



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Proyecto Integrador previo a la Obtención del Título de Ingeniero en
Diseño Gráfico Publicitario.

**“La fotografía como herramienta de apoyo del desarrollo artístico en
lugares públicos estratégicos de la ciudad de Latacunga”**

Autor: Campaña Pichucho, Edgar Geovanny

Profesor Guía: Cabrera, Diego

Ambato-Ecuador

Febrero, 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema“LA FOTOGRAFÍA COMO HERRAMIENTA DE APOYO DEL DESARROLLO ARTÍSTICO EN LUGARES PÚBLICOS ESTRATÉGICOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA” del Sr. Edgar Geovanny Campaña Pichucho, Egresado de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, 09 de Febrero 2017

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Diego Cabrera', is written over a light blue horizontal line. The signature is fluid and cursive.

Ing. Diego Cabrera Msc.

TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “LA FOTOGRAFÍA COMO HERRAMIENTA DE APOYO DEL DESARROLLO ARTÍSTICO EN LUGARES PÚBLICOS ESTRATÉGICOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de éste trabajo de grado..

Ambato, 09 de febrero 2017



EL AUTOR

Edgar Geovanny Campaña Pichucho

C.I. 050318487-1

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Integrador o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto integrador, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, 09 de febrero 2017

EL AUTOR



Edgar Geovanny Campaña Pichucho

C.I. 050318487-1

APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema “LA FOTOGRAFÍA COMO HERRAMIENTA DE APOYO DEL DESARROLLO ARTÍSTICO EN LUGARES PÚBLICOS ESTRATÉGICOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”, presentado por el Sr. Edgar Geovanny Campaña Pichucho de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato, Febrero 2017

Para constancia firma:

.....
Presidente

NOMBRE:

C.I.

.....
Miembro del Tribunal

NOMBRE:

C.I.

.....
Miembro del Tribunal

NOMBRE:

C.I.

“DEDICATORIA”

Es muy difícil ordenar ideas de diseñador, y tal vez buscar las letras adecuadas para este escrito, un poema o una rima para expresar un sentimiento un motivo, todo va fluyendo mientras te das cuenta que la vida trae algo consigo, todo lo vivido y largas jornadas de éxitos y fracasos, ahora da resultados, un mensaje positivo y una gran satisfacción de haberlo conseguido.

Quiero dedicar mi trabajo a mis padres, que siempre me han brindado el apoyo para seguir adelante en cualquier circunstancia, he sido muy débil y fuerte a la vez y de una u otra manera han sabido estar conmigo, a mis hermanas que tienen un ejemplo a seguir de lucha y constancia, a la vida que me ha dado muchas oportunidades que con el pasar del tiempo supo darme un hogar a cual daría mi vida por estar junto a ellos hijo mío Nikolas
Campana.

A mi familia que rara vez la veo, pero sé, que ahí en algún rinconcito de su corazón me recordaran por alguna travesura o por haber podido ayudar de alguna manera.

Así mismo quiero hacer una dedicatoria muy especial a la música, al arte en general que siempre me acompaña, que han sido testigos de muchos momentos de soledad y también de compañía, siempre inspirándome con dulces melodías acústicas y mágicas que han sabido alimentarme como mejor ser humano.

“AGRADECIMIENTOS”.

AGRADECIMIENTOS

A mis profesores que han sabido impartir conocimientos de valiosa importancia quienes han sido el motor principal de inspiración para cada día superarme, compañeros de clase, y a toda la gente que me ha rodeado, a los buenos y malos amigos que a lo largo de la carrera universitaria siempre dejaron alguna lección, agradecido con la naturaleza quien ha sabido darme inspiración y motivación para que mi creatividad pueda más halla, agradecido con las personas que integran el Foto Club Latacunga, quienes considero personas muy constantes y capaces de superar expectativas, un agradecimiento especial a las empresas públicas y privadas quienes han sabido apoyar la gestión cultural.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xii
ABSTRACT.....	xiii

CAPÍTULO I

1. INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 Problema.....	2
1.2 Objetivos.....	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos Específicos.....	4
1.3 Justificación.....	4
1.4 Contextualización.....	9

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL.....	31
2.1 Equipo de Formación y experiencia.....	31

2.2 Alianzas Estratégicas	33
2.3 Análisis Estratégico (FODA)	35
2.3.1 Fortalezas	35
2.3.2 Debilidades.....	35
2.3.4 Amenazas	36
2.3.5 Evaluación de los puntos fuertes y débiles, las oportunidades y las amenazas.....	36
2.4 Perfil de Usuario	41

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.....	42
3.1 Estudio del Mercado	42
3.1.1 Segmentación del mercado	46
3.2 Tendencias del mercado.....	57
3.2.1 Análisis de tendencias	57
3.2.2 Perfil de la competencia.....	59
3.2.2.1 Decisión de introducción.....	61
3.2.3 Fuentes de información	61
3.2.3.2 Primarias / Secundarias	62
3.3 Brief	63
3.4 Benchmarking	64
3.5 Marketing.....	68
3.5.1 Objetivo general de marketing	68
3.5.2 Objetivo específico de marketing:	68
3.5.3.1 Producto:	69
3.5.3.2 Precio	74
3.5.3.3 Promoción:	74
3.5.3.4 Plaza:	79
3.5.3.5 Persona:.....	79

CAPITULO IV

4. DESARROLLO DEL PRODUCTO	80
4.1 MARCO GENERAL DEL PROYECTO DE DISEÑO	80
4.1.1 Identidad del producto:	80
4.1.2 Descripción del producto.....	90
4.1.3 Necesidad del mercado	90
4.1.4 Estrategias del desarrollo del proyecto:	88
4.1.5 Plan de medios.....	97
4.1.5.1 Objetivos.....	97
4.1.5.2 Target.....	97
4.1.5.3 Canales:.....	90
4.1.5.4 Medios:	91
4.1.5.5 Resultados:	95
4.1.6 Concepto de marca:.....	101
4.2 PLAN DE PRODUCCIÓN	101
4.2.1 Expresión Creativa:.....	101
4.2.2 Valor agregado / propuestas de valor.....	101
4.2.3 Materiales e Insumos:	101
4.2.4 Acabados:.....	102
4.2.5 Composición:	102
4.2.6 Jerarquía:.....	102
4.2.7 Funcionalidad:.....	102
4.2.8 Presupuesto	103
4.2.8.1 Costos Variables:	103
4.2.8.2 Costos fijos.....	103
4.2.8.3 Manos De Obra:	103
4.2.8.4 Gastos generales.....	104
4.2.8.5 Gastos Administrativos:	104
4.2.8.6 Costo total:	104

4.2.8.7 Utilidad.....	105
4.2.9 Realización del Dummie o Maqueta	106

CAPITULO V

EVIDENCIA DEL PROYECTO EJECUTADO EXPOSICIÓN	116
5. ANEXOS.	119
Anexo 1 Periódico cultural CCE Núcleo de COTopaxi	119
Anexo 2 Carta Compromiso Foto Club Latacunga CCE Núcleo de Cotopaxi	121
Anexo 3 Agradecimiento por la participación activa en la “Feria de la productividad Cotopaxi vive 2016”	124
Anexo 4 Autorización del logotipo para proyectos de fotografía.	125
Anexo 5 Autorización de uso de las instalaciones para las reuniones que realice el colectivo.....	126
Anexo 6. Ejemplo de formato para acuerdos de alianza estratégica	127
Anexo 7. Solicitud y apoyo para el colectivo de parte de instituciones públicas y privadas.	130
5.1 Bocetos.....	134
ISOLOGO 2D	134
ISOLOGO 3D	135
PROCESO DE EDICIÓN VIDEOS MAKING OF	136
PROCESO DE EDICIÓN FOTOGRAFÍAS	136
6. BIBLIOGRAFÍA	138

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Potenciales Clientes	46
Tabla 2 Benchmarking	64
Tabla 3 Precio	74
Tabla 4 Medios	91
Tabla 5 MedioImpreso	92
Tabla 6 Calendario	93
Tabla 7 Costos Variables	103
Tabla 8 CostosFijos	103
Tabla 9 Mano De Obra	103
Tabla 10 Gastosgenerales	104
Tabla 11 GastosAdministrativos.....	104
Tabla 12 Costo total.....	104
Tabla 13 Utilidad	105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Flujograma del Equipo	31
Gráfico 2 Puntos de mayor afluencia del target seleccionado	32
Gráfico 3 Primera convocatoria para ser parte del Colectivo	43
Gráfico 4 Estadística primera convocatoria	44
Gráfico 5 Detalle de estadística primera convocatoria	44
Gráfico 6 Segmentación de Mercado	48
Gráfico 7 Tamaño de la Muestra	49
Gráfico 8 Encuesta a la Muestra	49
Gráfico 9 Ingreso Económico	50
Gráfico 10 Educación	50
Gráfico 11 Nivel Socioeconómico	51
Gráfico 12 Personalidad de la persona	51
Gráfico 13 Estilo de vida	52
Gráfico 14 Preferencias de las personas	52
Gráfico 15 Se considera la fotografía como un arte.	53
Gráfico 16 Que es o que se considera al momento de adquirir un producto artístico. ...	53
Gráfico 17 Cuáles son los beneficios al momento de adquirir un producto artístico	54
Gráfico 18: Conoce espacios públicos con galerías permanentes de arte en la ciudad de Latacunga.	54
Gráfico 19: Con que frecuencia acudiría a observar exposiciones de arte en la ciudad de Latacunga	55
Gráfico 20: El arte fotográfico como herramienta para el desarrollo de la sociedad.	55
Gráfico 21 Taller Fotográfico	61
Gráfico 22 Ciclo de Vida del Producto	73
Gráfico 23 Encuesta para escoger el Logo	81
Gráfico 24 Isologo	82
Gráfico 25 Procesos	83
Gráfico 26 Tipografía	83
Gráfico 27 Plan de Acción	89

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se elabora con la finalidad de fomentar el arte fotográfico en la ciudad de Latacunga, la cual en base a una investigación profunda se determina la falta de conocimiento y desinterés en el campo artístico fotográfico, el cual resulta un mercado hueco y de ésta manera se aprovecha para poder ingresar en este ámbito.

El contenido investiga movimientos culturales de diversas partes del mundo, y enfocándonos en el sector sierra centro de nuestro país encontramos el colectivo Foto Club Latacunga quienes vienen realizando proyectos de tipo artístico fotográfico con exposiciones y galerías.

Es así que se plantea en dicho colectivo la realización de este tipo de propuestas donde el objetivo principal es tener una cultura visual activa en la ciudad de Latacunga, con proyección a eventos nacionales e internacionales, para esto el colectivo ha firmado un convenio con la casa de la cultura núcleo de Cotopaxi en donde se pueden realizar prácticas fotográficas con los miembros del colectivo, así se va aplicando los conocimientos adquiridos, las fotografías son publicadas cada mes en una revista informativa de dicha institución. (Ver anexo 1)

Los proyectos están dirigidos a profesionales y amantes a la fotografía que les apasiona dicho arte, cada proyecto tiene una duración aproximada de 4 meses cada año, se planea siempre la realización de los mismos finalizar para celebrar conjuntamente con las fiestas de la ciudad.

PALABRAS CLAVE: DISEÑO GRÁFICO / FOTOGRAFIA ARTÍSTICA / CULTURA VISUAL ACTIVA

ABSTRACT

The present project is elaborated with the purpose of fomenting the photographic art in the city of Latacunga, which based on a deep investigation determines the lack of knowledge and disinterest in the photographic artistic field, which results in a hollow market and of this Way is used to enter this area. The present project investigates cultural movements of diverse parts of the world, and focusing on the sector sierra center of our country we find the collective Foto Club Latacunga who are realizing projects of photographic artistic type with exhibitions and galleries.

It is thus that the group proposes the realization of this type of proposals where the main objective is to have an active visual culture in the city of Latacunga, with projection to national and international events, for this the collective has signed an agreement with the house Of the core culture of Cotopaxi where photographic practices can be carried out with the members of the collective, thus applying the acquired knowledge, the photographs are published every month in an informative magazine of that institution. Annex 0.1 Cultural periodical The projects are aimed at professionals and photography lovers who are passionate about this art, each project has a duration of approximately 4 months each year, it is always planned the completion of the same to celebrate together with the festivities of the city.

**KEY WORDS: GRAPHIC DESIGN / ARTISTIC PHOTOGRAPHY / ACTIVE
VISUAL CULTURE**

INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo y la llegada de nuevas generaciones, identidades, culturas y manifestaciones artísticas han ido cambiando y evolucionando constantemente, es por ello que hoy en día poco o nada se hace por rescatar y plasmar obras auténticas de trascendencia para las futuras generaciones.

En la ciudad de Latacunga la fotografía a través de la historia ha ido plasmando acontecimientos importantes y trascendentales en el tiempo, tanto como de arquitectura, político, social y cultural, las manifestaciones artísticas como en la pintura, literatura, teatro y danza han sido ejes del desarrollo artístico cultural de la ciudad.

En el campo de la fotografía existieron y existen personas que a través de sus memorias nos invitan a conocer la historia, fotógrafos que han trascendido en el tiempo dejándonos verdaderas joyas que realzan la belleza tanto en paisajes como en retratos y fotografía artística.

La recopilación de información ha permitido conocer que las necesidades y muchas de las veces la curiosidad, llevo a la formación autodidacta del conocimiento fotográfico, el Sr. Víctor Rodríguez fotógrafo reconocido de la ciudad nos comenta como era la fotografía en los años sesenta donde todo se lo consideraba como una magia, el recuerda que se tomaba las fotos en los parques con los caballitos, el heredo su profesión de su padre el cual era muy exigente con sus cámaras, el Sr. Patricio Taco, fotógrafo de la ciudad de igual manera recuerda que junto a su padre recorría los pueblos en donde había fiestas para realizar sus labores de asistente, una de sus anécdotas que nos recuerda es que su primera fotografía lo hizo mientras no había nadie y nos deja una gran lección el que no arriesga no aprende, fotógrafos de la época antigua nos recuerdan a sus padres cuando hacían magia.

Artistas Latacungueños que han realizado exposiciones fotográficas fuera de la ciudad, así es el caso de María del Rosario Salazar, la Nena Salazar, que con sus ideas en la época de los setentas hizo sentir su arte a nivel nacional e internacional, esta joven fotógrafa que a sus 16 años de edad ya exponía sus trabajos de fotografía de desnudos, danza y teatrales, las invitaciones que ha recibido de los diferentes museos y espacios que han desarrollado este tipo de manifestaciones artísticas ha tenido sus objetivos claros de promocionar el desarrollo socio-cultural de la juventud ecuatoriana, con miras a lograr una identidad de este grupo poblacional en el campo cultural.

Se pretende generar espacios para que la sociedad adulta valore la ética y estética que motivan a los jóvenes, cuando se expresan en este tipo de manifestaciones artísticas.

CAPÍTULO I

1. INVESTIGACIÓN

1.1 Problema

En la ciudad de Latacunga poco o nada se ha hecho por el tema fotográfico, tanto en la forma artística como cultural, no existen espacios dedicados a manifestaciones fotográficas, la gente no conoce la historia a través de la imagen, el bagaje cultural artístico es bajo o nulo.

La sociedad en nuestro ámbito local no aprecia el arte, ni tampoco es considerado como una necesidad indispensable.

Integrar el diseño y sus componentes a proyectos activos de fotografía que fusionen la cultura y se plasme en visuales interesantes, de tal manera que se genere una participación integradora entre los individuos y la colectividad, poniendo a consideración la percepción de cada persona al concebir conceptos y técnicas para poderlos exponer.

Se plantea la consolidación de un colectivo de fotografía en el cual se imparta conocimientos acerca de los temas más relevantes a través de una recopilación de información de archivos fotográficos históricos, creando la necesidad del conocimiento, estas reuniones se lo realizan cada sábado o dependiendo del tiempo considerando a la mayoría de integrantes del colectivo, aquí se ira planteando cada uno de los proyectos y la parte logística para la elaboración y ejecución de los mismos.

Realización de cursos fotográficos en donde a través de la práctica se pueda visualizar el trabajo realizado, generando expectativas rentables dentro del colectivo.

Exposiciones fotográficas periódicamente, así como también la generación de imágenes para vender, exportar, y publicarlas como material promocional publicitario, ya sea en el aspecto turístico como en el aspecto artístico cultural, como por ejemplo afiches, carteles, postales, calendarios, etc.

Talleres de fotografía permanentes pagados, con invitados locales, nacionales e internacionales.

Salidas fotográficas patrocinadas por Dto. De Desarrollo Social, en el cual incluya un guía, y refrigerio, dentro de la provincia, esto generara ingresos e incremento turístico en la ciudad y provincia.

Las necesidades a cubrir en el mercado están vinculados con el aspecto turístico, dando a conocer la ciudad a través de la imagen, así como también dentro del colectivo, para la generación de dinero para la adquisición de equipos y sustentos, generación de una nueva área de trabajo, cubrir eventos dentro y fuera de la ciudad con el equipo disponible y el talento humano necesario.

Colaboración y auspicios de entidades públicas y privadas, que quieran generar ingresos a través de este tipo de proyectos.

La gente consume y por ende estos proyectos son beneficiosos para todas las personas que ejercen comercio dentro de la ciudad indirectamente.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General.

- Generar una cultura visual activa en la ciudad de Latacunga a través de la creación de proyectos fotográficos para rescatar espacios donde se pueda exponer el arte.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Mostrar el desarrollo del arte fotográfico en la ciudad de Latacunga.
- Emprender imaginarios sociales a través de la fotografía, creando historia por medio de las mismas para las futuras generaciones.
- Estudiar cada uno de los proyectos mostrando mensajes de acuerdo a las percepciones individuales

1.3 Justificación.

Los proyectos fotográficos son de gran importancia para la colectividad porque buscan crear arte en el lugar al que están enfocados, así mismo pretenden generar elementos visuales que perduren para la posteridad mostrando el arte que se produce y generando historia para nuevas y futuras generaciones.

En la ley de comunicación no existe ningún tipo de artículo que hable acerca de proyectos fotográficos y fomentar el desarrollo de los mismo, por lo general en la ley de comunicación solo se encuentran artículos que hablan de códigos deontológicos (Los códigos deontológicos habla específicamente de la ética que deben tener los comunicadores al momento de ejercer su trabajo) y otros que se remiten a regular a los medios pero de ahí no existe ningún artículo que fomente el arte de la fotografía y las posibles restricciones

que pueden existir para generar proyectos fotográficos, sería en primer lugar la falta de apoyo de las autoridades pues no se apoya con un presupuesto para que se generen este tipo de proyectos y por otro lado depende del tipo de proyecto que se genere, este puede incidir en varios artículos de la ley de comunicación como por ejemplo que no se puede utilizar imágenes de niños o personas discapacitadas si no se cuenta con la debida autorización de la persona que está encargada del mismo o a su vez que alguna persona se sienta ofendida o afectada por el mismo proyecto y se pida que se aplique la ley de réplica en la que se pide a la persona que en este caso genera el proyecto que se dé una rectificación en la que la persona afectada se sienta conforme que genere el mismo espacio que se dio en el proyecto que afecto a dicha persona

En el objetivo 4. Del Plan Nacional del Buen Vivir menciona. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía..

Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

5.1.c. Ampliar los Centros Interculturales Comunitarios hacia un sistema nacional desconcentrado de bibliotecas públicas, videotecas y centros de interpretación de la memoria y el patrimonio social.

5.1.h. Fomentar y fortalecer redes y espacios para el encuentro y el trabajo colectivo ciudadano, orientados hacia la innovación social, la producción y el mejoramiento de la calidad del hábitat.

5.1.i. Fortalecer los espacios públicos y comunitarios de intercambio económico y desincentivar los espacios privados y excluyentes.

La importancia de realizar este tipo de proyectos es que generara un desarrollo económico, social y cultural en la ciudad de Latacunga la cual ha venido siendo olvidada durante mucho tiempo, con esto podemos replantear la oportunidad de generar entradas de dinero, activar un mercado hueco tanto en la empresa pública como privada.

Generar una cultura activa que trascienda en el tiempo, además de explotar en el sector económico, social, cultural, turístico y artístico de la ciudad, creando necesidades para las personas y expandir con el trabajo a otras ciudades e incluso países.

La oportunidad de rescatar espacios públicos para la difusión de este tipo de manifestaciones artístico culturales, satisfacer necesidades como la identidad cultural, generar la oportunidad para que las nuevas generaciones conozcan y se interesen por esto, ya que es un mercado que no está explotado, de tal manera que se genere una expectativa nueva y novedosa en la ciudad de Latacunga.

Los beneficios que este trabajo proporciona están enfocados en el ámbito social ya que la gente va a ver a Latacunga desarrollarse con productos y promociones de calidad

Rescatar la cultura, observando nuevas cosas que la gente no haya tenido la oportunidad de observar y apreciar, generando visuales innovadores que brinden el beneficio de conocer y realizar un viaje hacia lo antiguo moderno y contemporáneo.

Económicas.- generar dinero a través de las distintas actividades que se vayan desarrollando, como el hecho de vender paquetes tanto de talleres, como productos terminados, a la vez ofrecer el servicio para llevar una imagen de manera profesional y comprometida.

Las personas que se beneficiaran directa e indirectamente son quienes lideran el colectivo así como también los miembros activos del mismo, desde la parte del reconocimiento y el trabajo que realicen, así como la remuneración, también hablamos desde las personas que ejercen su oficio ya sea como vendedores ambulantes, a través de las diferentes exposiciones y muestras que generan masas de gente.

Las fotografías quedarán plasmadas en las memorias y en un archivo donde reposarán las fotografías, haciéndolas históricas para la ciudad, según los temas que se vayan desarrollando, serán de gran utilidad para las nuevas y futuras generaciones que indaguen acerca del tema.

EL valor agregado de esta clase de proyectos será evidenciado en un archivo histórico, rescate de obras auténticas, así como también, la fusión con otro tipo de manifestaciones como la danza, música, teatro y pintura.

El alcance que tendrán estos proyectos se va proyectando de una manera local, una vez posicionada avanzamos con un alcance regional, nacional y con miras internacionales, con escalas de tiempo, y desarrollos de nuevos e innovadores proyectos.

En el mercado no existe este tipo de propuestas, es entonces donde observamos una oportunidad para explotar este tipo de propuesta en donde la fotografía puede implementarse en materiales publicitarios y soportes de alta calidad, tanto digitales como impresos, postales que se comercializaría en las diferentes ciudades y provincias, así como también calendarios y material publicitario, que a la vez funcionarían como material para generar turismo y por ende desarrollo en la ciudad.

Los recursos técnicos es el equipo que consolidaremos con cada uno de los miembros activos del club, y lo armamos de acuerdo a las necesidades como cámaras, laptops, flashes rebotadores, luces, difusores, etc.

Se cuenta con el conocimiento, y el contacto del personal para capacitaciones, así como también gente que nos puede ayudar con archivos gráficos que son trascendentales de la ciudad, la historia que se ha ido plasmando tanto del ámbito artístico, paisajista, arquitectónico que a través del tiempo ha ido dejado sus huellas.

Profesionales especializada en diseño y amantes de la fotografía, el colectivo que ya existe y la consolidación de las personas interesadas en este tipo de proyectos como historiadores, y comunicadores sociales.

Los recursos económicos e los va generando a través de auspicios o en base a la autogestión, con cuotas que se aportan cada reunión, los fondos que se generan en los ministerios de cultura, y casa de la cultura ecuatoriana presentando este tipo de proyectos para poder sustentarlos.

El tiempo, estimado es de seis meses para cada proyecto, dos proyectos finales por año, además de muestras en redes sociales de salidas y practicas fotográficas.

El auspicio, de la empresa pública y privada, una vez que se presenta el proyecto se espera la aprobación y luego se procede a la ejecución del mismo.

1.4 Contextualización.

“La fotografía como herramienta de apoyo del desarrollo artístico en lugares públicos estratégicos de la ciudad de Latacunga”

- Contextualización macro.

La fotografía ha cambiado la manera de recordar las cosas, nos brinda la habilidad de capturar momentos únicos y reales, y así damos paso a la confirmación de la memoria.

En el Blog, de Fotoperiodismo Y Cibercultura sobre el: Surgimiento Y Desarrollo de una Nueva Forma de Fotoperiodismo se menciona que:

“En el siglo XX se produjo una auténtica revolución industrial y, con el consiguiente cambio tecnológico, se empezaron a demandar nuevos sistemas de procesamiento y transmisión de la información”.

Así mismo en este Blog dicen que:

“Las primeras cámaras fotográficas digitales surgen en las factorías de las distintas empresas en los años 70, que se van desarrollando simultáneamente a las mejoras que se van introduciendo en las cámaras tradicionales: microprocesadores, autofocus, flash incorporado, etc”

La galería de arte 291 de la Quinta Avenida en Nueva York se consideró la primera galería de arte fotográfico en la cual expusieron grandes artistas de vanguardia entre el 24 de Noviembre del 1905 y 1917, la galería se denominaba PhotoSecession, Photo-secession fue un movimiento artístico fundado por Alfred Stieglitz, que durante sus cincuenta años de carrera luchó por hacer de la fotografía una forma de arte al nivel de la pintura y la escultura, junto a Edward Steichen quien tomó su primera foto en 1895 y

posteriormente fue miembro del Photo-Secession, (club de fotografía artística) y uno de los mayores representantes del Pictorialismo.

En esta época, la fotografía era considerada, como una forma de capturar imágenes mecánicamente, reflejar la realidad vulgar. *Stieglitz*, dedicado siempre a la lucha en defensa de la fotografía como arte, concibe *Photo-secession* como la ruptura con las normas académicas, como una visión personal del mundo, basada en la expresión propia, independiente de toda tradición visual.

