materiales y acabados para el fotolibro. (A.2.5)	Material de calidad acabados de calidad.	1	Excelente	1 Semana	Quito	Medio
	Diseño de empaque del fotolibro. (A.2.6)	Empaque llamativo hacia el consumidor	1	Excelente	1 Semana	Quito	Medio
	Impresión del fotolibro y empaque. (A.2.7)	Producto final de calidad.	1	Excelente	3 Días	Quito	Medio
	Dialogar con las autoridades sobre el proyecto a realizarse. (A.3.1)	Informar sobre la creación del fotolibro.	1	Bueno	1 Semana	San Antonio de Ibarra	Medio

DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
			Cant.				
	Brindar información sobre la utilidad e impacto de un fotolibro. (A.3.2)	Impacto que tendrá el fotolibro.	1	Excelente	1 Semana	San Antonio de Ibarra	Medio

4.04.02. Selección de Indicadores

Tabla 5: Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	Comerciantes y artesanos lograran vender sus productos. (F.1.).	Comerciantes lograran vender sus productos gracias a la afluencia de personas en un 70%	X	X		X	X	4	Alto
	Conocimiento de las tradiciones, cultura arte y artesanías de la parroquia. (F2.).	Se logra dar a conocer los atractivos de la parroquia en un 100%	X	X	X	X	X	5	Alto
	Difusión de la parroquia. (F3.).	Se llega a difundir la parroquia en un 70%	X	X	X	X	-	4	Alto
	Mejor economía de la parroquia. (F.4.).	Se mejora la economía de la parroquia gracias al turismo en un 80%	X	X	X	-	X	4	Alto
	Ganancias económicas en artesanos y comunidad y afluencia de nuevas personas. (F.5.).	Se incrementa la economía en un 75 %	X	-	X	-	X	5	Alto
	Posicionamiento de la parroquia en el sector turístico. (F.6.).	Se posiciona a la parroquia en un 75 %	X	X	X	X	X	5	Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Propósito	Se desconoce la cultura, tradiciones, arte y artesanías de la Parroquia de San Antonio de Ibarra. (P1.).	Se logró dar a conocer la cultura, traducciones arte y artesanías de la parroquia de San Antonio de Ibarra gracias a la retasación del fotolibro en un	X	X	X	X	X	5	Alto
Componentes	Generar conocimiento de la identidad cultural de la parroquia de San Antonio. (C1.)	Las personas tienen conocimiento de la identidad cultural de la parroquia.	X	X	X	X	X	5	Alto
	Diseñar material gráfico representativo de la parroquia. (C2.).	Se diseñó material gráfico de la parroquia.	X	X	X	X	X	5	Alto
	Motivar interés por parte de las autoridades en nuevos medios de difusión (C3.).	Se logró motivar a las autoridades en nuevos medios de difusión.	X	-	X	-	X	5	Alto
	Aumentar la afluencia de turistas. (C4.).	Se logra el incremento de turistas.	X	-	X	-	-	4	Alto
	Dar conocimiento de los nuevos medios de difusión. (C5.).	Se dio conocimiento de nuevos medios de difusión.	X	X	-	X	X	4	Alto
	Incentivar a las autoridades a destinar presupuesto. (C6.).	Autoridades incentivadas a destinar presupuesto.	X	-	-	X	X	4	Alto
Actividades	Conocer todos los atractivos de la parroquia a lo largo del año. (A1.).	Se da a conocer los atractivos a lo largo del año.	X	X	X	X	X	5	Alto
	Diseñar un Fotolibro. (A2.).	Fotolibro diseñado y realizado.	X	X	X	X	X	5	Alto
	Campaña de socialización. (A3.).	Campaña de socialización realizada.	X	X	X	X	X	4	Alto
	Dialogar y obtener información sobre estos eventos y festividades. (A 1.1.).	Se logró el dialogo.	X	-	X	X	X	4	Alto

DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	Obtener los recursos necesarios. (A.2.1)	Se logró obtener los recursos.	X	-	-	X	X	4	Alto
	Tomar fotografías de eventos, festividades, lugares de la parroquia. (A.2.2)	Fotografías tomadas lo largo del desarrollo.	X	X	X	X	X	5	Alto
	Edición y retoque de fotografías. (A.2.3)	Se logró que las fotografías estén editadas y retocadas.	X	X	X	X	X	5	Alto
	Diagramación del fotolibro. (A.2.4)	Fotolibro diagramado en su totalidad.	X	X	X	X	X	5	Alto
	Elegir materiales y acabados para el fotolibro. (A.2.5)	Se logró elegir los materiales necesarios.	X	X	X	X	X	5	Alto
	Diseño de empaque del fotolibro. (A.2.6)	Se diseñó el empaque del fotolibro.	X	X	X	X	X	5	Alto
	Impresión del fotolibro y empaque. . (A.2.7)	Se logró la impresión del fotolibro en su totalidad.	X	X	X	X	X	5	Alto
	Dialogar con las autoridades sobre el proyecto a realizarse. (A.3.1)	Se dialogó con autoridades.	X	-	X	X	X	4	Alto
	Brindar información sobre la utilidad e impacto de un fotolibro. (A.3.2)	Información del impacto del fotolibro.	X	X	X	X	X	5	Alto

En la clasificación de indicadores contiene la siguiente nomenclatura: A = Es clara, B = Existe información disponible, C = Es tangible y se puede observar, D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos y E = Es representativo para nuestro estudio. Para la selección se ha utilizado los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja.

4.04.03. Medios de Verificación

Tabla 6: Medios de verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Resp.
Finalidades	Comerciantes y artesanos lograran vender sus productos. (F.1.).	Comerciantes lograran vender sus productos gracias a la afluencia de personas en un 70%	Secundaria	Observación directa	Cualitativo	1 Años	Investigador
	Conocimiento de las tradiciones, cultura arte y artesanías de la parroquia. (F2.).	Se logra dar a conocer los atractivos de la parroquia en un 100%	Primaria	Observación directa	Cualitativo	6 Meses	Investigador
	Difusión de la parroquia. (F3.).	Se llega a difundir la parroquia en un 70%	Primaria	Observación directa	Cualitativo	8 Meses	Investigador
	Mejor economía de la parroquia. (F.4.).	Se mejora la economía de la parroquia gracias al turismo en un 80%	Secundaria	Encuesta	Cualitativo	1 Año	Autoridades
	Ganancias económicas en artesanos y comunidad y afluencia de nuevas personas. (F.5.).	Se incrementa la economía en un 75 %	Secundaria	Encuesta	Cualitativo	1 Año	Autoridades

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Resp.
	Posicionamiento de la parroquia en el sector turístico. (F.6).	Se posiciona a la parroquia en un 75 %	Primaria	Encuesta	Cualitativo	1 Año	Autoridades
Propósito	Se desconoce la cultura, tradiciones, arte y artesanías de la Parroquia de San Antonio de Ibarra. (P1.).	Se logró dar a conocer la cultura, tradiciones arte y artesanías de la parroquia de San Antonio de Ibarra gracias a la retasación del fotolibro.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	7 Meses	Investigador
Componentes	Generar conocimiento de la identidad cultural de la parroquia de San Antonio. (C1.)	Las personas tiene conocimiento de la identidad cultura de la parroquia.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	6 Meses	Investigador
	Diseñar material gráfico representativo de la parroquia. (C2.).	Se diseñó material gráfico de la parroquia.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	6 Meses	Investigador
	Motivar interés por parte de las autoridades en nuevos medios de difusión (C3.).	Se logró motivar a las autoridades en nuevos medios de difusión.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	6 Meses	Investigador
	Aumentar la afluencia de turistas. (C4.).	Se logra el incremento de turistas.	Secundaria	Encuesta	Cualitativo	1 Año	Autoridades

DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Resp.
	Dar conocimiento de los nuevos medios de difusión. (C.5.).	Se dio conocimiento de nuevos medios de difusión.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	6 Meses	Investigador
	Incentivar a las autoridades a destinar presupuesto. (C.6.).	Autoridades incentivadas a destinar presupuesto.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	6 Meses	Investigador
Actividades	Conocer todos los atractivos de la parroquia a lo largo del año. (A1.).	Se da a conocer los atractivos a lo largo del año.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	6 Meses	Investigador
	Diseñar un Fotolibro. (A.2.).	Fotolibro diseñado y realizado.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	6 Meses	Investigador
	Campaña de socialización. (A.3.).	Campaña de socialización realizada.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	1 Mes	Investigador
	Dialogar y obtener información sobre estos eventos y festividades. (A 1.1.).	Se logró el dialogo.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	1 Mes	Investigador
	Obtener los recursos necesarios. (A.2.1)	Se logró obtener los recursos.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	2 Meses	Investigador
	Tomar fotografías de eventos, festividades, lugares de la parroquia. (A.2.2)	Fotografías tomadas lo largo del desarrollo.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	6 Meses	Investigador

DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Resp.
	Edición y retoque de fotografías. (A.2.3)	Fotos editadas y retocadas.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	1 Mes	Investigador
	Diagramación del fotolibro. (A.2.4)	Fotolibro diagramado en su totalidad.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	1 Mes	Investigador
	Elegir materiales y acabados para el fotolibro. (A.2.5)	Se logró elegir los materiales.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	1 Mes	Investigador
	Diseño de empaque del fotolibro. (A.2.6)	Se diseñó el empaque del fotolibro.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	1 Semana	Investigador
	Impresión del fotolibro y empaque. (A.2.7)	Se logró la impresión del fotolibro en su totalidad.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	1 Semana	Investigador
	Dialogar con las autoridades sobre el proyecto a realizarse. (A.3.1)	Dialogo con autoridades.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	2 Meses	Investigador
	Brindar información sobre la utilidad e impacto de un fotolibro. (A.3.2)	Información del impacto del fotolibro.	Primaria	Observación directa	Cualitativo	1 Semana	Investigador

