



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Tema:

Diseño de modelo de libro de cuento infantil impreso para fomentar la práctica de valores en niños de 6 a 8 años para Editorial y Librería Piedrasanta, Guatemala, Guatemala 2021.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Wendy Alexandra Castrillo Fajardo

17001682

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2021

Diseño de modelo de libro de cuento infantil impreso para fomentar la práctica de valores en niños de 6 a 8 años de Editorial y Librería Piedrasanta, Guatemala, Guatemala 2021.

ELABORADO POR:

Wendy Alexandra Castrillo Fajardo

17001682

UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Enero 2021

Autoridades Universidad Galileo

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Guatemala 13 de abril de 2020

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MODELO DE LIBRO DE CUENTO INFANTIL IMPRESO PARA FOMENTAR LA PRÁCTICA DE VALORES EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS PARA EDITORIAL Y LIBRERÍA PIEDRASANTA, GUATEMALA. GUATEMALA 2021.** Así mismo solicito que la Ms.C. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Wendy Alexandra Castrillo Fajardo
17001682


Ms.C. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2020

Señorita:
Wendy Alexandra Castrillo Fajardo
Presente

Estimada Señorita Castillo:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MODELO DE LIBRO DE CUENTO INFANTIL IMPRESO PARA FOMENTAR LA PRÁCTICA DE VALORES EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS PARA EDITORIAL Y LIBRERÍA PIEDRASANTA, GUATEMALA. GUATEMALA 2021.** Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de diciembre de 2020

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MODELO DE LIBRO DE CUENTO INFANTIL IMPRESO PARA FOMENTAR LA PRÁCTICA DE VALORES EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS PARA EDITORIAL Y LIBRERÍA PIEDRASANTA, GUATEMALA. GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante Wendy Alexandra Castrillo Fajardo, con número de carné: 17001682, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Ms.C. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 23 de febrero de 2021

**Señorita
Wendy Alexandra Castrillo Fajardo
Presente**

Estimada Señorita Castrillo:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

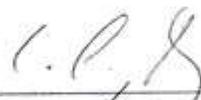
Ciudad de Guatemala, 9 de marzo de 2021.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: "**DISEÑO DE MODELO DE LIBRO DE CUENTO INFANTIL IMPRESO PARA FOMENTAR LA PRÁCTICA DE VALORES EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS PARA EDITORIAL Y LIBRERÍA PIEDRASANTA, GUATEMALA. GUATEMALA 2,021**", de la estudiante **Wendy Alexandra Castrillo Fajardo**, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente,



Lic. Edgar Lizardo Perres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 06 de abril de 2021

Señorita:
Wendy Alexandra Castrillo Fajardo
Presente

Estimada Señorita Castrillo:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MODELO DE LIBRO DE CUENTO INFANTIL IMPRESO PARA FOMENTAR LA PRÁCTICA DE VALORES EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS PARA EDITORIAL Y LIBRERÍA PIEDRASANTA, GUATEMALA, GUATEMALA 2021**. Presentado por la estudiante: Wendy Alexandra Castrillo Fajardo, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Léizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Le agradezco a dios por todas sus bendiciones.

A mis abuelos (mamá toti y papá meme Q.P.E.D), por su inmenso cariño.

A mis padres (Arnoldo y Wendy), por todo su apoyo.

A mi hermano, por su paciencia.

Y a mi tía, por todas sus enseñanzas.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Editorial y Librería Piedrasanta, se identificó que no se cuenta con un modelo de cuento infantil impreso para fomentar la práctica de valores en niños de 6 a 8 años.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un modelo de cuento infantil impreso para promover la práctica de valores en niños de 6 a 8 años. El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y cualitativo.

El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 19 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que sí es factible diseñar un modelo de cuento infantil impreso para promover la práctica de valores en niños de 6 a 8 años y se recomendó realizar una investigación anual sobre las tendencias en diseño editorial para la actualización del material y siempre se mantenga a la vanguardia y sea visualmente atractivo para el lector.

Para efectos legales únicamente la autora, WENDY ALEXANDRA CASTRILLO FAJARDO, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesional.

Índice

Capítulo I: introducción

1.1 Introducción	1
------------------------	---

Capítulo II: problemática

2.1 Contexto	2
--------------------	---

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	3
--	---

2.3 Justificación	3
-------------------------	---

2.4 Magnitud	3
--------------------	---

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general	6
-------------------------------	---

3.2 Los objetivos específicos	6
-------------------------------------	---

Capítulo IV: marco de referencia

4.1 Datos de la empresa	7
-------------------------------	---

4.2 FODA.....	11
---------------	----

4.3 Organigrama de Editorial y Librería Piedrasanta	12
---	----

Capítulo V: Definición de grupo objetivo

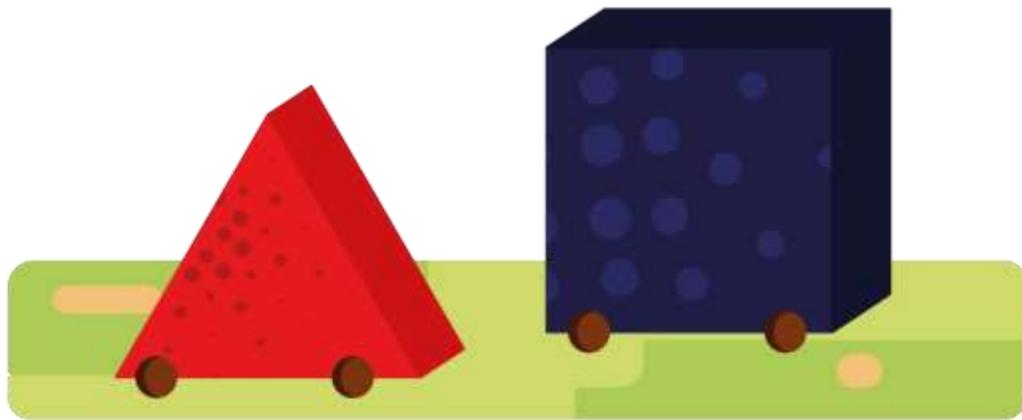
5.1 Perfil geográfico.....	13
----------------------------	----

5.2 Perfil demográfico	14
------------------------------	----

5.3 Perfil psicográfico.....	15
------------------------------	----

5.4 Perfil conductual	15
Capítulo VI: Marco teórico	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	16
6.2 Conceptos fundamentales con la comunicación y diseño.....	18
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	26
Capítulo VII: proceso de diseño y propuesta preliminar	
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	32
7.2 Conceptualización.....	33
7.3 Bocetaje.....	36
7.4 Propuesta preliminar	66
Capítulo VIII: Validación técnica	
8.1 Población y muestreo	79
8.2 Método e instrumentos.....	82
8.3 Resultados e interpretación de resultados	86
8.4 Cambios con base a los resultados.....	100
Capítulo IX: Propuesta gráfica final	
9.1 Propuesta gráfica final	123
Capítulo X: producción, reproducción y distribución	
10.1 Plan de costos de elaboración.	157
10.2 Plan de costos de producción.....	157

10.3 Plan de costos de reproducción.....	158
10.5 Margen de utilidad.....	159
10.6 IVA.....	159
10.7 Cuadro con resumen general de costos.....	160
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	
11.2 Conclusiones.....	161
11.2 Recomendaciones.....	162
Capítulo XII: Conocimiento general	
12.2 Demostración de conocimientos.....	163
Capítulo XIII: Referencias	
13.1 Referencias de documentos físicos.....	164
13.2 Referencias de documentos electrónicos.....	165
Capítulo XIV: Anexos.....	175



Capítulo 1: Introducción

Capítulo I: introducción

1.1 Introducción

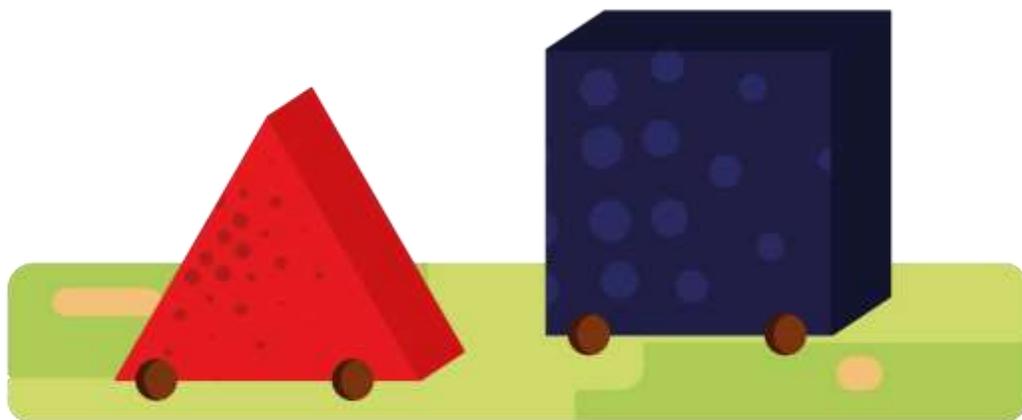
La Editorial y Librería Piedrasanta fue fundada en ciudad de Guatemala, en febrero de 1947, por los maestros de educación primaria Oralia Díaz de Piedra Santa y Julio Piedra Santa Arandi. Ambos renunciaron a sus empleos para dedicarse a la edición de material didáctico. la etapa siguiente de la empresa fue la participación de Irene Piedrasanta, quien lanzó colecciones de ciencias sociales, literatura y literatura infantil y juvenil, incluyendo Chiquirín, una revista para niños.

Se ha detectado la falta de material que pueda comunicar de forma concisa y atractiva la práctica de valores en la niñez guatemalteca. Por lo tanto, se elaborará el tema: diseño de modelo de libro de cuento infantil impreso para fomentar la práctica de valores en niños de 6 a 8 años para Editorial y Librería Piedrasanta, Guatemala, Guatemala 2021.

Por medio de las técnicas de investigación se realizará un marco teórico, el cual abarcará temas tales como conceptos relacionados a productos o servicio, también conceptos fundamentales sobre la comunicación y diseño, y para concluir la investigación se colocarán ciencias, artes, teorías y tendencias que fundamentarán el diseño del material a realizar.

Se creará un concepto que será la base para la creación del cuento infantil, para el desarrollo de este se utilizará el método creativo “mapa mental” con temas relacionados al material.

Para finalizar se logrará diseñar un modelo de libro de cuento infantil impreso para fomentar la práctica de valores en niños de 6 a 8 años para Editorial y Librería Piedrasanta, Guatemala, Guatemala 2021.



Capítulo II: Problemática

Capítulo II: problemática

La falta de educación en valores en la sociedad guatemalteca desencadena una serie de pérdidas como, por ejemplo: el sentido de vida humana, vida digna y la concepción de la libertad.

Editorial y Librería Piedrasanta identificó que estos factores pueden minimizarse a través de un modelo de libro que fomente la práctica de valores en niños de edad escolar, que esté integrado a su catálogo de productos que comercializan para la comunidad de padres de familia.

2.1 Contexto

Editorial y Librería Piedrasanta fue fundada en ciudad de Guatemala, en febrero de 1947, por los maestros de educación primaria Oralia Díaz de Piedra Santa y Julio Piedra Santa Arandi. Ambos renunciaron a sus empleos para dedicarse a la edición de material didáctico, concebido y elaborado inicialmente por Julio Piedra Santa.

Se ha detectado la falta de material que pueda comunicar de forma concisa y atractiva la práctica de valores en la niñez guatemalteca.

La educación en valores es importante en la edad temprana de la niñez, con esto les ayuda a desarrollarse adecuadamente y que se conviertan en personas empáticas, coherentes, con una personalidad crítica y con principios. Se necesitan los valores para una buena educación y así formar a la niñez, además servirá como guía que dirigirá sus actos. Convirtiéndolos en personas capaces de tomar sus propias decisiones con criterio propio y que puedan convivir en sociedad con una personalidad firme y madura.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

Editorial y Librería Piedrasanta no cuenta con un modelo de cuento infantil impreso para fomentar la práctica de valores en niños y niñas de 6 a 8 años.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, en la creación del cuento infantil impreso.

2.3.1 Magnitud

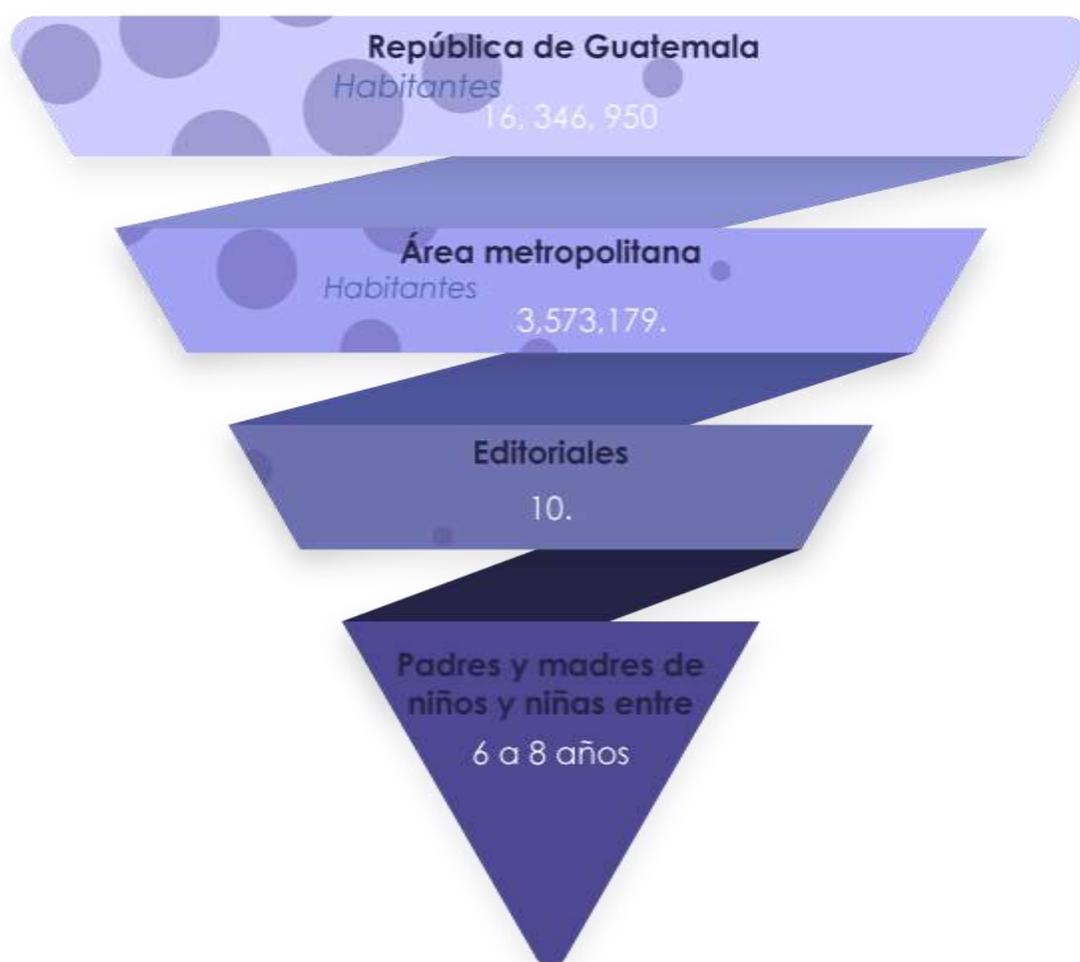


Imagen 1. Representación gráfica tabla de magnitud para proyecto de tesis.

Según el Censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística -INE-, Guatemala tiene aproximadamente 16 ,346 ,950 millones de habitantes, 3 ,573 ,179 habitantes se encuentran en el área metropolitana (INE, 2020) al igual que 10 editoriales especializadas en la educación primaria y secundaria, incluida Editorial y Librería Piedrasanta, tiene como grupo objetivo a los padres y madres de menores entre 6 a 8 años a la de nivel socioeconómico C1, con desarrollo de habilidad lectora.

2.3.2 Vulnerabilidad. La carencia de material educativo, como el libro de cuento infantil impreso, enfocado en fomentar los valores evidencia la brecha que existe entre el aprendizaje y desarrollo de estos y su aplicación en la sociedad guatemalteca.

2.3.3 Trascendencia. Con el diseño e implementación de un cuento infantil impreso, se busca el aumento de la educación en valores y el fomento de la práctica de estos. Al mismo tiempo ayudará a crear un desarrollo adecuado cuando se apliquen y convertir a la niñez guatemalteca en personas empáticas.