Sougez, M.L.; Pérez Gallardo, H. (2003). Diccionario de historia de la fotografía. Madrid: Ediciones señala que:

“A lo largo de esta exposición estuvieron grandes expositores y fotógrafos franceses que mostraban sus fotografías con técnicas nuevas, así como también el desarrollo artístico cada vez iba creciendo con la llegada de pintores, dibujantes y escultores de la época, durante este periodo de transición en el año de 1908 a 1913, la galería alcanza su mayor relevancia en la ciudad de Nueva York, pero con el motivo de la primera guerra mundial fue perdiendo relevancia e impulso hasta cerrar en 1917”.

Así mismo dicen que:

“Durante los años que estuvo abierta ofreció una serie de exposiciones y actos, entre los que se pueden señalar:1907: La primera exposición en Estados Unidos de fotografías realizadas mediante autocromo.1908: La primera exposición de dibujos y acuarelas realizada por Auguste Rodin, quien fue un escultor francés contemporáneo del Impresionismo, y considerado como un artista importante, a tal punto de entenderse que es uno de los "padres de la escultura moderna.1908:

La primera exposición realizada en Estados Unidos de la obra de Henri Matisse, quien fue un pintor francés conocido por su uso del color y por su uso original y fluido del dibujo.1910: La primera exposición de tres litografías realizadas por Paul Cézanne, fue un pintor francés postimpresionista, considerado el padre de la pintura moderna.1911: La primera exposición personal en Estados Unidos de Cézanne.1911: La primera exposición personal en Estados Unidos de Pablo Picasso, uno de los exponentes más importantes en la historia de la pintura.1912: La primera exposición de la obra escultórica de Matisse”.

A nivel mundial el *SlideLuck* periódicamente invita a fotógrafos y artistas a participar en sus presentaciones y exposiciones en la cual integra a la gastronomía con la fotografía, la expresión creativa y la participación de artistitas internacionales hacen de estos eventos aglomeración de masas, esta idea nace con el fotógrafo comercial y editorial Casey Kelbaugh fue sede de la primera *Slideluck Potshow* en su pequeño patio trasero Seattle con unos cincuenta amigos. Rodeado de artistas talentosos, Kelbaugh dio cuenta de que Slideluck trajo artistas fuera de sus estudios y cuartos oscuros en un espacio común, Impulsado por esto, Kelbaugh y muchos otros trabajaron para producir de veinte Slidelucks en galerías, patios traseros y estudios de todo Seattle la ciudad más grande del Estado de Washington durante los próximos tres años.

En la actualidad este proyecto se ha expandido por todas las partes del mundo incluyendo así ciudades como Acarigua, Amsterdam, Ann Aibor, Atlanta, Austin, Baltimore, Bangkok, Barcelona, Berlin, Bogotá, Boston, Brooklyn, Buenos Aires, Chicago, Caracas, Dallas Fez, Florence, Los Angeles Montevideo, Tokyo y más ciudades del mundo que cada vez se va sumando en un total de 83 ciudades repartidas en todo el planeta.

Cada ciudad tiene un registro de sus actividades y las exposiciones lo realizan con este nombre ya posesionado, en lugares escogidos por los organizadores de cada ciudad, ya sea en anfiteatros, teatros, lugares abiertos como parques y centros históricos de cada una de las ciudades, una gran puerta al intercambio cultural con artistas reconocidos y aficionados.

Primera Bienal de Chicago anuncia título y serie fotográfica de Iwan Baan¹.

Un ensayo fotográfico de Chicago, a cargo de Iwan Baan, el fotógrafo holandés conocido principalmente por imágenes que narran la vida y las interacciones que se producen dentro de la arquitectura el cual contextualizará los grandes hitos del skyline que es la silueta o la visión total o parcial de las estructuras y edificios más altos de la ciudad estadounidense dentro del paisaje urbano y su vida diaria.

Uno de los objetivos de este proyecto es "promover el lugar único de Chicago en la historia como un sitio de innovación arquitectónica".

El trabajo de Iwan Baan fue encargado para ejemplificar ese acercamiento, así como su renombre en todo el mundo refleja el alcance de la Bienal. "Quizás mejor que cualquier otro él encarna la naturaleza globalizada de la arquitectura en el siglo XX.

El soldado desconocido es una serie de fotografías de gran formato de los jóvenes soldados heridos graves que regresan de las guerras en Irak y Afganistán. Disparo de fotógrafo, David Jay, quien cambió su trabajo fotografiando modelos de pasarela para concentrarse en capturar la realidad que viven cientos de jóvenes soldados estadounidenses. El Soldado Desconocido documenta las vidas e historias de estos jóvenes a su regreso.

1 Iwan Baan (nacido el 8 de febrero de 1975 en Alkmaar) es un fotógrafo holandés. Ha desafiado una larga tradición de representar edificios aislados.

Jay recopiló una serie de fotografías que retratan la vida de estos personajes (ninguno pasa los 30 años) que sufrieron graves lesiones en Irak y Afganistán.

Hace siete años, David Jay fundada y fotografió El proyecto SCAR, una serie de fotografías de gran formato de las mujeres jóvenes sobrevivientes de cáncer de mama. El proyecto se convirtió en una gran amiga de Jay fue diagnosticada con cáncer de mama a la edad de treinta y uno. La exposición se estrenó en Nueva York en 2011 y ahora está viajando internacionalmente. Un libro fue publicado en 2010. El documental sobre el proyecto SCAR, BaringItAll, se estrenó en la Red Style y ganó un premio Emmy en 2012.

La fotografía es una herramienta que ha permitido cambiar realidades a partir del conocimiento, en el aspecto social, es el hecho de contar una historia, en México se realizan proyectos fotográficos donde rescatan a personas de comunidad en comunidad tomando en cuenta a vendedores ambulantes, niños huérfanos, alcohólicos y drogadictos, existe una necesidad de comunicación donde se crean canales para contar historias reales, se quita el estereotipo de que en las provincias no existen fotógrafos, y se van creando espacios para la difusión de estos contenidos, se dictan clases en donde la gente muestra ese interés por querer aprender y muchas de las veces se alargan las clases, son proyectos jóvenes a largo plazo donde lo que más importa es la parte humana, este tipo de proyectos nacen como una forma de protesta de la política cultural del estado, se financian a través de la autogestión vendiendo productos artesanales de fotografía, los proyectos están abiertos a todo los públicos al igual que los espacios, el encuentro fotográfico busca gente que trabaje y le guste hacer las cosas con amor, como un acto de resistencia.

“Basurográficas”: arte fotográfico desde el basurero Alemania.

Son fotos artísticas tomadas por recolectores de residuos con un baúl de basura transformado en cámara fotográfica, en el marco de una exitosa campaña para atraer la atención sobre su importante labor.

El objetivo de una agencia publicitaria de Hamburgo fue publicitar la labor que día tras día realizan los recolectores de basura, además que se sentían atraídos del peculiar traje naranja fosforescente con el que trabajaban estos héroes, demostrando así su importante labor a través de su herramienta de trabajo, ganándose así el respeto y la admiración de la gente, en el proyecto participaron 10 recolectores de basura que fueron los encargados de buscar los lugares para eternizar su existencia en el mundo.

A todos les fascinaron las basurográficas. Solo lamentan que ya haya concluido el proyecto. Pero el éxito de la campaña se hizo sentir, ya que la agencia de publicidad ganó con ella el León de Plata en el Festival Internacional de Publicidad de Cannes. Ahora, la compañía de aseo urbano de Hamburgo se enorgullece de contar con un testimonio artístico de la labor de sus recolectores de residuos.

En España se desarrollan capacitaciones y talleres de formación enfocados a proyectos fotográficos sustentables, en donde la fotografía es la herramienta principal para generar negocios inteligentes.

Taller de “Evernote y los proyectos fotográficos” de Javier Salvador, Embajador de Evernote para la Fotografía.

El programa de Embajadores de Evernote es una comunidad global de usuarios seleccionados que donan su tiempo y conocimiento para enseñarle a otros a convertirse en expertos.

Calderón, L (2013). Clases de Periodismo, en su reportaje 12 Interesantes Proyectos Fotográficos menciona que:

“El fotógrafo Brian Peterson es el fundador de este proyecto, dedicado a construir nuevos álbumes fotográficos para las familias víctimas de desastres naturales. La iniciativa surgió luego de que el fotógrafo, quien llevaba dos años trabajando en Japón, vio la destrucción que causó el terremoto que arrasó con gran parte del territorio de ese país en el año 2011”.

Proyecto realizado en Valencia España

El DIARI INDULTAT es un proyecto artístico predestinado a desaparecer. Fotógrafos de referencia nacional, escritores y colaboradores de otras disciplinas artísticas, se reúnen en Valencia para ofrecer su visión sobre las Fallas de 2016. Con el resultado de este trabajo colectivo es editar una foto libro en formato periódico de 5.000 ejemplares, que, de no ser ejecutados, arderán el 19 de marzo de 2016.

Este proyecto tiene como finalidad vender el mayor número de ejemplares que sea posible, una estrategia muy interesante que fue planteada de una manera peculiar, los fotógrafos que están dentro de este proyecto contaron con cuatro días para realizar la creación de contenidos, edición, maquetación e impresión de los ejemplares, en un día deben las personas incautar el mayor número de ejemplares, después de esto nadie más poseerá este material, una tentativa interesante para quienes aprecian este tipo de trabajos fotográficos artísticos realizados por cada uno de los participantes fotógrafos.

China es una superpotencia en el tema fotográfico, adoptó rápidamente la economía de mercado y el estilo de vida occidental. En ese contexto, el arte contemporáneo remontó en aquellas tierras de forma espectacular.

En Beijing existieron, a principios de la década de 1990, dos concentraciones de artistas: los pintores que se asentaron en *Yuanmingyuan* y la primera generación de artistas de performance, el semillero de la fotografía china contemporánea.

Numerosas expresiones artísticas en el formato de la performance de aquella época pudieron haberse perdido, pero gracias a fotógrafos como Rong Rong, Bay Yilou o Xing Danwen quienes tuvieron la idea de que algo estaba ocurriendo y sintieron la necesidad de plasmar imágenes es así como se documentó de manera inesperada este movimiento artístico crucial.

La fotografía entonces comenzó a valorarse como un canal de expresión artística.

Colorado, O (2015). En su página web Fotografía Contemporánea en China, en su artículo sobre China, Súper Potencia Fotográfica comenta que:

“El gobierno chino ha alentado estos espacios que han adquirido una revaloración gracias a que el arte contemporáneo se ha convertido en un nuevo generador de riqueza y no precisamente, o al menos exclusivamente, cultural”.

Oscar Colorado, analiza en su artículo y concluye que:

“La fotografía china actual está repleta de símbolos que van del cambio a la actitud hacia el poder, el aislamiento, la transición del colectivo a la

individualidad, una forzada adopción de la economía de mercado y la adaptación al cambio”.

En París un proyecto fotográfico con inclusión social sociabilizo el manejo de la cámara para contar historias a raves de ella, es así como los indigentes de la localidad se convierten en fotógrafos, un proyecto que pretende visualizar la perspectiva de la gente que no tiene techo, esta obra inspirada en circunstancias de profundo dolor y de vidas desoladas plasman lo bueno y lo malo.

La exposición incluye 27 fotografías, los políticos franceses han adquirido brillo por apoyar a las instituciones de arte, museos y bibliotecas, teatros y centros culturales, y muchos artistas se ganan la vida por medio de programas culturales financiados por el gobierno.

No se trata de fotografías sobre los indigentes, sino hechas por ellos, lo que les da, al menos en forma temporal, el estatus de artista.

El objetivo centras a través de este tipo de proyectos es construir viviendas para los indigentes que habitan en esta elegante ciudad llena de arte, la recuperación de los espacios brindando una recuperación de espacios destinados al arte sustentable.

En Honduras existe una asociación denominada Libre Expresión la cual trabaja con metodologías especiales para garantizar el aprendizaje de personas vulnerables los temas están enfocados principalmente a la salud sexual responsable, diversidad cultural y derechos humanos, este proyecto nace en el 2003 con la búsqueda de la libre expresión en barrios de bajos recursos a través de la fotografía que ha ido evolucionando con su metodología de comunicación, la fotografía es una herramienta para que los niños y

niñas, jóvenes y otras poblaciones vulnerables expresen sus emociones, sentimientos, necesidades y sueños.

Durante sus primeros años se desarrollan proyectos en alianza con otras ONGs y organismos internacionales, los cuáles combinan la enseñanza de la fotografía con exposiciones fotográficas y publicaciones. La combinación de la fotografía con otras disciplinas artísticas como la poesía se ha trabajado promoviendo la identidad cultural.

En agosto del 2005 se registra oficialmente la fundación de Amigos de Libre Expresión en Holanda y en octubre del mismo año Libre Expresión en Honduras obtiene su personería jurídica.

Las exposiciones de Libre Expresión también se presentan en el extranjero, en países como Cuba e Italia, creando oportunidades y confrontando las realidades de niñas, niños y jóvenes de diferentes países.

En el portal Libre Expresión; (2014) se concluye que:

“Actualmente Libre Expresión comparte una poderosa metodología, basada en el aprendizaje experiencia, en la cual mediante la comunicación social, liderazgo y otras herramientas artísticas, se desarrollan habilidades en los individuos, proporcionando un equilibrio perfecto entre el desarrollo personal, el arte y la influencia sobre el entorno”.

Las escuelas y facultades de arte en Argentina como foto club Buenos Aires, Universidad de Palermo, Motivarte, no se quedan atrás, anualmente realizan muestras de fotografía, se inauguran centros especiales para exponer trabajos de los estudiantes, sus muestras han abierto las puertas a que la demanda de estudiantes a incrementarse altamente

gracias a esto, un profesor comenta que para realizar una buena fotografía es saber utilizar el ingenio el cerebro.

Dedicados a impartir conocimientos tales como talleres, cursos, *workshops* y carreras profesionales en el tema fotográfico.

El periodista peruano Miranda Luis recoge en la muestra fotográfica “*Murru*” la vida diaria de los descendientes directos de los pobladores que habitaron la costa peruana hace cientos de años, conocidos como los Moche.

La iniciativa surgió luego de realizar un reportaje para la televisión. Gracias a esa experiencia, Miranda tuvo la oportunidad de convivir con la realidad de los pobladores y notó lo aislada que la comunidad se había mantenido a lo largo de los años.

Retrató a los habitantes del pueblo de Mórrope, ubicado al norte del departamento de Lambayeque en Perú.

Calderón, L (2013). Clases de Periodismo, en su artículo periodístico Reportero Retrata la Vida de los Descendientes de la Cultura Moche indica que:

“El objetivo principal es hacer que el poblado de Mórrope sea incluido en la ruta Moche, un circuito turístico que promueve la visita a los monumentos arqueológicos de esta cultura”. Y que advierte que:

“En su opinión, es importante lograr que el resto del mundo conozca el legado Moche. “Las fotos han servido para que la nueva generación sienta que ser morropano es importante, que ser muchik (moche) es hermoso y digno de admiración”.El periodista refiere que el siguiente paso será:

“Concretar el lanzamiento de un libro con las imágenes del proyecto. Por ahora, la exposición continuará abierta hasta el día 15 de diciembre en la alameda del banco BBVA, en el distrito de San Isidro”.

La iniciativa surgió luego de pasar unos días en la zona realizando un reportaje para la televisión. Gracias a esa experiencia, el periodista convivió con la realidad de los pobladores y notó lo aislada que la comunidad se había mantenido a lo largo de los años.

La mayoría de los pobladores conservan aún costumbres prehispánicas, para Miranda esto tiene que ver con la zona en la que está ubicado el poblado:

“Mórrope ha podido mantener sus viejas costumbres debido a que se encuentra en una zona muy árida, sin río. Por eso las corrientes migratorias nunca lo tomaron en cuenta”.

Desde hábitos alimenticios ancestrales hasta la relación que mantienen con la naturaleza, las imágenes del proyecto fotográfico revelan un lado interno de la vida de los descendientes pre inca.

En Uruguay la muestra fotográfica detrás de una mirada que tiene un enfoque netamente social de sensibilidad, cerca del Mercado del Puerto de la Ciudad Vieja de Montevideo fue el escenario para comenzar la exposición fotográfica, el objetivo de estas muestras es una invitación a aproximarse a una realidad en la vida cotidiana de personas con síndrome de Down, la aglomeración de gente y el llamado a diferentes medios de comunicación ocurrió con éxito, gracias a la logística que realizaron los miembros de la asociación Down en Uruguay.

Para quienes no pudieron apreciar esta muestra, realizaron una nueva exhibición en otro punto de la ciudad en la cual también tuvo la acogida esperada y cumpliendo con las expectativas esperadas de interés y sensibilidad de la gente.

- Contextualización Meso. (Regional, provincial, cantonal)

En nuestro país se ha realizado eventos culturales de exposición fotográfica en donde existe una amplia variedad de imágenes que se ha mostrado en el país y el mundo en los últimos años.

La embajada del Ecuador en El Salvador, presentó el documental titulado “*El Llanto de la Selva*” en donde se narra la mayor catástrofe ecológica mundial.

El documental contiene las graves consecuencias que se dieron cuando la empresa transnacional Texaco en ese entonces, ahora Chevron, en el Nororiente ecuatoriano fue el más afectado por esa contaminación petrolera.

Después del documental hubo una exposición de fotografías que reflejan los suelos contaminados de las zonas que el petróleo afectó de manera permanente.

Este proyecto fue realizado por tres periodistas salvadoreños Marcela Garay, Dennis Cruz y Antonio Colato, por iniciativa de la Embajada ecuatoriana. Su objetivo fue sensibilizar la conciencia del pueblo salvadoreño y de los centroamericanos sobre lo que está pasando en la Amazonía ecuatoriana, la Amazonía es el pulmón más importante del mundo.

Europa desde Ecuador, es una de las exposiciones que se realizó en la ciudad de Quito del 6 al 24 de mayo 2015, consistía en realizar una convocatoria a fotógrafos profesionales y aficionados ecuatorianos que se encuentran en Europa para captar desde

su perspectiva, esta exposición invitó a conocer la visión de los ecuatorianos sobre la Unión Europea y promoviendo un acercamiento a sus vidas cotidianas, a su forma de ver y entender la vida en el continente europeo.

La fotografía como instrumento para el cambio de la realidad social, proyecto impulsado a nivel nacional por el ministerio de cultura, en el año 2013 SALTANDO MUROS, apunta hacia la posibilidad de rescatar para el arte su función como herramienta de transformación social y, por otro lado, hacia un estudio de las posibilidades del impacto de la imagen fotográfica a la hora no solo de denunciar, sino de realizar un análisis crítico, serio y profundo de una realidad social concreta.

Un proyecto de la Fundación Fondo Internacional de las Artes, con el apoyo de la Secretaría General Iberoamericana y la participación, como columna vertebral del proyecto, de Museos e Instituciones Iberoamericanas.

Saltando Muros es una convocatoria Iberoamericana de proyectos fotográficos para jóvenes de 18 y 35 años que se fundamente en cuatro ideas principales así: *“la fotografía como instrumento para el cambio de la realidad social; el artista emergente; la eficacia de las redes sociales en el proceso de transformación del cambio social; y la función educadora de los Museos”*.

En la provincia de Pichincha en la ciudad de Quito se ha realizado Exposición fotográfica con el objetivo de erradicar la violencia de la mujer, parque La Carolina donde la acogida de la gente es eminente.

Primera bienal de fotografía artística contemporánea, realizada en la ciudad de Quito capital de la república del Ecuador que ha tenido como objetivo impulsar de forma eficaz la difusión y creación del Arte Contemporáneo en el ámbito de la Fotografía, revalorar y

concientizar en la apreciación sensible de un pueblo que crece y vive en la era de los cambios y contrastes, enriquecer nuestra cultura visual, definir el carácter social de una generación y tratando de establecer vínculos con el Arte Contemporáneo.

Instituciones y centros de imagen como la Alianza Francesa, Akelarte y Universidades que estudian la fotografía se encuentran en constante desarrollo artístico donde sus galerías y exposiciones van evolucionando constantemente en la capital de la república.

La asociación de fotógrafos ecuatorianos en su página web viene desarrollando a partir del año 2014 publicaciones permanentes de exposiciones, cursos, talleres, *workshops* y todo lo relacionado a la fotografía.

Festival de arte urbano se desarrolló en la provincia de Chimborazo en la ciudad de Riobamba el Domingo, 27 de septiembre, 2015. Esta actividad fue organizada por el Programa de Desarrollo de Liderazgo con respaldo de la Dirección de Cultura del Municipio de Riobamba. En esta muestra de arte urbano se buscó mejorar la imagen de la urbe riobambeña, se distribuyó el espacio para cada artista que quería expresar su arte, existieron artistas invitados como el Colectivo Colorama. Los integrantes de este colectivo hacen sus diseños, específicamente centrados en las temáticas de tradiciones culturales y con el cuidado del medio ambiente.

Ibarra, Martes, 29 Noviembre 2011, El Departamento de Cultura del Municipio de Ibarra realizó una exposición fotográfica con el fin de mostrar a la ciudad antigua, con de muchos episodios históricos en la cronología de construcción de la urbe ibarreña contemplada desde la construcción del ferrocarril Ibarra-San Lorenzo hasta costumbres y tradiciones, como las corridas de toros populares, las mingas para la construcción de algunos edificios emblemáticos de la ciudad, los mercados de trueque de las comunidades indígenas y

principalmente la vida cotidiana de sus habitantes la moda, costumbres, ropa , vehículos y ceremonias religiosas.

El 27 de julio de 2015 se presentó una muestra pictórica, la exposición colectiva de Latino América se desarrolló en la ciudad de Ibarra y contó con la participación de 42 artistas tanto de Ecuador, Colombia, Argentina, Rusia, España, Venezuela, Estados Unidos, Uruguay, Chile, Taiwan y Brasil, acogido en el Museo Nicolás Herrera de Ibarra. La exposición fue compuesta por 45 trabajos; los artistas emplearon técnicas de óleo, acrílico, bordado y técnica mixtas sobre tela. El proyecto se ejecutó durante un mes y contó con el auspicio de la CCE Núcleo de Imbabura y el Municipio de Ibarra, la logística para que se ejecute esta exposición duro alrededor de un año para traer a los expositores.

Proyecto 48 Horas impulsa muestras de artes fusionadas. Llamadas a través de redes Proyecto 48 Horas, *“un programa cultural impulsado por fotógrafos y especialistas en audiovisual, que se dedica a realizar espacios artísticos en Guayaquil usando varias plataformas, sean estas webs, exposiciones fotográficas, concursos de fotografía o proyectos audiovisuales”*.

En resume en su sitio web Proyecto 48 (2016) sobre la muestra ‘El Laberinto del Imaginarium’ dice que:

“Este evento fue una gran apertura para el colectivo Proyecto 48, que actualmente sigue con esfuerzo la línea de las exposiciones fotográficas en varios géneros; sin embargo, la fotografía conceptual continuará siendo un campo para trabajar y sacar adelante a nuevos talentos y personalidades, con un tanto de carisma como dedicación por el arte”.

La muestra consistió en la presentación de la obra fotográfica conceptual de sus integrantes, el plus fue la participación de seis poetas que debutaron en varios intermedios con versos inéditos.

Este tipo de manifestaciones artísticas utilizando la fotografía y el audiovisual como herramienta ha llevado a los cafés, bares y lugares de libre expansión a mostrar el arte fotográfico además del desarrollo artístico dándole cabida para un negocio rentable en donde todos puedan conversar de temas relacionados con música, pintura y fotografía, en su red social denominada Proyecto 48 informan acerca de eventos continuos y el trabajo que se va desarrollando con este colectivo.

La fotógrafa cuencana Gabriela Parra, con el auspicio de La Casa de la Cultura Núcleo del Azuay, Alcaldía de Cuenca y El Comité Permanente de Festejos, presentó la muestra fotográfica “Escenarios”. Contó con la participación de Cuenca Danza Proceso, Escuela de Arte Teatral de la UDA y el músico cuencano Pepe Luna. La muestra comprende el trabajo de aproximadamente 18 meses de seguimiento a gran parte de las Artes Escénicas y Musicales en la ciudad, tales como Orquesta Sinfónica de Cuenca, agrupaciones teatrales locales involucrando a más de 100 artistas.

En La provincia de Cotopaxi existen diferentes tipos de manifestaciones culturales, es así que hablamos desde los pueblos ancestrales que mantienen aún sus raíces vivas de la pacha mama y sus tributos, pasando por pintores de paisajes y escultores religiosos.

La fotografía a través del tiempo ha ido plasmando momentos inolvidables e inmortalizando muchas situaciones interesantes como costumbres, tradiciones y el mismo paisaje que ha ido cambiando y evolucionando con el pasar del tiempo.

Centro Cultural Casa de las Posadas desarrolló el proyecto en homenaje a la mujer, Vidas intensas, que comprendió de varias exposiciones fotográficas y ciclo de conferencias.

2010-03-11, Cuenca El objetivo del proyecto fue propiciar una visión histórica, social y política de la presencia, organización y la lucha constante de las mujeres en el Ecuador, desde la época colonial, la independencia, y hasta el régimen actual.

Martes, 8 de diciembre, 2015 se expuso en Cuenca fotografías que aportan a la identidad indígena, la exposición es organizada por la Subsecretaría de Memoria Social del Ministerio de Cultura y Patrimonio junto con el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador (INPC) y el Museo Pumapungo. Las fotografías exhibidas tienen el reconocimiento internacional del Programa Memoria del Mundo de la Unesco. El proyecto destaca la historia y cultura, original para interpretarlo como un aporte a la construcción de la identidad y derechos actuales de la nacionalidad indígena.