4.04.04 Supuestos

Tabla 7: Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	Comerciantes y artesanos logran vender sus productos. (F.1.).	Comerciantes suban sus precios.	X	X	X		
	Conocimiento de las tradiciones, cultura arte y artesanías de la parroquia. (F2.).	Que las personas no sepan aprovechar sus atractivos		X	X		
	Difusión de la parroquia. (F3.).	Que no se logre dar un impacto.	X	X	X		
	Mejor economía de la parroquia. (F.4.).	Turistas y nuevos visitantes decidan visitar otros lugares	X	X	X		
	Ganancias económicas en artesanos y comunidad y afluencia de nuevas personas. (F.5.).	Que el clima desmotive a visita a las personas	X			X	
	Posicionamiento de la parroquia en el sector turístico. (F.6.).	Desinterés hacia el sector	X	X	X		X
Propósito	Se desconoce la cultura, tradiciones, arte y artesanías de la Parroquia de San Antonio de Ibarra. (P1.).	Que las personas no prioricen visitar ni tengan interés hacia los atractivos	X	X	X		
Componentes	Generar conocimiento de la identidad cultural de la parroquia de San Antonio. (C1.)	Que las fotografías no logren transmitir la identidad cultural			X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	Diseñar material gráfico representativo de la parroquia. (C2.).	Que el tiempo sea limitado para diseñar el material	X		X		
	Motivar interés por parte de las autoridades en nuevos medios de difusión (C3.).	Autoridades no presten la atención debida	X	X	X		
	Aumentar la afluencia de turistas. (C.4.).	Que los visitantes no sean suficientes	X		X		
	Dar conocimiento de los nuevos medios de difusión. (C.5.).	No dar importancia a los medios	X	X	X		
	Incentivar a las autoridades a destinar presupuesto. (C.6.).	Presupuesto destinado a otras prioridades	X	X	X		
	Actividades	Conocer todos los atractivos de la parroquia a lo largo del año. (A1.).	Que algunos atractivos no lleguen a realizarse por distintas cuestiones	X		X	X
Diseñar un Fotolibro. (A.2.).		No cumplir con las expectativas	X		X		
Campaña de socialización. (A.3.).		Que haya desinterés por distintas personas			X		
Dialogar y obtener información sobre estos eventos y festividades. (A 1.1.).		Autoridades no dispongan de tiempo			X		
Obtener los recursos necesarios. (A.2.1)		Daño de dispositivos electrónicos	X		X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	Tomar fotografías de eventos, festividades, lugares de la parroquia. (A.2.2)	Falta de almacenamiento en cámara y dispositivos móviles	X		X		
	Edición y retoque de fotografías. (A.2.3)	Fotografías mal tomadas	X		X		
	Diagramación del fotolibro. (A.2.4)	Tiempo limitado para la realización de borradores	X		X		
	Elegir materiales y acabados para el fotolibro. (A.2.5)	Costo de materiales altos	X				
	Diseño de empaque del fotolibro. (A.2.6)	Empaque no tenga las medidas exactas del fotolibro	X				
	Impresión del fotolibro y empaque. . (A.2.7)	Imprenta no cumpla con los tiempos acordados	X		X		
	Dialogar con las autoridades sobre el proyecto a realizarse. (A.3.1)	No encontrar a las autoridades en los días de visita			X		
	Brindar información sobre la utilidad e impacto de un fotolibro. (A.3.2)	Que a las autoridades no cumpla con sus expectativas	X		X		

4.04.05. Matriz de Marco Lógico

Tabla 8: Matriz de Marco Lógico

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Fines	Comerciantes lograran vender sus productos gracias a la afluencia de personas en un 70%	Secundaria Observación directa Cualitativo	Comerciantes suban sus precios.
	Se logra dar a conocer los atractivos de la parroquia en un 100%	Primaria Observación directa Cualitativo	Que las personas no sepan aprovechar sus atractivos
	Se llega a difundir la parroquia en un 70%	Primaria Observación directa Cualitativo	Que no se logre dar un impacto.
	Se mejora la economía de la parroquia gracias al turismo en un 80%	Secundaria Encuesta Cualitativo	Turistas y nuevos visitantes decidan visitar otros lugares
	Se incrementa la economía en un 75 %	Secundaria Encuesta Cualitativo	Que el clima desmotive a visita a las personas
	Se posiciona a la parroquia en un 75 %	Primaria Encuesta Cualitativo	Desinterés hacia el sector
Propósito	Se logró dar a conocer la cultura, traducciones arte y artesanías de la parroquia de San Antonio de Ibarra gracias a la retasación del fotolibro.	Primaria Observación directa Cualitativo	Que las personas no prioricen visitar ni tengan interés hacia los atractivos
Componentes	Las personas tiene conocimiento de la identidad cultura de la parroquia.	Primaria Observación directa Cuantitativo	Que las fotografías no logren transmitir la identidad cultural
	Se diseñó material gráfico de la parroquia.	Primaria Observación directa Cualitativo	Que el tiempo sea limitado para diseñar el material
	Se logró motivar a las autoridades en nuevos medios de difusión.	Primaria Observación directa Cualitativo	Autoridades no presten la atención debida

	Se logra el incremento de turistas.	Secundaria Encuesta Cualitativo	Que los visitantes no sean suficientes
	Se dio conocimiento de nuevos medios de difusión.	Primaria Observación directa Cualitativo	No dar importancia a los medios
	Autoridades incentivadas a destinar presupuesto.	Primaria Observación directa Cualitativo	Presupuesto destinado a otras prioridades
Actividades	Se da a conocer los atractivos a lo largo del año.	Primaria Observación directa Cualitativo	Que algunos atractivos no lleguen a realizarse por distintas cuestiones
	Fotolibro diseñado y realizado.	Primaria Observación directa Cualitativo	No cumplir con las expectativas
	Campaña de socialización realizada.	Primaria Observación directa Cualitativo	Que haya desinterés por distintas personas
	Se logró el dialogo.	Primaria Observación directa Cualitativo	Autoridades no dispongan de tiempo
	Se logró obtener los recursos.	Primaria Observación directa Cualitativo	Daño de dispositivos electrónicos
	Fotografías tomadas lo largo del desarrollo.	Primaria Observación directa Cualitativo	Falta de almacenamiento en cámara y dispositivos móviles
	Fotos editadas y retocadas.	Primaria Observación directa Cualitativo	Fotografías mal tomadas
	Fotolibro diagramado en su totalidad.	Primaria Observación directa Cualitativo	Tiempo limitado para la realización de borradores
	Se logró elegir los materiales.	Primaria Observación directa Cualitativo	Costo de materiales altos
	Se diseñó el empaque del fotolibro.	Primaria Observación directa Cualitativo	Empaque no tenga las medidas exactas del fotolibro
	Se logró la impresión del fotolibro en su totalidad.	Primaria Observación directa Cualitativo	Imprenta no cumpla con los tiempos acordados
	Dialogo con autoridades.	Primaria Observación directa Cualitativo	No encontrar a las autoridades en los días de visita
	Información del impacto del fotolibro.	Primaria Observación directa Cualitativo	Que a las autoridades no cumpla con sus expectativas

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

Como parte importante del Marco Teórico, tenemos a los antecedentes de la investigación que se refieren a la revisión de trabajos previos sobre el tema en estudio, realizados en instituciones de educación superior.

Estas constituyen fuentes primarias, ya que aportan los datos del estudio, estos pueden ser de naturaleza numérica o de naturaleza verbal: muestra, población, categorías emergentes, resultados y validaciones, entre otros.

Los antecedentes pueden ser: trabajos de grado, postgrado, resultados de investigaciones institucionales, conferencias, congresos, revistas especializadas.

Como primer antecedente corresponde a (Villarroel, 1994, s.p) con el tema: “Análisis de la situación artesanal (madera) en san Antonio de Ibarra y su vinculación con el turismo.” En él cual se habla y se trata de responder a las siguientes interrogantes que son: ¿Cuál es la situación y estructura actual de la producción artesanal en San Antonio de Ibarra? ¿Cómo contribuye el turismo al desarrollo de la artesanía en San Antonio de Ibarra? ¿En qué medida las labores artesanales contribuyen a disminuir los niveles de desocupación en el país?

En el trabajo hace historia del desarrollo de las actividades artesanales en el sector desde 1880. Se ha determinado el tamaño de la población del sector en cuestión, analizándose

los porcentajes de la misma dedicados a distintas actividades, así como su nivel de instrucción. Se explica cómo el desarrollo del capitalismo altera las condiciones de reproducción del artesano, pero su conservación y transformación dependen también de la estructura interna, de la forma de producción y de su vinculación al mercado. Se analiza el proceso de producción del tallado de madera y la producción, distribución y consumo de las artesanías. También se analiza la importancia socioeconómica de las artesanías, debido a que actualmente se ha reducido el significado económico de las artesanías en algunos países industrializados. En el trabajo se ha determinado la situación, estructura actual de la producción artesanal y sus principales problemas, básicamente a través de encuestas que facilitaron conocer la situación artesanal de San Antonio de Ibarra; para el análisis de los resultados de las encuestas, se procedió a tabular la información y obtener los valores relativos. En la estructura de la producción artesanal se tomaron en cuenta las siguientes variables: Formación de la fuerza de trabajo; organización social y técnica; elementos de trabajo y formas de 2 comercialización; distribución y uso de los ingresos artesanales; para cada uno de los estratos sociales existentes: artesanos independientes, dependientes, taller almacén y taller con operarios. En lo que se refiere al turismo y su relación con el desarrollo de la artesanía, se concluye que el turismo contribuye al deterioro de las artesanías, debido a que por un lado es un contacto cultural brusco y por otro, los artesanos se ven obligados a realizar copias de aspectos prehispánicos en forma abstracta y sin sentido cultural. Además los turistas adquieren objetos que son usados solo como decoración, pero ignoran las relaciones sociales y culturales que les dieron origen. De esta forma, los grandes comerciantes no solo se apropian de las ganancias generadas en el proceso productivo, a través de la explotación social, sino que se apropian también

del pasado cultural de los pueblos artesanos a los que oprimen y manipulan para satisfacer sus requerimientos de acumulación de riqueza. Se concluye que de esta forma los viejos valores culturales de las comunidades artesanales se han visto alterados y transformados bruscamente por el turismo. Finalmente se analiza la demanda y la magnitud del movimiento turístico en la región, resaltando que actualmente uno de los elementos que se han incorporado a las características de demanda o consumo de producción artesanal es la funcionalidad del producto, de esta forma son de mayor demanda los objetos artesanales que a más de ser artísticos, cumplen una función utilitaria, satisfecha esta demanda a través de la escultura.

El segundo trabajo es de (Arévalo, 2015, s.p) con su tema: “Análisis de las unidades económicas artesanales de San Antonio de Ibarra que elaboran artesanías en madera como promotoras del turismo cultural de esa localidad.” En el cual trata de la investigación descriptiva realizada en las unidades económicas artesanales de San Antonio de Ibarra que elaboran artesanías en madera. El estudio se centró en el análisis del ambiente interno de estas unidades de negocio; básicamente en operaciones y procesos administrativos, contables, financieros, de producción, de comercialización y producto. En la primera parte, se habla de los resultados obtenidos en el estudio, resaltando aquellos más relevantes. En la segunda parte, se esboza las conclusiones a las que se arribó luego de la investigación.