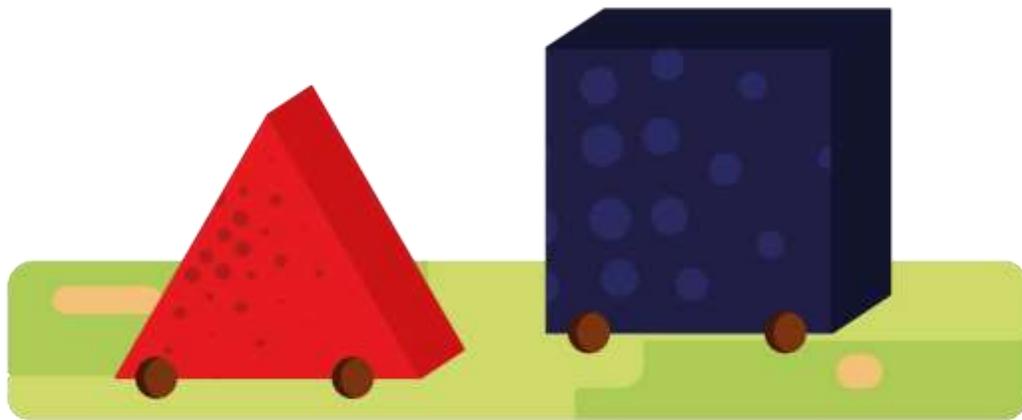
2.3.4 Factibilidad. Es factible el diseño de un cuento infantil impreso para el fomento de la práctica de valores, gracias a los siguientes recursos que hacen posible y realizable el proyecto.

2.3.4.1 Recursos humanos. Editorial y Librería Piedrasanta cuenta con el capital humano que tiene la capacidad, conocimiento, experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que desempeñan dentro de la empresa.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. El director de la Editorial y Librería Piedrasanta autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Editorial y Librería Piedrasanta cuenta con el equipo, las herramientas y programas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.



Capítulo III: Objetivos del diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

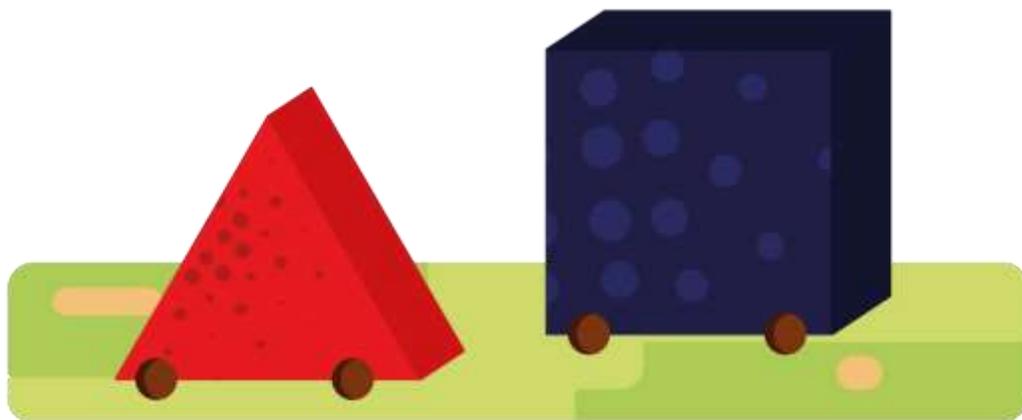
Diseñar un modelo de cuento infantil impreso para promover la práctica de valores en niños de 6 a 8 años.

3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Recopilar información de la editorial y su identidad gráfica a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief para que sea integrado al diseño del cuento infantil y que sea atractivo para el lector.

3.2.2 Investigar términos, conceptos y tendencias de diseño e ilustración relacionados con el diseño editorial por medio de fuentes bibliográficas para desarrollar la propuesta del diseño de un cuento infantil que será leído por el grupo objetivo.

3.2.3 Ilustrar con la técnica de dibujo vectorial y retoque digital los modelos de personajes para implementarlos en el cuento infantil.



Capítulo IV:
Marco de referencia

Capítulo IV: marco de referencia

4.1 Datos de la empresa

4.1.2 Nombre del cliente. Editorial y Librería Piedrasanta.

4.1.3 Dirección. 5 calle 7-55 zona 1, Guatemala.

4.1.4 Email. info@piedrasanta.com / web@piedrasanta.com

4.1.5 teléfono. 2422-7676 ext. 151

4.1.6 Contacto:

- Jefa de producción, Flor de María Valenzuela.
- Gerente editorial y de formación y recursos, Daniel Caciá.

4.1.7 Celular: 4701-0958.

4.1.8 Antecedentes: fundada en ciudad de Guatemala, en febrero de 1947, por los maestros de educación primaria Oralía Díaz de Piedra Santa y Julio Piedra Santa Arandi. Ambos renunciaron a sus empleos de maestros en el sector público y se dedicaron a la edición de material didáctico, concebido y elaborado inicialmente por Julio Piedra Santa. Este material fue el origen de la editorial y de la industria de material didáctico y libros de texto en Guatemala y Centroamérica. Importante en la etapa siguiente de la empresa fue la participación de Irene Piedrasanta, quien lanzó colecciones de ciencias sociales, literatura y literatura infantil y juvenil, incluyendo Chiquirín, una revista para niños.

4.1.9 Oportunidad identificada: se ha identificado la necesidad de contar con el diseño de un libro de cuento infantil impreso que fomente la práctica de valores en niños de 6 a 8 años.

4.1.10 Misión: nuestro objetivo es transformar las comunidades que servimos a través de la conceptualización y desarrollo de contenidos digitales e impresos, apoyar la formación de la comunidad educativa. Lo hacemos porque contamos con un equipo de expertos en el área a través de procedimientos que garantizan y entrega punta de nuestros productos y servicios.

4.1.11 Visión: en el año 2025 ser editorial líder en proveer y asesorar contenidos y servicios pedagógicos y literatura en Guatemala. Incrementaremos nuestra participación en el mercado guatemalteco e incursionaremos a los mercados mesoamericanos con un equipo competente.

4.1.12 Delimitación geográfica: no aplica.

4.1.13 Grupo objetivo: comunidad educativa y público en general.

4.1.14 Principal beneficio al grupo objetivo: nuestro compromiso de marca, “Educando generaciones siempre”.

4.1.15 Competencia: casas editoriales nacionales e internacionales.

4.1.16 Posicionamiento: somos una empresa líder en la literatura con sentido y en el área de Ciencias Sociales.

4.1.17 Factores de diferenciación: calidad, veracidad, confiabilidad y contextualidad de nuestros materiales. Apoyo a autores guatemaltecos y centroamericanos.

4.1.18 Objetivo de mercadeo: crecimiento en mercado internacional.

4.1.19 Objetivo de comunicación: formar e informar a nuestra audiencia.

4.1.20 Mensajes claves a comunicar: educación, empoderamiento docente, amor por la lectura, formas pensamientos críticos.

4.1.21 Estrategia de comunicación: redes sociales, medios digitales e impresos de mayor circulación.

4.1.22 Reto del diseño y trascendencia: alinear nuestros materiales a tendencias de diseño sin perder de vista: calidad de la información, facilidad en la lectura y veracidad de contenidos. Alinear la belleza del diseño con la limpieza de textos que faciliten la lectura.

4.1.23 Material a realizar: Libro de cuento infantil.

4.1.24 Presupuesto: no aplica.

4.1.25 Datos del Imagotipo.

4.1.25.1 Paleta de colores

Colores				
Pantone	136 C	151 C	Red 032 C	432 C
R	255	255	239	239
G	191	130	51	51
B	63	0	64	64
C	00	00	0	78
M	22	22	90	57
Y	83	83	76	39
K	00	00	0	56
HTML	FFBF3F	FF8200	EF3340	333F48

4.1.25.2 Tipografía color nombre de la tipografía

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ¡ ¢ ? () “ \$ % & / =

Caturrita Medium

4.1.25.3 Forma del Imagotipo.



Editorial y Librería Piedrasanta cuenta con un imagotipo como imagen gráfica, en este el ícono y el nombre forman una unidad visual, es decir, ambas conforman un conjunto visual.

Significados (2020) explica que se combinan el icono y el texto en una única composición.

En esta composición, ambos elementos constituyen un todo debidamente armonizados e interdependientes, sin estar fusionados.

Se mencionan algunas características de imagotipo:

- La imagen y palabra se encuentran armónicamente relacionadas y equilibradas entre sí.
- Imagen y palabra no se incorporan o fusionan en una, se distinguen la una de la otra.

El imagotipo se diferencia de; logotipo, isotipo e isologo en lo siguiente:

- El logotipo se distingue porque utiliza como imagen el propio nombre de la marca.
- En el caso del isotipo este es la representación de la marca únicamente a través de un icono sin texto.
- Por último, el isologo difiere del imagotipo que combina icono y texto en una unidad debidamente fusionada, en este caso la separación es imposible.

Editorial y Librería Piedrasanta cuenta como forma básica en su ícono, dos rectángulos en orientación vertical con un semicírculo en la parte inferior y en la parte central se unen las dos figuras creando así un “libro”, este utiliza tres colores; naranja, amarillo y rojo.

Ver en anexo A; Brief realizado al cliente (2020).

4.2 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Portafolio integral de servicios. • Empresa nacional. • Buena atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un amplio nicho de mercado. • Llevar sus talleres a otros municipios. • Utilizar su página web para promover sus nuevos libros.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No contar con cuento infantil que fomente los valores. • Mala comunicación asertiva. • No presentar su catálogo de productos en su página web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estar centrado solo en el área educativa. • Contar únicamente con 3 sucursales. • Poca publicidad en medios.

4.3 Organigrama de Editorial y Librería Piedrasanta

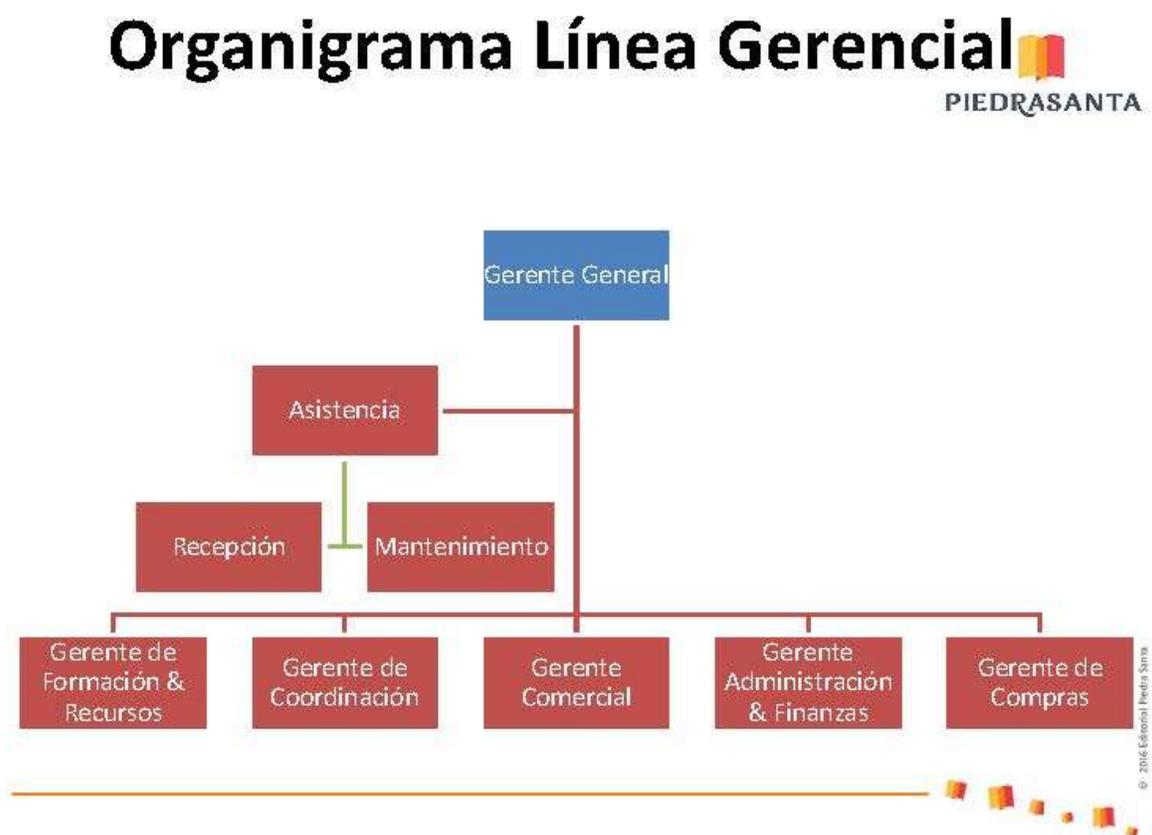
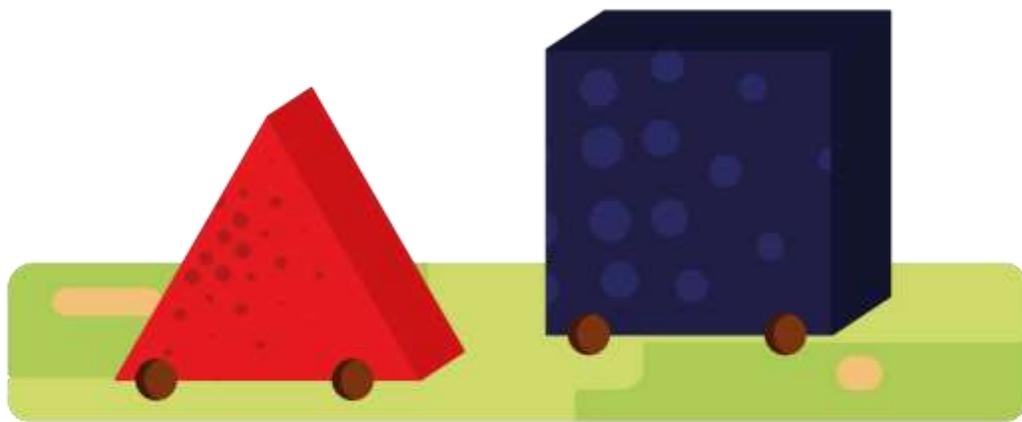


Imagen 2. Organigrama de Editorial y Librería Piedrasanta (2020)



Capítulo V:
Definición de
grupo objetivo

Capítulo V: Definición de grupo objetivo

El grupo objetivo está conformado por padres y madres de niños de 6 a 8 años con habilidad lectora desarrollada; con un nivel socio económico C1. Muestran una persistencia a desarrollar la autonomía de sus hijos y disfrutan de actividades con sus hijos. Presentan un gran interés por los cuentos infantiles de Editorial y librería Piedrasanta.

5.1 Perfil geográfico

Según el Instituto Nacional de Estadística -INE- la región I o región metropolitana cuenta con una extensión territorial de 2,216 kilómetros cuadrados, en este se ubicado el departamento de Guatemala y sus 17 municipios.

La región metropolitana cuenta con una densidad poblacional aproximadamente de 5, 103, 685 habitantes y ocupa el primer lugar en áreas urbanas, debido al desarrollo centralizado. El clima es habitualmente templado con una temperatura promedio de 17°c la mínima y la máxima de 26°c.

Según el Censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística -INE-, Guatemala tiene aproximadamente 16 ,346 ,950 millones de habitantes, 3 ,573 ,179 habitantes. (INE, 2020)

5.2 Perfil demográfico

EDAD	GÉNERO
Grupo etario que ronda los 25 a 35 años, son padres y madres de niños entre los 6 a 10 años	Femenino / Masculino.
NSE (de los padres)	INGRESOS MENSUALES
El nivel socio económico es C1.	Los ingresos oscilan en un promedio de Q23,500 al mes.
TIPO DE VIVIENDA	PROFESIÓN
Viven en casas o apartamentos que son rentados o financiados, cuentan de 2-3 recámaras, con 2 o 3 baños, 1 sala, un estudio, área de servicio y cuenta con garaje para 2 vehículos.	Suelen ser ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.
ESTUDIO	TAMAÑO DE FAMILIA
Tienen hijos menores que estudian en colegios privados.	Las familias cuentan con 4 miembros que son: madres, padres y 2 hijos.
CICLO DE VIDA	POSESIONES
Adultos jóvenes casados con hijos mayores a 6 años que no pasan de los 8 años.	Poseen 2-3 cuentas monetarias Q monetarios y de ahorro, también disponen de autos de 2 a 3 años asegurados contra todo riesgo suelen ser 4x4, Van o en ocasiones motocicletas.

Ver en anexo B; Tabla de niveles socioeconómicos Multivex (2015).

5.3 Perfil psicográfico

Los padres y madres de menores entre 6 a 8 años tienden a ser protectores, a buscar respuestas para satisfacer las necesidades o curiosidades que los niños presentan, así como acompañarlos a explorar el mundo para comprenderlo, también suelen disfrutar de actividades y se mantienen ocupados.