El domingo 31 de octubre se realizó la exhibición fotográfica con la que culminó una investigación cultural desarrollada en Guaytacama, parroquia rural de Latacunga (Cotopaxi). El trabajo fue desarrollado por Laura Barreros. Con el apoyo y financiamiento del Ministerio de Cultura del Ecuador, dentro de la convocatoria de Fondos Concursables 2009-2010, se ejecutó durante abril y octubre la investigación cultural “Guaytacama: memoria colectiva desde los espacios públicos”. El trabajo estuvo direccionado a recoger aquellos relatos y sistematizarlos para brindar un documento que permita ofrecer una visión de la memoria colectiva de este sector rural del cantón Latacunga. La ejecutora del proyecto de investigación cultural confió en que este trabajo marque una pauta para que se realicen trabajos similares en otros sectores rurales de Cotopaxi y se ponga de manifiesto el Patrimonio Cultural que en ellos se encierra y que por falta de iniciativas no se han visibilizado.

El arte tigua llega por vez primera a España. Tigua comunidad de la provincia de Cotopaxi cantón Pujilí, la cosmovisión kichwa retratada a través de la riqueza cromática y fuerza expresiva del arte de Tigua se exhibirá en el Museo Nacional de Antropología de Madrid, siendo la primera vez que una muestra pictórica de esta expresión artística acunada en el seno de la familia Toaquiza a lo largo de tres generaciones se expone en España. La exhibición "Tigua: arte desde el centro del mundo" compuesta por 52 piezas entre estas 30 cuadros, 20 máscaras y 2 tambores permaneció abierta hasta el 17 de enero de 2016. Esta fue una oportunidad para que la gente conozca este arte indígena que tiene más de 40 años de vida y que ha ido evolucionando con el tiempo para profundizar en los valores culturales y en la cosmovisión de nuestros pueblos. Se mostró a la sociedad española el valor de las raíces culturales de la Colonia de ecuatorianos.

Saquisilí, cantón ubicado en la provincia de Cotopaxi, se realizó capacitaciones a las personas que se dedican a la elaboración de artesanías a base de totora. Las canastas y adornos hechos con esta fibra natural forman parte de la identidad cultural del cantón y son el referente más importante para la comercialización. Jorge Martínez, presidente de la comisión de proyectos productivos, explicó que: *“los artesanos del cantón únicamente han desarrollado técnicas de tejido de canastos pequeños y grandes los que se venden en las ferias del cantón y pocos llegan a otras partes de la provincia”*. La intención es potenciar este tipo de actividad ya que varias personas han dejado de trabajar en esta actividad por la poca rentabilidad.

- Contextualización Micro

Personas que se han encargado de recopilar información muestran a través de la fotografía una exposición denominada Cotopaxi a través del tiempo, donde presentan un trabajo de investigación y recopilación, los invitados principales fueron los estudiantes de

secundaria donde el objetivo fue que la juventud este presente, sepa y considere la historia sobre todos los valores.

En el Blog de la ESPE, (2012) Exposición Fotográfica Itinerante “EN MEMORIA DE ELOY ALFARO” presentada en la ESPE Latacunga comenta que:

“En el Salón de Los Marqueses de ESPE Latacunga tuvo lugar la Exposición Fotográfica Itinerante organizada por los docentes y estudiantes de la Escuela Héroes del Cenepa y las autoridades de ESPE Latacunga. Con el recorrido de la muestra fotográfica se pretende conmemorar el centenario de la muerte del General Eloy Alfaro y se busca que la comunidad politécnica recuerde la vida e ideales del Viejo Luchador. El evento es promovido por los docentes de la Escuela Héroes del Cenepa”.

PON UNA FOTO EN LA CALLE _ PFC 2015, es una galería urbana fotográfica a nivel mundial, en la que todos pueden participar. En el 2015 fue Organizado por Foto Club Quito, Foto Club Manta, Foto Club Latacunga, Foto Club Zamora.

El objetivo de esta exposición es que la gente cuelgue una foto y la intercambie o se lleve una foto como una muestra de apreciación al arte.

La Huaquería fotográfica un colectivo conformado por los fotógrafos Diego Paredes, Cristian Toapanta, Miguel Ángel Rengifo, presentó una muestra de fotografías donde el objetivo fue presentar la esencia y verdadera identidad de la principal fiesta de la ciudad conocida como la Mama Negra, dicha exposición se la presento en varios lugares como la

casa de la cultura ecuatoriana núcleo de Cotopaxi, Maltaría Plaza, así también como fue expuesta en la Universidad Católica de Quito.

Exposición fotográfica en el CAC de Latacunga, “Proceso eruptivo del volcán Cotopaxi, antes durante y después” del artista latacungueño Diego Paredes Bravo, 20 fotografías evidencian los diferentes momentos y evolución de este fenómeno natural, que inició el 15 de agosto de 2016. Las fotos muestran el proceso de emisión de gases, ceniza y fumarolas del volcán, así también la organización y participación de la ciudadanía en diferentes simulacros de prevención y la entrega de kits volcánicos a las poblaciones de Mulalo y Guaytacama por parte del Gobierno Nacional. Esta actividad cultural forma parte de la estrategia local para generar espacios de información oficial en las dependencias del sector público, con la finalidad de que la ciudadanía se familiarice con este evento natural y conozca en detalle sobre las medidas de prevención ante una posible erupción del volcán Cotopaxi.

Foto Club Latacunga con sus principales directivos, Geovanny Campaña, John Garzón y Madisson Borja vienen trabajando desde el año 2013, formando un colectivo el cual tiene como objetivo principal compartir y difundir el conocimiento fotográfico dentro de la ciudad, hasta el momento dicho colectivo ha realizado dos exposiciones el primero fue con enfoque internacional denominado Pon Una Foto en la Calle, que tuvo el apoyo del municipio de Latacunga en el cual obtuvieron un reconocimiento grande a través de los medios, la segunda exposición se lo denomino Musical Mama, la cual consistió en fusionar los personajes tradicionales de la fiesta de a Mama Negra con instrumentos musicales, dándole un enfoque netamente artístico y atrevido, contaron con el apoyo y el aval de la Casa de la Cultura núcleo de Cotopaxi, y el GAD Municipal a través del Departamento de Desarrollo Social, dicha exposición lo realizaron en la Plazoleta de Santo Domingo y sus

principales invitados fueron los estudiantes de diseño gráfico y comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, además de los colegios particulares principales de la ciudad, en la actualidad este colectivo está desarrollando proyectos de fotografía, con el fin de rescatar la cultura visual en la ciudad así como también el desarrollo de talleres y talleres de fotografía.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Equipo de Formación y experiencia

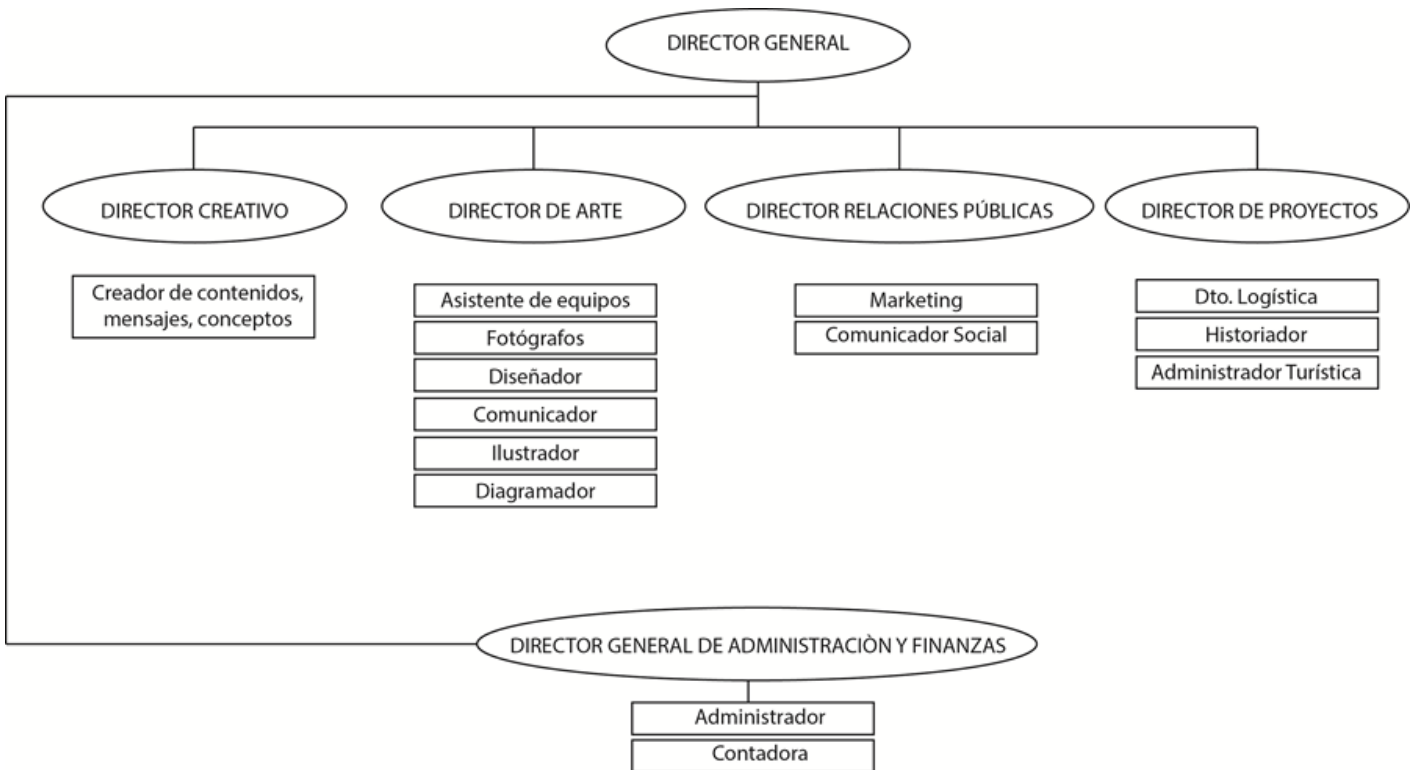


Gráfico1: Flujograma del equipo

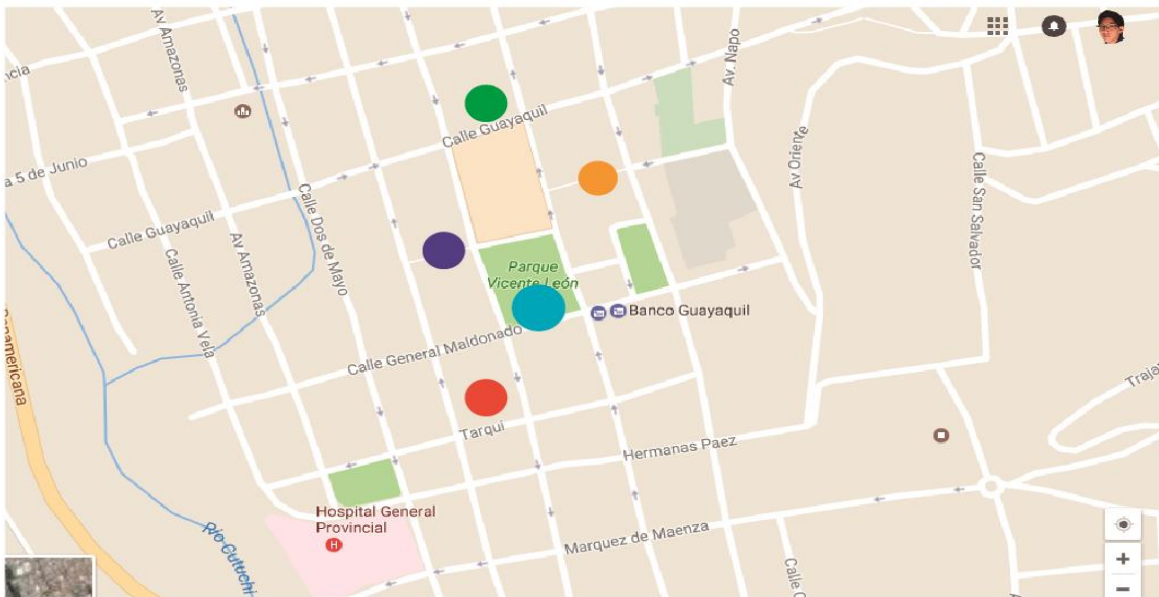
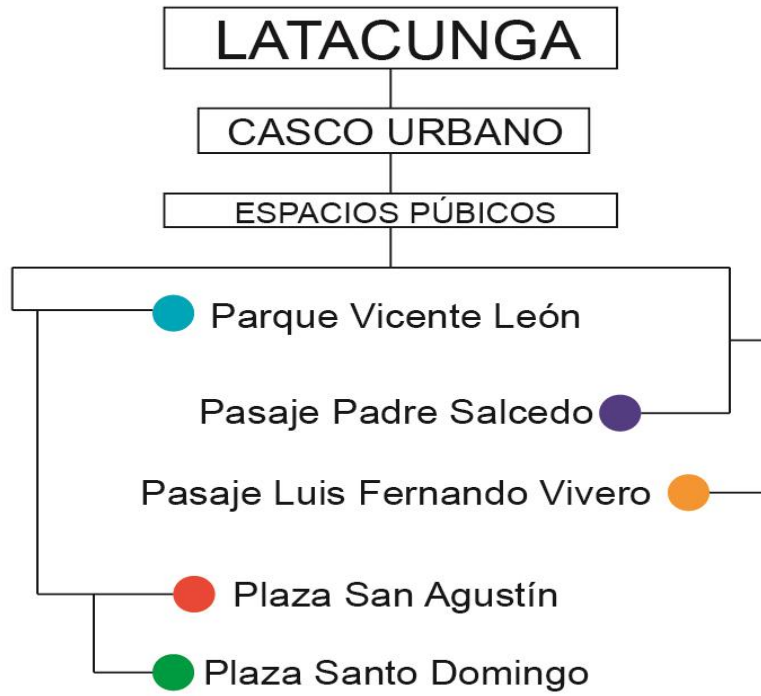


Gráfico 2: Puntos de mayor afluencia del target seleccionado

2.2 Alianzas Estratégicas

Alianza estratégica con la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Cotopaxi a través del presidente del Núcleo Dr. Edmundo Rivera y su Secretaria Srta. María José Rodríguez, firmar acuerdos y convenios para obtener beneficios tales como la ocupación de las instalaciones para cualquier tipo de evento que se requiera realizar, exposiciones en otras ciudades del país en los diferentes núcleos de cada provincia, prestación de caballetes y publicidad dentro de la imprenta de la institución, la contraparte es cubrir los eventos que se realizan y actividades que se desarrollan en la CCE Núcleo de Cotopaxi con fotografía, realizar fotografías para la publicidad que se desee realizar para los eventos a desarrollarse, colaborar con la CCE en actividades de recreación, el convenio dura un año y puede ser renovable, para esto el colectivo necesariamente debe estar legalmente constituido, mientras tanto se firmara un acuerdo para poder trabajar. El alcance es local y nacional. (Ver Anexo 2.)

Alianza estratégica con café arte LaLata con su administrador, Sr Fausto Ricaurte, en donde se realice acuerdos para a utilización de los espacios, para reuniones, conversatorios, exposiciones, y difusión de trabajos en el lugar.

Alianzas estratégicas con colectivos de la ciudad que estén realizado proyectos Movimiento Metalcunga es un colectivo dedicado a la enseñanza y difusión del rock en sus distintos géneros, se realizara acuerdos en donde aprovecharemos sus eventos para mostrar el arte fotográfico, con galerías de exposición y venta.

Prefectura de Cotopaxi, acuerdos en donde nos puedan asignar espacios en sus ferias y expo ferias, para vender y exponer nuestro arte, a cambio cubrir los eventos y realizar publicidad de los eventos que se realicen. (Ver Anexo 3.)

Alianzas estratégicas con artesanos de la provincia para realizar fotografías de sus diferentes productos como prendas textiles y posteriormente venderles a un precio accesible, consiste en realizar convenios y acuerdos en donde se expondrán sus productos en una pasarela de modas, el evento se cubrirá fotográfica y audiovisualmente, se les cobrara de acuerdo a las necesidades y nos ajustamos a un presupuesto base de \$300 dólares, lo realizaremos con el colectivo como una práctica fotográfica que posteriormente serán visualizados en catálogos.

Alianza estratégica con el departamento de desarrollo social del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga, con la persona encargada de los proyectos precedido por el Ing. Jorge Albán Director del Departamento de Desarrollo Social, se establecerá convenios para los proyectos que ejecuten en los cuales sea necesario la aplicación de la fotografía, así también la publicidad y talleres en los cuales estén vinculados con la actividad audiovisual multimedia. Por lo general este departamento se dedica a elaboración de proyectos sociales vinculados con los sectores vulnerables de la sociedad, el colectivo a través de sus principales dirigentes han mostrado un trabajo responsable por lo que es factible la alianza para poder trabajar con este tipo de proyectos enfocados en métodos lúdicos y enseñanza de la fotografía a los diferentes grupos, la alianza consiste en que el departamento de desarrollo social nos contrata para que el grupo de personas asignadas en el colectivo imparta talleres de fotografía y a la vez ofrecer los servicios de publicidad y audiovisuales remunerados , para un determinado periodo, el alcance es el resultado final que se obtiene de estos talleres son eventos masivos en donde se evidencian los trabajos a través de una exposición fotográfica, así mismo con los documentales o cortometrajes que se ofertan a nivel local.

(Ver anexo 4.) Autorización del logotipo para proyectos de fotografía.

(Ver anexo 5.) Autorización de uso de las instalaciones para las reuniones que realice el colectivo.

Alianzas estratégicas con comerciantes, tiendas de víveres en general cercanos en cada una de las locaciones cuando se realice una exposición o feria artística en donde el club participe con su muestra, incrementara las masas y por ende obtendrá beneficios las personas que expendan sus productos, para ello se coordinara con el representante de cada sector haciendo llegar anticipadamente un oficio en el cual se comprometan a brindarnos el apoyo para fomentar la cultura en los entornos públicos.

Se realizara un formato estándar en donde se expondrá el acuerdo o alianza estratégica los beneficios que se obtienen y sus contrapartes, así como también el tipo de evento a realizarse lugar fecha y duración.

Ver anexo 6. Ejemplo de formato para acuerdos de alianza estratégica.

2.3 Análisis Estratégico (FODA)

2.3.1 Fortalezas

- Equipos con tecnología adecuada
- Buen ambiente de trabajo
- Trabajo en equipo

2.3.2 Debilidades

- Instalaciones prestadas
- Personería jurídica no establecida
- Tiempo para coordinar actividades

2.3.3 Oportunidades

- Alianzas estratégicas para el desarrollo económico
- Co – branding estratégico con CCE núcleo de Cotopaxi
- Desarrollo de nuevos modelos de presentación

2.3.4 Amenazas

- Perder credibilidad
- Recursos económicos
- Perdida o daños en los equipos por el clima

2.3.5 Evaluación de los puntos fuertes y débiles, las oportunidades y las amenazas.

- Alianzas estratégicas para el desarrollo económico
- Crecimiento económico
- Demanda actual

CRUCE DE VARIABLES ANÁLISIS FODA

MATRIZ DE ACCIONES ESTRATEGICAS	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ O1 Alianzas estratégicas para el desarrollo económico ▪ O2 Co – branding estratégico con CCE núcleo de Cotopaxi ▪ O3 Desarrollo de nuevos modelos de presentación 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A1 Perder credibilidad ▪ A2 Recursos económicos ▪ A3 Perdida o daños en los equipos por el clima
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ F1 Equipos con tecnología adecuada ▪ F2 Buen ambiente de trabajo ▪ F3 Trabajo en equipo 	<p style="text-align: center;">ACCIONES ESTRATEGICAS FO</p> <p>1.- Brindar un servicio de calidad para que la empresa u organización obtenga un alto crecimiento económico (F1,O1,O2)</p> <p>2.- Mantener siempre los productos de alta calidad, para poseer un incremento de clientes potenciales y satisfechos, llevando siempre una buena comunicación trabajo en equipo (F1,F3,O1,O2)</p> <p>3.- Desarrollar una adecuada experiencia de la marca para incentivar al público asistir a exposiciones. (F1,O3)</p> <p>4.- Realizar un video publicitario para promocionar el colectivo (F1,F2,F3,O2)</p>	<p style="text-align: center;">ACCIONES ESTRATEGICAS FA</p> <p>6.- Para una mejor pregnancia del servicio se debería realizar muestras del trabajo ejecutado para que se incremente las demandas (REDES SOCIALES) . (F1,A1)</p> <p>7.- Aprovechar al máximo los equipos para obtener buenos resultados (F1,A1)</p> <p>8.- Trabajar en equipo para proteger y cuidar los equipos y utilería, para no generar pérdidas y vernos afectados económicamente. (F1,F2,F3,A2,A3)</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ D1 Instalaciones prestadas ▪ D2 Personería jurídica no establecida ▪ D3 Tiempo para coordinar actividades 	<p style="text-align: center;">ACCIONES ESTRATEGICAS DO</p> <p>10.- Aprovechar las alianzas para desarrollar nuestras actividades en instalaciones, cuidarlas y mantenerlas (D1,O1)</p> <p>11.- Realizar un control estricto de asistencia, designar actividades para la correcta aplicación de actividades a realizar. (D3, O2)</p> <p>12.- Realizar los trámites respectivos para obtener personería jurídica y poder desarrollar alianzas estratégicas con tiempos prolongados y permanentes.</p> <p>13.- Diseñar uniformes corporativos para difundir su cultura corporativa y de esta manera cumplir con los valores preestablecidos en su filosofía empresarial. (D3 ,O2)</p>	<p style="text-align: center;">ACCIONES ESTRATEGICAS DA</p> <p>14.- Realizar reuniones extraordinarias para coordinar actividades y realizar el papeleo para ejecutar a personería jurídica</p>

En los últimos años han proliferado un número importante de estudios que abordan y analizan el modo en que la cultura y el arte influyen sobre el desarrollo económico.

La mayoría de ellos responden a la ambición de encontrar nuevas oportunidades para el crecimiento y diversificación de la estructura productiva de las economías locales o regionales; y respaldan su intención en el éxito de un volumen considerable de experiencias que ha utilizado el factor cultural como resorte de cambio, asociado la mayor parte de las veces al impulso del turismo y la creación cultural. El contexto es favorable, ya que la cultura ha pasado de ser un placer diletante y minoritario, a constituir un nuevo perfil de consumo y un empleo del ocio cada vez más demandado; y, desde esta perspectiva, forma parte de los flujos de renta y actividad de un sistema económico. De esta manera, si la cultura siempre se ha entendido como una manifestación del cultivo intelectual y estético de un individuo o de un grupo social, en la actualidad, cual dos caras de una misma moneda, lleva acoplada nuevas exigencias funcionales, ligadas básicamente a su capacidad de generación de riqueza, de cambio urbano y de cohesión social (Delgado, 2000). Quizás el caso de las Capitales Europeas de la Cultura constituya el ejemplo más refinado de este nuevo sentido, pues las expectativas de transformación y cambio que se generan sobre la ciudad, desbordan ampliamente los objetivos estrictamente culturales y, con seguridad, la razón originaria de esta iniciativa.

“Herrero Prieto, Luis César” (La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional)

Alianzas estratégicas para el desarrollo económico que ayuden a tener una rentabilidad sustentable a través de estas alianzas que nos ayudaran a mostrar nuestros productos y servicios que ofrece el colectivo en los diferentes puntos de trabajo, esto a su vez nos dará la oportunidad de crecer económicamente, con la exhibición y venta de nuestros productos finales, en diferentes eventos de fotografía que se generaran, así como también con la apertura en ferias, stands, y exposiciones fuera de la ciudad.

La demanda actual en lo que se refiere a generar visuales va creciendo a medida que se ofrezca un producto innovador y llamativo para nuestro público objetivo, esta es una oportunidad para abarcar un mercado hueco.

- Desarrollo de nuevos modelos de presentación.

La utilización de instrumentos tecnológicos con los que trabajan los artistas se ha vuelto de uso popular, como la cámara de vídeo, la fotografía, el ordenador, la red.

De esta forma, el uso de dichos soportes, que no son los tradicionales, produce una aparente popularización del arte y un acercamiento entre el “High Art” (arte institucionalizado) y el “Low Art” (arte de la calle), como si la cultura se diluyera y se introdujera en nuestras vidas cotidianas, en lo doméstico.

Martí, Elena (*Universitatd'Alacant*) investiga y dice que:

“El desarrollo de nuevos modelos de presentación es decir generar soportes creativos con diseños exclusivos para brindar en nuestros productos dándole así un valor agregado al producto que se pretende vender”.

AMENAZAS

Perder credibilidad,

El trabajo mostrado puede a veces fallar por la falta de interés y la seriedad que se le dé a los productos, entonces las personas no van a volver a confiar por que se mostraría un mal resultado

Recursos económicos, la economía del país está siendo afectada relativamente a medida que los consumidores no le ven a el arte como una necesidad indispensable.

- Recursos económicos.

Los recursos económicos son un limitante para la ejecución de proyectos culturales, a veces nos vemos afectados, llegando a la frustración como artistas realizadores de ciertos trabajos que no se pueden dar por el factor económico.

- Poca experiencia en la localidad.

El conocimiento siempre es importante al momento de plasmar ideas a través de la imagen, siendo este un grupo joven la experiencia se va dando a través del tiempo, pueden existir errores de desconocimiento, técnica debido a la práctica, es así como esto se convierte en una amenaza que ay que enfrentarla.