El tercer trabajo corresponde a Garrido (2011) con el tema: “Creación de marca de San Antonio de Ibarra para los productos artesanales.” En su resumen contiene que: Las artesanías de San Antonio tienen tradición desde 1880, con un rico legado histórico,

antropológico-social y turístico que lo convierte en una parroquia con un claro potencial de desarrollo. Sin embargo no existe un reconocimiento favorable por parte del mercado interno y externo lo cual le produce caída en la demanda de sus productos. La falta de promoción, información, difusión y la ausencia de marca propia que identifique el origen y certificación de sus productos hechos a mano; en consecuencia comerciantes de otros países se benefician de esta falencia, ya que colocan sus etiquetas o sellos con su propia marca y país de origen logrando así adueñarse del origen de las artesanías y de todos los beneficios comerciales. El proyecto tiene como finalidad presentar un marca corporativa para los productos artesanales realizados en la parroquia de San Antonio, para lo cual se considera apropiado realizar un concurso público dirigido a diseñadores, artistas y personas relacionadas para la creación de la marca corporativa, el mismo que deberá ceñirse a valores y características propias de la historia y tradiciones de San Antonio de Ibarra; con una campaña adecuada se dará a conocer a la población relacionada con la actividad en todos los ciclos, tanto productivo y comercial que mejoren su rentabilidad, autoestima, conocimiento histórico y a la vez mantengan viva tradición en el campo artesanal y se fortalezca con una relación directa al turista mediante información en forma personalizada por parte de los propietarios de locales comerciales, talleres y actores directos de la actividad.

Como cuarto trabajo encontramos el de Yépez (2016) con su tema: “Diagnóstico de la oferta y demanda de las pinturas y esculturas de la parroquia San Antonio de Ibarra, para promover el turismo cultural.” El cual realizo una investigación para diagnosticar el comportamiento de la oferta y demanda de esta parroquia. La presente investigación está sustentada a través de la recopilación y revisión bibliográfica de varios autores,

especialmente centrados en el turismo. Los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación permitieron conocer la situación real de la oferta y demanda de los productos artesanales. Se concluye, que para lograr un óptimo desarrollo del turismo en la parroquia de San Antonio, es necesaria la elaboración del diseño de un centro interpretativo artesanal, que muestre las técnicas y métodos de elaboración de las artesanías, para diversificar la oferta turística y promover el Turismo cultural.

5.01.01. Marco Teórico

Si existe alguna frase para el mundo del Diseño Editorial, esa es: “todo entra por los ojos”. (Staffcreativa, 2014) En una sociedad donde los seres humanos tenemos hasta un 90% de más memoria visual que auditiva, queda claro porque el impacto de las imágenes es tan vital para cuanto medio impreso. Esta característica, naturalmente, obliga a cada libro, revista, periódico o fotolibro, a causar una buena impresión a primera vista.

“El Diseño Editorial es la estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, fotolibros, volantes, afiches, entre otros. Es una rama del diseño gráfico que se enfoca de manera especializada en la estética y diseño tanto del interior como el exterior de los textos.” (Staffcreativa, 2014, s.p) Se dice especializada porque no todas las publicaciones son las mismas, cada una tiene un tipo de publicación y necesidades de comunicación muy diferentes a otra. “Ningún proyecto de línea editorial puede parecerse al de otro salvo en aspectos generales. Hay un tipo de diseño único para cada tipo de publicación, el cual tiene que adaptarse a las necesidades el autor, por lo cual se requiere de profesionales capaces de alcanzar un equilibrio simétrico entre el texto y la parte gráfica.” (staffcreativa, 2014, s.p)

En la actual era digital que vivimos nos ha servido de mucha ayuda ya que nos facilita las cosas y en el mejor de los casos nos ahorra tiempo, ya que este es muy apreciado para las personas, dentro de esto esta tambien el echo de que las fotografías ahora las podemos imprimir con mayor facilidad y en algunos casos hasta en la comodidad de nuetros hogares. “En la era analógica tampoco se imprimían todas, ya que las diapositivas eran una opción alternativa a la impresión que contaba con muchos adeptos, además el revelado de las fotografías no era instantáneo y se tenía que esperar un tiempo para poder observar el resultado y eso hacia complicado poder ver al instante que fue lo que habíamos tomado en ese momento.” (Dzoom, 2016, s.p)

Dicho con claridad lo bueno de vivir en esta era digital es como se dijo anteriormente, la facilidad que tenemos ahora para obtener fotografías, ahora se elimina la necesidad de imprimir todas las fotos, ya que ahora podemos observar y analizar digitalmente que fue lo que se ha fotografiado y así tomar una decisión de que fotografías nos sirven y de cuáles no, no sólo por su calidad técnica sino también la compositiva, el momento y cualquier otro aspecto que se quiera contemplar. Por tanto, la ventaja fundamental es que solo se imprimen aquellas que merecen la pena o las que son necesarias, con lo que el ego sale reforzado cuando se observa un buen resultado. (Dzoom, 2016, s.p)

A lo largo de los tiempos las personas en general se han vuelto consumidores cada vez más exigente, esto nos da como resultado que en estos tiempos donde la era digital está cada vez más avanzada, podamos apreciar de mejor manera un fotolibro y tenga una mejor valoración, los fotolibros como tal “apuntan a mostrar la originalidad y

conceptualización, que podemos valorar por su materialidad, su diseño y, fundamentalmente, por su contenido.” (Gronemeyer, 2015, s.p)

“Fotografía, edición, secuenciación, diseño, puesta en página, tipografía, papeles, encuadernación, sistemas y tecnologías de impresión, editoriales, editores, autoedición, difusión, librerías, distribución, coleccionismo, etc., son parte de los conceptos y el panorama que configuran este particular mundo. Pero, como en todo, también se establecen algunas problemáticas que a pesar de los aspectos positivos, producto de la dinamización que este medio imprime a la fotografía, al arte, al mundo editorial, logran producir algún ruido.” (Atlas, 2015)

La tradición es un conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad, sociedad, pueblo o sector. (Definicion.de, 2010)
Trata de aquellas costumbres y manifestaciones que cada sociedad considera valiosas y las mantiene a lo largo de los años para que sean aprendidas por las nuevas generaciones, como parte indispensable del legado cultural y así estas mismas continúen realizándolas y no se lleguen a perder y se mantengan presentes. (Gardey, 2010)

La tradición, por lo tanto, “es algo que se hereda y que forma parte de la identidad. El arte característico de un grupo social, con su música, sus danzas y sus cuentos, forma parte de lo tradicional, al igual que la gastronomía y otras cuestiones.” (Definicion.de, 2010)

La cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo

en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es de ella misma. También se define como un conjunto de ideas, comportamientos, símbolos y prácticas sociales, aprendidas y que se transmiten de generación en generación a través de la vida en sociedad. Sería el patrimonio social de la humanidad o, específicamente, una variante particular del patrimonio social. (Significados, s.p.)

“El arte es el concepto que engloba todas las creaciones realizadas por el ser humano para expresar una visión sensible acerca del mundo y de cómo la ve el artista, ya sea real o imaginario. Mediante recursos plásticos, lingüísticos o sonoros, el arte permite expresar ideas, emociones, percepciones y sensaciones.” (Definicion.de, 2008) Con el paso de los años, las creaciones artísticas por lo general siempre suelen sufrir importantes deterioros cuando se trata de piezas físicas y de mucha importancia ya que algunas de estas están elaboradas en material que se deteriora si no le damos un buen cuidado como puede ser la madera. “Por eso, el conjunto de procesos dedicados a la preservación de estos bienes culturales para que en un futuro las nuevas generaciones las puedan apreciar, esto es conocido como conservación y restauración de obras de arte. Además de todo lo expuesto tenemos que subrayar que el término arte también se utiliza para hacer referencia a la maña o a la astucia que tiene una persona para realizar una tarea concreta.” (Definicion.de, 2008)

Las artesanías se lo denominan tanto al trabajo como a las creaciones realizadas por los artesanos y a personas que llegan a vivir de esto, (esta es una persona que realiza trabajos manuales en algunos casos con ayuda de instrumentos). “Es un tipo de arte en el que se trabaja fundamentalmente con las manos y la astucia y habilidad del escultor o artista, ya

que algunos modelan diversos objetos con fines comerciales o simplemente artísticos o creativos.” (Definicion.de, 2011) Una de las características fundamentales de este trabajo es que se desarrolla sin la ayuda de máquinas o de procesos automatizados. “Esto convierte a cada obra artesanal en un objeto único e incomparable, lo que le da un carácter sumamente especial.” (Definicion.de, 2011)

Como identidad cultural nos referimos al conjunto de peculiaridades propias de una cultura, grupo o pueblo que permiten a los individuos identificarse como miembros de este grupo, pero también diferenciarse de otros grupos culturales. Comprende aspectos tan diversos como la lengua, el sistema de valores y creencias, las tradiciones, los ritos, las costumbres o los comportamientos de una comunidad. Este conjunto de particularidades, patrimonio y herencia cultural de la colectividad que se hereda año a año, es lo que viene definiendo históricamente la identidad cultural de los pueblos. (Significados, s.p.)

La parroquia de San Antonio de Ibarra es una pequeña población totalmente dedicada al tallado de madera llena de artistas y artesanos, esta actividad tiene su origen en el trabajo de hábiles artesanos que a fines del siglo XIX se dedicaban a tallar esculturas generalmente siempre de imágenes religiosas. “Estos eran conocidos como "Santeros", además tallaban retablos y altares para las iglesias, posteriormente surgen nuevos motivos que fueron los mendigos luego surgen las costumbres que son parejas de indígenas en actividad de baile.” (Viajando, s.p.) En los actuales momentos con la orientación que ha dado el Colegio Daniel Reyes que está ubicado en la misma parroquia se han adoptado

otros criterios que han variado los motivos originales: se hacen animales, desnudos, murales, bustos, rostros, figuras abstractas, entre otros. (Viajando, s.p.)

San Antonio se encuentra ubicado a 6 km de Ibarra vía Panamericana norte. En el pueblo se encuentran varios almacenes, a los que acuden gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros que acuden por sus obrar que se elaboran ahí, la parroquia la componen barrios cercanos los cuales también aportan con sus creaciones.

En el centro poblado, en cada casa, se vende informalmente; existe una galería de gran magnitud en la que exponen las artesanías de exportación. Las personas con mayores posibilidades tienen almacenes en sus viviendas en las cuales su primer piso lo tienen destinado como tienda de artesanías, el resto de personas cuentan con sus propios talleres a unas cuantas cuadras del centro de la parroquia.

La madera preferida por los artesanos del sector es la que se conoce como “El Nogal” ya que esta es muy duradera y puede preservarse muy bien a lo largo de los años, además de esta también existe otras como el naranjillo, laurel y el cedro. Las maderas más resistentes y duras se las guarda dándolas reposo para en algún futuro darles forma y tallado posteriormente. Muchos de los pobladores y personas que se dedican a esto comenzaron desde muy pequeños, por lo general desde niños a partir de los 5 años.