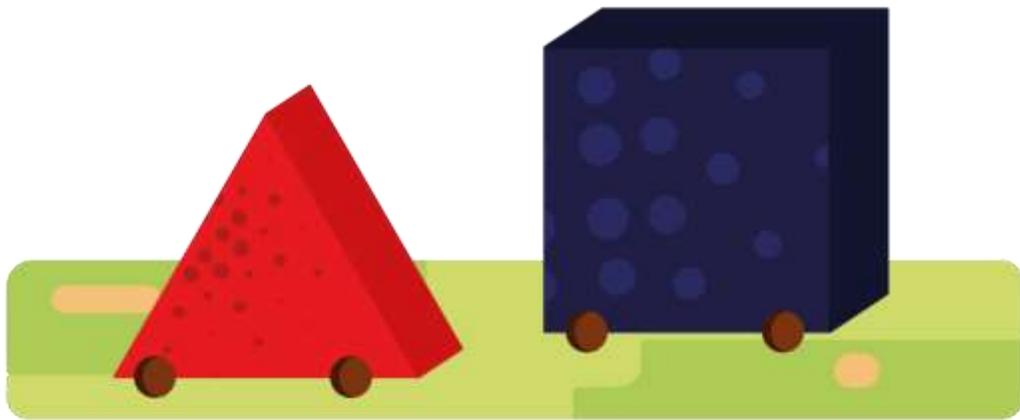
Los padres suelen desarrollar la habilidad de comprender a sus hijos con emociones que llegan a ser intensas y en ocasiones suaves, muestran una persistencia a desarrollar la autonomía de sus hijos y disfrutan de actividades con sus hijos como;

Disfrutan asistir a ferias, circos, fiestas de cumpleaños, parques temáticos y realizar acciones en grupo o en compañía de su familia. También en temporada de estudios suelen apoyarlos en el desarrollo de sus tareas o en alguna otra actividad.

5.4 Perfil conductual

Los padres y madres de niños menores entre 6 a 8 años presentan un interés hacia los productos de Editorial y Librería Piedrasanta, en especial a libros de cuentos infantiles ya que a sus hijos les encantan. Muestran regularmente un deseo por comprar los libros de cuentos y evidenciando una tasa de uso frecuente.

Mantienen un estatus de lealtad alta debido a que siempre obtienen productos de calidad, precios razonables y siempre reciben un buen servicio, los padres y madres siempre quieren estar informados de nuevos cuentos infantiles.



Capítulo VI:
Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Editorial. Hace referencia a aquella empresa dedicada a la edición, publicación y distribución de libros y otros textos, tal como recetario, código, leyes, mediante la impresión. (Concepto definicion.de, 2020)

6.1.2 Material Editorial.

6.1.2.1 Libros. Un libro es una obra que puede ser impresa o pintada, dispuesta en hojas de papel encuadradas y protegidas por una cubierta. (Bembibre, 2008)

6.1.2.1.1 Libros Recreativos. Son los libros utilizados para fines de entretenimiento o recreación. Estos libros contribuyen con el desarrollo de la imaginación de las personas ayudando a crear escritos rítmicos, divertidos e interesantes. (Mundo libro, 2020)

6.1.3 Cuento. El cuento se define como un relato o narración breve de carácter ficticio o real, cuenta con argumentos fáciles de entender y cuyo objetivo es formativo o lúdico. (Significados.com, 2020)

En el sentido clásico, es la narración de un hecho ficticio -imaginario-, relacionado a un personaje -protagonista-, para sacar de él una enseñanza moral. (Armas, 1985)

6.1.3.1 Popular. Los cuentos populares son narraciones transmitidas a través de diferentes generaciones y contadas con variaciones respecto a la historia original. El autor suele ser desconocido ya que se transmitían de forma oral. (Uriarte, 2020)

6.1.3.2 Literario. explica que los cuentos literarios consisten en narraciones cuidadosamente elaboradas y con una intención determinada. Son producto de un riguroso trabajo del autor. (Uriarte, 2020)

6.1.4 Educación. Es el proceso de influencias que determinan o transforman el modo de ser, pensar, sentir y actuar de los seres humanos. (Aldana, 2004)

aclara que la educación es un proceso de socialización y endoculturación de las personas a través del cual se desarrollan capacidades físicas e intelectuales, habilidades y destrezas.

(Ecured.com, 2020)

6.1.4.1 Educación en valores. Proceso educativo que inculca pautas morales para crear sociedades más cívicas y democráticas. Promueve la tolerancia y el entendimiento por encima de las diferencias políticas, culturales y religiosas, expone un especial énfasis en la defensa de los derechos humanos. (Iberdrola.com, 2020)

6.1.4.2 Valores humanos. Aclara que los valores humanos son una serie de principios universales por los que se rige la mayoría de las personas. Sirviendo de guía para saber cómo conducirse para vivir armónicamente en comunidad. (Oxfamintermon.com, 2020)

6.1.5 Literatura. Define la literatura como el arte cuyo instrumento expresivo es la palabra, tanto escrita como hablada. (Enciclopedia temática combi humanidades, 2020)

da una definición más extensa sobre la literatura como un tipo de expresión artística que hace uso de la palabra, tanto escrita como oral, para comunicar una serie de sentimiento, descripciones y conocimientos diversos. (Morales, 2020)

6.1.5.1 Género literario.

6.1.5.1.1 Lírico. El género lírico es aquel que logra la expresión artística por medio de la palabra rítmica y musical.

6.1.5.1.2 Narrativo. Es la forma literaria que desarrolla la acción de relatar cualquier suceso o sentimiento, mediante la utilización de la palabra en prosa.

6.1.5.1.3 Dramático. Denominado a toda composición dialogada, escrita en prosa o verso, que tiene como finalidad fundamental ser representado por actores, en un teatro.

6.1.5.1.4 Didáctico. El aspecto principal es el encaminado a dar al niño toda enseñanza o comportamiento formativo.

(Portafoliodeliteraturanfntil.com, 2020)

6.1.7 Tipos de cuentos.

6.1.7.1 Infantiles. Se distinguen de los libros fantásticos ya que el lenguaje es mucho más simple, y mucho de ellos se utilizan como material pedagógico para introducir valores sociales, morales o religiosos. (Cajal, 2020)

6.2 Conceptos fundamentales con la comunicación y diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. La comunicación es el proceso de transmisión e intercambio de mensaje entre un emisor y un receptor. (Delgado, 2020)

6.2.1.2 Comunicación escrita. La comunicación escrita es aquella que se establece a través de las palabras o de cualquier otro código escrito. El emisor y receptor deben compartir el conocimiento de ese código en cuestión, para que la comunicación sea efectiva.

En esta clase de comunicación, el emisor escribe mientras que el receptor lee. Como dispositivo físico, se utilizará un papel o pantalla de computadora o incluso una pared.

(Raffino, 2020)

6.2.1.3 Comunicación visual. Es la comunicación a través de un medio visual para transmitir ideas e inferencias en formas que se pueden percibir con la vista. Esta permita dar fuerza a un mensaje que se quiere transmitir. (Canalcerro, 2020)

6.2.1.4 Comunicación educativa. Esta constituye el proceso mediante el cual se estructura la personalidad del educado, lo cual se logra a través de las informaciones que este recibe, quien las reelabora en interacción con el medio de los propios conceptos construidos.

(Lira, 2020)

6.2.1.5 Comunicación de valores. Para el comunicador social, al estar en un ambiente en el cual se interactúa como la gente, es muy importante el uso correcto de los valores.

Toda comunicación con una intención ética requiere un potencial generador de valores como la verdad, el valor, confianza, entre otros. Estos originan actitudes y conductas positivas, llegando a funcionar como fortaleza del comunicador.

(Tpargumentacion.wordpress.com, 2020)

6.2.1.6 Proceso de comunicación. El proceso básico de comunicación es cuando en el mismo una persona “emisor” se pone en contacto con otra “receptor” a través de un mensaje y espera que esta última de una respuesta ante lo que se le ha transmitido.

(Koiwerrhh.com, 2020)

6.2.1.7 Emisor. El emisor es la persona, ser vivió o aparato que emite un mensaje, es decir, constituye una fuente y es el origen de aquello que se pretende comunicar. (Gonzáles, 2020)

6.2.1.8 Receptor. Recibe la información emitida por el emisor. Se convierte en el agente que descifra el mensaje en función del código utilizado, siendo el encargado de decodificarlo. (García, 2012)

6.2.1.9 Canal de comunicación. Medio por el cual se transmiten las señales que portan la información que pretende intercambiar emisor y receptor. (retoricas.com, 2020)

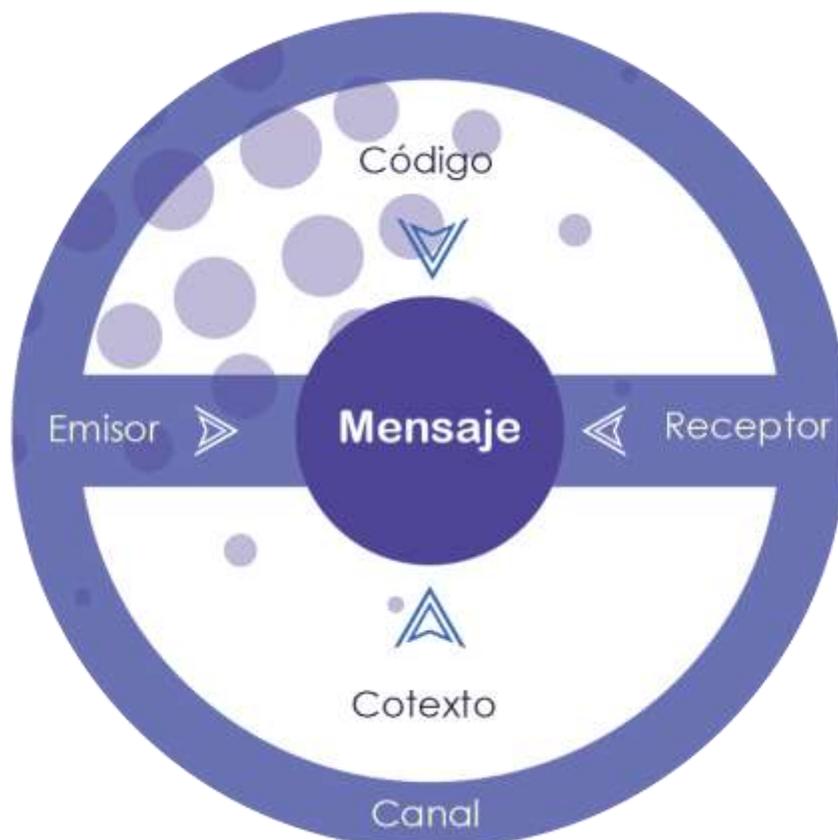
El medio por el que el emisor intenta persuadir a sus destinatarios es importante. La gente atribuye mucho valor a que sean la presan, la radio o la televisión el canal por el que se recibe el mensaje. (Gonzáles, 2020)

6.2.1.10 Mensaje. El mensaje debe estar caracterizado por el estilo, ideas y propuestas de la comunicación persuasiva. (Grupo oceano, 2009)

6.2.1.11 Código. Es el sistema de signos o señares que se usa para transmitir un mensaje.

(Gonzáles, 2020)

6.2.1.12 Esquema de comunicación.



Realización propia diseñado por comunicadora diseñadora.

6.2.1.13 Identidad corporativa. Es el conjunto de valores que conforman la visión del mundo de una empresa. Los principios, acciones, postura que adapta en diferentes situaciones y la imagen que la empresa cultiva de sí misma. (Neoattack.com, 2020)

6.2.1.13.1 Logotipo. El logotipo o también conocido en inglés como wordmark, es un elemento conformado por letras, símbolos o imágenes a través del cual se identifica una marca o empresa, también instituciones, sociedades, proyectos, entre otros.

Debido a que el logotipo únicamente está compuesto por texto tendrá que ser perfectamente legible pero no por ello tiene que ser aburrido, la tipografía y el estilo, pueden ser completamente originales. (BeBrand, 2020)

6.2.1.13.2 Imagotipo. En el caso del imagotipo este es la unión que forma el texto de la marca con su símbolo o dibujo, una explicación más sencilla es “la unión del logotipo y el isotipo”.

Está conformado por una parte legible -que se puede leer- con el nombre de la marca y la parte visual que identifica y transmite información a los usuarios. Ambos pueden separarse para identificar a la empresa, pero lo normal es verlos juntos. (Endor, 2020)

6.2.1.13.3 Isologo. Si el imagotipo nos da dos partes perfectamente separadas, el isologo se construye justo, al contrario.

Se tiene el nombre y el símbolo agrupado, en este caso este tipo de logo dichos elementos no se pueden dividir. Por ende, el isologo se define como la coexistencia o unión de un isotipo y logotipo en un mismo elemento. (Endor, 2020)

6.2.1.13.4 Isotipo. Es el símbolo clave de una marca, es característico y significativo y debe tener toda la fuerza de identificación para su comunicación. Este es completamente funcional sin texto o algún otro elemento que lo apoye. Representa la marca con la mínima expresión gráfica. (Endor, 2020)

6.2.1.13.5 Uniformes. Estos son la imagen del empleado hacia el cliente, también para el empleado es fundamental el uso del uniforme por que le da presencia y seguridad para su trabajo y el buen desempeño de este dentro de una empresa. (Reacionesred.com.mx, 2020)

6.2.1.13.6 Papelería. Las tarjetas de visita, los flyer, volantes, catálogos entre otros, siguen siendo elementos de papelería usados por las empresas para comunicarse con el consumidor, es una oportunidad para plasmar su personalidad. (Neoattack.com, 2020)

6.2.1.13.7 Creencias. Son creencias que reflejan las ideas básicas que rigen dentro de una organización. (Puño, 2020)

6.2.1.13.8 Valores. Conjunto de principios éticos y profesionales mediante los cuales una empresa elige guiar sus actividades y denotan de alguna manera el espíritu de esta. Los valores son la personalidad de la empresa u organización, ya que, resumen en seis o siete conceptos el modo de proceder de la misma. (Raffino, 2020)

6.2.1.13.9 Visión. Se define como la perspectiva de futuro de la organización, el objetivo final de esta. Es el punto que quiere alcanzar en lo que identidad de marca se refiere.

(Nuño, 2020)

6.2.1.13.10 Misión. La misión es el motivo porque el existe alguna organización o empresa, es su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Esta suele plasmarse en una declaración escrita que refleja la razón de ser de la empresa. (Morales, 2020)

6.2.2.5 Imagen corporativa. Joan Costa la define de la siguiente forma “La imagen corporativa es la imagen que tienen todos los públicos de la organización en cuanto entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, actitudes y su conducta”. (Costa, 2020)

Entre otras definiciones o conceptos de esta podemos encontrar que la imagen corporativa de una empresa es la imagen que el público tiene de una entidad.

Son ideas, sensaciones y prejuicios que tenemos antes de conocer los servicios o productos de una marca. La imagen corporativa es anterior al diseño, es el concepto y posicionamiento. (Pozo, 2020)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. Explica que el diseño suele utilizarse en el contexto de las artes, la arquitectura, la ingeniería y entre otras disciplinas. El momento del diseño implica una representación mental y la posterior plasmación de dicha idea en algún formato gráfico para exhibir cómo será la obra que se planea realizar. (Martínez, 2020)

6.2.2.2 Diseño gráfico. Se puede explicar el diseño gráfico como una especialidad o profesión, cuyo objetivo es satisfacer necesidades de comunicación visual. Esta se ocupa de organizar imágenes y textos, producidos en general por medios industriales, para comunicar un mensaje específico, a un determinado grupo social y como objetivos claros y definidos. (Diseño gráfico, 2020)

6.2.2.3 Diseño editorial. Aclara que el diseño editorial es la rama del diseño gráfico encargada de la maquetación y composición de todo tipo de publicaciones o el denominado material editorial; libros, revistas, periódicos, entre otros. (Mique.es, 2020)

6.2.2.4 Diseño de cuentos infantiles. Entre el diseño de un libro para adultos y el de un libro infantil existe una amplia diferencia. (Bruno, 2020)

Ambos se enfocan a dos grupos totalmente diferentes, el diseño de cuentos infantiles busca crear libros que se adapten a un grupo que en todavía no sabe leer ni escribir o no comprende todas las palabras que se le presenten. La finalidad de este es crear un libro didáctico que funcione como un juguete donde el niño interactúa con el mismo y pueda transmitir sus ideas.

6.2.2.5 Bocetaje. Es un esquema básico y siempre que sirve como fundamento inicial para el desarrollo de algún proyecto. (Definición MX, 2020)

6.2.2.6 Diagramación. La diagramación es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

(Diseñografico.com, 2020)

6.2.2.7 Composición. Esto se define como una distribución o disposición de todos los elementos que incluiremos en un diseño o composición, de una forma perfecta y equilibrada.

Quiere decir que la composición es de suma importancia para el diseño ya que lo primero que se debe elegir son los elementos que aparecerán y después distribuirlos de forma que el diseño sea atractivo y tenga un orden lógico. (Carreño, 2020)

6.2.2.8 Adobe Photoshop. “El software de diseño gráfico e imágenes digitales del mundo está en el núcleo de cada proyecto creativo, desde la edición y composición de fotos hasta la pintura digital, la animación y diseño gráfico”. (Adobe, 2020)

6.2.2.9 Adobe Illustrator. “Software de gráficos vectoriales estándar del sector para crear de todo, desde bellos gráficos en el sitio web y dispositivos móviles hasta logotipos, iconos, ilustraciones para libros, paquetes de productos y afiches”. (Adobe, 2020)

6.2.2.10 Adobe InDesign. “Es un software de diseño de páginas líder del sector para medios escritos y digitales”. (Adobe, 2020)

Gracias a este programa el diseño editorial es más sencillo, ya que el programa es amigable con los usuarios y permite crear bellos diseños con un amplio catálogo de tipografías.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias.