2.4 Perfil de Usuario

En base al análisis de las variables del mercado.

El sector audiovisual (cine, televisión, medios multimedia, videos/DVD y radio) no ha dejado de crecer de modo global en los últimos años, siendo uno de los componentes de la industria del ocio más destacados. Sí que es cierto, que algunos de sus componentes, como la venta de música y cine en formato físico (CD y DVD), han disminuido considerablemente, pero han sido compensados con las taquillas de cine, las descargas vía internet o el aumento de consumo de televisión.

Gustos, preferencias y hábitos de consumo

El sector audiovisual, en auge en pleno siglo XXI a través de su variada oferta ha ido adaptando y diversificando sus productos según los gustos y preferencias de diferentes grupos y personas

Sin duda alguna, el arte es emblemático en las sociedades y representa la cultura y la belleza, tanto interna en las personas como externa en lo que reflejan.

En Ecuador existen miles de artistas informales, que se dedican a crear. Unos lo hacen por simple pasatiempo, pero también están quienes hacen del arte un estilo de vida y buscan los medios de salir adelante con este don. Han sido pocos los artistas que han podido dejar una marca nacional e internacional, pues existen muchos obstáculos económicos, sociales y políticos que les impiden darse a conocer y surgir para convertirse en grandes artistas famosos.

Muchos jóvenes que tienen talentos para la pintura, teatro y música, entre otros, han optado por dejar de lado este oficio ya que no les resulta rentable y tienen que laborar para sustentarse. El cliente objetivo son personas con interés en el arte fotográfico, LA CUAL DETERMINAREMOS EN BASE A UNA ENCUESTA REALIZADA, con una visión emprendedora, de un nivel de educación superior.

Estudiantes con visiones futuristas, edad promedio de 20 a 35 años de edad, capaces de desarrollar proyectos emprendedores que sean útiles para la sociedad, con un estilo de vida saludable que se interesen por el arte y la cultura ya que es un campo que por la poca apertura que se le brinda queda abandonado, de mente abierta dispuesto a la crítica constructiva.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Estudio del Mercado

En la ciudad de la Latacunga existe mucha gente interesada en contribuir con el arte y fomentar la cultura, el colectivo de fotografía a través de sus miembros activos han ido realizando varias convocatorias permanentes para establecer un grupo sólido de personas con las cuales poder trabajar en conjunto, las respuestas que se obtienen son inmediatas ya que las personas siempre están pendientes de este tipo de actividades en la ciudad, se recepta mensajes internos en las redes sociales comentándonos el interés que se tiene por ser parte del colectivo, la gente acude a los llamados y son motivados al emprendimiento artístico en la ciudad.

Podemos observar en base a estadísticas que nos arrojan las publicaciones en redes sociales la cantidad de personas que se interesan en este tipo de eventos específicamente en la ciudad de Latacunga.



Gráfico 3: Primera convocatoria para ser parte del Colectivo

Fuente: Facebook, 2016

Gráfico tomado de la fan page oficial Foto Club Latacunga Mayo 2016, donde demuestra la cantidad de personas alcanzadas por publicación.

12/04/2016 15:10		Invitado/as: II Festival Nuestra C			140		4		Promocionar publicación
12/04/2016 1:03		Foto de portada de FOTO CLUB			0		23		Promocionar publicación
12/04/2016 0:50		¿Te gusta la fotografía? ¿Deseas			2,7K		315		Promocionar publicación
11/04/2016 13:50		Agradecimiento. #FotoClubLatac			988		39		Promocionar publicación
10/04/2016 21:43		Muchas gracias a quienes asistie			572		113		Promocionar publicación
08/04/2016 10:28		Invitación FCL N° 2016 - 002-00			1K		92		Promocionar publicación

Gráfico 4: Estadística primera convocatoria

Fuente: Facebook, 2016

Gráfico tomado de la fan page oficial Foto Club Latacunga Mayo 2016, donde demuestra el grado de interés de las personas para ser parte del colectivo, en relación a otras publicaciones.



Gráfico 5: Detalle de estadística primera convocatoria

Fuente: Facebook, 2016

Gráfico tomado de la fan page oficial Foto Club Latacunga Mayo 2016, número de personas alcanzadas en una convocatoria oficial donde ya existen datos específicos como la hora, fecha y lugar en donde se aplicara la convocatoria.

- Realzar una investigación en base a encuestas.
- Conocer el tamaño del mercado.
- Intención de compra o utilización del servicio.
- Determinar el público objetivo.
- Analizar si el negocio es relevante.

Se determina un mercado prácticamente abandonado en la ciudad, es por esto que las personas sienten la necesidad de abandonar la ciudad para buscar este tipo de manifestaciones culturales en donde puedan recrear y explotar sus capacidades.

El estudio de mercado se lo realizará en la Provincia de Cotopaxi, en el cantón Latacunga casco urbano de la ciudad, existen espacios abandonados en donde se pretenden dar este tipo de intervenciones artísticas, las cuales se pretende rescatar a través de eventos promoviendo así el desarrollo del arte y la ciudad.

El presente proyecto se enfoca a un mercado especializado de personas que crean en la fotografía como una herramienta para el desarrollo de la sociedad, satisfacer la necesidad del conocimiento y participación activa en grupos de arte, así como también la participación de instituciones públicas y privadas que se interesan en la difusión del arte como una manera de crear cultura visual activa a través de la fotografía.

3.1.1 Segmentación del mercado

3.1.1.1 Descripción del perfil.

Tabla 1

Potenciales Clientes segmentación de target

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO
• GEOGRÁFICOS	
Región	Región Sierra Centro, Cotopaxi, Latacunga
Provincia Cotopaxi	409205 habitantes. 198,625 (Mujeres), 210,580 (Hombres)
Cantón Latacunga	98,355 Habitantes 47,143 (Hombres), 51,212 (Mujeres)
Target	20 - 35
Zona	Urbana - rural
Clima	frío.
• DEMOGRÁFICOS	
Ingreso	\$50 - 100
Edad	20 - 35 años.
Género	Masculino y Femenino.
Ciclo de vida familiar	Solteros, casados, divorciados, viudos.
Estrato social	Medio – Alto
Escolaridad	Universitaria, Tercer, Cuarto Nivel, PHD.
Ocupación	Docentes, empleados, estudiantes, empresarios
Origen étnico	Mestizo, blanco, negro, indígena.
• PSICOLÓGICOS	
Personalidad	Personas interesadas en el arte, cultura.
Estilo de vida	Personas alegres que aprecien el arte fotográfico.
• CONDUCTUALES	
Beneficios Deseados	Honestidad, y servicio al cliente De calidad.
Frecuencia de uso del Producto	Mensual - Trimestral

Levantamiento del Target Final.

Geográfico

En la provincia de Cotopaxi según datos del INEC existen 409205 habitantes. 198625 (Mujeres), 210,580 (Hombres), el cantón de Latacunga está constituida por 98,355 Habitantes 47,143 (Hombres), 51,212 (Mujeres).

Demográficos

El target de la presente esta dado entre la edad de 20 – 35 años de edad con un ingreso de 200 – 1000 dólares americanos, género masculino y femenino, y preferencias sexuales, de un estrato social medio alto, solteros, casados, divorciados, viudos, con un grado de preparación universitario, Tercer, Cuarto Nivel, PHD.

Psicológico

Personas interesadas en la cultura que aprecien el arte fotográfico y que lo vean como una herramienta para el desarrollo de la sociedad.

Conductuales.

Honestidad, y servicio al cliente de calidad con experiencias motivadoras.

Gráfico de Segmentación de Mercado

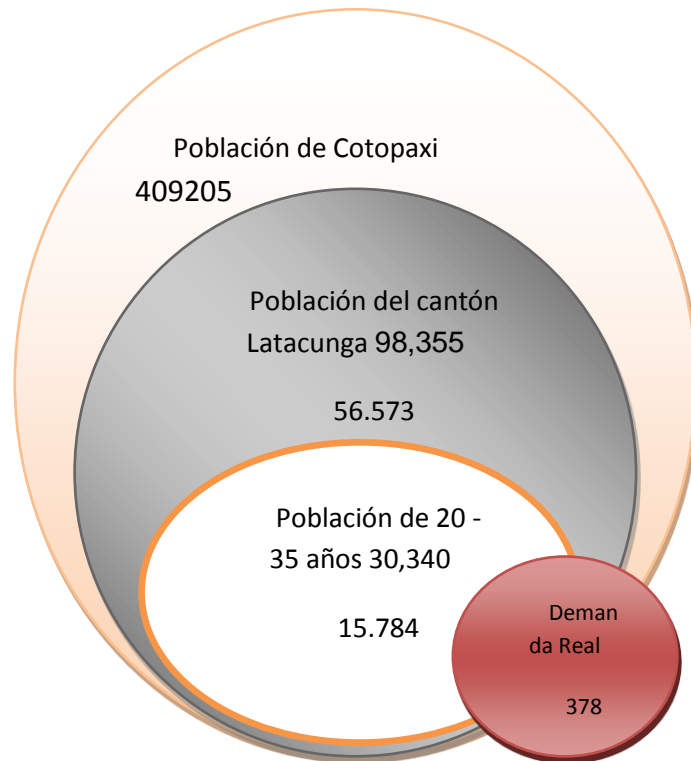


Gráfico 6: Segmentación de mercado

Fuente: INEC 2006

Gráfico elaborado en base a datos extraídos del INEC, CEPAL/CELADE Redatam+SP

20/09/2006

Elección de las Técnicas de Investigación más idóneas

Técnica de Investigación elegida: ENCUESTA

Elaboración de la Técnica de Investigación elegida

Encuesta

Ver Anexo 8

Aplicar la Fórmula para determinar el tamaño de la muestra.

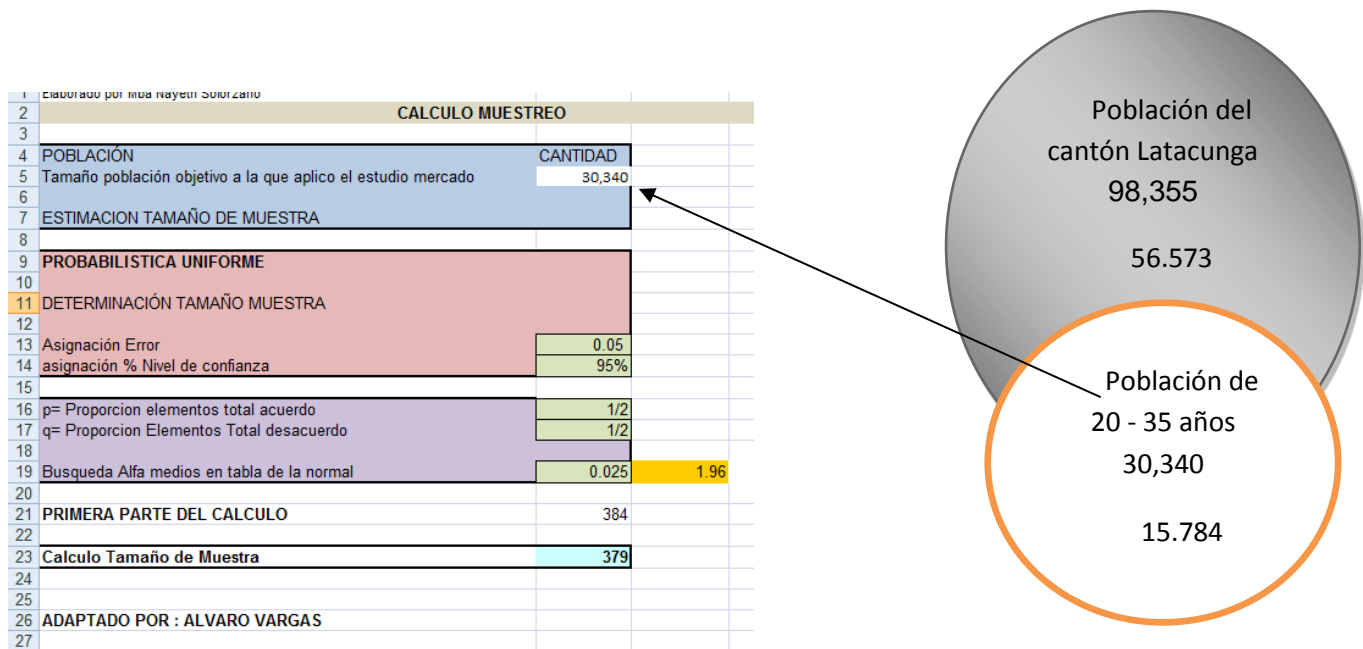


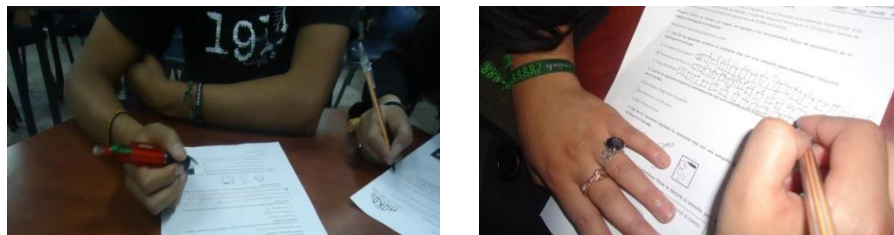
Gráfico 7: Tamaño de la muestra

Ejecución de la Investigación

Gráfico 8 Encuesta a la Muestra



Fotografías que evidencian las encuestas realizadas en la Universidad Técnica de Cotopaxi y Sector urbano de la ciudad de Latacunga.



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS RECOPIRADOS SEGÚN ENCUESTAS

Ingreso económico

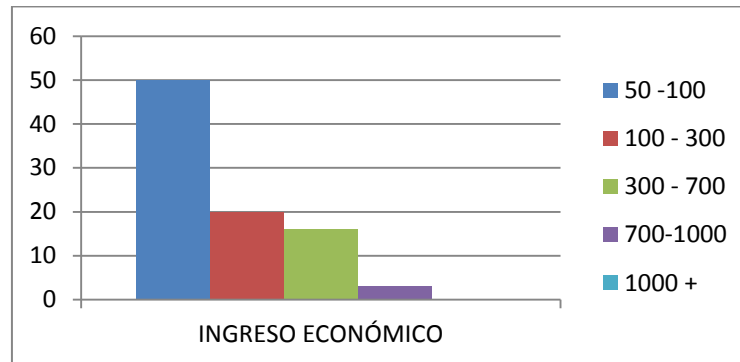


Gráfico 9: Ingreso Económico

Fuente: La encuesta1 (2016)

Conclusión: El ingreso económico de los estudiantes de tercer nivel en su mayoría es de 50 a 100 dólares mensuales.

Educación

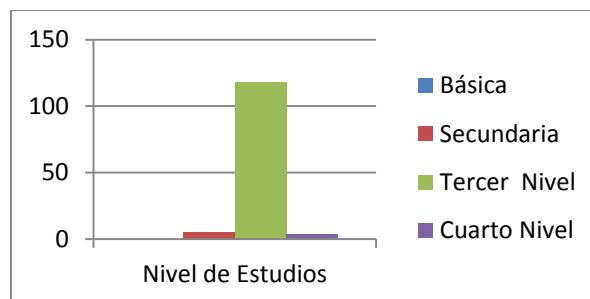


Gráfico 10: Educación

Fuente: La encuesta1 (2016)

Las personas encuestadas poseen una educación de tercer nivel.

Nivel Socioeconómico

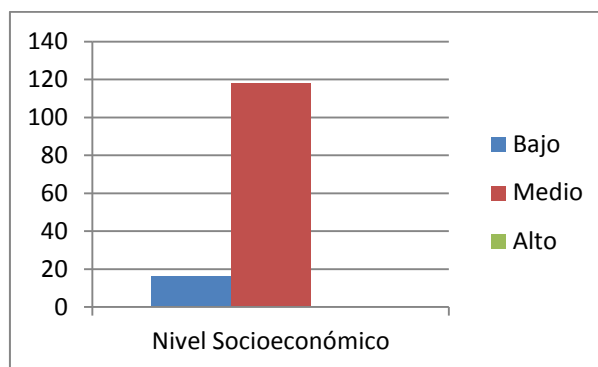


Gráfico 11: Nivel Socioeconómico

Fuente: La encuesta1 (2016)

Se detecta en las personas un nivel medio en estatus económico

Personalidad de la persona



Gráfico 12: Personalidad de la persona

Fuente: La encuesta1 (2016)

Se detecta un índice de personas con personalidad tranquila, alegres un poco extrovertidas y educadas, en un bajo porcentaje se detecta a personas tristes.

Estilo de vida

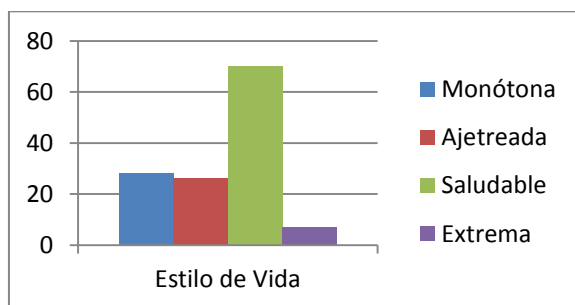


Gráfico 13: Estilo de vida

Fuente: La encuesta1 (2016)

Existe un estilo de vida saludable, sin embargo la monotonía y la vida ajetreada es un problema

Preferencias de las personas

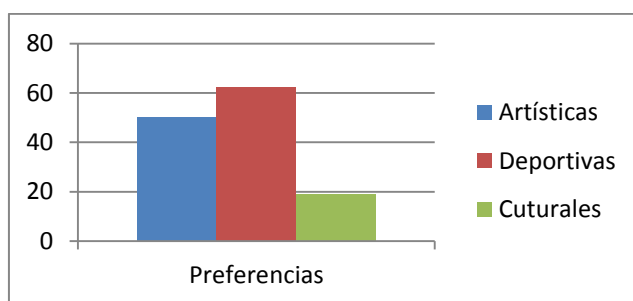


Gráfico 14: Preferencias de las personas

Fuente: La encuesta1 (2016)

Detectamos un nivel alto de preferencia deportiva la cual nos indica un desinterés por actividades culturales, sin embargo la gente no posee este tipo de preferencias ya que no son explotadas.

Se considera la fotografía como un arte.



Gráfico 15: Se considera la fotografía como un arte.

Fuente: La encuesta1 (2016)

La fotografía es considerada como arte en un 98%

Qué es lo que se considera al momento de adquirir un producto artístico.

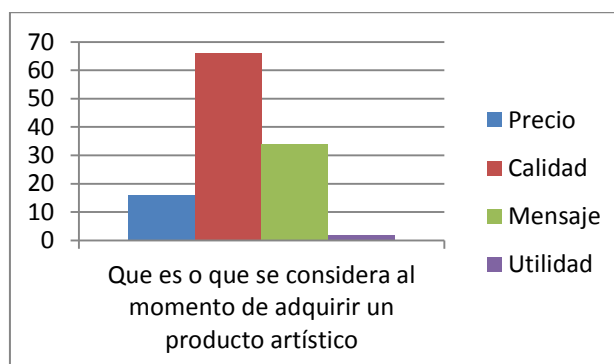


Gráfico 16: Qué es lo que se considera al momento de adquirir un producto artístico.

Fuente: La encuesta1 (2016)

Al momento de adquirir un producto artístico la gente lo prefiere por su calidad, sin dejar de lado su mensaje, contenido el precio y finalmente la utilidad que tendrá.

Cuáles son los beneficios al momento de adquirir un producto artístico.

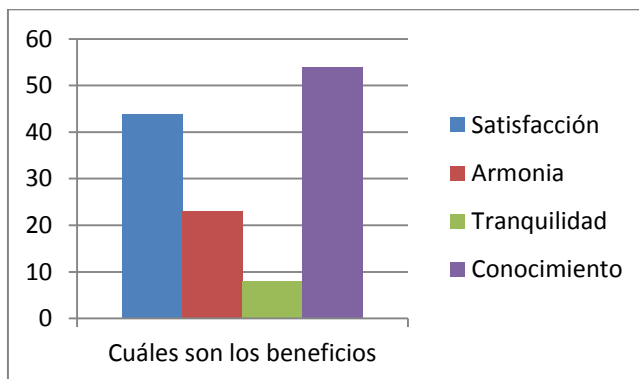


Gráfico 17: Cuáles son los beneficios al momento de adquirir un producto artístico

Fuente: La encuesta1 (2016)

Adquirir conocimiento a través del arte es uno de los principales beneficios al momento de adquirir un producto de clase artística, además de la satisfacción.

Conoce espacios públicos con galerías permanentes de arte en la ciudad de Latacunga.

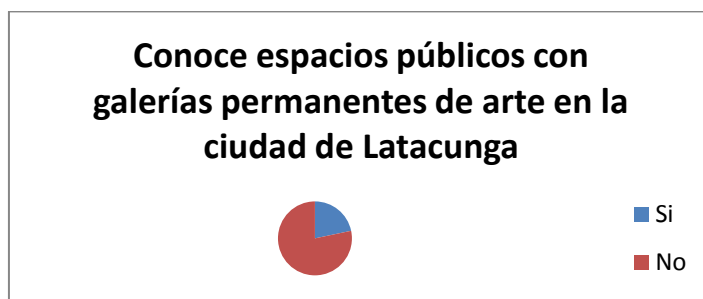


Gráfico 18: Conoce espacios públicos con galerías permanentes de arte en la ciudad de Latacunga.

Fuente: La encuesta1 (2016)

La mayoría de las personas encuestadas no conocen galerías permanentes donde expongan arte dentro de la ciudad.

Con que frecuencia acudiría a observar exposiciones de arte en la ciudad de Latacunga

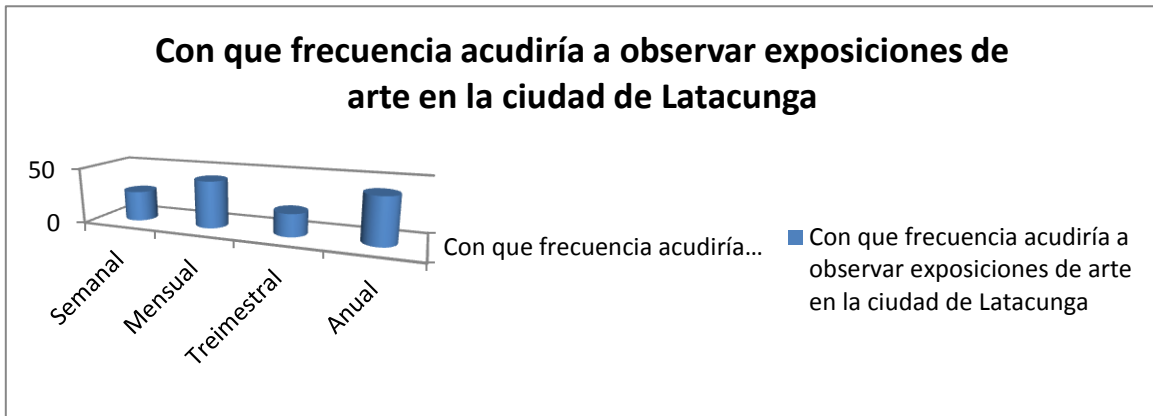


Gráfico 19: Con qué frecuencia acudiría a observar exposiciones de arte en la ciudad de Latacunga

Fuente: La encuesta1 (2016)

Se determina que la gente acudiría mensualmente a galerías permanentes, y también detectamos un problema porque en las estadísticas nos arroja un resultado igual con respecto al tiempo que sería anualmente.

El arte fotográfico como herramienta para el desarrollo de la sociedad.

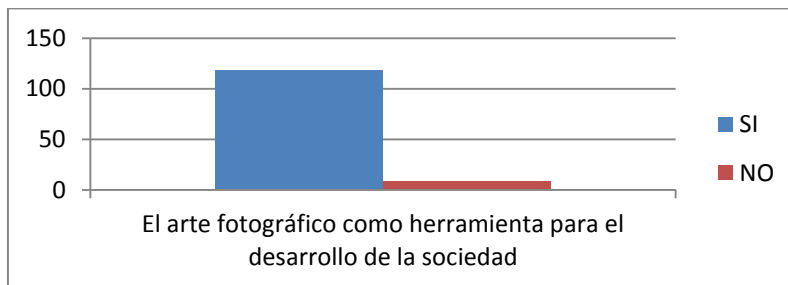


Gráfico 20: El arte fotográfico como herramienta para el desarrollo de la sociedad.

Fuente: La encuesta1 (2016)

En base a la investigación se ha concluido que el arte fotográfico es muy elemental y contribuye al desarrollo de la sociedad tomando en cuenta todos los puntos de vista de las diferentes personas.

Conclusión general

El ingreso económico de los estudiantes de tercer nivel en su mayoría es de 50 a 100 dólares mensuales, poseen una educación de tercer nivel en un nivel medio en estatus económico, personalidad tranquila, alegres un poco extrovertidas y educadas, en un bajo porcentaje se detecta a personas tristes.

Existe un estilo de vida saludable, sin embargo la monotonía y la vida ajetreada es un problema, detectamos un nivel alto de preferencia deportiva la cual nos indica un desinterés por actividades culturales, sin embargo la gente no posee este tipo de preferencias ya que no son explotadas.

La fotografía es considerada como arte en un 98%, al momento de adquirir un producto artístico la gente lo prefiere por su calidad, sin dejar de lado su mensaje, contenido el precio y finalmente la utilidad que tendrá.

Adquirir conocimiento a través del arte es uno de los principales beneficios al momento de adquirir un producto de clase artística, además de la satisfacción, la mayoría de las personas no conocen galerías permanentes donde expongan arte dentro de la ciudad.