Tipografía

“El diseño gráfico es una disciplina que abarca mucho. Antes de elaborar un producto como por ejemplo un logotipo, se deben tener en cuenta varios aspectos ya que se trabaja con muchos elementos como la idea, el color, la tipografía, posición, distancias o la

composición, y lograr que todos se combinen armónicamente. Podemos comparar este trabajo al de una sinfonía en la que una mala nota puede arruinar toda una presentación por esto cada detalle es muy importante.” (Morales, 2016)

Se puede decir que “la tipografía juega un papel muy importante, pues el tipo de letra en sí mismo puede comunicar ideas como prestigio, emociones o alegría, además de que funciona como un signo de identidad. No olvidemos que así como existe color corporativo también se trabaja con tipografía corporativa.” (Morales, 2016)

Forma y significado

Cuando se habla de forma se refiera a lo tangible, “a lo que vemos, es decir el trazo, la geometría, el estilo y el eje de inclinación de las letras. El significado por su parte es algo mental,” (Morales, 2016) ya sea un concepto, o una idea o emoción que la forma nos transmite, es el mensaje de la tipografía. A partir de ahí la tipografía cobra un nuevo sentido, pues “podemos entender que no son simples trazos dibujados al azar, sino que cada una con sus rasgos característicos nos comparte una historia, provoca emociones y transmite un mensaje específico y determinado.” (Morales, 2016)

Familias tipográficas dentro de las más importantes tenemos:

SERIF.- Que se caracterizan por tener trazos pequeños que se van extendiendo en los extremos de las letras, estas expresan un sentido clásico y tradicional.

SIN SERIF.- No tienen trazos que sobresalgan hacia sus extremos, sino que cuentan con cortes precisos, tiene mayor legibilidad y se estas por lo general se las relaciona con elegancia y modernidad.

MANUSCRITA.- Aquí depende del contexto en que uno se pueda expresar, diversión o modernidad, sin embargo no son muy legibles en textos largos, por esto su uso debe ser muy cuidadoso y usarlo en casos que sean necesarios.

Color

En el diseño, el color es muy subjetivo. Lo que produce una reacción en una persona puede provocar una muy distinta en otra persona. A veces esto se debe a las preferencias personales de cada una de ellas. La teoría del color es una ciencia en sí misma. Estudiar cómo afecta los colores a las personas, de manera individual o en grupo, es algo a lo que muchas personas dedican una vida de estudios. A veces cambiando el matiz o la saturación de un color podemos causar sensaciones distintas. Las diferencias culturales significan que un color considerado feliz en un país, puede ser considerado deprimente en otro.

Colores Cálidos

Los colores cálidos incluyen al rojo, naranja, amarillo y las variaciones de estos tres colores. Son los colores del fuego, de las hojas caídas, de los amaneceres y atardeceres, por lo general son energizantes, apasionados y positivos. El rojo y amarillo son colores primarios, con naranja entre estos dos, significa que los colores cálidos son realmente cálidos y no se obtienen combinando un color cálido con un color frío.

Colores Fríos

Los colores fríos incluyen al verde, azul y morado, son a menudo más tenues que los colores cálidos. Son los colores de la noche, el agua, la naturaleza y suelen ser relajantes,

apacibles y algo reservados. El azul es el único color primario en el espectro frío, eso significa que los otros colores se obtienen de la mezcla de azul con un color cálido (amarillo para el verde, rojo para el morado). Los verdes toman algunos atributos del amarillo y el morado toma algunos del rojo.

Colores Neutros

Los colores neutros suelen servir de fondos en diseño web. Son combinados frecuentemente con colores más claros de acento, pero pueden ser usados solos y crear diseños muy sofisticados. Los significados e impresiones de los colores neutros están más determinados por los colores que los rodean que en el caso de los colores cálidos y fríos.

La teoría del color se trata de la sensación de un tono particular, evoca que más cualquier otra cosa. Pero aquí una guía de referencia rápida para los significados comunes de los colores mencionados anteriormente:

Negro: Elegancia, misterio, formalidad

Blanco: Limpieza, pureza, virtud

Rojo: pasión, ira amor,

Naranja: Felicidad, energía, vitalidad

Amarillo: Felicidad, engaño, esperanza

Azul: Responsabilidad, calma, tristeza

Verde: Naturaleza, nuevos comienzos, abundancia

Púrpura: Riqueza, creatividad, realeza

Crema: Elegancia, calma, pureza

Marrón: Fiabilidad, naturaleza, saludable

Composición

Una de las partes más complejas en el diseño gráfico es en su mayoría lo que entendemos como composición. Esto se define como una distribución de todos los elementos que incluiremos dentro de un diseño o composición, de una forma perfecta y equilibrada para que haya orden y armonía. “En toda composición, los elementos que se sitúan en la parte derecha, siempre poseen mayor peso visual, y nos transmiten una sensación de avance. Al contrario los que se encuentran en la parte izquierda, le proporcionan una sensación de ligereza. También podemos observar esto, si lo aplicamos en la parte superior de un documento, posee mayor ligereza visual,” (Waarket, 2015) mientras que los elementos que coloquemos en la parte inferior, nos transmitirán mayor peso visual. “Por lo tanto, no existe una composición perfecta. Cada composición dependerá de su resultado final, para todo ello, es necesario conocer todos los aspectos y formas a tener en cuenta para obtener un resultado con un cierto equilibrio.” (Waarket, 2015)

Las proporciones, la forma, el tamaño.

“Uno de los formatos más conocidos e utilizados es el DINA-4. Podemos limitar las proporciones de nuestra composición a través del color. También existe las formas, las

angulares y alargadas amplían el campo de visión, mientras que formas angulares cortas, nos transmiten la sensación de timidez y humildad. Las formas redondas (modelo curvilíneo y rectangular), la proporción y la simetría, suelen combinarse, las formas en sus variantes también son simétricas.” (Waarket, 2015) Estas formas crean armonía, suavidad, perfección y precisión. Por ejemplo las formas simples y regulares son las que se perciben y recuerdan con mayor facilidad. Las formas simétricas, en el mundo de la naturaleza, un ejemplo del orden geométrico sobre la formación de sus estructuras vivientes. El tamaño de un elemento, en relación al resto, también presenta diferentes definiciones. Las formas grandes, anchas o altas, se perciben cómo, más fuertes, pero las más pequeñas, finas o cortas, simbolizan la debilidad y delicadeza. (Waarket, 2015)

La escala

Entendemos por escala cuando se da una relación matemática (proporción) entre las dimensiones de distintos elementos. Una escala se puede representar mediante un número o una fórmula. La escala normalmente se usa en cartografía, planos, mapas para poder representar una medida proporcional al tamaño real. Es cuando citamos, por ejemplo, este plano está en escala 1:10. Este concepto hace referencia a que, para realizar el plano, se ha aplicado un factor de reducción determinado (en este caso, dividir por diez), para poderlo dibujar en un lugar más pequeño, sin que pierda sus proporciones y se pueda apreciar bien. (Waarket, 2015)

El equilibrio en una composición

Cada forma o figura representada sobre un papel se comporta como un peso, peso visual como lo llamamos nosotros los diseñadores, porque ejerce una fuerza óptica. Los elementos de nuestra composición gráfica pueden ser imaginados como los pesos de una balanza. Una composición se encuentra en equilibrio si los pesos de los distintos elementos que la forman se compensan entre sí. (Waarket, 2015)

Este criterio se aplica principalmente al diseño global, es decir, a la disposición de los elementos sobre la superficie de trabajo. Normalmente se busca este equilibrio, aunque en alguna ocasión se provoca un desequilibrio intencionado para conseguir unos resultados específicos en un diseño.

Estilos fotográficos

Los estilos fotográficos “expresan la manera de percibir la realidad del fotógrafo dentro de un contexto determinado, y con base en muchos aspectos el fotógrafo va definiendo su propio estilo ya que este es el autor de sus fotografías. Existen géneros fotográficos que de cierta forma son la inspiración o la base de los estilos que adopta un fotógrafo y tenerlos en cuenta o de base.” (Fotografía esencial, 2013)

Fotografía Documental

Según el diccionario Webster la fotografía documental es aquella que muestra la evidencia, la verdad de lo que sucedió; transmite la información; juicio auténtico. A esta definición le podemos añadir que muestra lo que el fotógrafo está experimentando en ese preciso momento y que logro plasmar en una fotografía, con un toque de imaginación. Para esto el fotógrafo requiere de una buena técnica lograr su propósito. Antiguamente se

creía que era un estilo popular y vulgar por la crudeza de las imágenes en el periodismo gráfico.

Fotografía artística

Está catalogada dentro del nivel estético, incluso dentro de otras ramas del arte como la pintura. Los niveles que se han alcanzado en este estilo fotográfico han llevado a la fotografía a ser cada vez a ser mucho más apreciada y reconocida en el mundo del arte, este estilo fotográfico nos evidencia los límites de la representación y de la experiencia de la naturaleza, dentro de la visión personal y de una técnica concreta. Este estilo fue impulsado en los años 50 en la que trataban de darle a la imagen una vista de pintura e incluso se usaban los mismos temas.

Fotografía objetiva

Su objetivo es ser lo más neutra posible con la realidad, aunque puede parecerse a la fotografía documental, aquí lo esencial es dejar de lado un enfoque estético que puede estar implícito en la fotografía documental, dado su carácter periodístico o de reporte gráfico. En este estilo el fotógrafo representa tal cual es la realidad, no se basa en solo una percepción personal, sino una interacción objetiva con lo que está pasando en ese momento. Es aquella en la que la fotografía pretende ser objetiva y designar una copia de la realidad lo menos distorsionada posible por una interpretación subjetiva; quizás el designar a esto fotografía neutra sea lo que mejor corresponde a este estilo.

Es aquella en la que la fotografía pretende ser objetiva y designar una copia de la realidad lo menos distorsionada posible por una interpretación subjetiva; quizás el designar a esto fotografía neutra sea lo que mejor corresponde a este estilo.

Fotografía de representación

En esta sentimos ya la visión más personal de lo esencial, lo que intenta realmente expresar el fotógrafo, lo que siente, lo que está viviendo y cómo ve la realidad. Es la belleza o el interés de un tema que motiva al fotógrafo a trabajar con la representación. Sabiendo ya que el estilo fotográfico es una manera propia de hacer fotografía, siendo aquello que diferencia las fotos de dos artistas distintos y también es aquello que hace que todas las imágenes de un mismo fotógrafo parecen ligadas por tener “algo” en común, podemos pasar a cómo podemos descubrir qué tipo de estilo tiene un fotógrafo. (Fotografía esencial, 2013)

Estándares de calidad

La Industria Gráfica se fundamenta en el hecho de plasmar, en cualquier superficie y con cualquier técnica, información que pueda ser interpretada fácilmente por otra persona distinta a su creador y que la pueda llegar a entender. “La invención del papiro marco trascendencia en la historia, ya que fue mediante esa técnica que se logró plasmar y transmitir mensajes móviles hacia las personas.” (Cristina Caiza, 2012)

El surgimiento de la imprenta no sólo aporta con la rapidez en que los datos pueden ser transcritos a un papel sino también con la posibilidad de la multiplicidad de los mismos.

Actualmente existe poca información parcial de lo que el desarrollo de esta industria ha significado para el desarrollo cultural y técnico en nuestro país.