6.3.1.1 Semiología. La semiología es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El termino suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos. (Fotonostra.com, 2020)

6.3.1.2 Sociología. La sociología puede definirse como el estudio científico de la vida grupal de los seres humanos. Trata de describir y explicar, del modo más completo y objetivo, cómo y por qué las personas interactúan en los grupos. (Cohen, 1992)

6.3.1.3 Pedagogía. Explica que pedagogía es la ciencia del espíritu o de la cultura que estudia el ser de la educación, sus leyes y normas, así como la aplicación de éstas a la vida individual y social, y la evolución que ha sufrido aquella. (Luzuriaga, 1981)

Se pueden encontrar otras definiciones o algunas más sencillas y resumidas, como la de quien la define como la ciencia que se ocupa del estudio y la transformación de la educación. (Aldana, 2004)

6.3.1.4 Psicología de la comunicación. Es una conducta científica independiente, que se encarga de estudiar y analizar el proceso de comunicación a partir de los mecanismos biopsicosociales, inconscientes y conscientes que lo conforma.

El enfoque psicológico de la comunicación se refiere a la percepción, aprendizaje, memoria, persuasión e influencia. (Definición XYZ, 2020)

6.3.1.5 Psicología del color. Es el estudio de los colores y su significado en relación con el comportamiento humano.

Su objetivo es determinar el significado de los colores y cómo el color afecta nuestras decisiones cotidianas. (Ferreira, 2020)

6.3.1.6 Psicología de la educación. Como disciplina científica, forma un cuerpo de conocimientos teórico-prácticos de gran relevancia en el desempeño profesional de maestros y profesores, pues se erige como punto de partida para la fundamentación del diseño y desarrollo de cualquier proceso de enseñanza-aprendizaje. (Castejón, 2020)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Artes visuales. Las artes visuales son un campo del arte que puede incluir las técnicas tradicionales de las artes plásticas y además integran nuevas maneras de las artes plásticas y además integra nuevas maneras de expresión. (Tiposdearte.com, 2020)

6.3.2.1.1 Pintura. Esta surge por la necesidad humana de comunicar o transmitir a sus semejantes un mensaje, ideas o sentimientos. Estos se representaban de forma gráfica por medio de piedras, madera, papel y murales. (Álvarez, 2020)

Hoy en día la definición de pintura sería la siguiente; técnica artística que consiste comúnmente en plasmar con líquido viscoso en un lienzo, líneas y manchas formando figuras, texturas que darán paso a una obra de arte. (Álvarez, 2020)

6.3.2.1.2 Impresión. Dependiendo del contexto en el que se emplee, puede referirse a distintas cuestiones.

El termino más recurrente sería la reproducción de un texto o de una ilustración que se ha hecho oportunamente en una imprenta, o en su defecto, de modo electrónico a partir de una impresora. (Ucha, 2020)

6.3.2.1.3 Dibujo. El dibujo es un arte gráfica, que consiste en plasmar sobre algún soporte real o virtual, ya sea en papel, cartón, vidrio, entre otros materiales.

El dibujo fue una expresión cultural que practicaron los primeros hombres en la prehistoria y una muestra de ello son las pinturas rupestres. (DeConceptos.com, 2020)

6.3.2.1.4 Ilustración. Se refiera a un dibujo o imagen que suele acompañar a un texto para enriquecerlo y complementarlo, haciendo que la comunicación sea más sencilla para el usuario. (Barber, 2020)

También sirve para adornar un impreso con láminas o grabados para hacerlo más atractivo a la vista o explicar de menor manera su contenido. (significados.com, 2020)

6.3.2.2 Tipografía. La tipografía es el arte de usar los tipos con eficacia. Consiste en seleccionar el estilo de tipo que se usará, decidir los tamaños en los cuales se armará los diferentes elementos del texto y preparan las especificaciones para la tipografía. (Kleppner's, 1988)

6.3.2.3 Arte literario. Etimológicamente el término “literatura” remite a “letras”, a lo escrito. Y, en efecto, lo escrito se ha considerado por muchos años como la manifestación literaria. (Enciclopedia temática combi humanidades, 2020)

Por ende, las artes literarias son las distintas manifestaciones clasificadas dentro del concepto de la literatura, que se puede describir como el arte que usa la palabra como instrumento. (Purpura, 2020)

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Es un conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. (Raffino, 2020)

6.3.3.2 Aprendizaje significativo. Es una teoría de aprendizaje porque ésa es su finalidad. La teoría de aprendizaje significativo aborda todos y cada uno de los elementos, factores, condiciones y tipos que garantizan la adquisición, la asimilación y la retención del contenido que la escuela ofrece al alumnado, de modo que adquiera significado para el mismo. (Palmero, 2020)

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Tendencias de tipografía. El uso de nuevas e interesantes tendencias de tipografías en 2020 podría ser la respuesta, para crear nuevos e innovadores diseños, la tipografía es una parte esencial la hora de diseñar un libro ya que esta les da un toque especial a estos. (Creativo news, 2020)

A continuación, un listado de tendencias tipográficas 2020:

- *Fuentes de contorno.*
- *Alineación izquierda.*
- *Textos con fallas.*
- *Sans Serif redondeadas.*

6.3.4.2 Ilustración vectorial. La ilustración vectorial es una técnica de dibujo digital que permite crear figuras y formas geométricas a partir de vectores previamente programados por coordenadas. (Arteneo, 2020)

A continuación, un listado de tendencias en ilustración vectorial 2020:

- *Figuras geométricas.*
- *Relajante y meditativo.*
- *Garabatos hasta diseños detallados.*

6.3.4.3 Tendencias en cuentos infantiles. Todo tema tiene cavidad en la literatura infantil y juvenil, siempre que se trate con el registro adecuado. (Lavanguardia.com, 2020)

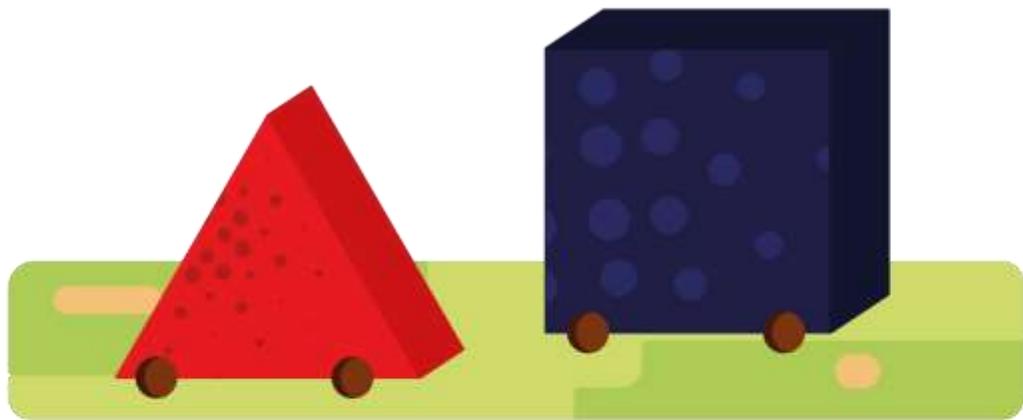
A continuación, un listado de tendencias en cuentos infantiles 2020:

- *Feminismo y género*
- *Mindfulness.*
- *Inteligencia emocional.*
- *Ciencia y experiencia.*
- *Habilidades y creatividad.*

6.3.4.4 Moodboard.



Imagen 3. Tendencias 2020. (Carla Peñalver, 2020) (Peña, 2020)



Capítulo VII:
Proceso de diseño y
propuesta preliminar

Capítulo VII: proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

COMUNICACIÓN	DISEÑO GRÁFICO
La comunicación es relevante en el proceso de diseño del cuento infantil, para transmitir la información de forma clara y con un lenguaje que sea adecuado para el grupo objetivo.	Es necesario para la creación de los personajes y desarrollo de los distintos fondos que el cuento lleva, el uso de la comunicación visual ayuda a ordenar los elementos de manera que la comprensión de la información sea eficaz.
DISEÑO EDITORIAL	SEMIOLOGÍA
Es fundamental el uso de la maquetación, diagramación y composición de los distintos elementos que componen el cuento infantil.	Es importante para el desarrollo del cuento determinara que signos o dibujos son adecuados para la comprensión del grupo objetivo.
TEORÍA DEL COLOR	PSICOLOGÍA DEL COLOR
Conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir los efectos deseados en el desarrollo del cuento infantil.	La implementación de la psicología de color ayuda a la hora de definir los colores que van a representar los personajes y los distintos fondos del cuento, las distintas paletas de colores ayudaran a reforzar las ideas presentadas en la historia.

ILUSTRACIÓN	TIPOGRAFÍA
Aplicada en la creación de los personajes principales de la historia para enriquecer, complementar y sobre todo para que la comunicación sea más sencilla para el grupo objetivo.	La mezcla de distintas familias tipográficas, decidir los tamaños en los que cuales se armará los diferentes elementos del texto permiten la fácil comprensión y legibilidad del cuento.
TENDENCIAS	
Son una base fundamental para diseño del cuento infantil, ya que estas son una guía para definir que estilo tomara todo lo anteriormente mencionado y que la información a transmitir sea de fácil comprensión.	

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método: mapa mental. El mapa mental fue desarrollado por el psicólogo británico Tony Buzan a mediados de los años 90's, es un diagrama que representa conceptos relacionados a partir de un tema principal o palabra clave. La principal aplicación de este en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas.

El mapa mental se sintetiza en 5 pasos:

1. Tomar una hoja de papel, ya sea grande o pequeña.
2. El tema principal o palabra clave se escribe o dibuja en el centro de la hoja.
3. Los principales temas relacionados con el tema principal irradian de la imagen central de forma ramificada.
4. De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.
5. Las ramificaciones forman una estructura nodal.

7.2.1.2 Aplicación del método.



7.2.2 Definición del concepto.

- Cuentos infantiles, una forma de ver el mundo.
- Descubre un nuevo mundo con los cuentos.
- A la puerta de un nuevo mundo.
- El cuento una forma de ver el mundo.
- Un cuento, un valor, una forma de enseñar.
- Una forma distinta de ver el mundo, gracias a los cuentos.
- Cuentos infantiles: una forma de comprender el mundo.

Concepto seleccionado:

“Cuentos infantiles: una forma de comprender el mundo”

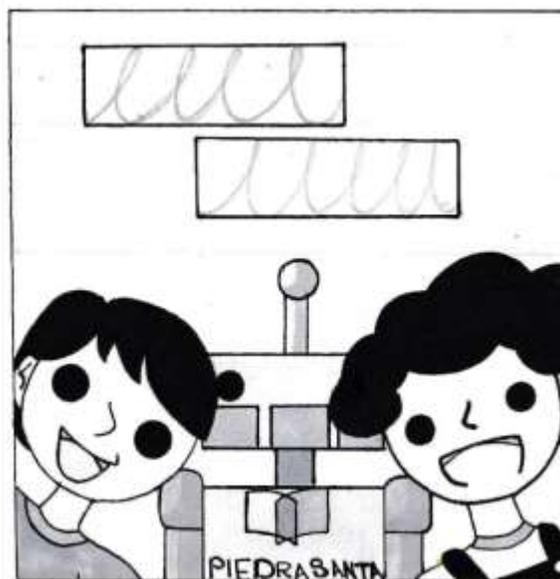
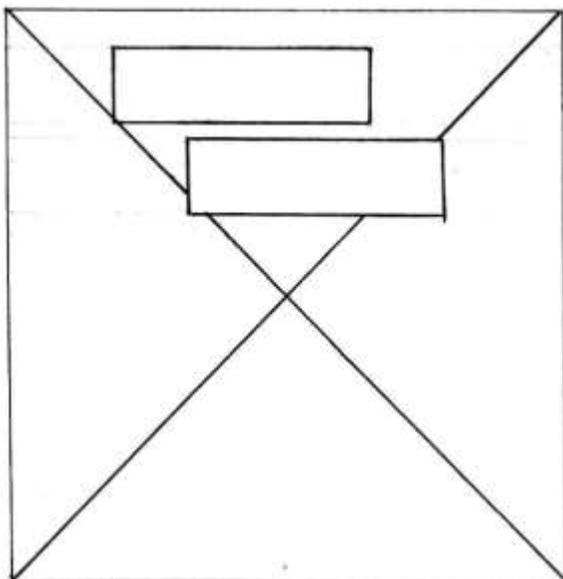
Buscar explicar que gracias a las distintas historias que los cuentos presentan, los lectores pueden entender el mundo desde un ángulo distinto y formar su criterio en base a las enseñanzas que este contenga. Es así como el cuento infantil busca explicar el valor de la honestidad para que los primeros lectores formen una actitud y un juicio propio sobre el comportamiento de un individuo en la sociedad.

Ver en anexos C; tabla de requisitos.

7.3 Bocetaje

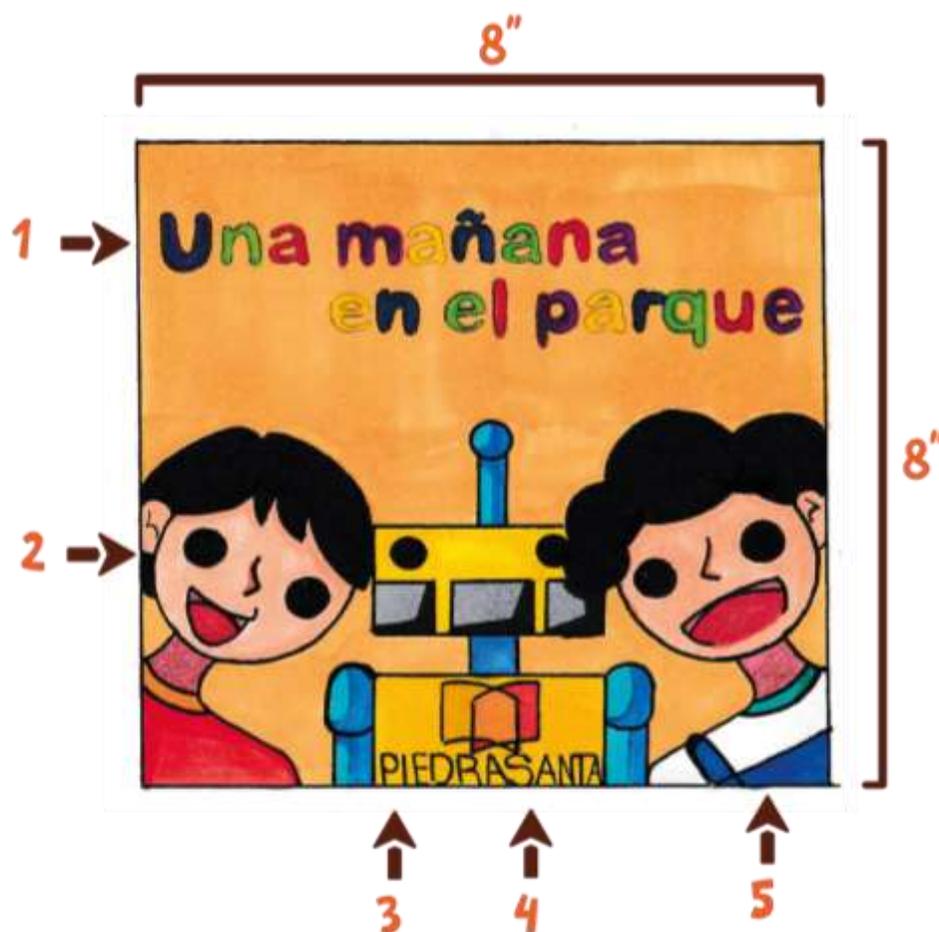
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Portada.



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Portada.



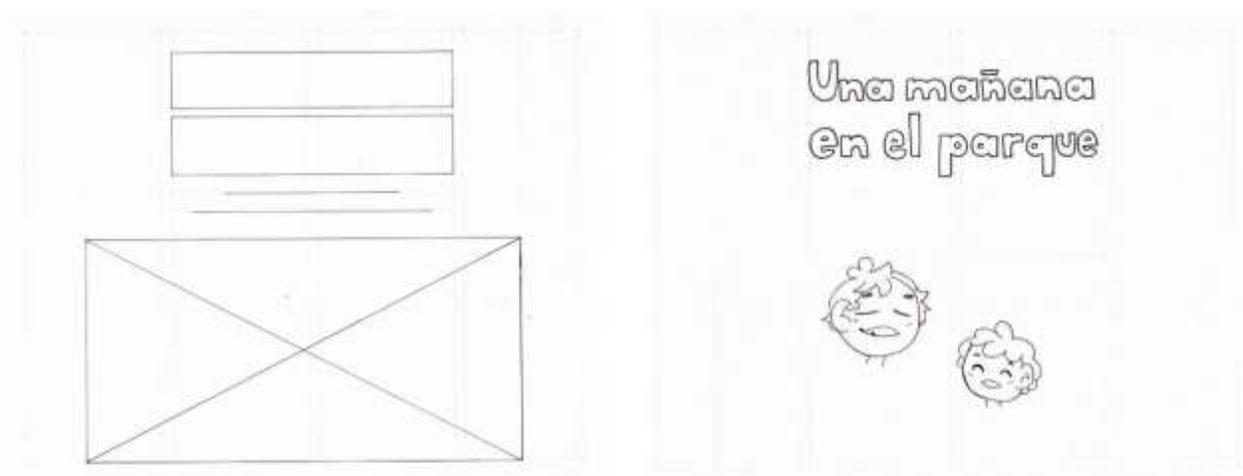
Identificación de los elementos:

1. Nombre del cuento: Una mañana en el parque.
2. Personaje principal: Josué.
3. Personaje principal: Pequeño robot.
4. Imagotipo de Editorial y Librería Piedrasanta.
5. Personaje principal: David.