Se determina que la gente acudiría mensualmente a galerías permanentes, y también con respecto al tiempo que sería anualmente.

En base a la investigación se ha concluido que el arte fotográfico es muy elemental y contribuye al desarrollo de la sociedad tomando en cuenta todos los puntos de vista.

3.2 Tendencias del mercado

3.2.1 Análisis de tendencias

El Foto Club Valencia es una asociación cultural, educativa y artística que lleva ya 75 años de creación sus principales actividades se basan en la exposición de galerías permanentes en su propia sala, imparten cursos de fotografía, talleres, proyecciones, visitas culturales.

Pretende contribuir, al reconocimiento de la fotografía y de la imagen como elementos sustanciales y determinantes de la cultura, cada socio del club y personas que no pertenezcan tienen las puertas abiertas para poder exponer sus ideas, propuestas de proyectos para desarrollar actividades culturales que beneficien el arte fotográfico.

Foto Club Córdoba Argentina, Institución sin fines de lucro creado el 8 de Agosto de 1972, ubicado en Pasaje Revol 33 casa 9 Paseo de las Artes b Guemes tiene por objeto promover y desarrollar la fotografía en sus aspectos artísticos, técnicos y turísticos, protegiendo y defendiendo la actividad fotográfica como institución, fijando para ello sus principales objetivos: Fotografía Organizar concursos, reuniones, paseos, a fin de promover una constante actividad cultural y social de sus asociados. Organizar, auspiciar y promover eventos a nivel zonal, nacional, y/o internacional, con el objeto de elevar el nivel artístico técnico de la fotografía Argentina y sus cultores. Crear los servicios que considere conveniente para beneficio de sus asociados como ser: Cursos de enseñanza,

publicaciones etc. Fomentar los principios éticos entre sus asociados. Colaborar con las autoridades nacionales provinciales y municipales en todo lo concerniente a su actividad.

Foto Club Ramos Mejía (Argentina) Esta asociación está compuesta por profesionales y aficionados de la fotografía, que reunidos periódicamente intercambian experiencias e información, y realizan acciones con el objetivo de promover el desarrollo de lo fotográfico y disfrutar de la pasión por la fotografía.

En este marco, se realizan safaris fotográficos, talleres, charlas con invitados especiales, concursos internos

Los diferentes grupos amantes de la fotografía en el Ecuador, como es el caso de Foto Club Loja y Foto Club Cuenca lo hacen de forma autónoma e independiente, que buscan la difusión del arte fotográfico, el aprendizaje colectivo a través de experiencias y vivencias personales, las cuales comparten en reuniones permanentes que vienen desarrollando durante varios años, fomentar el interés en el arte fotográfico con responsabilidad social e identificar historias son las características de estos grupos, motivar al desarrollo artístico permanente para encontrar talentos que logren identificarse y así crecer cultural e intelectualmente a través de este arte.

3.2.2 Perfil de la competencia

Competidor.

Uno de los principales competidores es el Taller de Fotografía y Video Digital aplicada a la Comunicación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Tungurahua.

Sus actividades las vienen desarrollando desde el 19 de Noviembre del 2013, inicia las inscripciones a los talleres permanentes de fotografía y video, con un costo inicial de sesenta dólares americanos.

Como desarrollan su actividad.

Es un proceso de formación y planificación en donde se plantean temas y tiempos para desarrollar actividades, a través de convocatorias abiertas al público en general, se hace publicidad a través de las redes sociales, Facebook.

A través de la red social Facebook va evidenciando el trabajo ejecutado, con fotografías en donde muestra parte del trabajo que viene desarrollando.

Productos que ofrecen.

- Salidas fotográficas
- Aprendizaje de fotografía a través de talleres permanentes
- Fotografía creativa e iluminación
- Dirección de fotografía para cine digital con cámaras DSLR
- Taller de producción en video digital

Grado de aceptación.

El grado de aceptación empieza teniendo un nivel de 9 personas por taller, las que se puede evidenciar a través de sus publicaciones, cabe recalcar que los equipos que utilizan los alumnos son cámaras compactas, incluso de celular, no es un requisito indispensable para realizar ingresar a los talleres.

En el año 2014 se empieza a plantear los talleres permanentes de fotografía y video los días sábados con una duración de cinco horas, un costo de setenta dólares, e incluyen certificados, los ingresos que obtiene sirve para el gasto de transporte para movilización fuera de la ciudad y así realizar prácticas fotográficas.

Estos talleres cumplen fases aproximadamente de dos a tres meses, después de ello se realiza nuevos talleres dando así espacio a nuevos integrantes y por ende ingresos económicos periódicamente.

Hasta la fecha los talleres de fotografía han venido ya ganándose un espacio mayor con más integrantes que cada vez se van sumando e inscribiéndose en estas actividades.

Teniendo así un ingreso aproximadamente de seis mil dólares americanos por cada fase realizada.



Gráfico 21: Taller Fotográfico

Fuente: Casa de la Cultura Ambato

3.2.2.1 Decisión de introducción.

En el mercado actual encontramos siempre una competencia, instituciones, empresas que realizan una actividad similar a la nuestra, es por ello que se decide realizar una actividad muy parecida a la competencia, y captar a clientes

3.2.3 Fuentes de información

Internos:

A través de la información que proporciona Geovanny Campaña director general del colectivo Foto Club Latacunga el cual junto a sus colegas Madison Borja y John Garzón quienes fundaron oficialmente dicho colectivo el 08 de Junio del 2013.

Externos:

Páginas Web y Redes Sociales:

La información se la recepta a través de páginas web y redes sociales, tales como Facebook y YouTube, donde se investiga y se analiza la información relevante que se desarrolla en ciertas organizaciones, instituciones, departamentos, escuelas y profesionales dedicándose a realizar este tipo de actividades.

Periódicos:

La información se adquirió en periódicos digitales tales como Cotopaxi Noticias que se evidencia el trabajo realizado en las diferentes exposiciones y eventos realizados por el Colectivo.

3.2.3.2 Primarias / Secundarias

Entrevistas

Se realiza varias entrevistas dentro y fuera de la ciudad a varias personas que conocen el tema, tales como: Juan Salazar conocido como Juan De Brujas, Víctor Rodríguez, Patricio Taco, Nena Salazar y Marco Karolis Vaca.

Diálogos con personas que conocen del tema.

3.3 Brief

COLECTIVO FOTO CLUB LATACUNGA

¿Por qué se crea Foto Club Latacunga?

Se crea por la necesidad de cambiar el concepto de fotografía en la ciudad, su principal función es comunicar desde distintos puntos de vista de cada integrante, las emociones, instantes, culturas, vivencias, y todo lo que se pueda capturar, para así llegar a la comunidad con una propuesta distinta y novedosa.

Misión

Foto Club Latacunga es un colectivo que incluye a fotógrafos profesionales y aficionados a la fotografía que deseen ser parte del mismo, y a través de procesos de formación se fortalece los conocimientos en el arte visual de la fotografía a la ciudadanía.

Visión

En los próximos años seremos un colectivo reconocido a nivel nacional, dejando el nombre de la ciudad de Latacunga en alto en el arte de la fotografía, teniendo como público objetivo a hombre y mujeres de todas las edades.

Breve historia:

Un grupo de amigos se reúne por primera vez un 08 de junio del 2013, en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, en las instalaciones de la Cafetería Miao; los mismos que son Jorge Egas, Daniel Iza, Pamela Silva, Diego Suarez, Paola Ayala, Madisson Borja, Geovanny Campaña y John Garzón con un gusto en común (la fotografía); una vez instalada la reunión y después de varias horas de conversa e interacción, se socializa la

idea de formar un club en la ciudad Pensil de los Andes, el mismo que se dominará “FOTO CLUB LATACUNGA”.

El mismo día se idealizó un proyecto el cual estuvo enfocado a las calles de nuestra ciudad, el cual no tuvo la ejecución deseada debido a que por motivos académicos y laborales de cada integrante de ese tiempo el club tuvo una inactividad de un año aproximadamente, pero las ganas y el amor por el arte de fotografiar hizo que Madisson Borja, Geovanny Campaña y John Garzón retomen la idea un 5 de septiembre del 2014, día en el cual se tomó de una manera profesional y responsable la creación y desarrollo del club.

3.4 Benchmarking

Tabla 2:

Benchmarking

	FOTO CLUB LATACUNGA	TALLER DE FOTOGRAFÍA CASA DE LA CULTURA AMBATO
Qué hacemos?	<ul style="list-style-type: none"> • Tres convocatorias cada año para nuevos integrantes del colectivo. • No cobrar su inscripción, teniendo en cuenta su palabra al cumplimiento de sus reglamentos y responsabilidad a realizar. • Reuniones cada quince días los 	<ul style="list-style-type: none"> • Cada seis meses una convocatoria para el taller de la Casa de la Cultura de Ambato. • Cobrar un valor de 120\$ teniendo un límite de cupo de aceptar hasta 70 personas. • Reunión cada sábado durante 5 semanas del mes cumpliendo con su cronograma a realizar del

	<p>días sábados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salidas fotografías cada festividad a realizar en la ciudad de Latacunga • Para el proyecto MUSICAL MAMA realizan fotografía artística fusionando conceptos y aprendizaje de cada reunión. 	<p>taller.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salidas fotográficas cada sábado a diferentes lugares de la ciudad de Ambato • El producto final del taller de fotografía lo hacen por medio de todas las ideas de todos los integrantes fusionando sus gustos y diferentes pasiones para la exposición llevada a cabo desde el año 2014 “TALLER DE FOTOGRAFIA”
<p>Cómo lo hacemos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La convocatoria lo realizan por medios de redes sociales, afiches colocados en ciertos espacios de la ciudad de Latacunga y otros medios como radio y televisión. • No es ninguna deuda a pagar por ser parte de Foto Club Latacunga. • Las reuniones lo realizan en la Casa de la Cultura de Latacunga, Salón Adjunto. • Para el proyecto Musical Mama 	<ul style="list-style-type: none"> • La convocatoria lo realiza mediante redes sociales y afiches colocados en su institución. • Su pago es mediante una cuenta de ahorros del PRODUBANCO. • Las reuniones lo reciben en el salón de actos de la casa de la Cultura de Ambato. • Con una nivelación para todos los integrantes y luego con salidas fotográficas recopilando información de cada uno • Últimas semanas del taller

	<p>se tiene una charla previa para definir la técnica a utilizar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La edición de cada fotografía lo realiza un encargado de Foto Club Latacunga después de finalizar el proyecto. 	<p>realizan clases de edición para que cada estudiante se encargue de realizar sus ediciones respectivas y manejos de RAW para una exposición final.</p>
--	--	--

El taller de fotografía de la casa de la cultura Ambato se lo realiza cada seis meses en sus mismos establecimientos.

El taller tiene un costo de 120\$ que lo realizan en su cuenta de ahorros del mismo. El nombre del establecimiento de La Casa de la Cultura Ambato lo ocupa en sus certificados al entregar a cada alumno que pertenecen al taller.

El taller obtiene como un número de 65 personas que van realizando sus reuniones en la casa de la cultura cada sábado cuya metodología se basan en “APRENDER HACIENDO” evitando ser más del montón y dar apertura a cada integrante a nivelarse de conocimientos a un mismo nivel durante 3 primeras clases, el taller dura 12 sábados de 10h00 a 13h00 y sus salidas fotográficas lo van realizando durante las semanas siguiente que lo hacen como caminatas fotográficas dentro de la ciudad y provincia. Sus temas a tratar y sus fotografías como pruebas de su trabajo lo van publicando en la página de Gabriel Díaz, teniendo como conocimiento cada uno de las partes de la cámara y temas a profundidad de una fotografía cámara siendo sus celulares o cámaras profesionales. Cada uno de los integrantes tiene conocimiento a realizar durante estos meses reuniéndose y aplicando ya en un producto final que obtendrán como resultado una exposición paisajista en la ciudad de Ambato.

Qué hacemos?

Foto Club Latacunga al realizar la convocatoria cada año lo hace por medio de su página web y redes sociales pertenecientes al mismo, el mismo métodos de aprendizaje al iniciar el taller de Ambato lo realizan en Foto Club Latacunga como nivelar conocimientos para poner en práctica paralelamente a todos al realizar sus disparos y teniendo conocimientos y un concepto de cada fotografía.

Foto Club Latacunga no tiene ningún costo por el momento sabiendo los gastos al ejecutar cualquier proyecto planeado a comparación de Taller de Fotografía de la Casa de la Cultura de Ambato que es un costo elevado para 12 semanas cada sábado. En Foto Club Latacunga no hay fecha de terminación como colectivo solamente para terminar el proyecto a realizar se ponen una fecha para su ejecución, Foto Club Latacunga es un colectivo sin fines de lucro por tal motivo existen personas que al principio de cada convocatoria se integran pero con el tiempo se van alejando por dicho motivo de no tener un compromiso personal como dinero.

Foto Club Latacunga tiene como integrantes 14 personas activas, llegando tratar algún tema ya a mediados de cada mes direccionamos ideas y planeando el proyecto a realizar.

Sus reuniones lo realizan cada 15 días en el salón de la Casa de la Cultura Latacunga de 10 h 00 a 12 h 30.

Cómo lo hacemos?

Foto Club Latacunga lo hace como un colectivo sin fines de lucro, aceptando a personas con la misma pasión sin necesidad de tener una cámara profesional.

Con una investigación de profundidad del tema a tratar en un proyecto lo realizan de una manera profunda y al aplicarlo en una fotografía lo realizan de manera no tradicional, como la metodología que ocupa el Taller de Fotografía de la Casa de la Cultura de Ambato “No ser del montón”, dejando ver de cada integrante sus plus y su metodología.

3.5 Marketing

3.5.1 Objetivo general de marketing:

Objetivos

- Generar una cultura visual activa de alta calidad con el mayor número de integrantes en la provincia de Cotopaxi a través de la creación de espacios en donde existan exposiciones fotográficas permanentes, para crear una nueva cultura de consumo
- Orientar a personas interesadas sobre el arte visual (fotografía) por medio de cursos, seminarios, entre otros, para generar proyectos nuevos de fotografía

3.5.2 Objetivo específico de marketing:

Estrategias

- Se realizará una exposición fotográfica dentro de la ciudad, donde se hará sentir una experiencia de marca, a los usuarios utilizando apps gratuitas a través de la realidad aumentada.
- La cámara oscura.
- Pintar con luz y entregar una fotografía impresa a grupos de personas que se encuentren en una de las exposiciones a realizar.

- Diseñar un plan de lanzamiento para el lanzamiento de las exposiciones fotográficas que permita contar con esquema claro sobre la ejecución de sus estrategias para lograr su posicionamiento en el mercado.
- Reunir personas con un interés en común (fotografía) a través de convocatorias invitaciones, para que se expanda el club.

3.5.3.1 Producto:

- **Generación de ideas**

Fotografías de Latacunga nocturna

Fotografía conceptual

Recreación de personajes antiguos de Latacunga

- **Depuración de ideas**

Fotografía Nocturna del casco urbano de la ciudad.

Fotografía conceptual en lugares atractivos de Latacunga y la provincia

- **Desarrollo y prueba de conceptos.**

Fotografía impresa en alta calidad, incluyendo a la realidad aumentada

- **Desarrollo de la estrategia de marketing**

Realizar una exposición fotográfica en donde se inviten a colegios y universidades de la provincia de Cotopaxi, y ser parte de la experiencia.

El lugar que se escoja para la ejecución de la estrategia debe contar con una zona totalmente gratuita con wifi para poder vivir la experiencia realidad aumentada a través de la aplicación.

Las fotografías serán impresas y colocadas sobre bases sólidas como caballetes o exhibidores donde los espectadores puedan apreciar sin ninguna dificultad.

La exposición durara 3 días seguidos y será abierta a todo el público en general, posterior a esto las obras reposaran en galerías permanentes en museos y bibliotecas de la ciudad.

- **Análisis de la propuesta**

Personas con conocimiento y desconocimiento al arte fotográfica y sobre todo a la realidad aumentada serán participes de esta exposición, siendo factible que al ingresar a la exposición exista una breve explicación por medios de afiches o pantallas de información de que deberían realizar para obtener esta dicha aplicación y pasos para observar el resultado.

Los colegios y universidades no tendrán inconvenientes de observar el resultado de la exposición fotográfica al contrario sería un plus al aumentar sincronización con su tecnología que cada día avanza y se están volviendo independiente de ello.

El wifi no siempre será un problema al llegar algún sitio abierto y público, los estudiantes tendrán ya la red guardada y al ingresar a la exposición no sería un problema para conectarse y comenzar con la presentación, un resultado factible será el disponer de datos personales, y para personas que vayan a ingresar a la exposición sea a un lugar

cerrado o público será brindada la clave para tener una acogida con personas navegando la realidad aumentada sin ninguna dificultad, los resultados deben tener una acogida masiva de gente que aprecie al arte fotográfico y visitas a lugares permanentes que serán expuestas cumpliendo las expectativas esperadas.

La visualización de cada fotografía será colocada en bases sólidas y se vivirán experiencias únicas no será ningún inconveniente mostrarlo al público asistente, cada fotografía contendrá experiencias distintas, en caso que las personas no posean un dispositivo móvil los encargados de exponer las obras facilitaran los dispositivos y así se pueda disfrutar de la experiencia con la realidad aumentada.

Los dos días de exposición será de una manera muy atractiva ya que el primer día si las personas que se dirigen a la exposición no se encuentran con dispositivos móviles tendrán la oportunidad de seguir asistiendo durante el siguiente día que será gratuito para público en general, así tendríamos más facilidad que en la segunda regresas a visualizar la fotografía ya tengan conocimientos de que se trata la exposición y la aplicación y lo que van a observar cada que regresen a la exposición. Cada fotografía tendrá un modelado diferente durante los dos días así las personas que asisten al primer día se irían con una incógnita al dirigirse al segundo día cada fotografía conteniendo dos informaciones diferentes y dos animaciones diferentes que sería como coleccionarlos durante dos días.

Las personas no saldrían de la exposición satisfaciéndose con solo mirar una fotografía ahora encontrarán más que una fotografía porque en cada fotografía una hay historia que cada persona lo imagina y lo interpreta de diferente manera, sería la única oportunidad en donde serán apreciados con lo que son y con lo que miran, tendrán la oportunidad de

llevarse sus fotografía en sus dispositivos con la aplicación y cada vez que requieran dirigirse a mirar que hay de nuevo de animaciones se podrían dirigirse a los lugares que estarán exponiéndose permanentemente para cambiar sus animaciones y seguir coleccionando y si es posible cambiaria las fotografías cada seis meses y las animaciones cada año de ser posible.

• Parámetros de calidad

El nivel de producto a presentar es de carácter profesional con un tipo de producto artístico, impreso en cintra en alta calidad con tintas resistentes al agua, en un tamaño de “A2” 42 x 59,4 cm

Nivel del producto: Profesional

Tipo de producto: Artístico

Características: Impreso en cintra en alta calidad impermeable impreso en vinil adhesivo brillante con un terminado mate.

Tabla 4:

Características de las fotografías

TAMAÑO	42 X 59,4 CM
IMPRESIÓN	1440 x 1440 dpi
RESOLUCIÓN	300 Pixeles / Pulgada
IMAGEN	CMYK
FORMATO	TIFF
TAMAÑO DE ARCHIVO APROX.	420 Mb

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

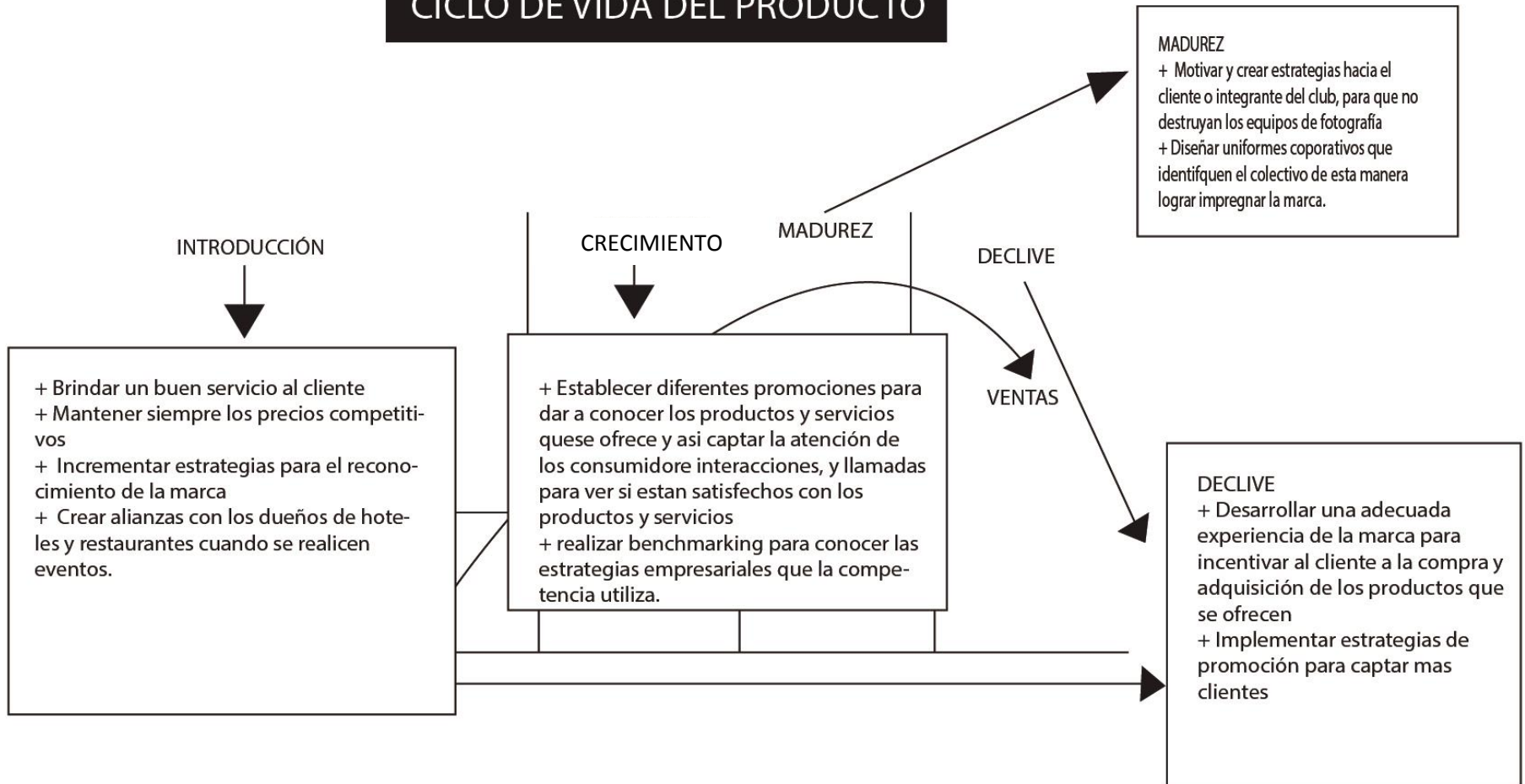


Gráfico 22: Ciclo de vida del producto

3.5.3.2 Precio

El precio varían según el tamaño del cuadro, y dependiendo del proyecto que se haya ejecutado para cada una de ellas.

Tabla 5:

Precio

PROYECTO	COSTO DEL PROYECTO	FORMATO A2	FORMATO A3	FORMATO A4
PROYECTO DE FOTOGRAFÍA CONCEPTUAL	\$ 4078,87	\$ 156,87	\$ 78,43	\$ 39,21

El costo del proyecto incluye la impresión de 26 fotografías en una base de cintra en formato A2, gastos de movilización, y alimentación.

Este proyecto se lo realizo entre diez personas y tuvo una duración de tres meses aproximadamente.

El costo de cada impresión es de \$ 1 incluido el material.

Se imprimió un total de 40 fotografías dando un costo total de \$400

3.5.3.3 Promoción:

Dar a conocer el producto a través de los canales de comunicación: Radio, prensa, tv, internet.

La publicidad se la realizara a través de redes sociales y material impreso (afiches, hojas volantes).

DISEÑOS.



Diseño Primera convocatoria para ser parte del colectivo Foto Club Latacunga

CONVOCATORIA FOTO CLUB LATACUNGA 2016



AFICHES PROYECTOS

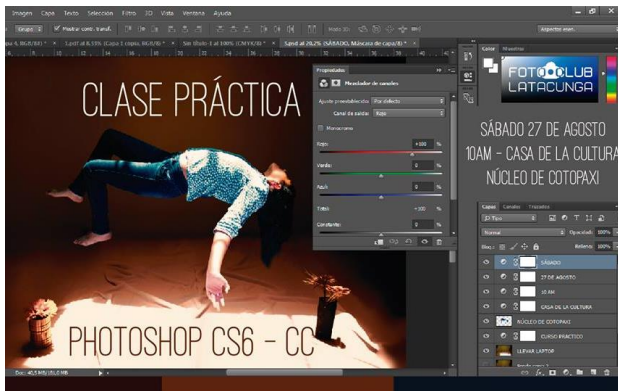


FOTO CLUB
LATACUNGA

CASTING

para proyecto fotográfico sin fines de lucro

Requisitos:

- Buena presencia.
- De 18 a 25 años.
- Conocimiento básico de poses fotográficas.

Viernes
02
sep.

Casa de la Cultura
Núcleo Cotopaxi

15h00

PROYECTO DE FOTOGRAFÍA CONCEPTUAL

PROXIMAMENTE...

Diseño utilizado en la foto de portada del fan page, para generar expectativa del nuevo proyecto.