“La industria Gráfica se ocupa de varias funciones dentro del desarrollo de los sectores socio económicos de los pueblos ya que está presente desde la impresión y publicación de los textos con los que se educa la niñez, hasta la publicidad incluida en los productos que se exportan al exterior.” (Cristina Caiza, 2012) Dentro de la Industria Gráfica la gestión de la calidad está basada en la forma de conseguir la mejor calidad de los productos y servicios. Para lograr esto se identificaron cuatro estadios:

Inspección de la calidad: se centra más en el producto final, utiliza equipos de inspectores para comparar los productos de su cadena de producción con los estándares en el proyecto. Su propósito es la inspección de los productos de baja calidad y apartarlos del mercado. Entonces lo que se revisa en esta inspección es todo lo impreso en artes gráficas y auxiliares, manipulados de papel y cartón, edición y reproducción en soportes grabados.

Control de calidad: se fija en el proceso de producción de algún producto o servicio, en este estadio se utilizan dispositivos de medición y técnicas estadísticas. En este control se utilizan las gráficas de control además se enfoca en la detección de defectos, como lo es el caso en los procesos de:

- Fabricación de pastas, papel, cartón u otros soportes imprimibles
- Pre-impresión(tratamiento de textos)
- Impresión (offset, huecograbado, serigrafía, flebograpía, etc.)

Aseguramiento de la calidad: se basa en el cumplimiento del conjunto de normas ISO de la serie 9000, es decir la aplicación de estándares para cumplir con un sistema de calidad que permita identificar las características adecuadas de calidad para un producto final. Este estadio se centra en la prevención de defectos. Es decir asegurar que los procesos mencionados anteriormente y también los productos estén satisfaciendo las expectativas de producción para evitar pérdidas incalculables.

Gestión total de la Calidad: este estadio se basa en los pilares de calidad que son:

- Centrado en el cliente
- Compromiso Total
- Medidas
- Apoyo sistemático
- Mejora Continua.

(Calidad Aplicada al Diseño Gráfico, 2012)

5.01.02. Software a utilizar

Adobe Ilustrador CC 2017: Programa utilizado para la creación de vectores, redibujos logotipos portada y contra portada.

Adobe Photoshop CS6: Programa utilizado para la edición y retoque de fotografías, las mismas que fueron tomadas a lo largo de la elaboración del proyecto.

Adobe InDesign CS6: Programa utilizado para la diagramación y maquetado del fotolibro.

5.02. Descripción de la Herramienta

5.02.02. Metodología (Materiales y Métodos)

Se encuestó a 90 personas residentes de la parroquia de San Antonio de Ibarra ubicado en la provincia de Imbabura ciudad de Ibarra, para de esta manera recolectar información para que nos sirva de fuente de información y de esta manera poder desarrollar el presente proyecto y determinar la creación del proyecto.

También se utilizó el método de observación para tener en cuenta la realidad, altos y bajos por los que pasa la parroquia.

Modelo de encuesta:

Esta encuesta tiene como objetivo obtener información para saber si es factible la realización de un fotolibro en la Parroquia de San Antonio de Ibarra.

1.- ¿Cree usted que la parroquia aprovechan los recursos que ofrece como su cultura, arte y artesanías?

Si..... No.....

2.- ¿Está de acuerdo usted que la parroquia de San Antonio tiene mucho por mostrar cómo es su arte, su cultura y sus artesanías, las mismas que no se explotan y que muchas personas no conocen?

Si..... No.....

3.- ¿Qué cree usted que atrae más a las personas a visitar y conocer la parroquia de San Antonio?

Cultura..... Arte..... Artesanías..... Tradición.....

4.- ¿Cree usted que un fotolibro lograría fomentar interés por parte de nuevas personas y así motivar a estas a una posterior visita?

Si..... No.....

5.- ¿Cree usted que es necesario la creación de un fotolibro representativo de la parroquia que muestre la cultura, arte y tradición de la parroquia como muestra de identidad cultural?

Si..... No.....

5.02.03. Resultados

A continuación analizamos los resultados de cada pregunta planteada en la encuesta.

1.- ¿Cree usted que la parroquia aprovechan los recursos que ofrece como su cultura, arte y artesanías?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	32	32%
NO	68	68%
TOTAL	100 personas	100 %

Tabla 9: Pregunta de encuesta N°1

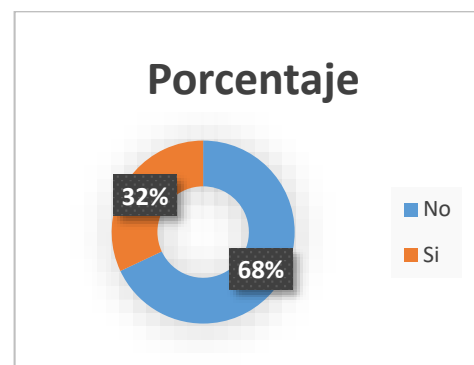


Figura 7: Grafico pregunta N°1

La mayor parte de las personas en un 68% creen que la parroquia no sabe aprovechar sus recursos, por lo cual la percepción de las mismas es que saben que tienen muchos recursos por dar a conocer y no saben aprovecharlos o no saben cómo hacerlo.

2.- ¿Está de acuerdo usted que la parroquia de San Antonio tiene mucho por mostrar cómo es su arte, su cultura y sus artesanías, las mismas que no se explotan y que muchas personas no conocen?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	93	93%
NO	7	7%
TOTAL	100 personas	100 %

Tabla 10: Pregunta de encuesta N°2

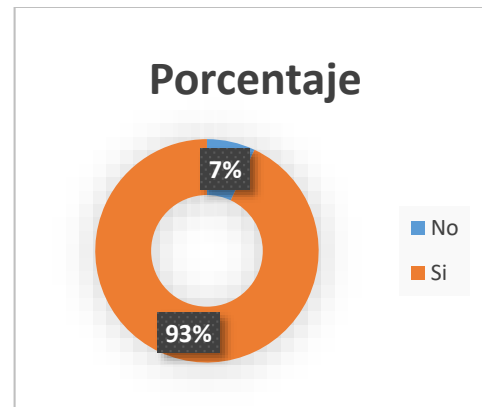


Figura 8: Grafico pregunta N°2

Se puede observar que la gran mayoría de personas entrevistadas en un 93% son conscientes de los atractivos que tiene la parroquia y que estas servirían como fuerzas para que futuras personas lleguen a conocer la parroquia.

3.- ¿Qué cree usted que atrae más a las personas a visitar y conocer la parroquia de San Antonio?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Cultura	9	9%
Arte	10	10%
Artesanías	62	62%
Tradicición	19	19%
TOTAL	100 personas	100 %

Tabla 11: Pregunta de encuesta N°3

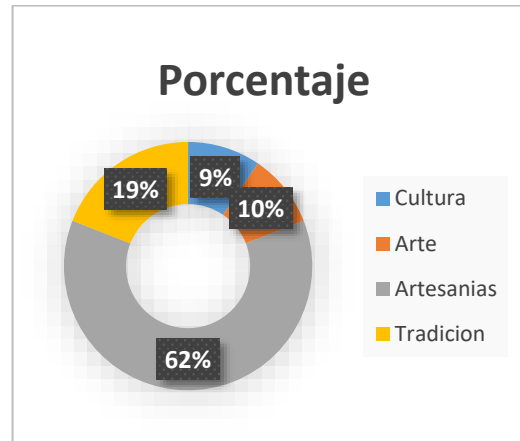


Figura 9: Gráfico pregunta N°3

Como se observa en la tabla un buen porcentaje opina que las personas llegan a visitar la parroquia por sus artesanías en un 62%, y a continuación aquellos que opinan que es por su tradición en un 19%, seguido por los que opinan que es por su arte en un 10% y finalizando con los que opinan que es por su cultura que esta ofrece en un 9%

4.- ¿Cree usted que un fotolibro lograría fomentar interés por parte de nuevas personas y así motivar a estas a una posterior visita?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	82	82%
NO	18	18%
TOTAL	100 personas	100 %

Tabla 12: Pregunta de encuesta N°4

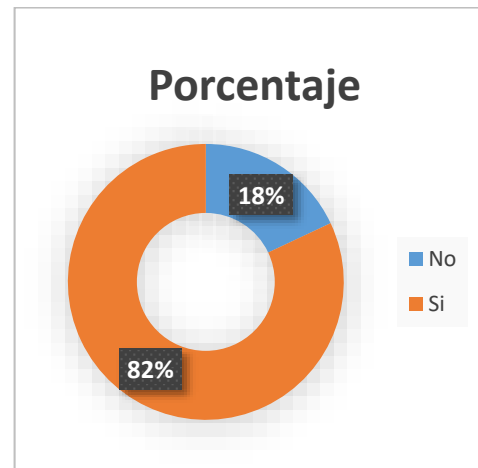


Figura 10: Grafico pregunta N°4

Se observa que la gran mayoría de personas en un 82% está de acuerdo en que un fotolibro serviría como herramienta para fomentar el interés por visitar la parroquia ya sea a personas nacionales como extranjeras.

5.- ¿Cree usted que es necesario la creación de un fotolibro representativo de la parroquia que muestre la cultura, arte y tradición de la parroquia como muestra de identidad cultural?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	100	100%
NO	0	0%
TOTAL	100 personas	100 %

Tabla 13: Pregunta de encuesta N°5

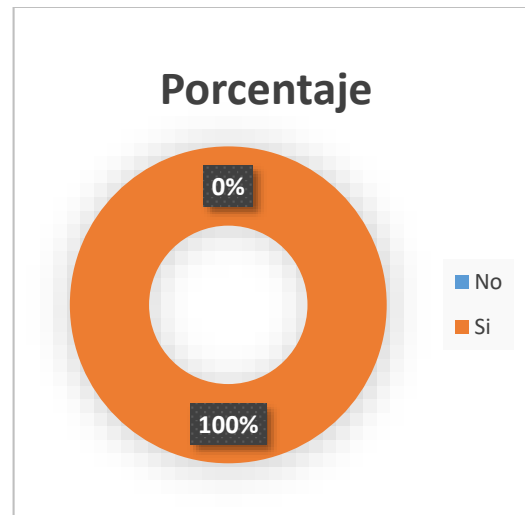


Figura 11: Grafico pregunta N°5

Las personas en tu totalidad de 100% están de acuerdo en que la realización de un fotolibro serviría para mostrar y dar a conocer todo lo que la parroquia ofrece en cuanto a su cultura, arte, tradición y artesanías y esto nos da como resultado que el proyecto es factible para realizarse.

5.02.04. Discusión

Se evidencia por medio de los resultados de la encuesta realizada en la parroquia de San Antonio de Ibarra la necesidad de realizar un fotolibro ya que se llega a apreciar que los moradores del sector son conscientes de que no los medios para darse a conocer son escasos y se muestra un interés por parte de los encuestados por dar aceptación a la realización del fotolibro por lo cual es muy factible la realización del proyecto.

5.03. Diseño Editorial

5.03.01 Mapa de contenidos

1. Artesanías
2. Arte
3. Gastronomía
4. Tradición
5. Infraestructura local
6. Cultura

Figura 12: Mapa de contenidos.