7.3 Bocetaje

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta B, Portada.



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Portada.



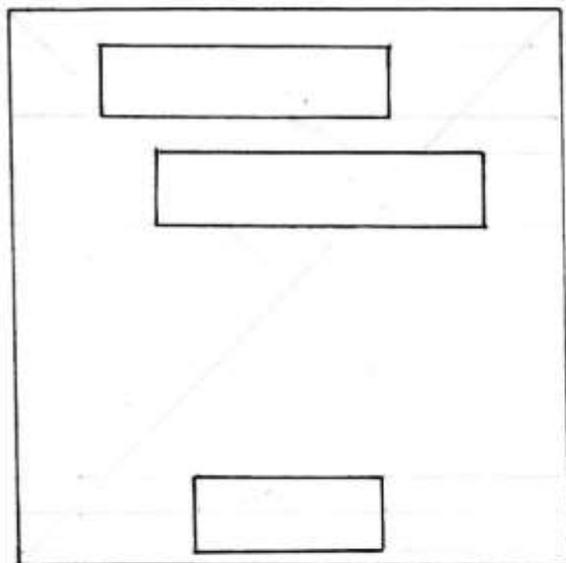
Identificación de los elementos:

1. Nombre del cuento: Una mañana en el parque.
2. Fondo de la portada color café.
3. Personajes principales.

7.3 Bocetaje

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Portadilla.



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Portadilla.



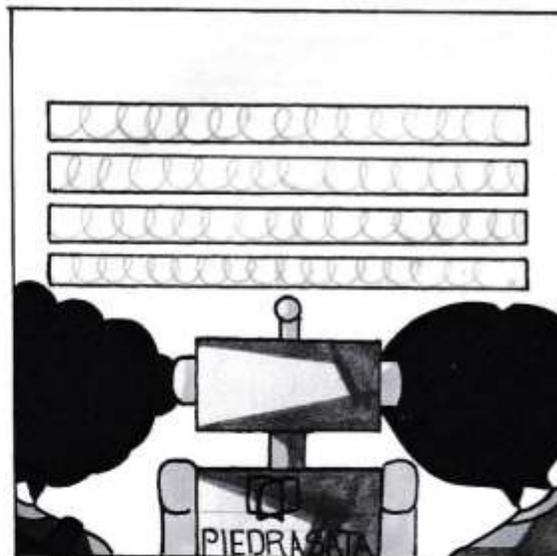
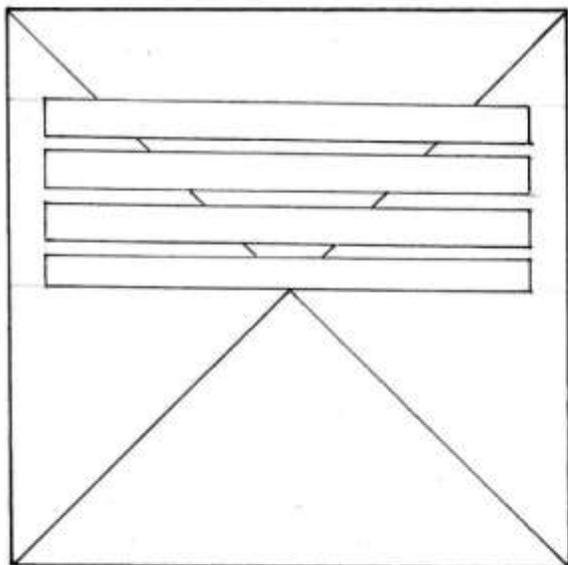
Identificación de los elementos:

1. Nombre del cuento: Una mañana en el parque.
2. Diseño de triángulo de madera.
3. Imagotipo Editorial y Librería Piedrasanta.

7.3 Bocetaje

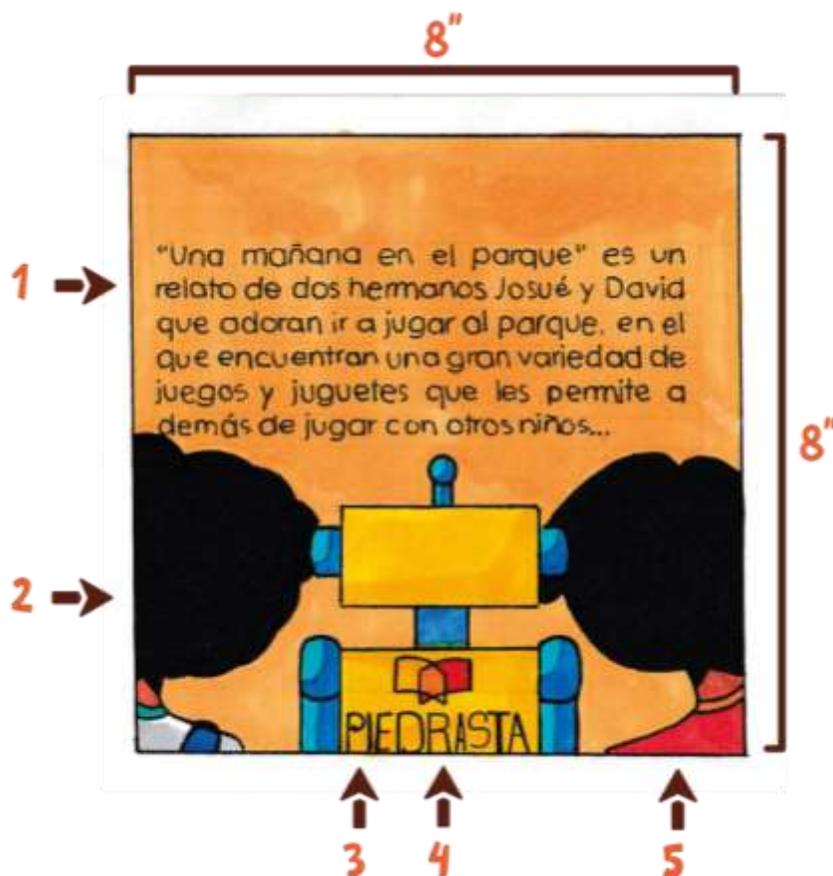
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Contraportada.



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Contraportada.



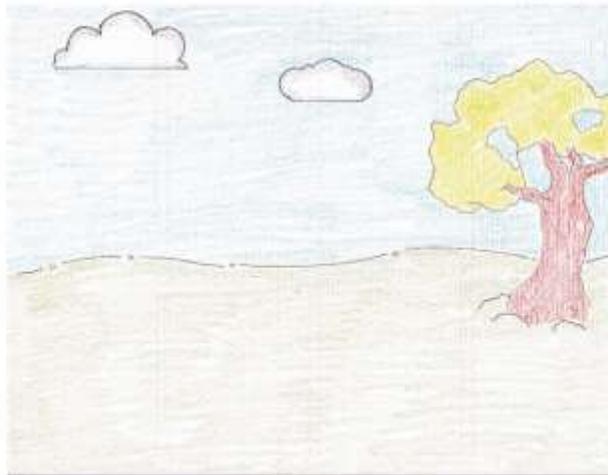
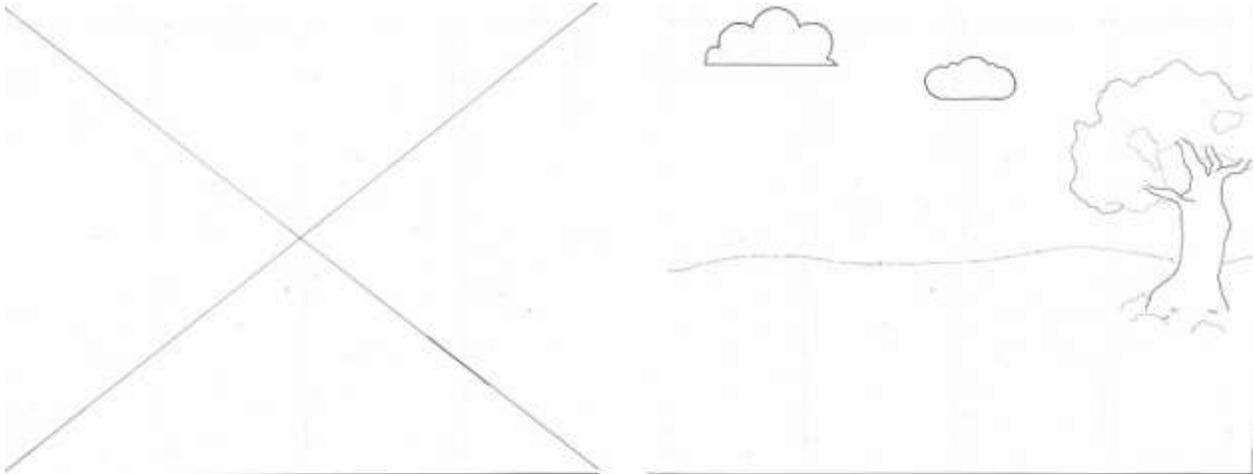
Identificación de los elementos:

1. Sinopsis del cuento.
2. Nombre del cuento: Una mañana en el parque.
3. Personaje principal: Josué.
4. Personaje principal: Pequeño robot.
5. Imagotipo de Editorial y Librería Piedrasanta.
6. Personaje principal: David.

7.3 Bocetaje

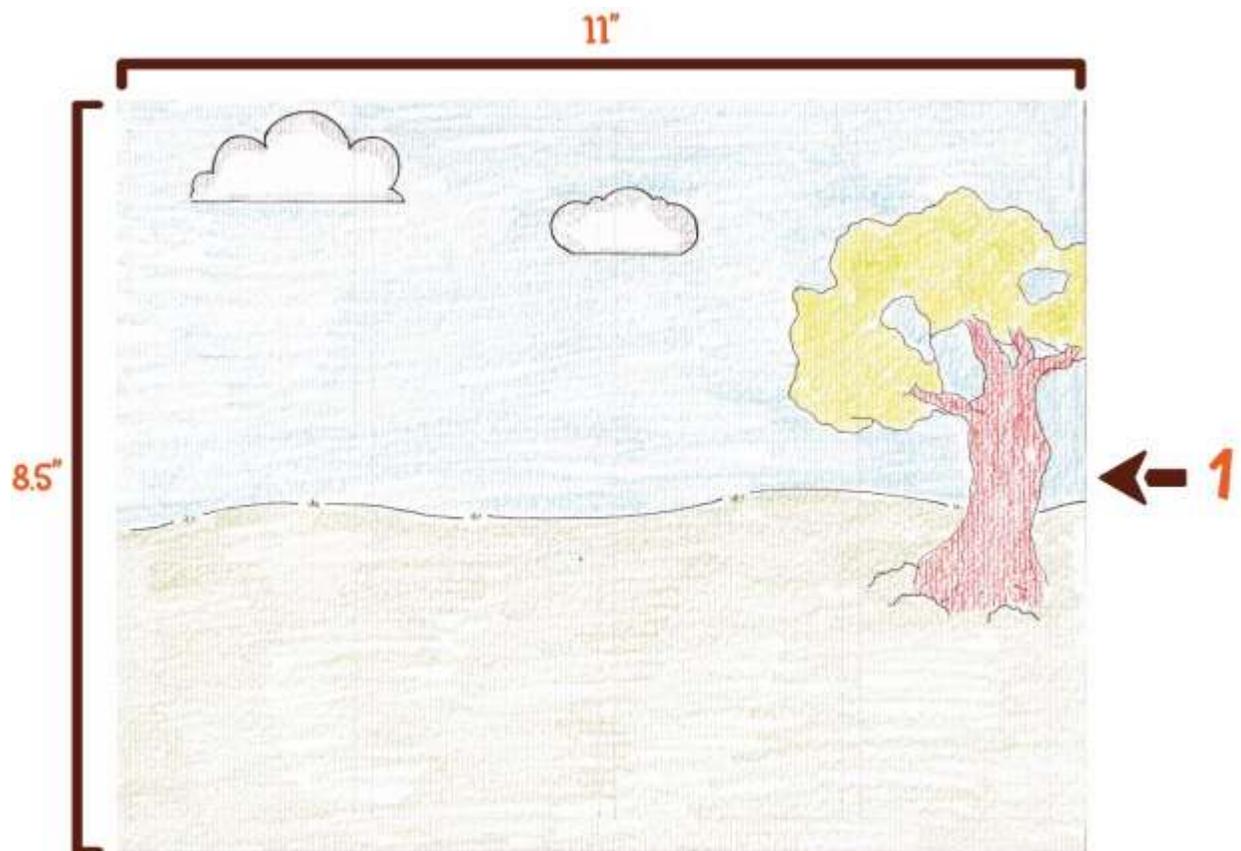
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta B, Contraportada.



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta B, Contraportada.



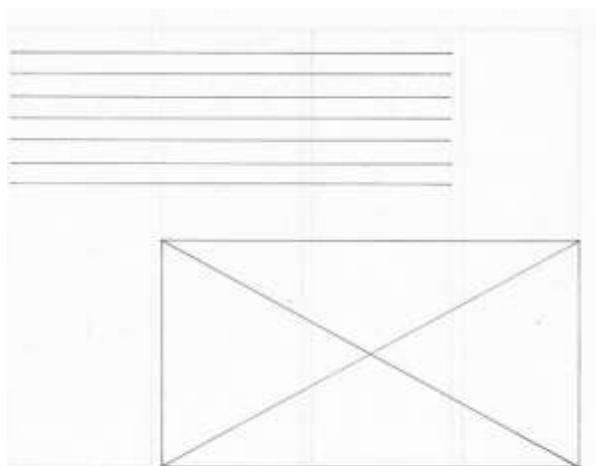
Identificación de los elementos:

1. Fondo.

7.3 Bocetaje

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Página interior.



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Página interior.



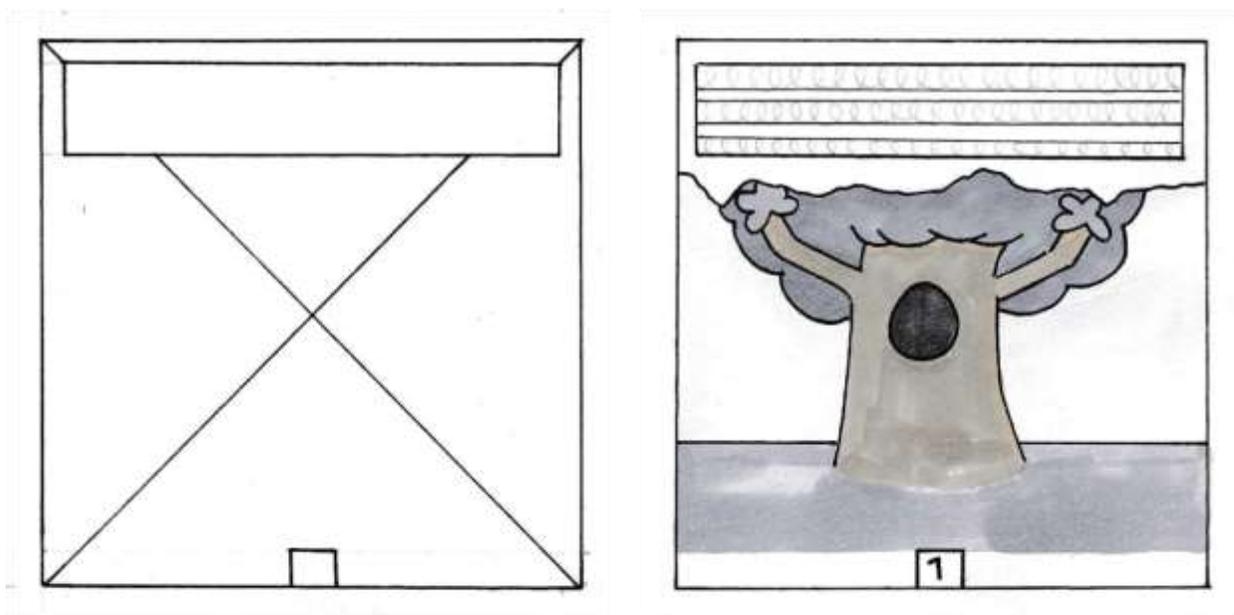
Identificación de los elementos:

1. Texto.
2. Imagen que representa el texto.

7.3 Bocetaje

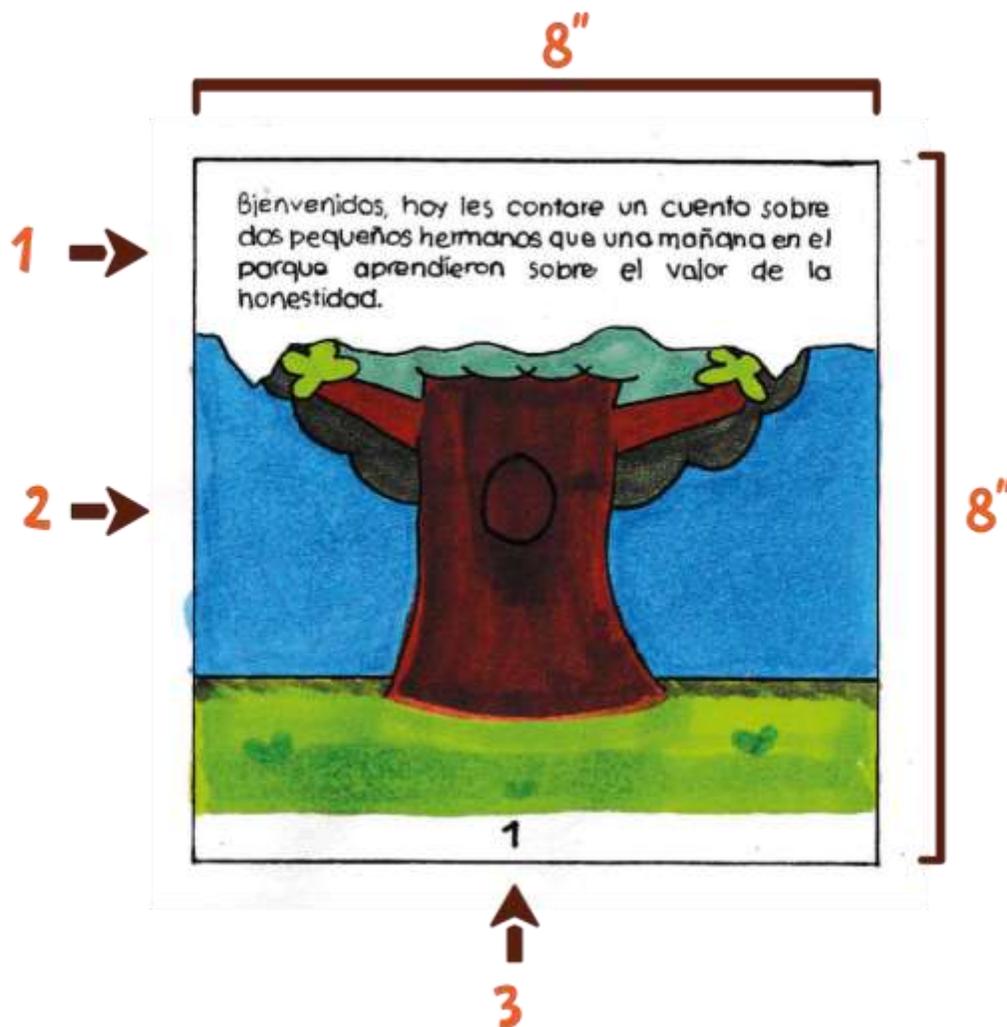
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta B, Páginas interiores.



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta B, Páginas interiores.



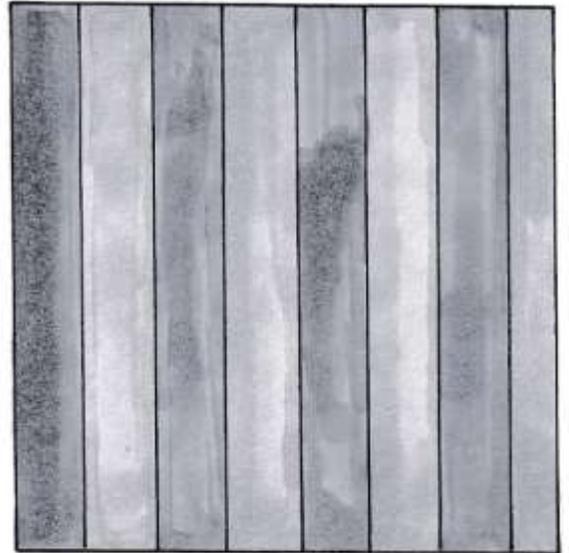
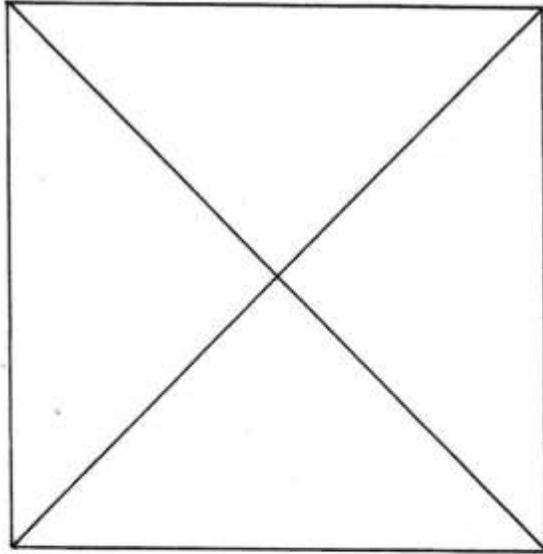
Identificación de los elementos:

1. Historia del cuento.
2. Ilustración.
3. Numeración de la página

7.3 Bocetaje

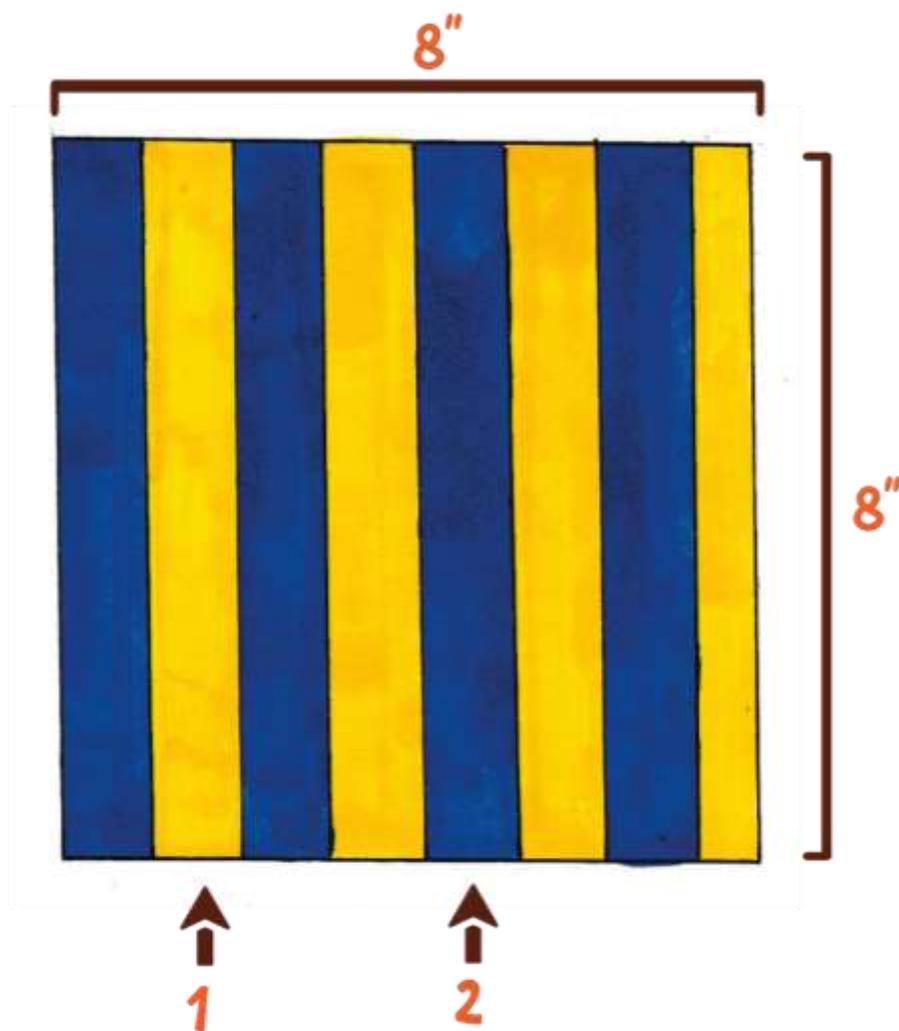
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Páginas finales.



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A, Páginas finales.



Identificación de los elementos:

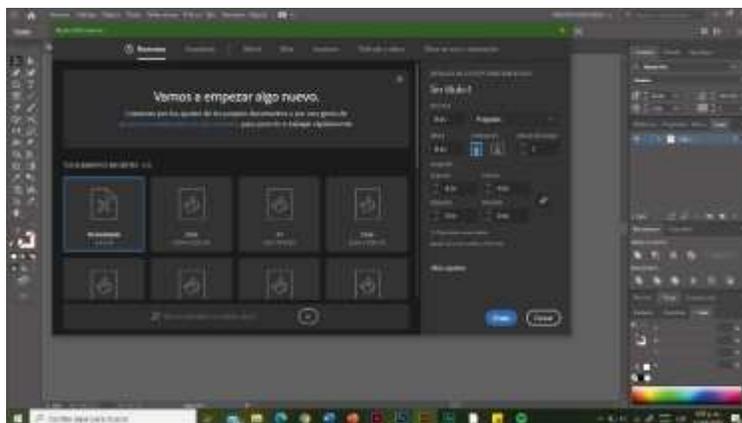
1. Línea amarilla.
2. Línea azul.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

Proceso de digitalización portada.

Paso número 1:

Primero se creó un documento con las medidas que tendrá el material impreso; este contará con las siguientes medidas 8 x 8 pulgadas.



Paso número 2:

Se crearon dos mesas de trabajo donde se diseñó la portada y contraportada del cuento infantil.



Paso número 3:

Se vectorizó los 3 personajes principales del cuento infantil, estos se encuentran viendo hacia el frente de la portada, con el imagotipo en la parte inferior.

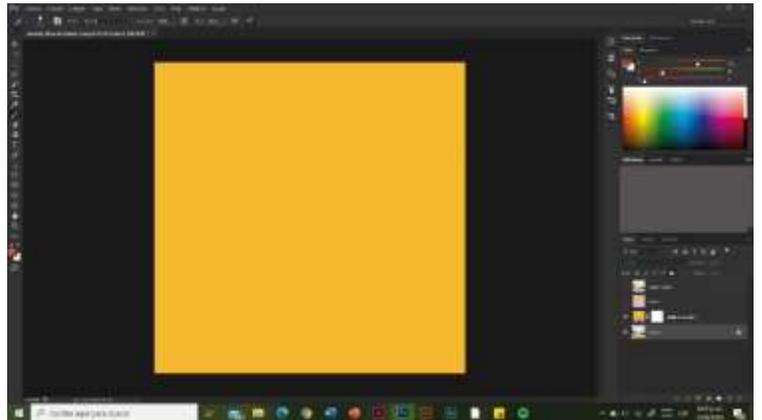


Paso número 4:

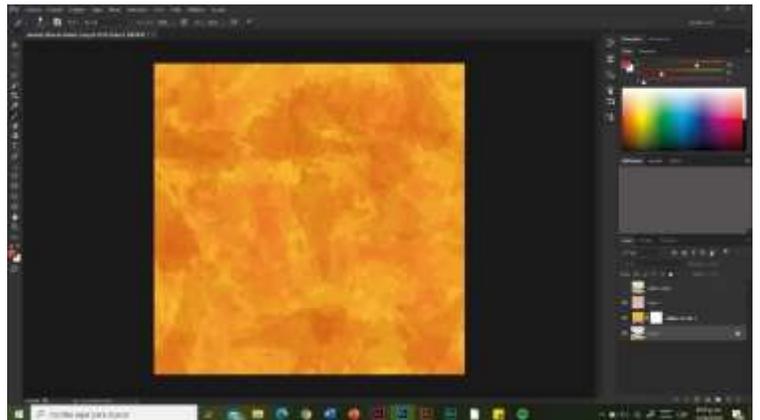
Se guardaron los vectores en formato *.JPG* se abrieron en un documento de Photoshop para comenzar a trabajar en fondo de la portada.

**Paso número 5:**

Se seleccionó un color de fondo sólido, color naranja para continuar con los detalles finales de la portada.

**Paso número 6:**

Se seleccionó el pincel que se utilizó para darle un toque de acuarela al fondo de la portada.

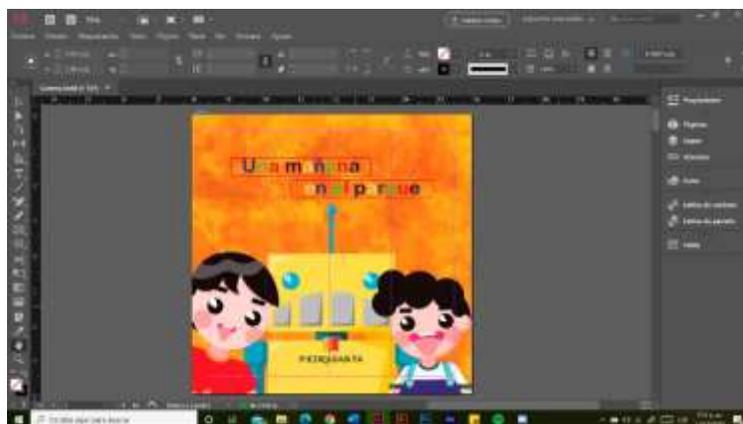


Paso número 7:

Se colocaron al frente los personajes principales de la historia con el imagotipo de la empresa y se guardó como un documento *.JPG*.

**Paso número 8:**

Se abrió el documento *.JPG* en Adobe Indesign para colorar la tipografía que se utilizó en la portada con sus respectivos colores.

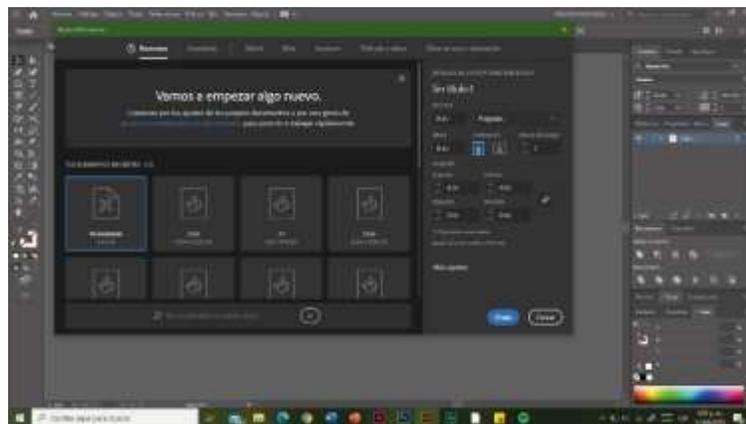


7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

Proceso de digitalización contraportada.

Paso número 1:

Primero se creó un documento con las medidas que tendrá el material impreso; este contará con las siguientes medidas 8 x 8 pulgadas.



Paso número 2:

Se crearon dos mesas de trabajo donde se diseñó la portada y contraportada del cuento infantil.



Paso número 3:

Se vectorizó los 3 personajes principales del cuento infantil, estos se encuentran dando la espalda en la contraportada simulando que están viendo hacia el frente en la portada, con el imagotipo en la parte inferior.



Paso número 4:

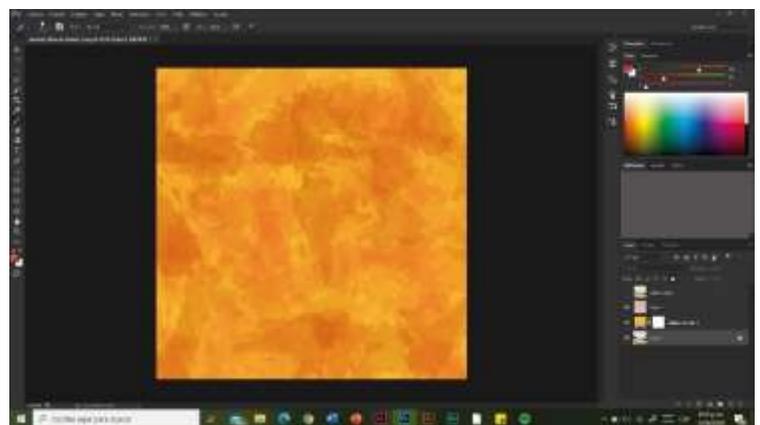
Se guardaron los vectores en formato *.JPG* se abrieron en un documento de Photoshop para comenzar a trabajar en fondo de la portada.

**Paso número 5:**

Se seleccionó un color de fondo sólido, color naranja para continuar con los detalles finales de la portada.