Lanzamiento del proyecto final Levitar Fotografía Conceptual.

VIDEO PROMOCIONAL

INFOGRAFÍA ANIMADA.

La publicidad boca a boca es muy importante ya que cada integrante del colectivo deberá realizar la publicidad y llamar a la gente que participara en las distintas actividades.

Auspicios de cafeterías y restaurantes de la ciudad en donde se puedan exponer los productos.

3.5.3.4 Plaza:

Venta directa a través de ferias de arte independiente y eventos de tipo culturales como conciertos, presentaciones artísticas, mercado libre, museos y galerías de arte permanente.

Canales de distribución:

- Del productor al consumidor.

- A través de ferias y stands en centros comerciales de artistas independientes

- Del productor a las tiendas.

- Venta a través de la comisión o intercambio de productos para vender y comercializar en la tienda local.

- Del productor al mayorista–minorista–público.

- Se realizaran copias para distribuir en distintos puntos del país en tiendas en donde se puedan exhibir el producto.

3.5.3.5 Persona:

Existe una persona encargada del seguimiento en la fan page en redes sociales, la cual realiza informes acerca de del nivel de aceptación que va teniendo el proyecto y cada una de las publicaciones que se realizan, así como también un seguimiento personalizado de quienes adquieren nuestros productos y lo comparten.

4. DESARROLLO DEL PRODUCTO

4.1 MARCO GENERAL DEL PROYECTO DE DISEÑO

4.1.1 Identidad del producto:

Creación de un isologo que represente el proyecto a realizar, el cual el texto y el icono van juntos, para de esta forma crear una identidad.

Esta aplicado con un triángulo invertido o llamada también proporción divina, sintetizando una trinidad de ser del aire y tierra orientando el levitar que se va a ser representado.

Aire esta representase como la levitación en la fotografía plasmada con cuerpos de mujeres ya que en la proporción divina se representa más en mujeres.

Tierra lo que se va a plasmar en cada fotografía a lo que rodea a la mujer y al ser humano sin saber lo que cada día se pierde que es la naturaleza, encontrando rincones representativos de la ciudad.

Colores:

El color blanco por llevar en cada fotografía limpieza y simplicidad. Sin olvidar que también le representa a la tecnología ya que es la creación de algo nuevo y de un futuro emprendedor.

El color negro transmitiendo la nobleza y elegancia de la ciudad que rodea.

Esta imagen gráfica tiene una figura volteada tomando referencia e triangulo, en donde en si se unen las dos líneas que divide al agua con la tierra y el aire.

Llevando en mente la levitación de una persona en medio de varios obstáculos y problemas.

El identificador domina la belleza de la tierra rodeada a la ciudadanía así como el aire la libertar.

De que cada persona trata de buscar y solo encontrar en sueños, hoy en día es una tendencia de fotografía conceptual teniendo en cuenta la liberación de cada ser humano y se lo aplica con una levitación.

El isologo se escogió en base a una encuesta realizada en redes sociales en el grupo cerrado del colectivo



Gráfico 23: Encuesta para escoger el Logo

Fuente: Imagen tomada de Facebook grupo cerrado Colectivo Foto Club Latacunga

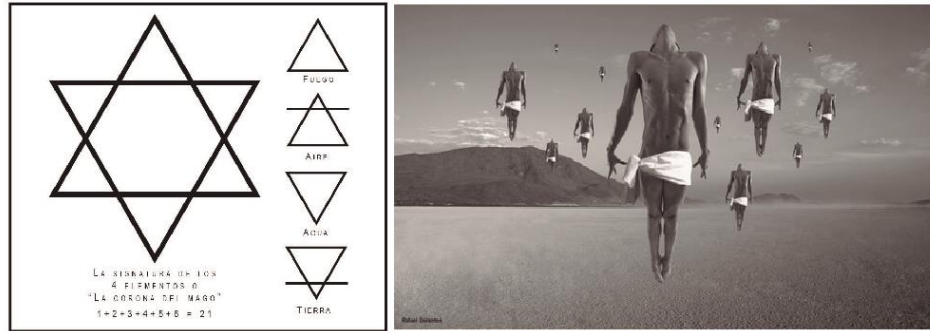
ISOLOGO



Gráfico 24: Isologo

PROCESOS

FUENTE DE INSPIRACIÓN



La signatura de los 4 elementos "La corona del Mago"

Cuerpos en levitación

BOCETOS

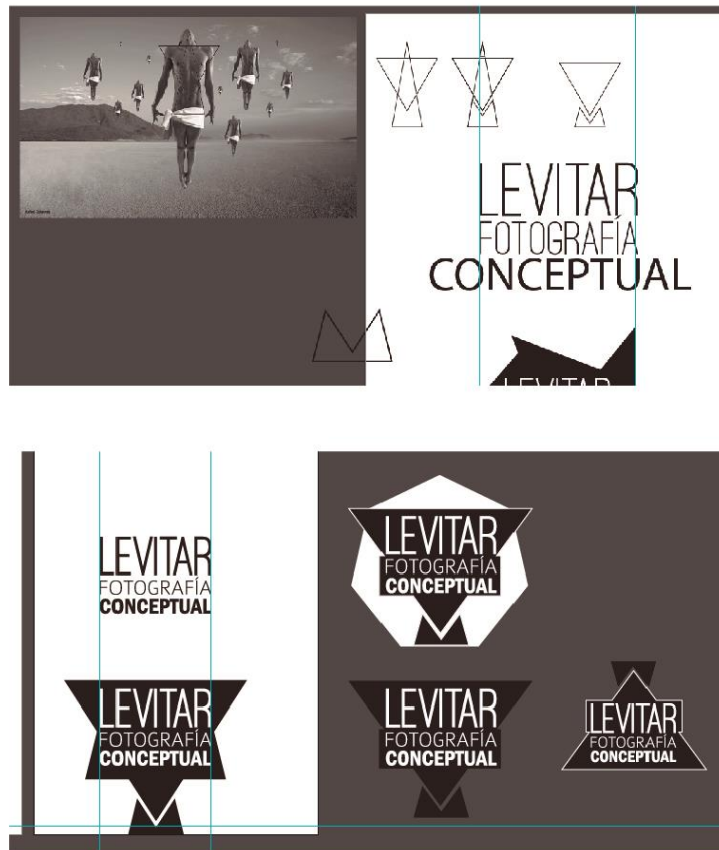


Gráfico 25: Procesos



Geometrización del isologo



Apicación sobre fondo negro

Tipografía

BARBARO WESTERN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

!"·\$%&/()=??

LEVITAR

Bauhaus Light BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"·\$%&/()=?¿

FOTOGRAFÍA

Candara

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

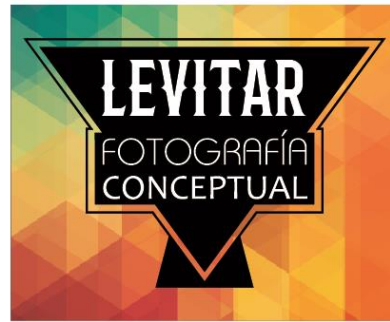
!"·\$%&/()=?¿

CONCEPTUAL

Gráfico 26: Tipografía



Apicación sobre textura



Apicación sobre textura



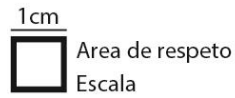
Apicación sobre fotografía



Apicación sobre fotografía



Apicación sobre fotografía auspiciantes



C: 0
M: 100
Y: 100
K: 0



C: 0
M: 0
Y: 100
K: 0



C: 100
M: 100
Y: 0
K: 0



Apicación colores

Mini manual de estilo a utilizar. Autor Campaña G.

4.1.2 Descripción del producto:

Productos audio visuales

Una serie de videos donde se muestra el proceso tras cámaras de cada una de las sesiones fotográficas, con música original de quienes apoyan al proyecto.

Fotografías impresas

Las fotografías se imprimirán en alta calidad en un material impermeable, resistente en un formato A2

Fotografías digitales

Las que servirán para publicaciones en redes sociales, y pagina web para más información acerca del proyecto

Revistas anuales

Se realizara una revista con entrevistas a los diferentes miembros del club, dando a conocer el proceso del proyecto realizado, las dificultades al momento de la ejecución y práctica fotográfica así como también las experiencias de las modelos y maquillistas.

Fotografías de los tras cámaras y contenido artístico fotográfico.

4.1.3 Necesidad del mercado:

En la ciudad de la Latacunga existe mucha gente interesada en contribuir con el arte y fomentar la cultura, el colectivo de fotografía a través de sus miembros activos han ido realizando varias convocatorias permanentes para establecer un grupo solido de personas con las cuales poder trabajar en conjunto, las respuestas que se obtienen son

inmediatas ya que las personas siempre están pendientes de este tipo de actividades en la ciudad, se recepta mensajes internos en las redes sociales comentándonos el interés que se tiene por ser parte del colectivo, la gente acude a los llamados y son motivados al emprendimiento artístico en la ciudad.

Se determina un mercado prácticamente abandonado en la ciudad, es por esto que las personas sienten la necesidad de abandonar la ciudad para buscar este tipo de manifestaciones culturales en donde puedan recrear y explotar sus capacidades.

El estudio de mercado se lo realizará en la Provincia de Cotopaxi, en el cantón Latacunga casco urbano de la ciudad, existen espacios abandonados en donde se pretenden dar este tipo de intervenciones artísticas, las cuales se pretende rescatar a través de eventos promoviendo así el desarrollo del arte y la ciudad.

El presente proyecto se enfoca a un mercado especializado de personas que crean en la fotografía como una herramienta para el desarrollo de la sociedad, satisfacer la necesidad del conocimiento y participación activa en grupos de arte, así como también la participación de instituciones públicas y privadas que se interesan en la difusión del arte como una manera de crear cultura visual activa a través de la fotografía.

4.1.4 Estrategias del desarrollo del proyecto:

PLAN DE ACCIÓN							
ESTRATEGIAS	¿Qué y Para qué?	¿Qué se debe hacer?	¿Cuándo?		¿Quién?	¿Cuánto costará?	Fuente de Verificación
	OBJETIVO	ACTIVIDADES	FECHA	DURACIÓN	RESPONSABLE	\$	
Casting	Detectar a chicas con actitud y experiencia en poses fotográficas, siendo accesible en las circunstancias que se encuentre en ese momento.	Asistir al lugar asignado que se realizara el casting de mujeres de 18 a 25 años de edad para tomarles ciertas fotografías de sus mejores poses, observando los respectivos requisitos que cumplirán en el respectivo proyecto.	02/09/2016	2 días	Geovanny Campaña (Director FCL)	\$ 0	Fotografía / Video
Nivelación en photoshop	Clases de fotografía y edición para nivelar a los miembros del colectivo en conocimos a través de actividades prácticas, fotográficas y edición. Aprender a generar conceptos de imagen.	El aprendizaje en cada integrante del colectivo es factible por sus aplicaciones en cada fotografía haciendo de la exposición no convencional de esta temporada y que mejor que todos se encuentren en un nivel equivalente así como en la fotografía.	27/06/2012 al 03/sep./2016	8 horas	Geovanny Campaña (Director FCL)	\$ 0	Fotografía / Video

Ejecución de fotografías	Se realizaran las fotografías cada fin de semana en diferentes lugares de Latacunga con la organización adecuada y tema a tratar por día.	En la ejecución nos vamos ubicando según corresponde a datos registrados que por mujer se tendrá una foto diferente.	10/Sept/2016 al 15/Oct/2016	45 días	Madison Borja (Director FCL)	\$ 0	Fotografía / Video
Postproducción	Realizar con las fotografías correspondientes su debida aplicación de lo enseñado en cada una de ellas, fusionando conceptos a tratar y detalles que se deberá observar.	Aplicación de los conocimientos y edición fotográfica por cada integrante a realizar. Después de la edición se procede a enviar las fotografías listas a impresiones en una empresa ya dad cotizaciones por dinero a rebajar.	17/Oct/2016 al 22/Oct/2016	6 días	John Garzón (Director FCL)	\$ 0	Fotografía / Video
Exposición	La exposición fotográfica es el resultado de los planos realizados, demostrando el concepto de cada fotografía y detalles de la fotografía de edición e iluminación.	En esta exposición serán presentadas en dos días en dos diferentes lugares como el lanzamiento de proyecto en el m Futbol Times y sábado se finalizara como segundo día de exposición en el centro comercial Malteria Plaza.	28/Oct/2016 y 29/Oct/2016	2 días	Geovanny Campaña (Director FCL)	0	Fotografía / Video

Gráfico 27: Plan de acción

4.1.5 Plan de Medios:

4.1.5.1 Objetivos:

Desarrollar una exposición fotográfica con el fin de difundir el arte del colectivo en la ciudad de Latacunga

4.1.5.2 Target:

El target de la presente esta dado entre la edad de 20 – 35 años de edad con un ingreso de 200 – 1000 dólares americanos, género masculino y femenino, y preferencias sexuales, de un estrato social medio alto, solteros, casados, divorciados, viudos, con un grado de preparación universitario, Tercer, Cuarto Nivel, PHD.

4.1.5.3 Canales:

Online

Facebook

Twitter

YouTube

Instagram

Flickr

Offline

Radio

Revista

4.1.5.4 Medios:

Seleccionarlos tomando en cuenta: la selección adecuada, la periodicidad y los formatos.

Tabla 3:

Medios

MEDIO	PRODUCTO	PERIODICIDAD	ARTE	RESPONSABLE
FACEBOOK	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotografía conjunta avances del proyecto 2. Hastags de proyecto 3. Publicación de los tras cámaras del proyecto agradeciendo a los auspiciantes 4. Publicación video tras cámaras del proceso que se va desarrollando en el transcurso del proyecto. 	2 – 3 veces por semana	Geovanny Campaña (Diseñador Gráfico)	John Garzón (Comunicador Social)
TWITTER	<ol style="list-style-type: none"> 1. Post avance de proyecto. 2. Retwitt de publicaciones en Facebook 3. Post en vivo del proyecto que se ejecuta 4. Post anuncio promocional a nuestros auspiciantes 	5 veces por semana	Geovanny Campaña (Diseñador Gráfico)	John Garzón (Comunicador Social)
INSTAGRAM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotografías de los tras cámaras 2. Fotografías de los integrantes del colectivo 3. Fotografías de nuestros auspiciantes 	1 vez por semana	John Garzón (Comunicador Social)	John Garzón (Comunicador Social)
YOUTUBE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tras cámaras Making Of 	1 vez cada dos semanas	Geovanny Campaña (Diseñador Gráfico)	Geovanny Campaña (Diseñador Gráfico)

Digital

Facebook 2 – 3 Veces por semana

Twitter 5 Veces a la semana

Istagram 1 Vez por semana

Flickr 1 Vez al mes

YouTube 1 vez cada 2 semanas

Tabla 4:

Medio Impreso

MEDIO	PRODUCTO	PERIODICIDAD	ARTE	RESPONSABLE
IMPRESO	Fotografías	1 Vez al Año	<ul style="list-style-type: none">•MadissonBorja•GeovannyCampana•John Garzón•Guillermo Pazuña•Alonso León•Nathalie Chicaiza•Damián Masapanta•Cristina Taipe•Esteban Alvarado•Franklin Molina•Majo Jiménez•Galo Taco•Gustavo Terán	
IMPRESO	Revista	1 vez al año	Geovanny Campana (Diseñador)	Madison Borja (Comunicador Social)

MEDICIÓN DE PLAN DE MEDIOS

4.1.5.6 Presupuesto:

MEDIO	PRODUCTO	PERIODICIDAD	ARTE	COSTO	RESPONSABLE
FACEBOOK	5. Fotografía conjunta avances del proyecto 6. Hashtags de proyecto 7. Publicación de los tras cámaras del proyecto agradeciendo a los auspiciantes 8. Publicación video tras cámaras del proceso que se va desarrollando en el transcurso del proyecto.	2 – 3 veces por semana	Geovanny Campaña (Diseñador Gráfico)	\$ 350	John Garzón (Comunicador Social)
TWITTER	5. Post avance de proyecto. 6. Retwit de publicaciones en Facebook 7. Post en vivo del proyecto que se ejecuta 8. Post anuncio promocional a nuestros auspiciantes	5 veces por semana	Geovanny y Campaña (Diseñador Gráfico)	\$200	John Garzón (Comunicador Social)
INSTAGRAM	4. Fotografías de los tras cámaras 5. Fotografías de los integrantes del colectivo 6. Fotografías de nuestros auspiciantes	1 vez por semana	John Garzón (Comunicador Social)	\$100	John Garzón (Comunicador Social)
YOUTUBE	2. Tras cámaras Making Of	1 vez cada dos semanas	Geovanny y Campaña (Diseñador Gráfico)	\$ 180	Geovanny Campaña (Diseñador Gráfico)

4.1.5.7 Calendario:

Tabla 5:

Calendario

CALENDARIO

MEDIO	FORMATO	PRESUPUESTO	CALENDARIO												
			20/09/2016	22/09/2016	26/09/2016	29/09/2016	01/10/2016	05/10/2016	08/10/2016	10/10/2016	15/10/2016	17/10/2016	19/10/2016	22/10/2016	31/10/2016
FACEBOOK	DIGITAL	50	x	x		x		x	x	x		x	x	x	
TWITTER	DIGITAL	10	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
ISTAGRAM	DIGITAL	10		x		x		x		x		x		x	
YOUTUBE	DIGITAL	30			x			x			x			x	
IMPRESO	FOTOGRAFIA	300													x
IMPRESO	REVISTA														x

FECHA	LOCACIÓN	MODELO	HORA	FOTÓGRAFO	MEDIDAS DE BUSTO	MEDIDAS DE CADERA	MAQUILLAJE
SEPTIEMBRE							
Martes 20 - 09 - 2016	TILIPULO	Jhoselyn Gancino	14h30	Damián Masapanta	91	97	
Jueves 22 - 09 - 2016	ISINCHE	Alexa Tapia	08h00	Diego Montenegro	86	90	
Jueves 22 - 09 -2016	CEMENTERIO DE PUJILI	Evelyn Mendoza	14h30	Galo Taco	84	94	
lunes 26 - 09 -2016	LAGUNA DEL QUILOTOA	Sol Molina	08h00	Esteban Alvarado	80	96	
lunes 26 - 09 -2016	PILALO	Iveth Chacón	08h00	Guillermo Pazuña	89	91	
		María Belén Segovia	08h00		88	93	
Jueves 29 - 09 - 2016	AEROPUERTO	Cecibel Larco		Cristina Taipe			
OCTUBRE							
sábado 01 - 10 - 2016	BOLICHE		08h00	Majo Jiménez			
miércoles 05 - 10 -2016	RIO LA Y	Estefanía Jiménez	14h00	Franklin Molina	92	104	
sábado 08 - 10 -2016	CASCADAS DE CANDELA Y FAZO	Michelle Enríquez	08h00	Nathy Chicaiza	81	95	
lunes 10 - 10 -2016		María José Rodríguez	14h00	John Garzón			

4.1.5.8 Resultados:

Son la demostración del cumplimiento de los objetivos. Hacer referencia a cada objetivo específico. Presentar la información procesada. Muestreo, técnicas, métodos. Sistematizar los datos en forma ordenada demostrando el cumplimiento de cada uno de los objetivos.

Se puede realizar la medición del nivel de aceptación en base a estadísticas gráficas en donde se muestra la acogida a las diferentes publicaciones y el nivel de importancia que se le da al colectivo en redes sociales



Gráfico 28: Resultados Nivel de aceptación

Fuente: Facebook, 2016

Gráfico capturado de la fan page oficial del colectivo Foto club Latacunga

En donde nos muestra el nivel de aceptación que ha ido teniendo nuestras publicaciones y la expectativa que se ha generado con el nuevo proyecto realizado, para ello se toma

de referencia la fecha 31 de agosto del 2016 en donde se arranca con la primera fase del proyecto.

Teniendo hasta el momento un total de 2225 seguidores.



Gráfico 29: Resultados Nivel de aceptación
Fuente: Facebook, 2016

Gráfico capturado de la fan page oficial del colectivo Foto club Latacunga

Al término del proyecto la cantidad de seguidores en Facebook incrementaron a 2373, dando un total de 148 personas que se sumaron a la lista de seguidores, hasta el 28 de Octubre del 2016, en 2 meses.

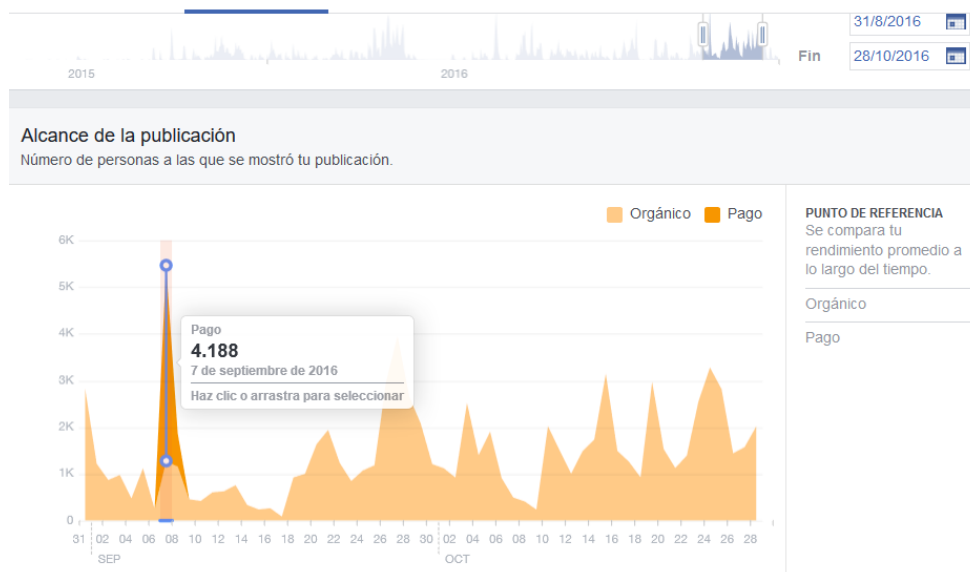


Gráfico 29: Resultados Nivel de aceptación
Fuente: Facebook, 2016

Gráfico capturado de la fan page oficial del colectivo Foto club Latacunga

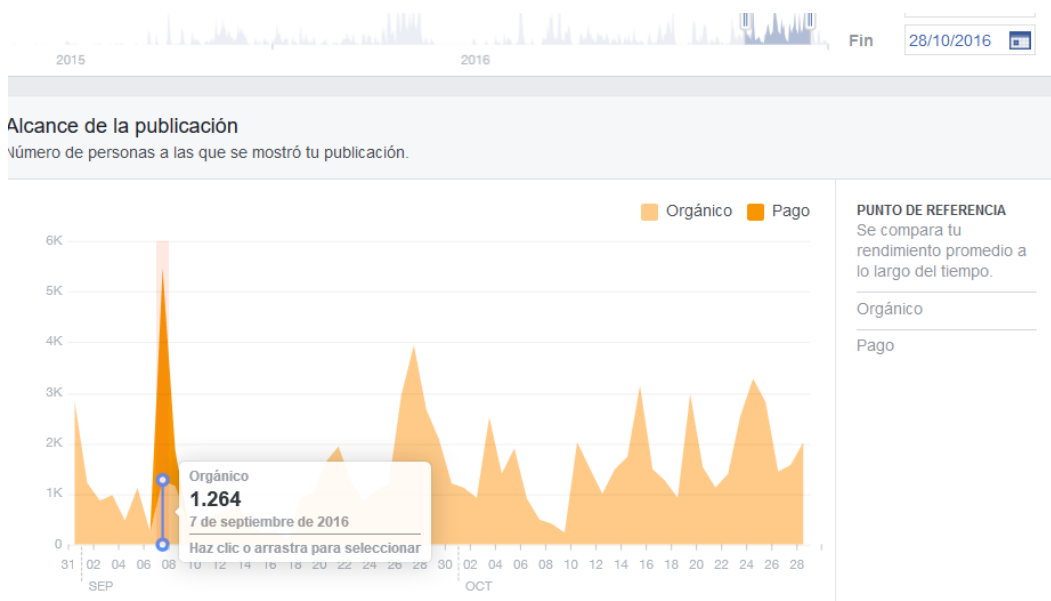


Gráfico 30: Resultados Nivel de aceptación
Fuente: Facebook, 2016

El 7 de Septiembre se realiza una publicación pagada en Facebook dándonos como resultado un alcance total de 4188 personas, las cuales vieron 1 publicación realizada

Grafico capturado de la fan page oficial del colectivo Foto club Latacunga

Un alcance de 1264 personas las mismas que siguen la página.



Gráfico 31: Resultados Nivel de aceptación

Fuente: Facebook, 2016

Grafico capturado de la fan page oficial del colectivo Foto club Latacunga

El resultado de este tipo de publicaciones tuvo un alcance de 5854 personas.



Gráfico 32: Resultados Nivel de aceptación
Fuente: Facebook, 2016

Gráfico de los lugares a donde llego la publicación, Ecuador en un 99,7%, nuestras publicaciones han llegado a Colombia en un 0,3%, obteniendo un análisis que la pagina se proyecta internacionalmente.