5.03.02 Retículas

Para el diseño del fotolibro se lo realizara por medio de 4 tipo de retículas las cuales estará compuesto en las hojas internas el fotolibro para de esta forma las fotografías se logren apreciar de forma ordenada y con espacios de oxigenación, el tamaño de la hoja es A4 que comprende 29,7 x 21 cm en formato horizontal.

Retícula N° 1

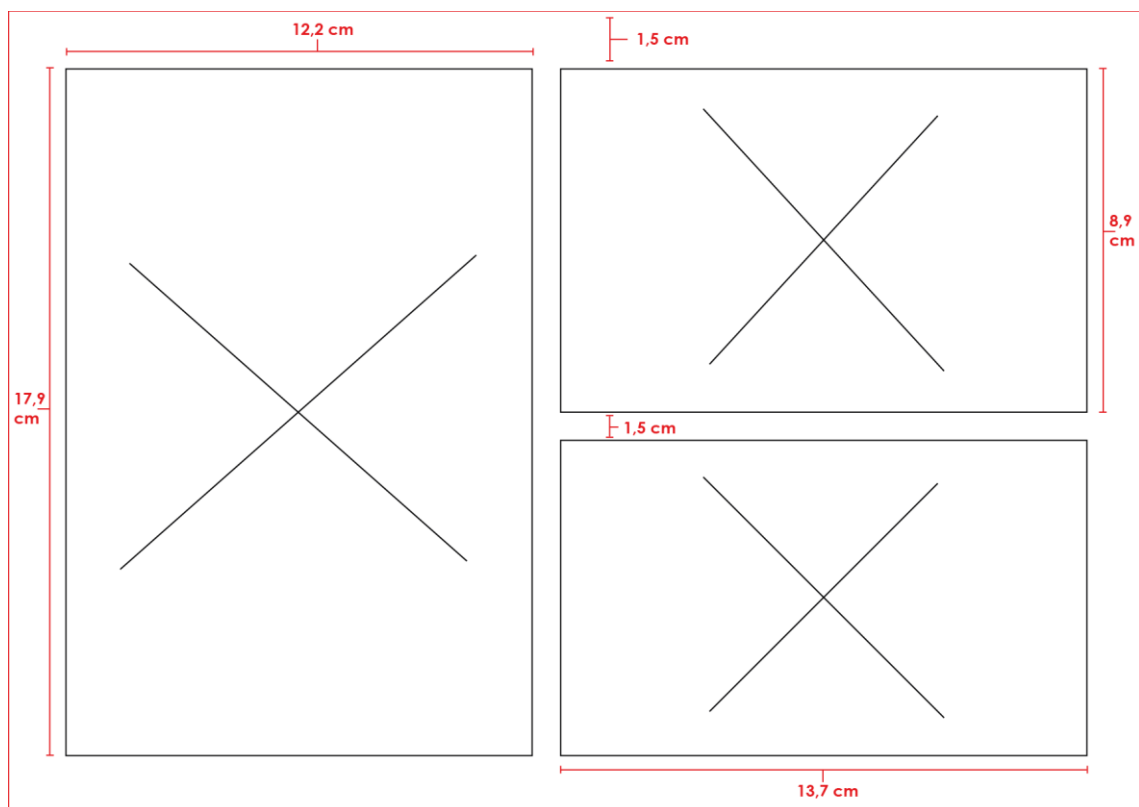


Figura 13: Retícula 1.

Retícula N° 2

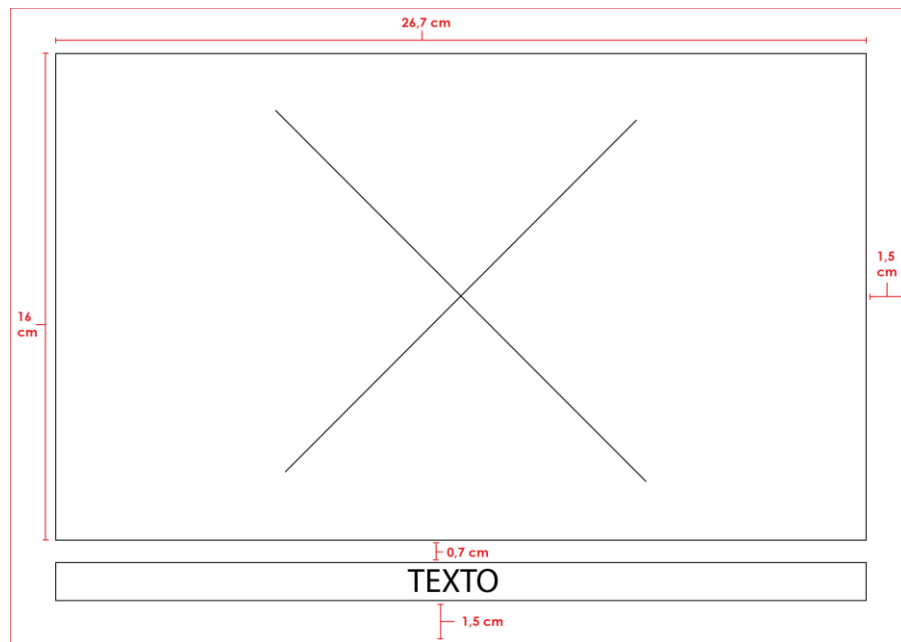


Figura 14: Retícula 2.

Retícula N° 3

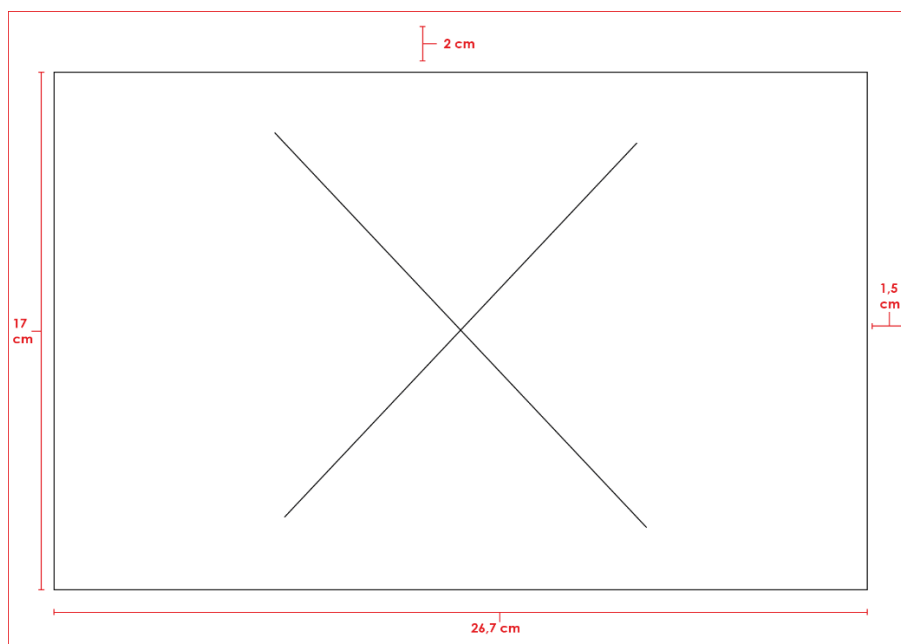


Figura 15: Retícula 3.

Retícula N° 5

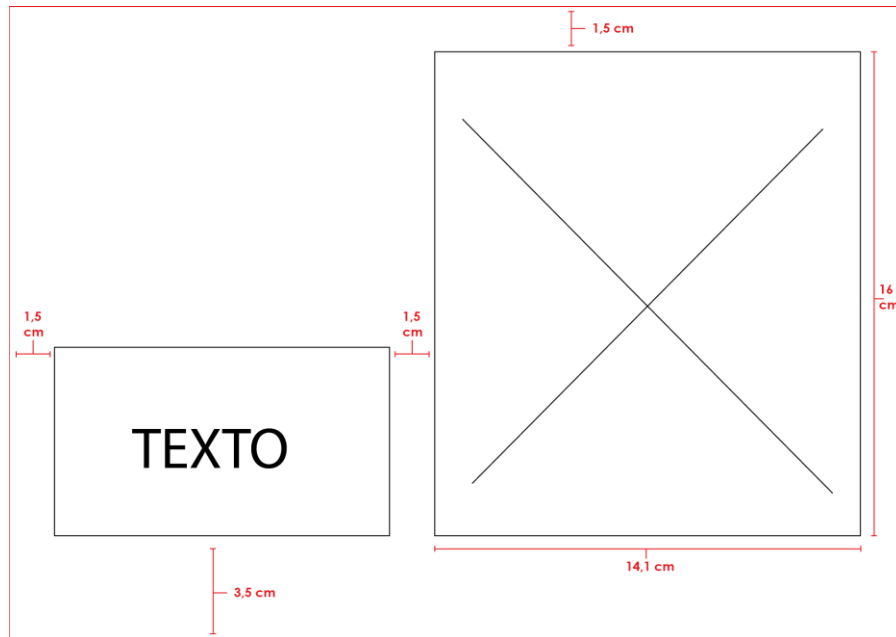


Figura 16: Retícula 4.

Retícula N° 5

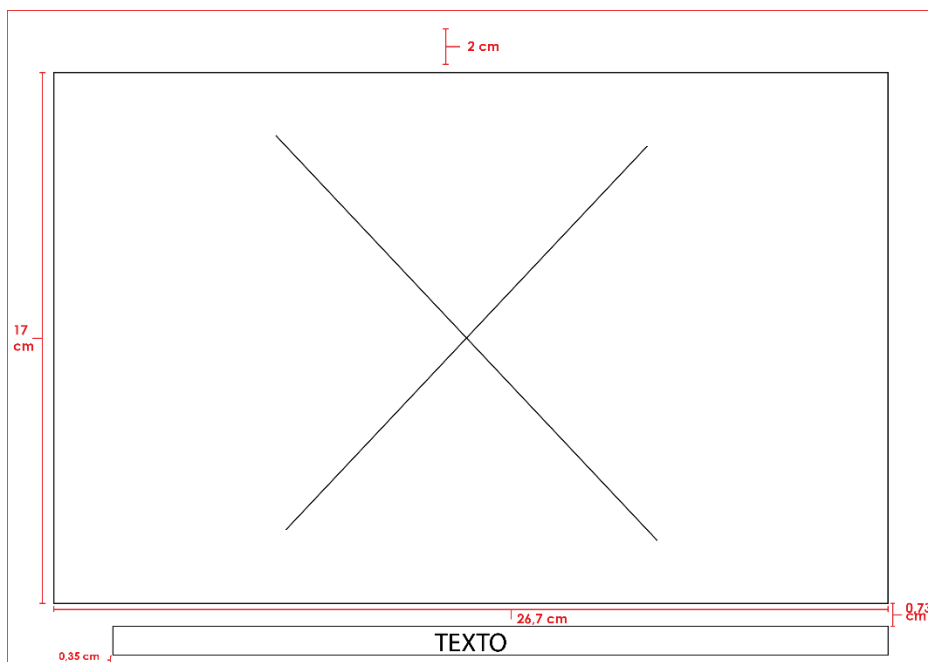


Figura 17: Retícula 5.