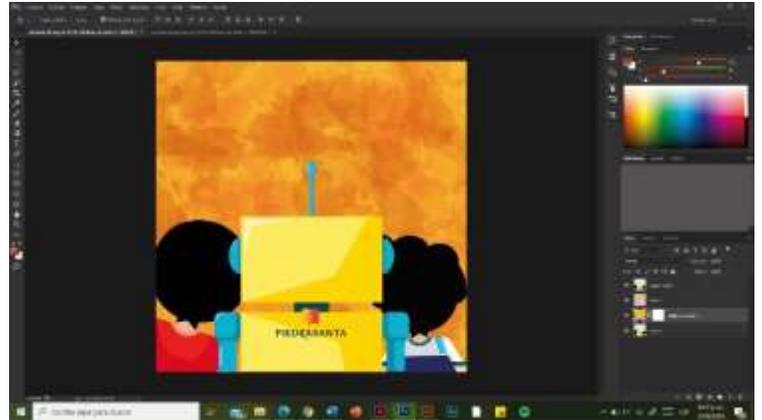
**Paso número 6:**

Se seleccionó el pincel que se utilizó para darle un toque de acuarela al fondo de la portada.

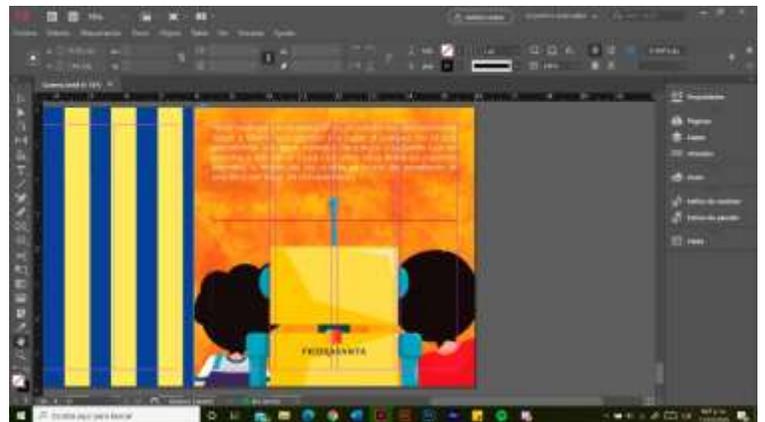


Paso número 7:

Se colocaron al frente los personajes principales de la historia con el imagotipo de la empresa y se guardó como un documento *.JPG*.

**Paso número 8:**

Se abrió el documento *.JPG* en Adobe Indesign para colorar la tipografía que se utilizara en la portada con sus respectivos colores.

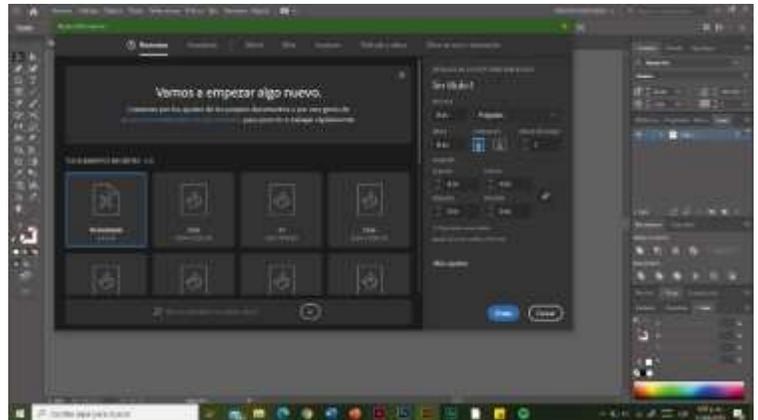


7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

Proceso de digitalización portada titular.

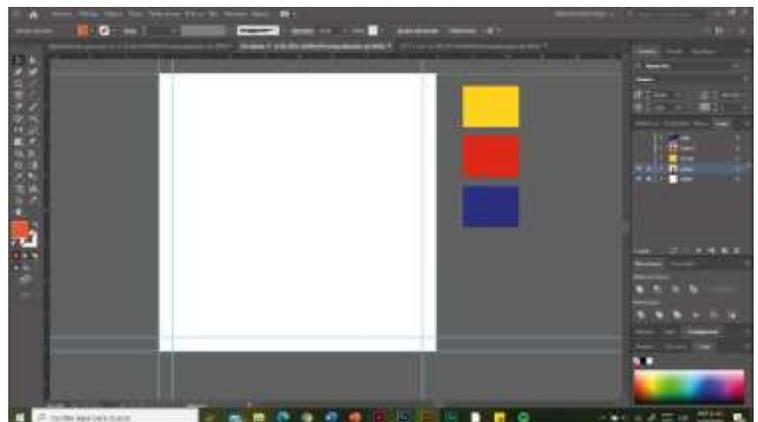
Paso número 1:

Primero se creó un documento con las medidas que tendrá el material impreso; este contará con las siguientes medidas 8 x 8 pulgadas.



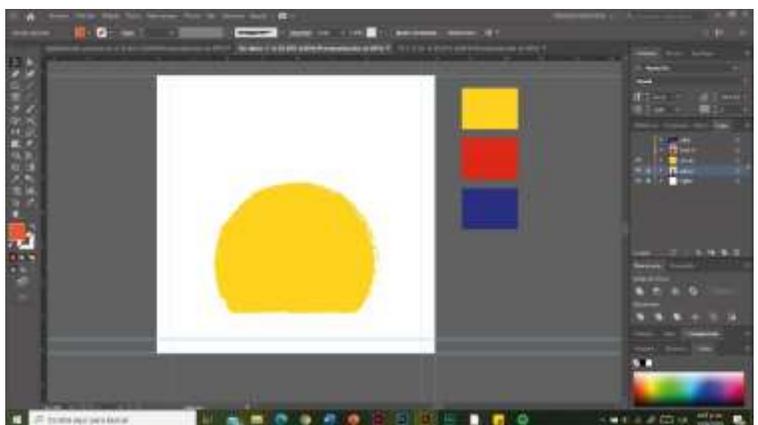
Paso número 2:

Se creó una mesa de trabajo de 8 x 8 pulgadas y se definió la paleta de colores que se utilizó para los siguientes pasos.



Paso número 3:

Se colocó el semicírculo que es el fondo de las figuras principales, este lleva un color amarillo brillante.

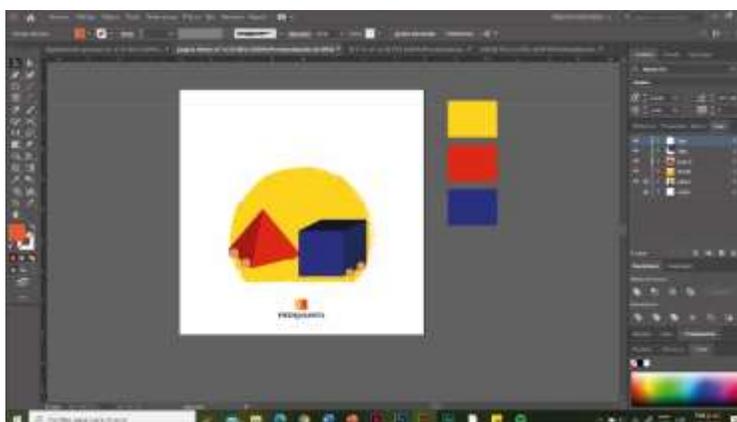


Paso número 4:

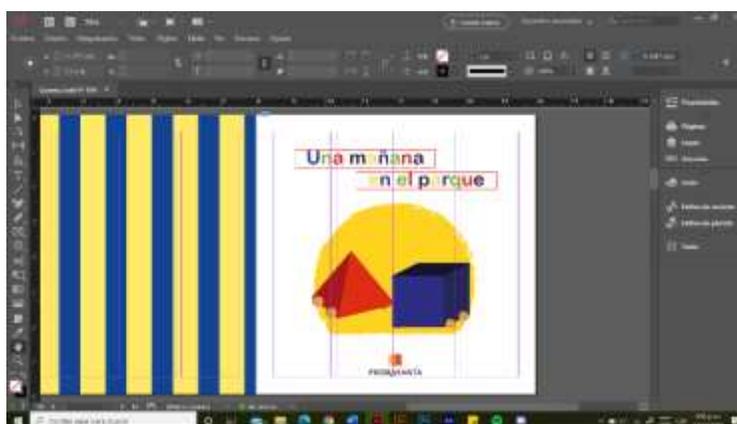
Se vectorizó el triángulo rojo de madera y un cuadrado azul que se posiciona en la parte inferior de la página.

**Paso número 5:**

Se colocó en la parte inferior de la página el imagotipo de la empresa.

**Paso número 6:**

Se guardó el archivo como *.JPG*
Y se colocó en el documento de indesign con los demás materiales realizados.

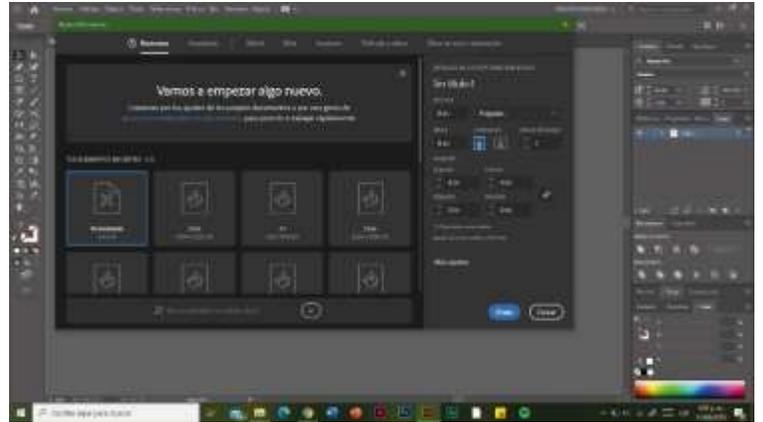


7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

Proceso de digitalización página 6.

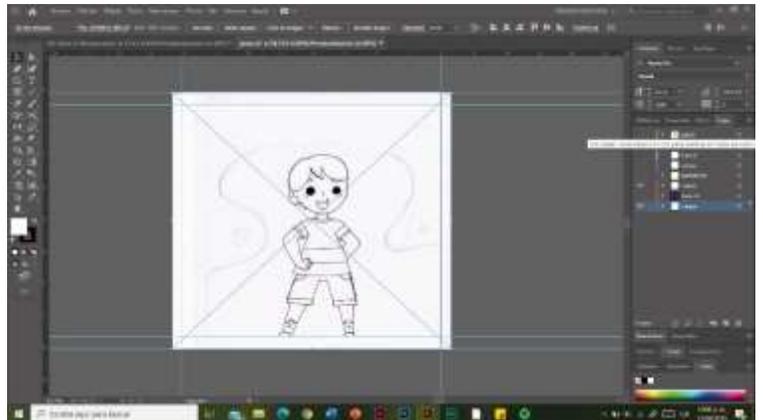
Paso número 1:

Primero se creó un documento con las medidas que tendrá el material impreso; este contará con las siguientes medidas 8 x 8 pulgadas.



Paso número 2:

Se creó una mesa de trabajo y se colocó en una capa aparte el escáner del dibujo de uno de los personajes principales: Josué.



Paso número 3:

Se prosiguió a definir la paleta de colores a utilizar en la ilustración.

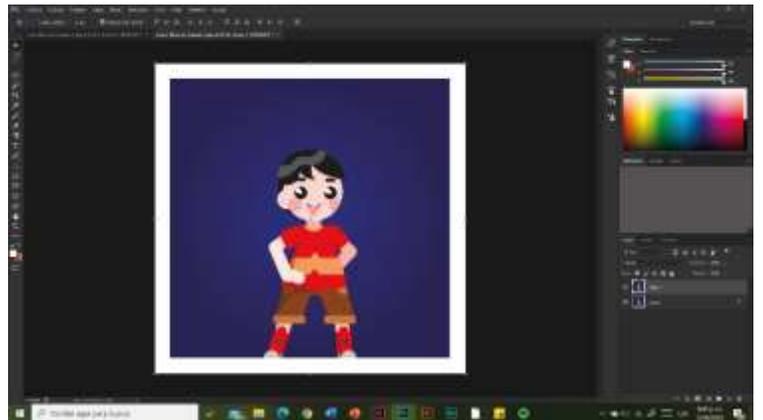


Paso número 4:

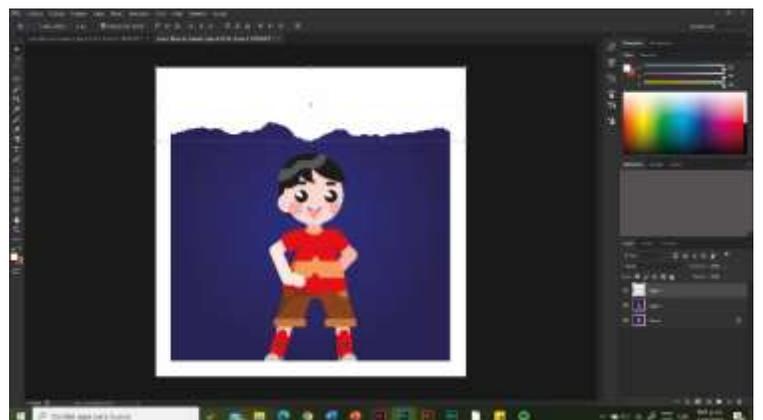
Se vectorizó el personaje de Josué y se colocó el color que llevará cada parte de este.

**Paso número 5:**

Se colocó el fondo que llevara la página, este es un degradado con un color azul claro en el centro y en los bordes este se va oscureciendo y se guarda en formato *.JPG* para abrirlo en Photoshop.

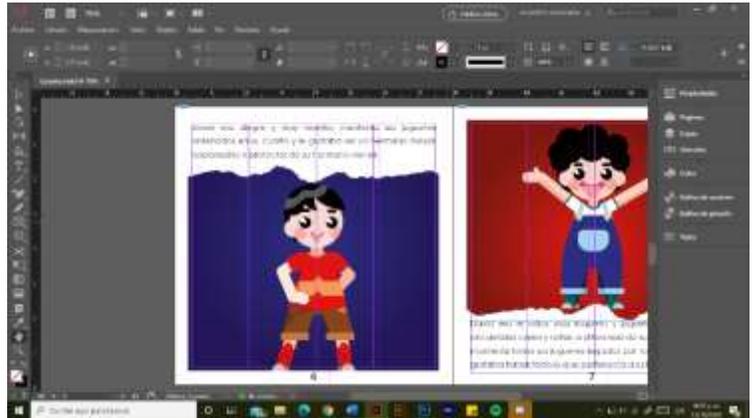
**Paso número 6:**

Ya abierto el formato *.JPG* en Photoshop se procedió a cortar la parte superior de la página para darle el aspecto de papel rasgado.



Paso número 7:

Se colocó la imagen .JPG centrada en la página, realizando ciertos cambios en el diseño de papel rasgado; en la parte inferior se colocó el respectivo texto que iba en esa página.

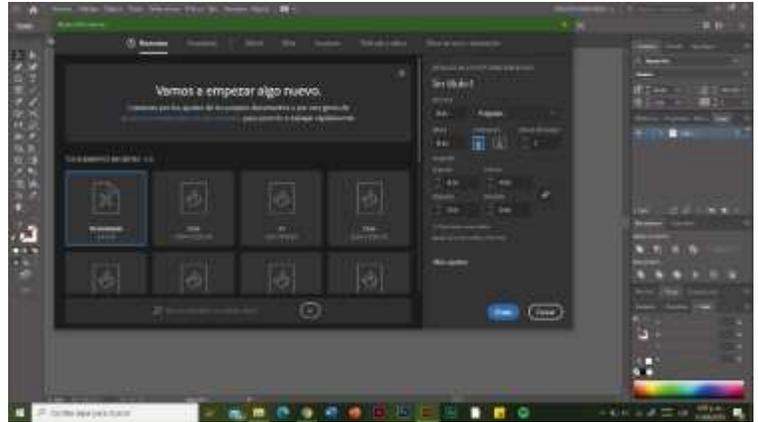


7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

Proceso de digitalización página 7.

Paso número 1:

Primero se creó un documento con las medidas que tendrá el material impreso; este contará con las siguientes medidas 8 x 8 pulgadas.



Paso número 2:

Se creó una mesa de trabajo y se colocó en una capa aparte el escáner del dibujo de uno de los personajes principales: David.



Paso número 3:

Se prosiguió a definir la paleta de colores a utilizar en la ilustración.



Paso número 4:

Se vectorizó el personaje de David y se colocó el color que llevara cada parte de este.

**Paso número 5:**

Se colocó el fondo que llevó la página, este es un degrade con un color rojo claro en el centro y en los bordes este se va oscureciendo y se guarda en formato *.JPG* para abrirlo en Photoshop.

**Paso número 6:**

Ya abierto el formato *.JPG* en Photoshop se procedió a cortar la parte superior de la página para darle el aspecto de papel rasgado.



Paso número 7:

Se colocó la imagen .JPG centrada en la página, realizando ciertos cambios en el diseño de papel rasgado; en la parte inferior se colocó el respectivo texto que iba en esa página.