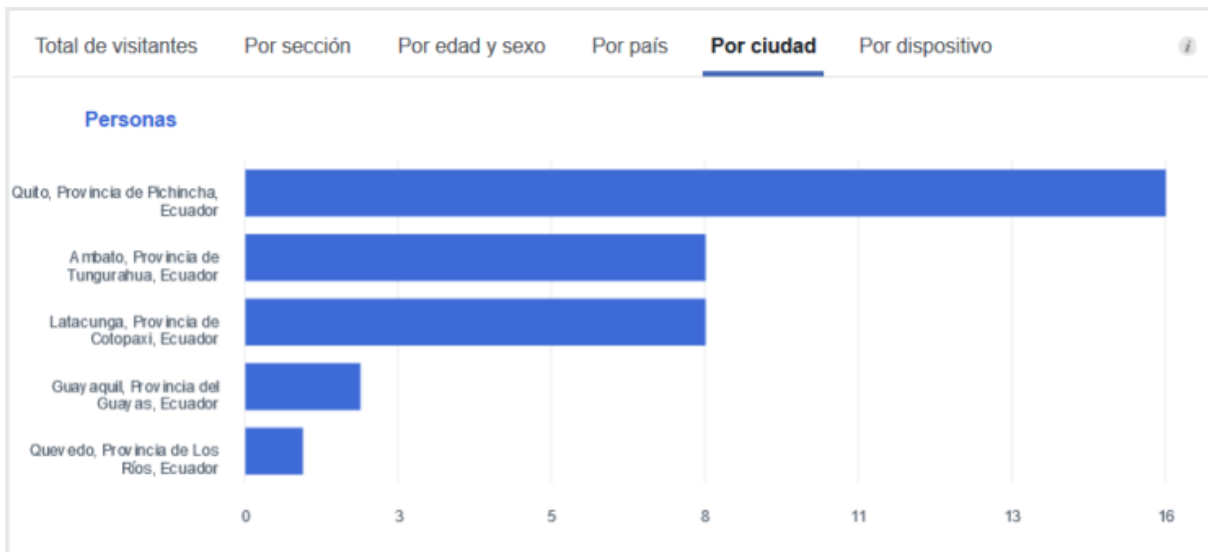


Gráfico ciudades donde llegan nuestras publicaciones, la provincia de Pichincha tiene un gran alcance, seguido de Ambato, Latacunga, Guayaquil y Quevedo.

Medios por cuales nos visualizan

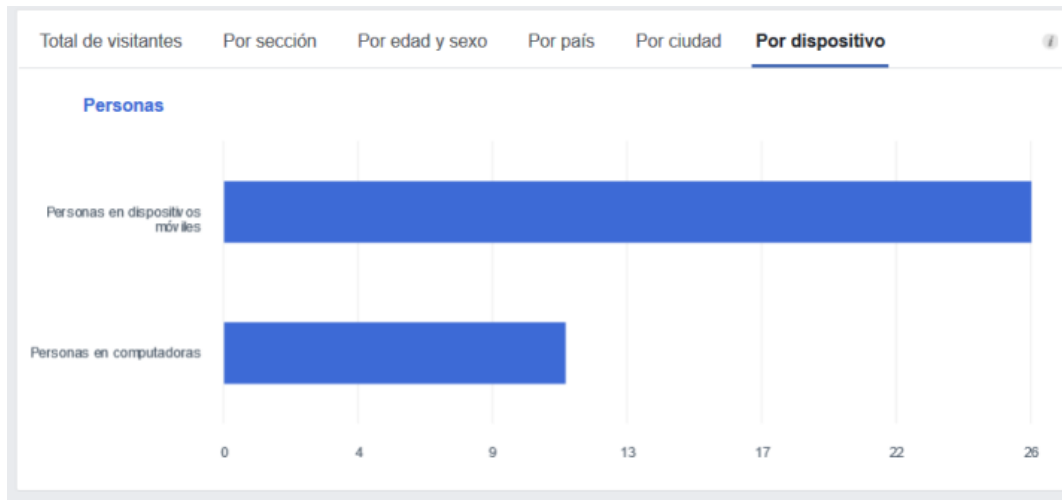


Gráfico 33: Resultados preferencias

Fuente: Facebook, 2016

Los dispositivos móviles son los preferidos por los usuarios



Gráfico 34: Resultados Nivel de reacción en el público a las publicaciones

Fuente: Facebook, 2016

Las personas interactúan más con likes “Me Gusta” seguido de “Me Encanta”, concluimos que la acogida que tiene la página está dando resultados positivos

4.1.6 Concepto de marca: Estrategia de marca con los significados o características del producto.

4.2 PLAN DE PRODUCCIÓN

4.2.1 Expresión Creativa:

Medio digital

Redes sociales, Con contenido amplio que informe cada arte que se publique

Se realizara textos utilizando hashtags, etiquetas, menciones para ganar y captar el mayor público posible.

4.2.2 Valor agregado / propuestas de valor:

Las fotografías que se realizan entran en un proceso de selección en donde una vez analizadas cada una de las fotografías se procede a la elección y posteriormente ingresan a un proceso de edición digital en el diferente software a utilizar.

Lightroom

Photoshop

8.2.3 Materiales e insumos:

- Cámaras fotográficas
- Flashes

- Rebotadores
- Iluminación
- Trípodes
- Computadores

4.2.4 Acabados:

- Material pvc impresas con tintas permanentes impreso en vinil y recubierto con un laminado mate

4.2.5 Composición:

- Se mostrara las fotografías en orden, según la locación y el clima por ejemplo, locación empezando desde la ciudad posteriormente pasará a los cantones en donde se realizaron las fotografías

4.2.6 Jerarquía:

Tenemos como productos estrellas las exposiciones fotográficas seguido de los tras cámaras y los making of que se evidencian a raves de fotografías

4.2.7 Funcionalidad:

La funcionalidad de los productos finales es para ser expuestas en espacios públicos y que trasciendan a través del tiempo haciendo de ellas un referente histórico que reposaran en salones o museos de arte donde se pueda conservarlos, y vender copias a quienes gusten del arte fotográfico.

4.2.8 Presupuesto

4.2.8.1 Costos Variables:

Tabla6

Costos Variables

COSTOS VARIABLES	Costo
TRANSPORTE	\$ 390
EQUIPOS Y SUMINISTROS	\$ 115
ALIMENTACIÓN	\$ 299
EXPOSICION FOTOGRAFICA	\$ 510
Total	\$ 1.314

4.2.8.2 Costos fijos:

Tabla7:

Costos Fijos

COSTOS FIJOS	Costo
NIVELACION EN FOTOSHOP	\$ 205
IMPRESIÓN DE FOTOS	\$ 280
EQUIPOS Y SUMINISTROS	\$ 25
Total	\$ 485

4.2.8.3 Mano De Obra: de producción.

Tabla 8:

Mano de obra

MANO DE OBRA	Costo
Diseñador Gráfico	\$300,00
Fotógrafos y videografías	\$275,08
Comunicador Social	\$200,00
Modelos	\$390,00
Edición de fotográfica finales	\$250,00
Maquillaje y peinado	\$260,00
Total	\$1.675,08

4.2.8.4 Gastos generales:

Tabla 9:

Gastos generales

GASTOS GENERALES	Costo
Internet	\$ 150
Celular	\$ 100
Publicidad y propaganda	\$ 150
Total	\$ 500

4.2.8.5 Gastos Administrativos:

Tabla9:

Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
LOGISTICA para locaciones	\$ 50
Total	\$ 50

4.2.8.6 Costo total:

Tabla10:

Costo total

COSTOS TOTAL	VALOR
MANO DE OBRA	\$ 1.675
COSTOS VARIABLES	
TRANSPORTE	\$ 390
EQUIPOS Y SUMINISTROS	\$ 145
ALIMENTACIÓN	\$ 299
EXPOSICION FOTOGRAFICA	\$ 510
COSTOS FIJOS	
NIVELACION EN FOTOSHOP	\$ 205
IMPRESIÓN DE FOTOS	\$ 280
EQUIPOS Y SUMINISTROS	\$ 25
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
LOGISTICA para locaciones	\$ 50
GASTOS GENERALES	
Internet	\$ 150
Celular	\$ 100
Publicidad y propaganda	\$ 150
Imprevistos	\$ 100
Total	\$ 4.079

4.2.8.7 Utilidad:

Tabla 11:

Utilidad

RESULTADO DEL PROYECTO		
INGRESOS	Integrantes	\$3.000,00
	Auspiciantes	\$2.000,00
	Total	\$5.000,00
COSTOS		\$4.078,87
UTILIDAD		\$921,13

4.2.9 Realización del Dummie o Maqueta

Locación: Aeropuerto Internacional Cotopaxi

Fotografía: Cristina Taipe

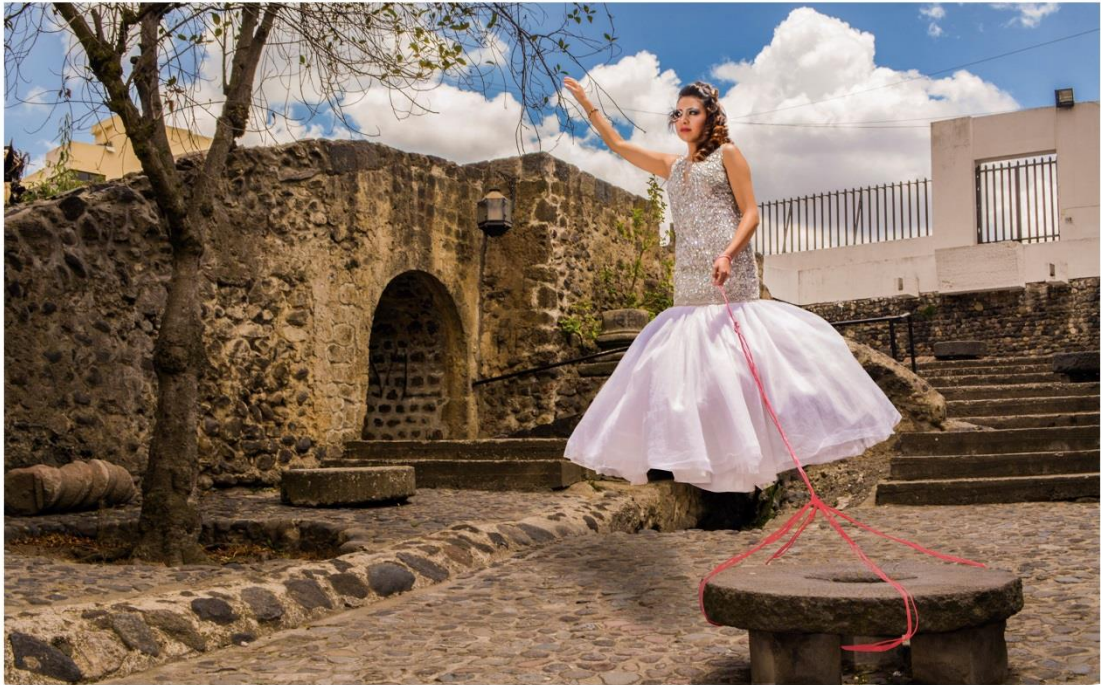
Modelos:



Locación: Casa de la cultura Benjamín Carrión Núcleo de Cotopaxi

Fotografía: María José Jimenez

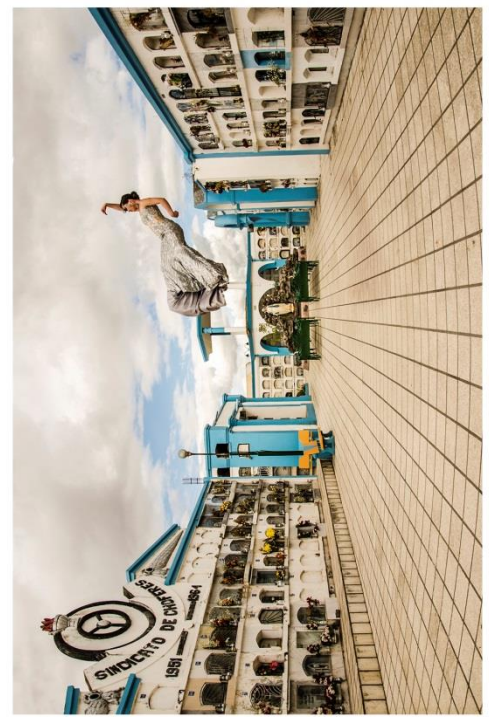
Modelo: Iveth Chacón



Locación: Cementerio de Pujilí

Fotografía: Galo Taco

Modelo: Evelyn Mendoza



Locación: Cementerio General Latacunga
Fotografía: Damián Masapanta & Geovanny Campaña
Modelo: María José Rodríguez



Locación: Hacienda de Tilipúlo
Fotografía: Damián Masapanta
Modelo: Jhoselyn Gancino



Locación: Parque Nautico la Laguna
Fotografía: Nathalie Chicaiza
Modelo: Michelle Enriquez



Locación: Zumbahua - Quilotoa
Fotografía: Guillermo Pazuña - Geovanny Campaña
Modelo: Sol Molina - María Belen Segovia



Locación: Hacienda de Hisinche
Fotografía: Geovanny Campaña
Modelo: Alexandra Tápia



Locación: Puente 5 de Junio
Fotografía: Madisson Borja
Modelo: Carolina Imbacuan



Locación: Mirador el Calvario - Rio Alaquez
Fotografía: Alonso León - Franklin Molina
Modelo: María de los Angeles Espín - Estefania Jimenez



EVIDENCIA DEL PROYECTO EJECUTADO EXPOSICIÓN

El 28 de octubre en un evento privado el colectivo Foto Club Latacunga (F.C.L.) realizó el lanzamiento de su proyecto de fotografía conceptual “Levitar”, en las instalaciones del Club Cotopaxi a partir de las 19h00.

F.C.L. a través del conocimiento colectivo y el trabajo grupal de los miembros activos que participan en cada una de sus actividades ha planteado el desarrollo del proyecto denominado “LEVITAR”, el mismo que está encaminado a mostrar el arte fotográfico puesto en escena de todos y cada uno de quienes conforman este grupo. Además motivados por las festividades de cantonización de Latacunga, se ha visto necesario crear un espacio de exposición fotográfica, donde este arte sea partícipe fundamental en un evento.

El programa inició con el grupo de danza “Tamia Zuyay”, seguidamente a ello se realizó el programa formal, la presentación del Grupo Dizaro, el brindis y exposición de las fotografías realizadas, para finalizar con Martita Rivera, cantante de nuestra Pensil de los Andes; quienes se dieron cita fueron los auspiciantes, personas que se encargaron el maquillaje y peinado, modelos e invitados.



©FotoClubLatacunga



©FotoClubLatacunga



©FotoClubLatacunga



©FotoClubLatacunga



©FotoClubLatacunga



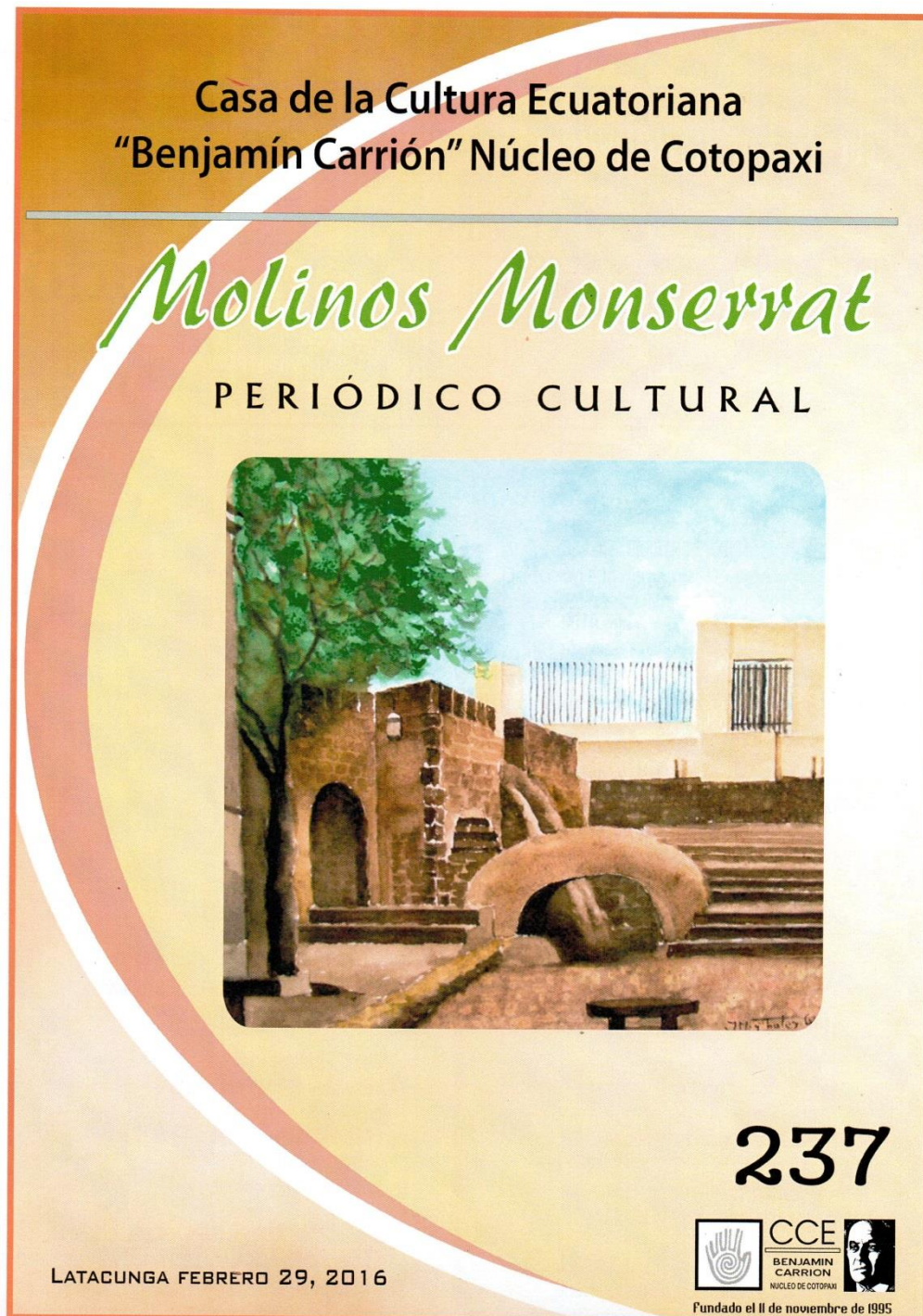
©FotoClubLatacunga



©FotoClubLatacunga

5. ANEXOS.

Anexo 1 Periódico cultural CCE Núcleo de Cotopaxi



Casa de la Cultura Ecuatoriana
"Benjamín Carrión" Núcleo de Cotopaxi

Molinos Monserrat

PERIÓDICO CULTURAL
AÑO XXI N°237

Fundado el 11 de noviembre de 1995
LATACUNGA FEBRERO 29, 2016

Contenido

CADA COLABORADOR ES RESPONSABLE DE LAS
OPINIONES VERTIDAS EN SUS ARTÍCULOS

PRESIDENTE DEL NÚCLEO

Edmundo Rivera Robayo

DIRECTOR

José Meythaler Quevedo

CONSEJO EDITORIAL

Sócrates Hernández Hernández
Hugo Salazar Albán
Luis Balarezo Mesías
Byron Burbano Moreno
Miguel Ángel Rengifo Robayo

IMPRESIÓN

Talleres del Núcleo de Cotopaxi

MONTAJE Y REPRODUCCIÓN

Darwin Fabara Jácome

DIGITACIÓN, DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO

Juan Pablo Atiaga
Milton Chimba
Edgar Llumigusín

PORTADA

Entrada de estilo colonial al edificio donde
funciona la Casa de la Cultura de Cotopaxi

ACUARELA

José Meythaler Quevedo

EDITORIAL

José Meythaler Quevedo

AÑORANZAS

Rodrigo Campaña Escobar

PÁNFILO

Edmundo Rivera Robayo

LOS TURCOS

Hugo Salazar Albán

Y AHORA... QUÉ...

Jorge Alcázar Arroyo

LOS BARRIOS DE LATACUNGA

Francisco Ulloa Enríquez

ACTIVIDAD VOLCÁNICA DEL COTOPAXI

Luis Reinoso Garzón

RECUERDOS

Estuardo Cerda Páez

DISMINUCIÓN DE LAS FUNCIONES EN EL ADULTO MAYOR

José Chávez Sánchez

Fotografías: Foto Club Latacunga y Diego Paredes

Anexo 2 Carta Compromiso Foto Club Latacunga CCE Núcleo de Cotopaxi

Casa de la Cultura Ecuatoriana
"Benjamín Carrión" Núcleo de Cotopaxi



CARTA COMPROMISO ENTRE LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA "BENJAMIN CARRIÓN" NÚCLEO DE COTOPAXI Y EL COLECTIVO FOTO CLUB LATACUNGA

En Sesión Ordinaria de Directorio el día jueves 25 de febrero del presente año, los miembros asistentes autorizan al Presidente de la institución la firma de la siguiente carta compromiso:

En la ciudad de Latacunga al uno día de marzo de dos mil diez y seis, comparecen: la Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" Núcleo de Cotopaxi, representada por el Doctor Edmundo Rivera Robayo, en su calidad de Presidente y por tanto representante legal. Y, los señores Geovanny Campaña y John Garzón, quienes ejercen como directivos de Foto Club Latacunga. Los comparecientes, por los derechos que representan convienen en celebrar el presente Convenio de Cooperación Interinstitucional, al tenor de esta y las siguientes cláusulas.

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

- 1.1 El Reglamento Interno de la Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" Núcleo de Cotopaxi, en su artículo 1 dice que es una Institución de Derecho Público, con personería jurídica, que goza de autonomía administrativa, económica y operativa, de Conformidad con la Constitución de la República, la Ley de Cultura vigente y el correspondiente Estatuto Orgánico;
- 1.2 El Núcleo tiene su sede en la ciudad de Latacunga y su ámbito de acción es la provincia de Cotopaxi, sin perjuicio que pueda cumplir sus finalidades en otros ámbitos tanto del país como del extranjero. En general, para el cumplimiento de todo tipo de programas el Núcleo puede recurrir, entre otros, a los siguientes medios: "Cooperación con otras personas o entidades y Asociación con terceros";
- 1.3 Uno de los fines de la Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" y sus núcleos es el de: "Orientar el desarrollo de la cultura nacional y universal", estimular su conocimiento y difundir los valores de la cultura ecuatoriana a en el ámbito provincial, nacional e internacional ;
- 1.4 La Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" Núcleo de Cotopaxi, tiene su domicilio legal en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, ciudad del mismo nombre, calles "Antonia Vela" 3-49 y "Padre Manuel Salcedo";
- 1.5 Foto Club Latacunga es un colectivo de jóvenes sin fines de lucro que comparten la afición y el aprendizaje de fotografía. Motivados por ello emprenden proyectos de diverso índole en la ciudad. Recurren a la colaboración de instituciones para poder realizar sus reuniones semanales.

SEGUNDA.- CONVENIO

Molinos Monserrat. Antonia Vela 3-49 y Padre Manuel Salcedo. Telf: 03-2813-247 / 248
cecotopaxi@andinanet.net

Con los antecedentes expuestos, las entidades comparecientes, a través de sus representantes legales, manifiestan que es de su voluntad celebrar, como en efecto celebran, el presente Convenio de Cooperación Interinstitucional, que queda sujeto a las disposiciones del presente documento.

TERCERA.- OBJETO DEL CONVENIO

El presente convenio tiene por objeto que ambas entidades se apoyen mutuamente mediante la prestación de servicios y apoyo institucional.

CUARTA.- APORTES Y RESPONSABILIDADES

Responsabilidades de la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi

La Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" Núcleo de Cotopaxi, se compromete al préstamo de sus instalaciones e insumos como caballetes cuando Foto Club Latacunga lo requiera; siempre y cuando estos estén disponibles y no coincidan con alguna otra actividad de la institución.

De igual manera la Casa de la Cultura núcleo de Cotopaxi se ofrece en colaborar con trípticos, afiches o cualquier material impreso, cuando Foto Club Latacunga requiera para alguno de sus eventos.

La Casa de la Cultura de Cotopaxi se compromete a proporcionar al colectivo, un taller de fotografía en el periodo que dure el convenio, el cual permita desarrollar sus habilidades y reforzar conocimientos en la temática que considere necesaria el grupo, de acuerdo con el cronograma de actividades aprobado en la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi.

En el caso que Foto Club Latacunga tenga exposiciones fotográficas, la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi ofrece difundir dicha información a todos los núcleos a nivel nacional con la finalidad que dichos trabajos, en el caso de ser aceptados, puedan ser expuestos en otras ciudades del país.

Responsabilidades de Foto Club Latacunga

En contraparte, Foto Club Latacunga se compromete a asistir a todos los eventos que realice la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi por el periodo que dure el convenio en mención y realizar un registro fotográfico con un mínimo de diez fotografías que serán entregadas en formato digital y utilizado por la institución en web, redes sociales o medios impresos, respetando los respectivos derechos de autor.

QUINTA.- PLAZO:

El plazo de duración de este Convenio es de 10 meses, contado a partir del uno de marzo de 2016 al 31 de diciembre de 2016, el cual podrá renovarse por un periodo igual o mayor de mutuo acuerdo de las partes, previa la evaluación de su cumplimiento. De igual forma, la Casa de la Cultura de Cotopaxi, se reserva el derecho de dar por terminado este

convenio antes del cumplimiento del plazo establecido, si el colectivo Foto Club Latacunga, no cumple con el objeto del Convenio.

SEXTA.- CONTROVERSIAS:

En caso de presentarse cualquier tipo de controversias en la interpretación y ejecución del presente carta compromiso y que no puedan ser solucionadas directa y amigablemente entre las partes, se someterán al trámite de mediación de conformidad con la ley de la materia y ante el Centro de Mediación más próximo. De persistir las diferencias, las someterán a los jueces de lo civil de la jurisdicción de Latacunga y al trámite verbal sumario.