5.03.03. Planificación

Para la realización del proyecto del fotolibro debemos seguir varios pasos hasta llegar al producto final:

- Recopilar información por distintos medios, fotográfica, escrita y de observación.
- Se dio un nombre al fotolibro donde incluya las temáticas a tratar con las que contara el fotolibro.
- Se procede al diseño de portada contra portada.
- Se elige el diseño y la diagramación que va a tener el fotolibro.
- Se da una edición y retoque fotográfico a cada una de las fotografías tomadas a lo largo de la realización del proyecto.
- Se procede a la diagramación en el programa InDesign.
- Seleccionamos el material en el que se dará impresión al fotolibro.
- Realizamos la impresión del fotolibro para llegar al producto final.

5.03.04. Índice de imágenes.



Figura 18: Índice de imágenes.

DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

Figura 19: Índice de imágenes.



DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

Figura 170: Índice de imágenes.



DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

Figura 21: Índice de imágenes.



DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

Figura 18: Índice de imágenes.



DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

5.04 Ilustración.

5.04.01 Imagen corporativa

Logotipo



Figura 193: Logotipo.

Colores



Figura 204: Logotipo colores.

Se eligió dos colores, el color amarillo y negro, el color amarillo es un color vivo que denota felicidad y alegría, el color negro denota elegancia y misterio, estos dos forman parte del logo y colores del fotolibro y así estos dos colores tengan armonía en cuanto a la diagramación y diseño del fotolibro.

Tamaño



Figura 25: Tamaño.

5.04.02 Cromática

Se destinó contar con varios tipos de colores tanto principales como secundarios, como colores principales se destinó trabajar los colores negro, blanco y amarillo los cuales están integrados y forman parte del logotipo, estos colores también se utilizaran para los títulos y el cuerpo de texto en el fotolibro.

Figura 216: Colores principales.

Colores principales

CMYK

	C	0
	M	0
	Y	0
	K	100

	C	0
	M	0
	Y	100
	K	0

	C	0
	M	0
	Y	0
	K	0

RGB

	R	0
	G	0
	B	0


	R	255
	G	255
	B	0

	R	255
	G	255
	B	255

Hexadecimales

	# 000000
---	----------

	# FFED00
--	----------

	# FFFFFFFF
---	------------

Como colores secundarios se cuenta con dos tipos de colores, un color plomo oscuro y un color crema claro, estos serán utilizados para las hojas separadoras las cuales mostraran el tema a observar.

Colores secundarios

CMYK

	C	24,2
	M	0,4
	Y	11
	K	0

	C	74,3
	M	64,7
	Y	63
	K	81,3

RGB

	R	247
	G	248
	B	234

	R	29
	G	29
	B	27

Hexadecimales



F7F8EA



1D1D1B

5.04.03 Tipografía

En cuanto a la tipografía se optó en la parte de los títulos tener un gran impacto, por la cual se utilizara entre tipografías con estilo Bold y Regular y todo en mayúsculas, las cuales harán juego entre los títulos del fotolibro, por otro lado para el cuerpo de texto se optó por una tipografía en estilo regular en mayúsculas, para describir alguna que otra fotografía.

Figura 227: Tipografía.

TITULOS	
Nombre	Familia tipográfica
Aspex (Mayúsculas)	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 .-!+ ? =) (/ & % \$ # * ~ ! _ : ; []
BIG JOHN (MAYUSCULAS)	A B C D E F G H I J K L M N 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 O P Q R S T U V W X Y Z 0123456789 .-!+ ? =) (/ & % \$ # * ~ ! _ : ; []
YORKWHITELETTER (MAYUSCULAS)	A B C D E F G H I J K L M N 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 O P Q R S T U V W X Y Z 0123456789 .-!+ ? =) (/ & % \$ # * ~ ! _ : ; []
CUERPO DE TEXTO	
Nombre	Familia tipográfica
SF MOVIE POSTER (MAYUSCULAS)	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789 .-!+ ? =) (/ & % \$ # * ~ ! _ : ; []

5.04.03 Capturas de pantalla de la interfaz

A continuación se muestra un poco de la interfaz que va a llevar el libro, comenzando por la portada, hojas internas y finalizando con la contra portada, las mismas que ya han sido aplicadas las retículas que antes habíamos señalado, para de esta forma tener armonía y orden en el fotolibro.



Figura 238: Portada.



Figura 29: Hojas interna.

DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

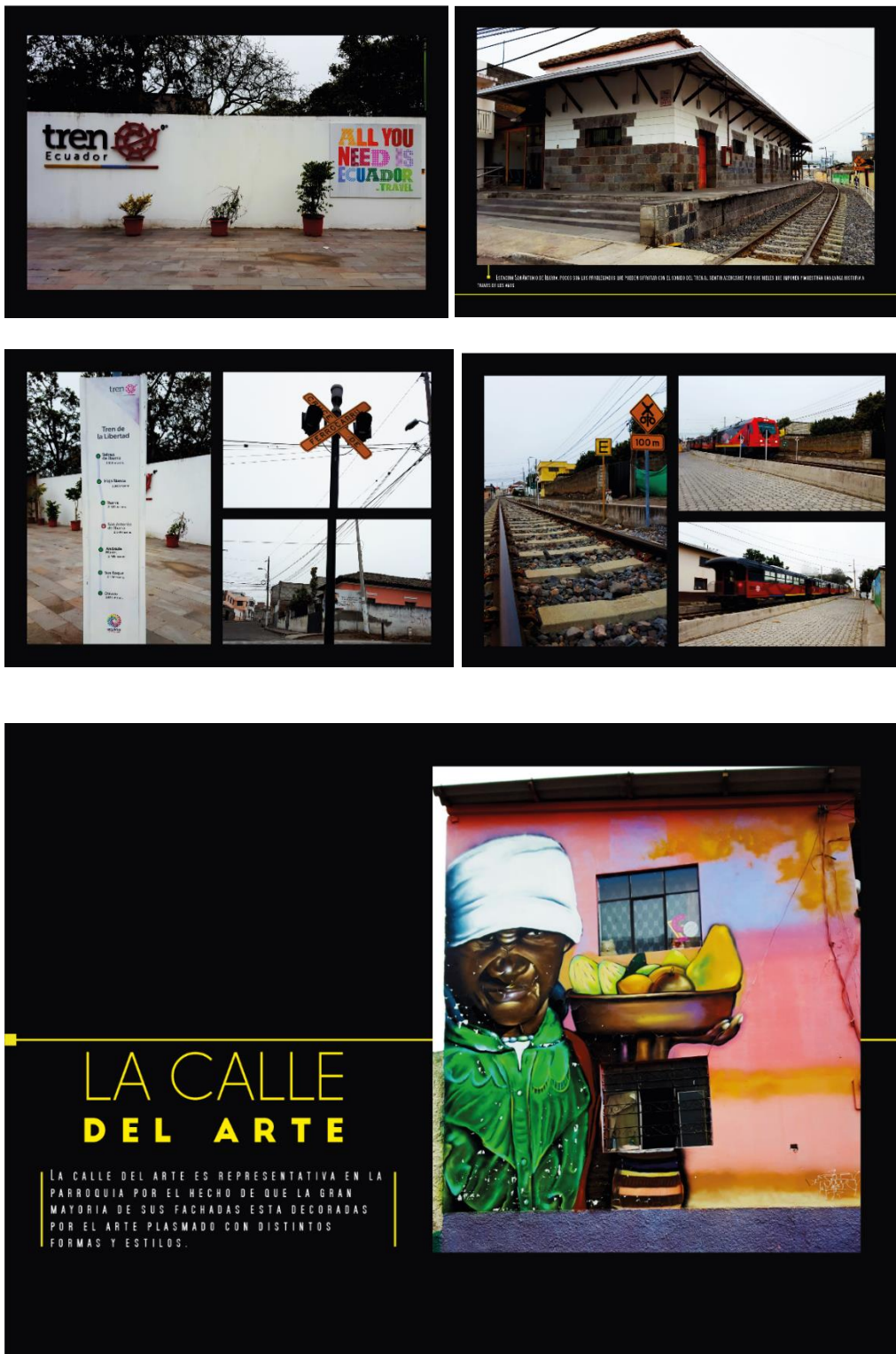


Figura 30: Hojas internas.

DISEÑO DE UN FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS, FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.



Figura 31: Hojas internas.

"LA FOTOGRAFÍA ES EL ARTE DE LA OBSERVACIÓN. SE TRATA DE ENCONTRAR ALGO INTERESANTE EN UN LUGAR ORDINARIO. ME HE DADO CUENTA DE QUE TIENE POCO QUE VER CON LAS COSAS QUE VES Y MUCHO CON CÓMO LAS VES."

-ELLIOTT ERWITT



REALIZADO POR: ROMEL DELGADO
DISEÑADOR GRÁFICO
AÑO: 2018

Figura 242: Contraportada.

CAPÍTULO VI

6. Aspectos Administrativos

6.01. Recursos

Técnicos – Tecnológico	
Computadora:	Asus X455L procesador intel core i5 (5ta Generacion) 8GB de RAM, Tarjeta de video Nvidia Gforce 920m 2GB
Programas:	Adobe Ilustrador CC 2017, Adobe Photoshop Cs6, Adobe InDesign Cs6, Microsoft Office 2013
Camara:	Camara nikon d3100
Informacion:	Internet, Impresora
Humano	
Tutora:	Ing. Gabriela Hurtado
Gestor del Proyecto:	Romel Delgado
Poblacion:	Habitantes de la parroquia de San Antonio
Autoridades:	Junta parroquial de San Antonio de Ibarra, Instituto Tecnológico Cordillera
Comerciantes:	Artesanos de la parroquia de San Antonio de Ibarra
Económico	
Materiales:	Papel bond, lapiz, esferos, flash USB, libros, revistas.
Transporte:	Trasporte personal, buses, taxi.

Tabla 14: Recursos

6.02. Presupuesto

6.02.01. Gastos Operativos

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total	Financiamiento
80	Impresiones Papel Bond B/N	\$ 0,4 ctvs	\$ 32 dlrs	Autofinanciamiento
12	Alimentacion	\$ 3.50 dlrs	\$ 42 dlrs	Autofinanciamiento
18	Transporte publico	\$ 0.30 ctvs	\$ 5,40 dlrs	Autofinanciamiento
6	Internet	\$ 22 dlrs	\$ 132 dlrs	Autofinanciamiento
6	Luz	\$ 12 dlrs	\$ 32 dlrs	Autofinanciamiento
		Total:	243, 40	

Tabla 15: Gastos operativos

6.02.02 Aplicación del Proyecto

A continuación se da a mostrar los costos de medios, como medios principales tenemos la FanPage en Facebook y un afiche, luego como medios secundarios un Roll Up y para terminar la realización de un flyer como medio auxiliar.