La firma del Convenio de Cooperación Interinstitucional se realizará una vez que Foto Club Latacunga cuente con los documentos legales necesarios.

Para constancia de aceptación, firman las partes de unidad de acto, en el lugar y fecha constantes de este evento.



Dr. Edmundo Rivera Robayo
Presidente CCE Núcleo de Cotopaxi



John Garzón
Directivo Foto Club Latacunga



Geovanny Campaña
Directivo Foto Club Latacunga

Anexo 3 Agradecimiento por la participación activa en la “Feria de la productividad Cotopaxi vive 2016”



Gobierno Autónomo Descentralizado
de la Provincia de Cotopaxi



Oficio Cir. N° GADPC-PREF-2016-040
Latacunga, 22 de abril de 2016

Asunto: Agradecimiento

Señores:
FOTO CLUB LATACUNGA
Presente.-

De nuestra consideración:

A través del presente nos dirigimos a Usted para extender nuestro **AGRADECIMIENTO POR LA PARTICIPACIÓN ACTIVA EN CALIDAD DE EXPOSITOR EN LA “FERIA DE LA PRODUCTIVIDAD COTOPAXI VIVE 2016”**, llevada a cabo el 9 y 10 de abril del año en curso en la Quinta Loco en la ciudad de Latacunga, contribuyendo a la promoción y difusión de las potencialidades productivas de nuestra Provincia.

“Juntos fomentamos el desarrollo productivo de Cotopaxi”

Atentamente,

Jorge Guamán Coronel
PREFECTO PROVINCIAL DE COTOPAXI



Vanessa Iza
DIRECTORA FOMENTO PRODUCTIVO

Realizado por:	Narcisa Caisalitin
Revisado por:	Ing. Vanessa Iza
Fecha:	22-04-2016

Anexo 4 Autorización del logotipo para proyectos de fotografía.



Gobierno Autónomo Descentralizado
Municipal del Cantón
LATACUNGA
DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL

Latacunga, 08 de Octubre del 2015.

Of. No. 2015-210-DDS

Señor.
Geovanny Campaña
Presente.-

De mi consideración:

La Dirección de Desarrollo Social del GAD Municipal del Cantón Latacunga, emite el Aval Respectivo y **AUTORIZACIÓN**, para el uso del Logo Municipal y de la Dirección de Desarrollo Social, a Foto Club Latacunga, para el Proyecto Fotográfico Cultural "**MUSICAL MAMA**".

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,


Ing. Jorge Albán Escobar
DIRECTOR DE DESARROLLO SOCIAL



MPO.

Anexo 5 Autorización de uso de las instalaciones para las reuniones que realice el colectivo.

f 8882 P 2820



LATACUNGA

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL

DESARROLLO SOCIAL

OFICIO N°. 2016-037-DDS
Latacunga, 20 de enero del 2016

Asunto: Autorización de uso de las instalaciones de la Casa de los Marqueses.

Señor
Geovanny Campaña
DIRECTOR FOTO CLUB LATACUNGA
Presente.-



De mi consideración:

En atención al oficio 2016-000-001, en el cual solicita se les autorice el uso de las instalaciones de la Casa de los Marqueses los días sábados de 14h30 a 17h30 para realizar las sesiones del grupo al cual representa; al respecto me permito informar que se encuentra AUTORIZADO su pedido y deberán coordinar con el Sr. Pablo Geovanny Veintimilla Flores, los detalles necesarios para proceder con lo antes mencionado.

Con este antecedente me permito solicitar se presente a esta Dirección un cronograma detallado de asistentes de forma mensual con la finalidad de registrar el número de visitantes que ingresaran a esta Casa Municipal, así como también mantener la limpieza dentro de los cuidados del mismo.

Aprovecho la oportunidad para expresar mis sentimientos de consideración y alta estima


Atentamente,



Ing. Jorge Albán Escobar
DIRECTOR DE DESARROLLO SOCIAL
GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN LATACUNGA

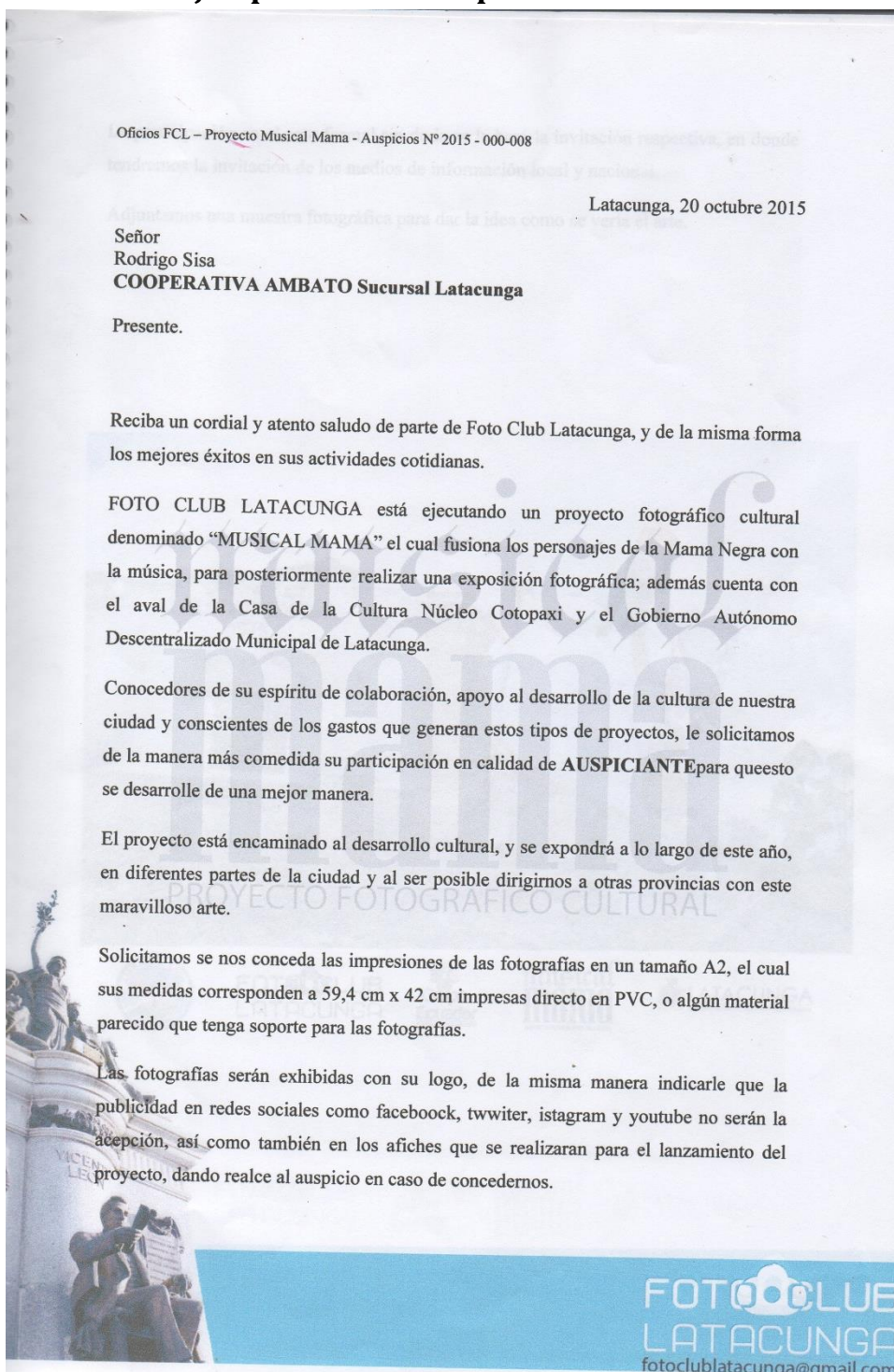
GG

E-mail: desarrollosocialgadmi@gmail.com
WEB: <http://desarrollosocialgadmi.blogspot.com>
Dir.: Sánchez de Orellana 17-62 y Juan Abel Echeverría
(Casa de los Marqueses)
Telf.: 03 2808 420
Latacunga - Ecuador



LATACUNGA
pensil de los andes

Anexo 6. Ejemplo de formato para acuerdos de alianza estratégica



La participación en el acto formal sin duda se le hará la invitación respectiva, en donde tendremos la invitación de los medios de información local y nacional.

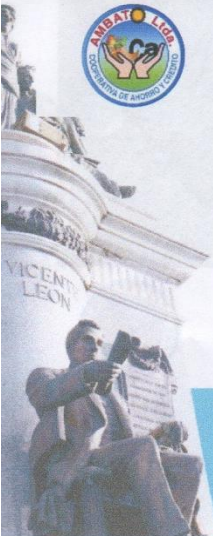
Adjuntamos una muestra fotográfica para dar la idea como se vería el arte.



FOTOCUB
LATACUNGA



musical
mama
PROYECTO FOTOGRAFICO CULTURAL



FOTOCUB
LATACUNGA



musical
mama



FOTOCUB
LATACUNGA
fotoclublatacunga@gmail.com

Latacunga, octubre 2015

El señor/a: _____ con C.I. _____
en calidad de _____

ACEPTA ser auspiciante del proyecto fotográfico cultural "MUSICAL MAMA"
organizado por Foto Club Latacunga.

Por lo tanto la manera de aportar al proyecto mencionado es:

Económica: ()

Otra: () _____

Económica.- En total acuerdo _____ entrega la
cantidad de _____ a _____
el mismo que es _____ de Foto Club Latacunga.

Como contraparte a su apoyo Foto Club Latacunga facilitará:

- Mención en las redes sociales del club.
- Créditos en los making of (videos tras cámaras).
- Rool up que se visualizará el día de la exposición fotográfica con los logos de todos los auspiciantes.
- Publicidad en los afiches.

Por lo tanto firman las dos partes a los días del mes de
del 2015.

Geovanny Campaña
C.I: 050318487-1
Director Foto Club Latacunga

Nombre:
C.I.

FOTOCUB
LATACUNGA
fotoclublatacunga@gmail.com

Anexo 7. Solicitud y apoyo para el colectivo de parte de instituciones públicas y privadas.



Estación Eloy Alfaro
Telf: (093) 02 5992100
Sancti Spiritus y Av. Matorrón
Sector Charrabacal
www.ferrocarrilesdel Ecuador.gob.ec
Quito - Ecuador



Oficio, FEPP-GG-GCS-2015-1033
Quito, 18 de septiembre de 2015

Señor
Geovanny Campaña
DIRECTOR
FOToclub LATACUNGA
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública. Por medio de la presente se da respuesta al oficio FCL N°2015-000-0026 con fecha del 17 de septiembre de 2015 donde solicita la autorización para realizar tomas fotográficas en la estación del ferrocarril de Guaytacama.

Ferrocarriles del Ecuador se encuentra proporcionando un servicio turístico patrimonial a nivel nacional e internacional. En este marco se han establecido políticas para el uso de los espacios del ferrocarril en exteriores.

En tal virtud, Ferrocarriles del Ecuador, al tratarse de una actividad cultural la cual mostrará la estación del ferrocarril dentro de un marco artístico cultural se autoriza la realización de esta sesión fotográfica.

Cabe mencionar que la filmación deberá realizarse el sábado 26 de septiembre el en horario indicado por el solicitante, además deberá entregar el material realizado para el banco de imágenes de Ferrocarriles del Ecuador. De ser aceptados los términos en mención el solicitante deberá coordinar con David Grijalva Rodas al correo electrónico dgrijalva@ferrocarrilesdeecuador.gob.ec

De antemano, agradezco la atención prestada.

Atentamente,



Ana García Pando
Gerente General
Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública

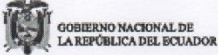


23/9/2016

Re: SOLICITUD FOTOCLUB LATACUNGA - Geovanna Carrillo Gavilanes (TAME EP)

Gerencia de Comunicación Social y Relaciones Públicas

Teléfono: (593) 02 396 6300 ext 20765
Correo: comunicacion@tame.com.ec
Página Web: www.tame.com.ec



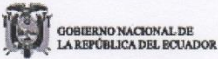
De: Geovanna Carrillo Gavilanes (TAME EP)
Enviado: jueves, 15 de septiembre de 2016 12:21
Para: comunicacion tame (TAME EP); Jose Antonio Pillajo Salcedo (TAME EP)
Asunto: SOLICITUD FOTOCLUB LATACUNGA

Estimado Jose

Adjunto el oficio del Fotoclub Latacunga, en el cual solicitan autorización para toma de fotografías del aterrizaje y despegue de nuestra aeronave.

Saludos Cordiales,

Geovanna Carrillo
Supervisor Tráfico de Pasajeros
Gerencia de Operaciones Tierra
Teléfono: +593 2 396 6300 ext 20660
Celular: +593 996990702
Correo: geovanna.carrillo@tame.com.ec
Página Web: www.tame.com.ec



De: Carlos Quindigalle Quindigalle (TAME EP)
Enviado: jueves, 15 de septiembre de 2016 11:40
Para: Geovanna Carrillo Gavilanes (TAME EP)
Asunto: CLUB

23/9/2016

Re: SOLICITUD FOTOCLUB LATAKUNGA - Geovanna Carrillo Gavilanes (TAME EP)

Re: SOLICITUD FOTOCLUB LATAKUNGA

Brian Acosta Quezada (TAME EP)

mar 20/09/2016 13:34

Para: comunicacion tame (TAME EP) <comunicacion@tame.com.ec>; Geovanna Carrillo Gavilanes (TAME EP) <Geovanna.Carrillo@tame.com.ec>; Jose Antonio Pillajo Salcedo (TAME EP) <Jose.Pillajo@tame.com.ec>;

En lo relacionado a solicitud FOTOCLUB LATAKUNGA, esta Division no tiene inconveniente en apoyar a esta actividad; asi mismo es necesario que tramite los permisos necesarios de acceso a las areas aeroportuarias con la autoridad respectiva y que una persona de Tame les acompañe.

Les pido mil disculpas por la demora, considerando que me encontraba de vacaciones fuera de pais.

Siempre a las ordenes

Cmdte. Brian Acosta, Msg.

Gerente de División, Delegado

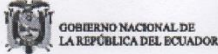
Gerencia de División de Seguridad Operacional y Calidad

Teléfono: +593 2 396 6300 ext. 20957

Celular: +593 996563072

Correo: brian.acosta@tame.com.ec

Página Web: www.tame.com.ecwww.tame.com.ecwww.tame.com.ec



De: comunicacion tame (TAME EP)

Enviado: jueves, 15 de septiembre de 2016 13:25

Para: Geovanna Carrillo Gavilanes (TAME EP); Jose Antonio Pillajo Salcedo (TAME EP); Brian Acosta Quezada (TAME EP)

Asunto: Re: SOLICITUD FOTOCLUB LATAKUNGA

Geovanna, saludos,

Ya lo hemos direccionado a Brian Acosta, Gerente de División de Seguridad Operacional para contar con su aprobación.

Esperamos su respuesta lo más pronto para el día de mañana.

Saludos Cordiales,

<https://webmail.tame.com.ec/owa/#viewmodel=ReadMessageItem&ItemID=AAMkADA3MDA0YWE1LTk3ZDgtINDNINS1iMjYyLTJjMTA3Yzc0Y2I4MQBGAA...> 1/3

Anexo 8 MODELO DE ENCUESTA

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes

Encuesta

Proyecto Integrador

"La fotografía como herramienta de apoyo del desarrollo artístico en lugares públicos estratégicos de la ciudad de
Latacunga"

Segmentación del mercado

Señale con una (x) y responda las siguientes preguntas.

Edad: Sexo M F Nacionalidad: Ecuatoriana Otra.....

Ciudad donde reside Provincia.....

Ingreso económico:

50 - 100 100 - 300 300 - 700 700 -1000 1000 +

Ocupación:.....

Educación:

Básica Secundaria Tercer Nivel Cuarto Nivel

Nivel Socioeconómico:

Bajo Medio Alto

Usted se considera una persona:

Extrovertida Tranquila Alegre Triste Educada

Usted posee un estilo de vida:

Monotona Agetreada Saludable Extrema

Cuales son sus preferencias:

Artísticas Deportivas Culturales

Considera usted a la fotografía como un arte.

Si No

Que es lo que usted considera al momento de adquirir un producto artístico.

Precio Calidad Mensaje Utilidad

Cuales son los beneficios que obtiene al momento de adquirir un producto de tipo artístico.

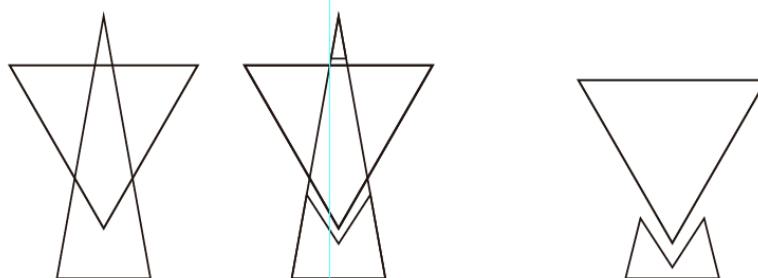
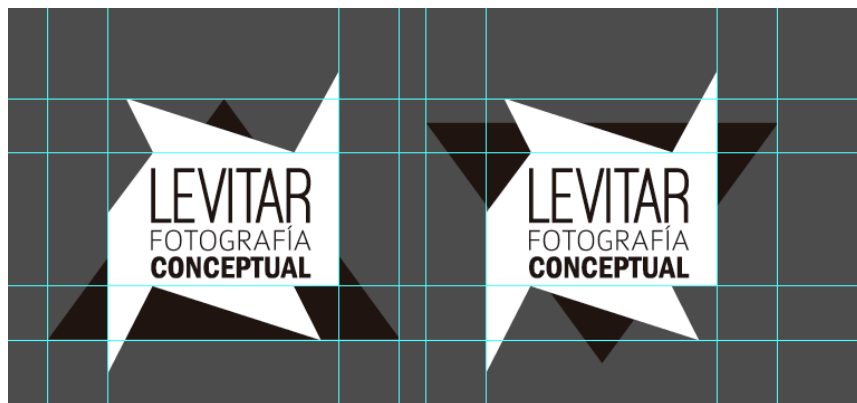
Satisfacción Armonía Tranquilidad

Cree usted que el arte fotográfico se deprecia.

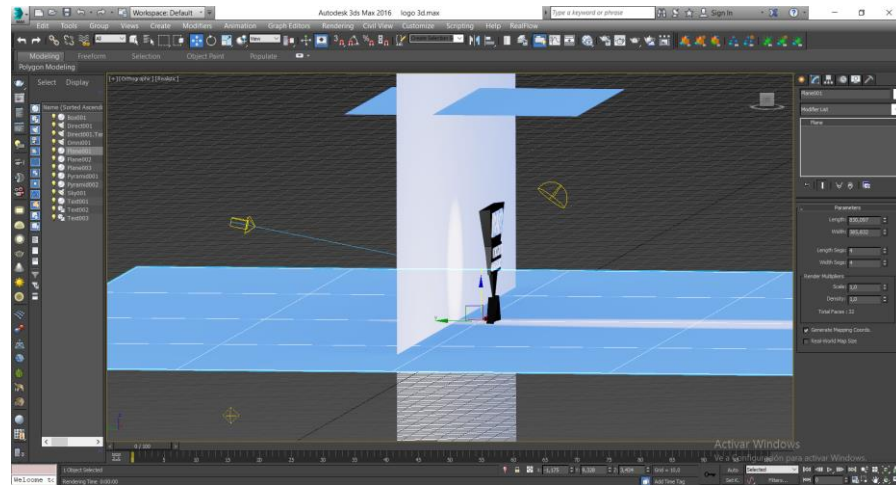
Si No

5.1 Bocetos

ISOLOGO 2D



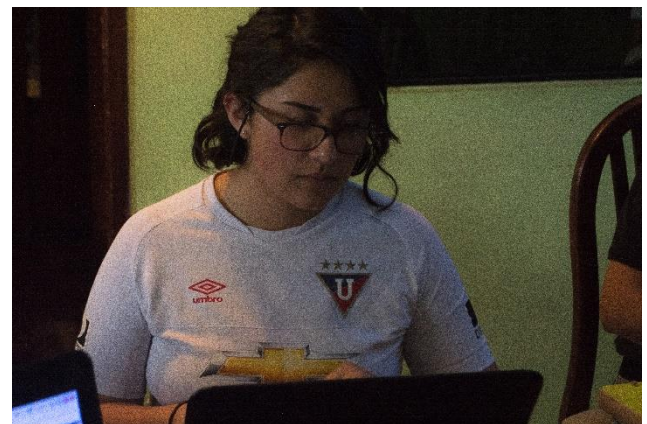
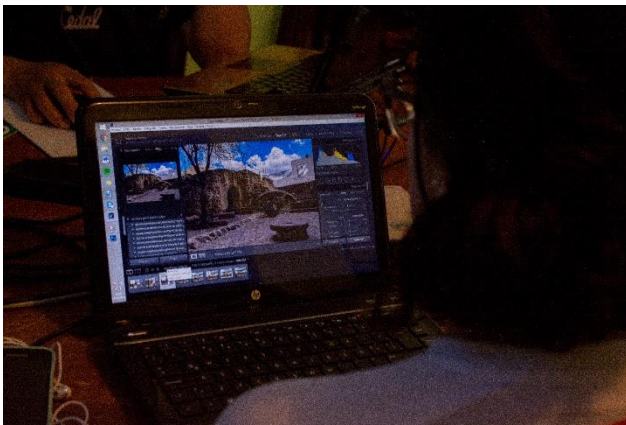
ISOLOGO 3D

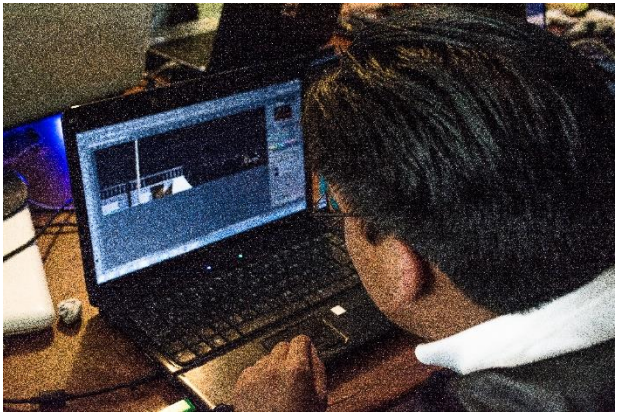
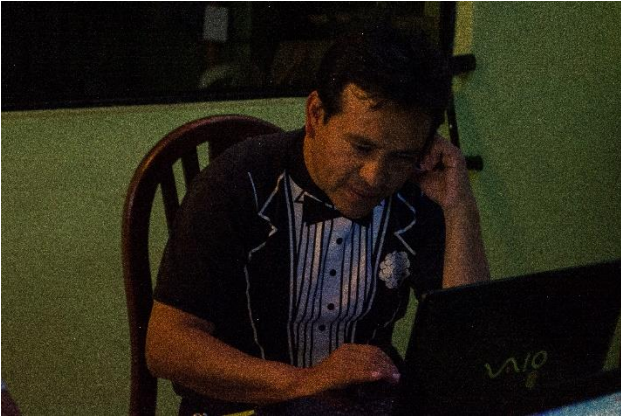


PROCESO DE EDICIÓN VIDEOS MAKING OF



PROCESO DE EDICIÓN FOTOGRAFÍAS





La edición tubo un proceso de 8 horas cada integrante del club realizo la edición de dos fotografías finales.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Del Plan Nacional del Buen Vivir (2013 – 2017) objetivos sobre la cultura
- Ley de comunicación junio del 2016. *Diario el Telégrafo* “Reformas a la Ley de Comunicación”
- Fotoperiodismo Y Cibercultura (2012). SURGIMIENTO Y DESARROLLO DE UNA NUEVA FORMA DE FOTOPERIODISMO

Disponible en línea. Recuperado de:

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Fotoperiodismo-y-Cibercultura/6444958.html>

- Photo-Secession (2015). Portada del número 2 de Camera Work, Disponible en línea. Recuperado de: <https://fotografiahistorica.com/tag/photo-secession/>
- Sougez, M.L.; Pérez Gallardo, H. (2003). *Diccionario de historia de la fotografía*. Madrid: Ediciones Cátedra. p. 193. ISBN 84-376-2038-4.
- Calderón, L (2013). *Clases de Periodismo*, Reportaje 12 Interesantes Proyectos Fotográficos, Disponible en línea. Recuperado de: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2013/12/14/12-interesantes-proyectos-fotograficos-publicados-este-ano/>
- Colorado, O (2015). *Fotografía Contemporánea en China*. Disponible en línea. Recuperado de:

<https://oscarenfotos.com/2015/07/25/china-la-super-potencia-fotografica/>

- Libre Expresión, (2014), Disponible en línea. Recuperado de:

<http://libreexpresion.org/historia/>

- Kossoy, Boris, Fotografía e Historia, Buenos Aires, La marca, 2001
- Noti ESPE, (2012). Exposición Fotográfica Itinerante “EN MEMORIA DE ELOY ALFARO” Disponible en línea. Recuperado de:

<http://blogs.espe.edu.ec/es/Blog/2012/05/16/exposicion-fotografica-itinerante-%E2%80%9Cen-memoria-de-eloy-alfaro%E2%80%9D-se-presento-en-espe-latacunga/>

- Publicado por Carlos Fabián Vega Jiménez en (15:09) Disponible en línea. Recuperado de:

[file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-NuevosSoportesDeLaCreacionArtistica-940471%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-NuevosSoportesDeLaCreacionArtistica-940471%20(1).pdf)

- Martí, Elena (*Universitatd'Alacant 2009*): “*El desarrollo de nuevos modelos de presentación*”