Medios Principales	Arte	Cantidad	Valor Total
Afiche	\$ 50		\$ 50
Impresion	\$ 0.75 ctvs	20	\$ 15
Fan Page			
Foto de Perfil	\$ 20	1	\$ 20
Foto de Portada	\$ 30	1	\$ 30
		TOTAL:	\$ 115

Tabla 16: Medios principales

Medio Secundario	Arte	Cantidad	Valor Total
Roll Up	\$ 50	3	\$ 150
TOTAL:			\$ 150

Tabla 17: Medios secundarios.

Medios Auxiliares	Arte	Cantidad	Valor Total
Flyer	\$ 25		\$ 25
Impresion	\$ 0.25 ctvs	50	\$ 15
TOTAL:			\$ 40

Tabla 18: Medios auxiliares.

Subtotal Total:	305
17,65% tercerización:	17,6
Producción:	243, 40
Subtotal Total:	566
10% imprevistos	56,6
TOTAL:	622,6

Tabla 19: Total de medios.

Gasto del producto.

Descripción	Total
Medios	\$622,6
Diagramación y diseño del fotolibro	\$640
Toma de fotografías y edición y retoque	\$420
TOTAL GENERAL:	\$1.682,6

Tabla 20: Total gasto del producto.

6.03. Cronograma

Tabla 21: Cronograma de actividades

N.	Actividad	Resp.	Tiempo	Resultados Esperados				
				Semana				
			MES					
1	Investigación de Antecedentes del tema planteado	Gestor del proyecto	Noviembre	X	X			Formulación del tema y recolección de datos
2	Realización de antecedentes	Gestor del proyecto	Noviembre			X		Recopilación de información
3	Capítulo 1 aprobado y finalizado	Gestor del proyecto	Noviembre				X	Información finalizada
4	Análisis de Alternativas	Gestor del proyecto	Diciembre	X				Definir alternativas que constan en el proyecto a realizarse.
5	Capítulo 2 finalizado	Gestor del proyecto	Diciembre		X			Información finalizada
6	Problemas y objetivos	Gestor del proyecto	Diciembre		X			Realización del Árbol de Problemas
7	Finalización del capítulo 3	Gestor del proyecto	Diciembre			X		Información finalizada
8	Elaboración de Análisis ambiental, matriz de análisis de objetivos	Gestor del proyecto	Enero	X				Recolección de información necesaria
6	Finalización capítulo 4	Gestor del proyecto	Enero		X			Información finalizada
7	Toma de fotografías	Gestor del proyecto	Enero		X	X		Recolectar fotografías.
8	Elaboración de diagrama de estrategias, indicadores y medios de verificación.	Gestor del proyecto	Enero				X	Toma de decisiones.
9	Elaboración del marco lógico.	Gestor del proyecto	Febrero	X				Recolectar información.
N.	Actividad	Resp.	Tiempo	Resultados Esperados				

			MES	Semana				
10	Elaboración de la propuesta.	Gestor del proyecto	Febrero	X	X	X		Maquetar, edición de fotografías y diseño.
11	Finalización del capítulo 5	Gestor del proyecto	Febrero				X	Información finalizada
12	Realización de Recursos, presupuestos y cronograma	Gestor del proyecto	Marzo	X				Verificación de gastos y de recursos.
13	Finalización del capítulo 6	Gestor del proyecto	Marzo		X	X		Información finalizada.
14	Elaboración de conclusiones y recomendaciones y bibliografía	Gestor del proyecto	Marzo				X	Brindar información adecuada.
15	Finalización del capítulo 6	Gestor del proyecto	Marzo				X	Información finalizada.
16	Entrega del borrador	Gestor del proyecto	Marzo				X	Corrección de errores mínimos.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

Como resultado de la investigación realizada se pudo conocer que los habitantes son conscientes de lo que su parroquia ofrece y la cual no se explotan sus atractivos como debería ser ya que esta cuenta con mucha cultura, tradiciones y sobre todo lo que más resalta de ella, sus artesanías y arte de las manos de talladores y artistas de la parroquia, lo cuales cuentan con años de experiencia en esa labor diaria, misma que esta puede llamar la atención de personas que quieran saber más de esta costumbre y labor de la parroquia de San Antonio de Ibarra.

- El fotolibro aporta con mucha variedad de información visual representativa de la parroquia.
- Con la creación del fotolibro varias personas se interesaron por llegar a visitar la parroquia o tenerla en cuenta.
- Por otro lado la creación del fotolibro generó interés a las autoridades de la parroquia por optar por nuevos medios de difusión para así dar a conocer la misma.
- De igual manera esto generó a las autoridades a estar dispuestas a disponer de presupuesto para así llegar dar a conocer la parroquia y atraer la visita de nuevos turistas ya sean nacionales y extranjeros.

- La parroquia por medio del fotolibro tendrá que ofrecer visualmente a quienes no conocen sobre ella.

7.02. Recomendaciones

El proyecto realizado contribuye a mostrar lo máximo posible la esencia de la parroquia de San Antonio de Ibarra, ya que está en el sector se muestra en todos lados y se la puede apreciar a primera vista.

- Lograr que el tema del proyecto sea lo más concreto a lo que se quiere llegar a dar a conocer.
- Dialogo con las autoridades para así dar a conocer de lo que se va a realizar y que estas muestren interés.
- Indagar en fuentes confiables y si es posible en el mismo sector a personas conocedoras de lo que se planteó en el tema.
- Lograr mostrar lo planteado en el tema en las fotografías, que estas tengan un contenido llamativo y de interés.
- Mostar lo esencial que esta parroquia posee y ofrece, en este caso cultura, tradición arte y artesanías.
- Llegar a difundir el fotolibro por medios ya sean impresos o digitales y así lograr darlo a conocer a nuevas personas.

Bibliografía

- Arévalo, H. P. (Abril de 2015). *Repositorio virtual PUCESI*. Obtenido de <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Analisis%20de%20las%20unidades%20economicas%20artesanales%20de%20San%20Antonio%20de%20Ibarra%20que%20elaboran.pdf>
- Atlas*. (8 de Mayo de 2015). Obtenido de Atlas: <https://atlasiv.com/2015/05/08/el-fotolibro/>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *El Marco Lógico para el Diseño de Proyectos*. Washington, DC.
- Calidad Aplicada al Diseño Gráfico*. (07 de 2012). Obtenido de Calidad Aplicada al Diseño Gráfico: <http://calidadcristinacaiza.blogspot.com>
- Definicion.de*. (2008). Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/arte/>
- Definicion.de*. (2010). Obtenido de <https://definicion.de/tradicion/>
- Definicion.de*. (2011). Obtenido de <https://definicion.de/artesania/>
- dzoom*. (Mayo de 2016). Obtenido de dzoom: <https://www.dzoom.org.es/por-que-la-fotografia-impresa-es-indispensable-tambien-en-la-era-de-la-fotografia-digital/>
- Fotografia esencial*. (11 de 04 de 2013). Obtenido de Fotografia esencial: <https://www.fotografiaesencial.com/blog/2013/04/11/estilos-fotograficos/>
- Fusion Sistemas Inteligentes*. (s.f.). Obtenido de <http://www.fusionsistemas.com>

Garrido Almeida, A. S. (9 de Junio de 2011). *Repositorio UTN*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1970/1/FECYT%20TESIS.pdf>

Municipio de Ibarra. (2001). Obtenido de Gobierno autonomo descentralizado municipal de Ibarra: www.touribarra.gob.ec

Parr, G. B. (8 de Mayo de 2015). *Atlas*. Obtenido de <https://atlasiv.com/2015/05/08/el-fotolibro/>

Senplades. Plan Nacional de Desarrollo Todo Una Vida (2017 - 2021). Quito.

Significados. (s.f.). Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/cultura/>

staffcreativa. (Mayo de 2014). Obtenido de *staffcreativa*: <http://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>

Viajandox. (s.f.). Obtenido de *Viajandox*: <https://www.ec.viajandox.com/ibarra/san-antonio-de-ibarra-A216>

Villarroel, S. M. (1994). *Repositorio virtual PUCESI*. Obtenido de https://www.puce.edu.ec/economia/docs/disertaciones/1994/1994_montesdeoca_villarroel_silvia.pdf

Waarket. (07 de 10 de 2015). Obtenido de *Waarket*: <https://waarket.com/la-composicion-en-el-disenio-grafico/>

Yépez Sanafria, E. F. (Julio de 2016). *Repositorio UTN*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6270/1/02%20TUR%20034%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

Anexo



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL
DE SAN ANTONIO DE IBARRA
PERÍODO 2014-2019



GADSAI-CP-007/2018
San Antonio de Ibarra 23 de mayo de 2018

CERTIFICO

Que, el Señor: **ROMEL JAVIER DELGADO RIVERA**, portador del número de cédula **1004014435**, estudiante de la carrera de Diseño Grafico del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, quien ha aprobado con todos los requisitos reglamentarios por la realización del proyecto de diseño de un FOTOLIBRO PARA DAR A CONOCER LAS TRADICIONES, CULTURA, ARTE Y ARTESANÍAS FOMENTANDO LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA, y quien ha aprobado con todos los requisitos reglamentarios, con un rendimiento de 10 (diez sobre diez), por el diseño del proyecto en mención.

Es todo cuanto puedo CERTIFICAR en honor a la verdad, el interesado puede hacer uso del presente como estime conveniente, **EXCEPTO PARA TRÁMITES DE CARÁCTER JUDICIAL.**

Atentamente,
"SAN ANTONIO, TRADICIÓN, ARTE Y CULTURA"



M.Sc. Oscar Lomas Reyes
PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE SAN ANTONIO DE IBARRA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

DISEÑO GRÁFICO

ORDEN DE EMPASTADO

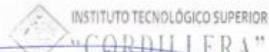
Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) DELGADO RIVERA ROMEL JAVIER, portador de la cédula de identidad N° 1004014435, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018



25 ABR 2018

Sra. Mariela Balseca
CAJA VESTIGIO PREAGRICOLA



CONSEJO DE CARRERA

Ing. Raquel Andrade
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra 25-04-2018
BIBLIOTECA



03 MAY 2018

8.55.18
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



DIRECCION DE CARRERA

Ing. Leticia Carrero
DIRECTOR DE CARRERA



03 MAY 2018

Magui Ordóñez
Magui Ordóñez

Tgla. Magui Ordóñez
SECRETARIA ACADÉMICA

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Romel Delgado urkund .pdf (D37159316)
Submitted: 4/3/2018 5:13:00 AM
Submitted By: dromeljavier@hotmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1970/1/FECYT%20TESIS.pdf>
<https://definicion.de/arte/>
<https://www.fotografiaesencial.com/blog/2013/04/11/estilos-fotograficos/>
<http://andresmorales.es/blog/importancia-tipografia-diseno-grafico/>
<https://waarket.com/la-composicion->

Instances where selected sources appear:

12