7.4 Propuesta preliminar

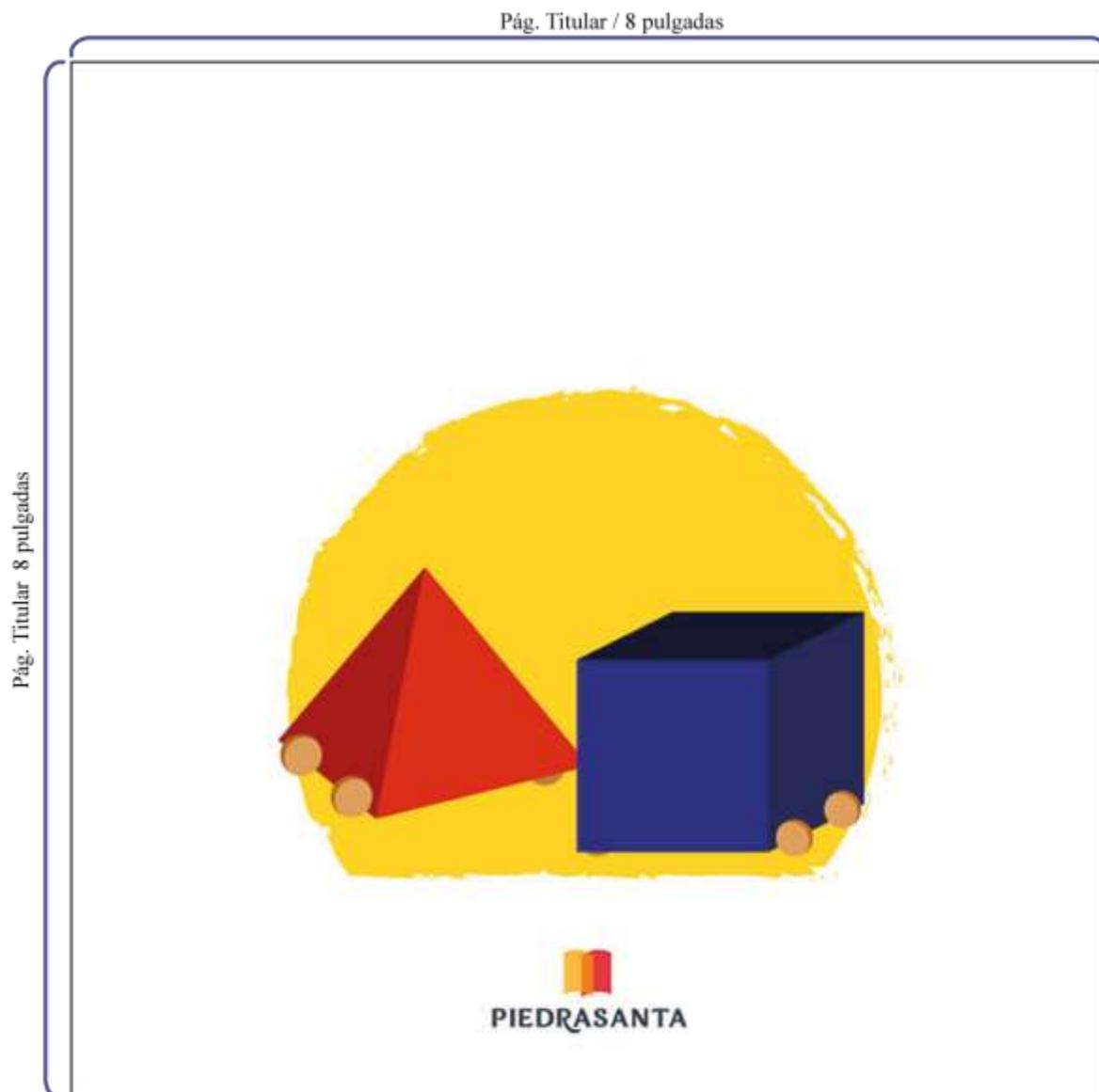
7.4.1 Portada “Una mañana en el parque”.



En la portada se puede encontrar a los tres personajes principales del cuento infantil, en la parte superior se encuentra el nombre de este y centrado en la parte inferior se ubica el imago tipo de la identidad.

7.4 Propuesta preliminar

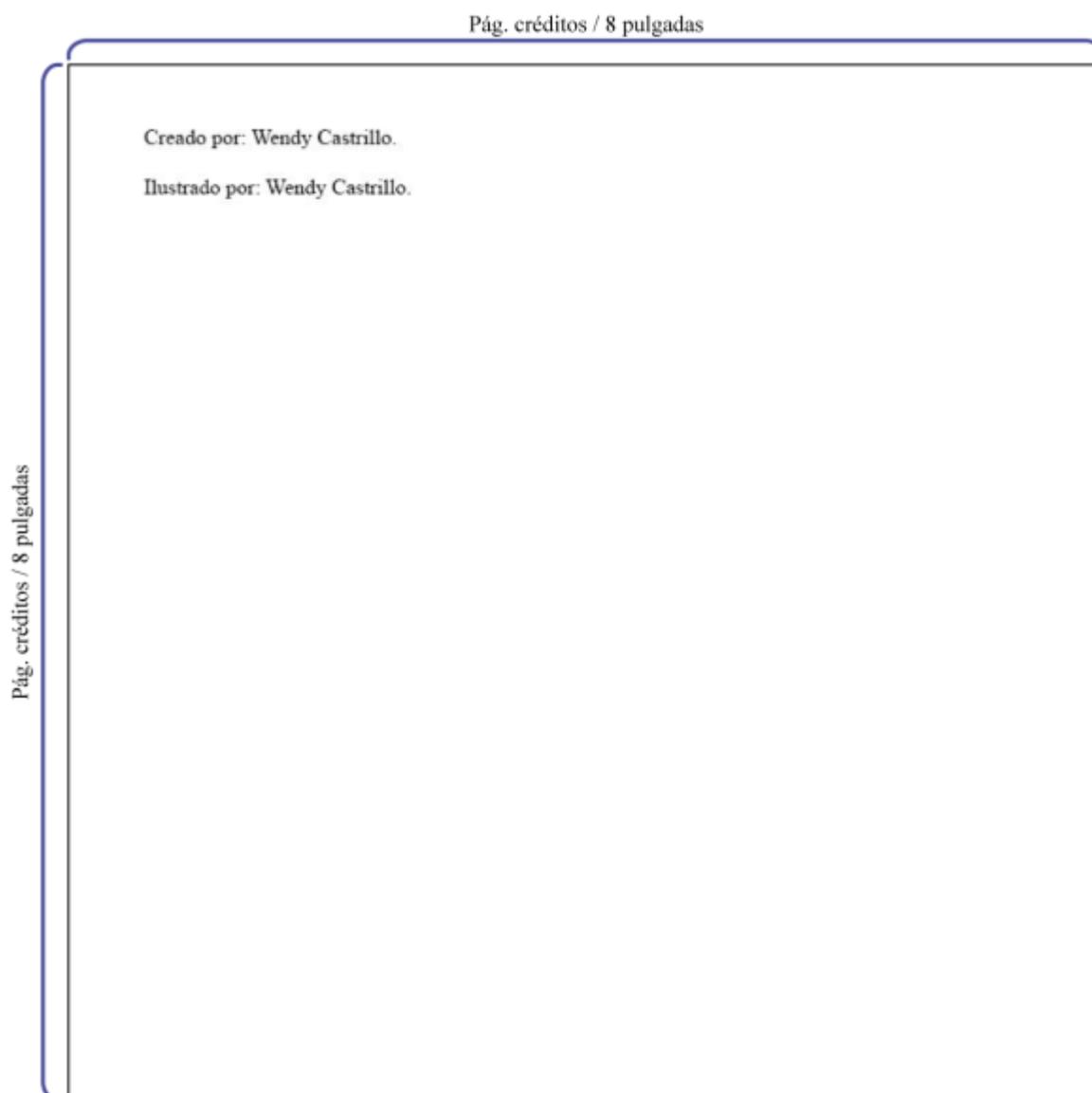
7.4.3 Página titular.



La página titular presenta dos personajes extras que aparecen en el cuento infantil, en la parte superior el nombre de este y centrado en la parte inferior el logo de la entidad.

7.4 Propuesta preliminar

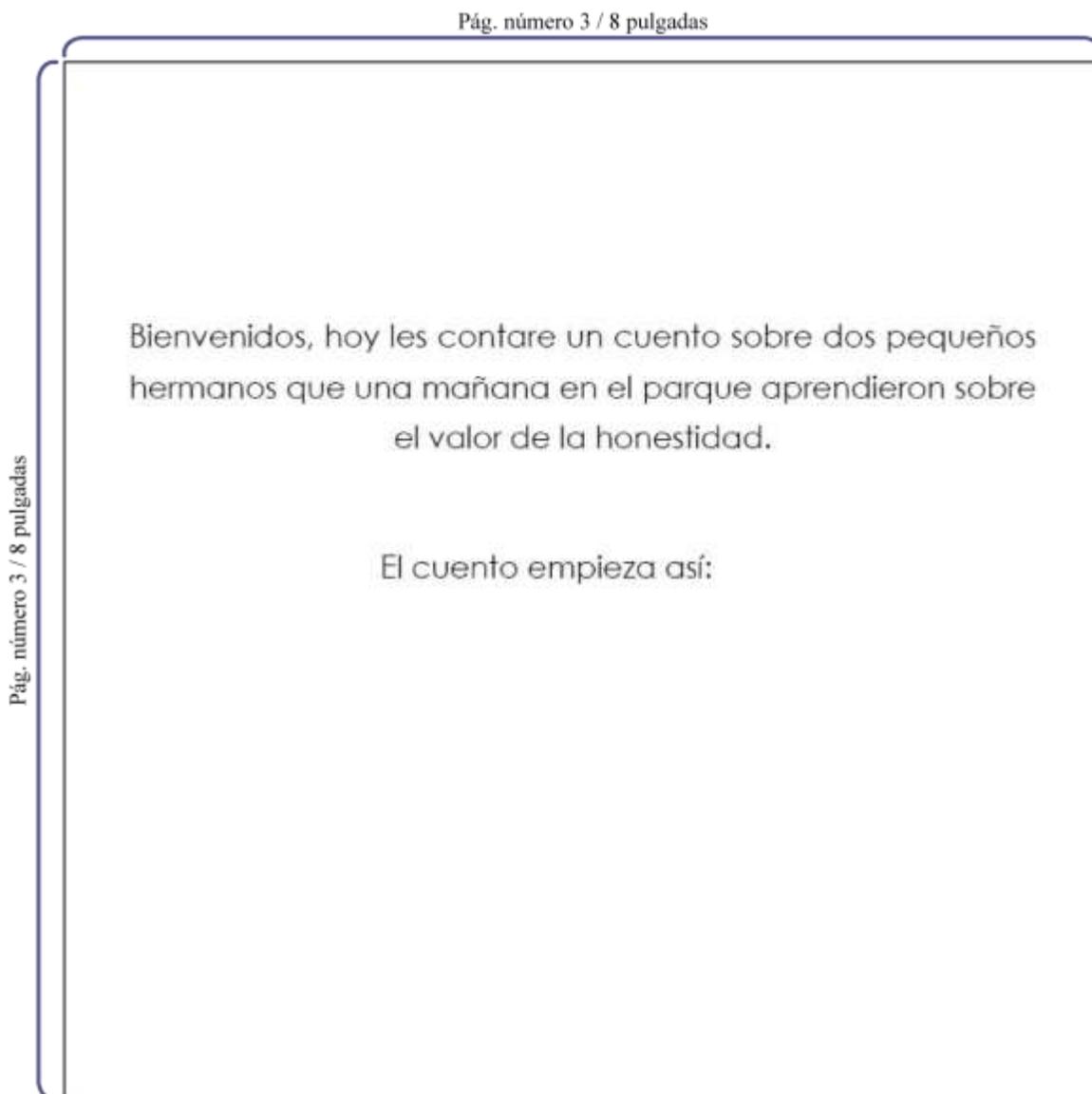
7.4.4 Página de créditos.



La página de créditos, como se indica, presenta el nombre del autor del libro y la ilustradora, posteriormente en la parte inferior se adjuntarán todos los datos relacionados con copyright.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.6 Página 3.



La página número 3 es la presentación e inicio del cuento en el que el narrador invita al lector a continuar con la lectura. El fondo de la página es blanco para darle mayor importancia al diálogo que se encuentra en la parte central.

7.4 Propuesta preliminar

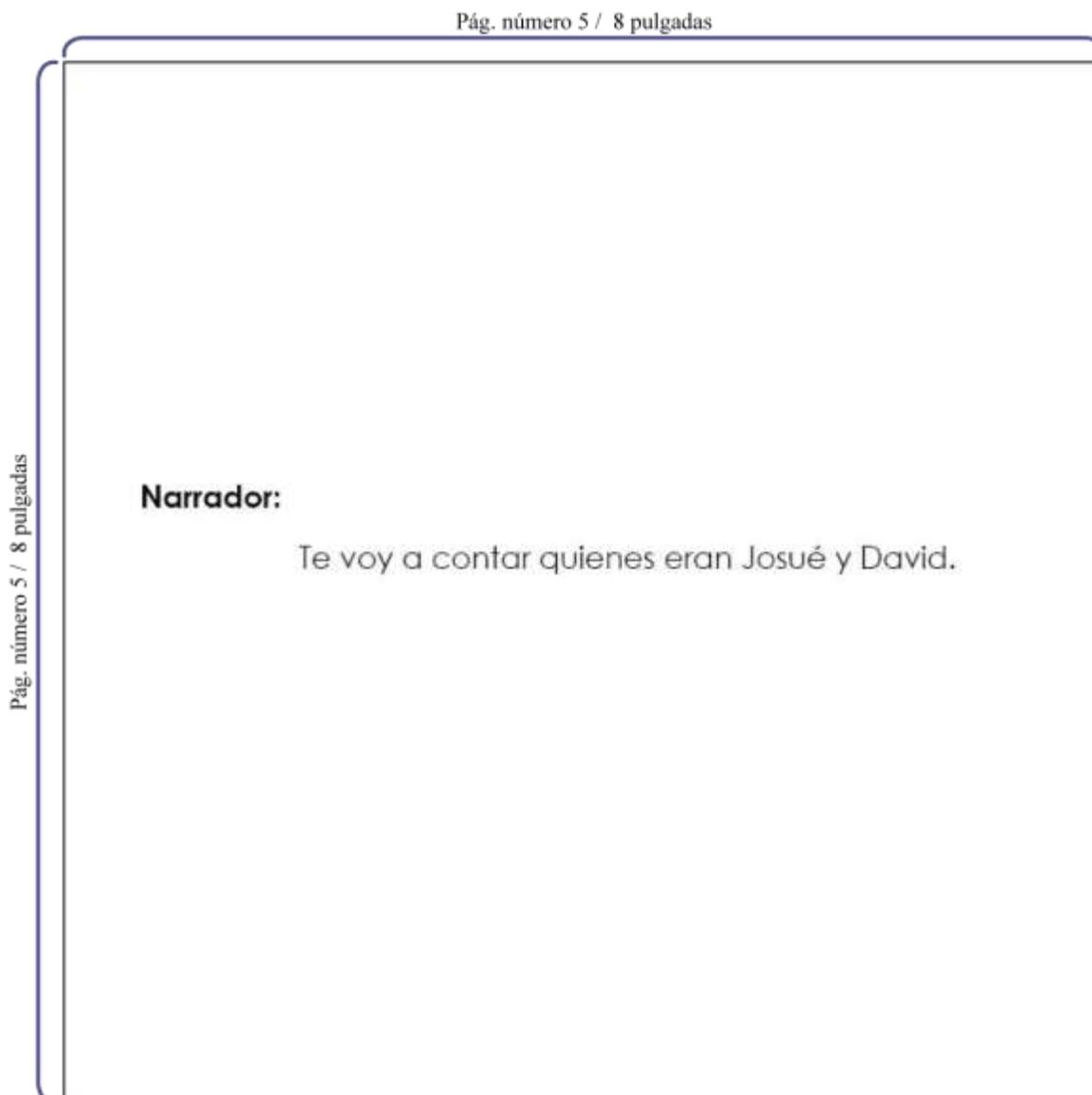
7.4.6 Página 4.



La página número 4 presenta en la parte inferior la ilustración que ejemplifica una de las escenas que se mencionan en el párrafo en la parte superior de la página.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.7 Página 5.



En el centro de la página número 5 se encuentra uno de los diálogos del narrador.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.8 Página 6.



La página número 6 presenta a uno de los personajes principales que serán frecuentes a lo largo del cuento, en la parte superior se encuentra el párrafo que descubre a dicho personaje.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.9 Página 7.



La página número 6 presenta a uno de los personajes principales que serán frecuentes a lo largo del cuento, en la parte superior se encuentra el párrafo que descubre a dicho personaje.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.10 Página 8.

Pág. número 8 / 8 pulgadas

Pero tenían algo en común y esto era que ambos adoraban ir a jugar al parque; una mañana decidieron alistarse para ir a jugar al parque "los juguetes" y como dice su nombre estaba repleto de juguetes de todo tipo y lugares donde jugar.

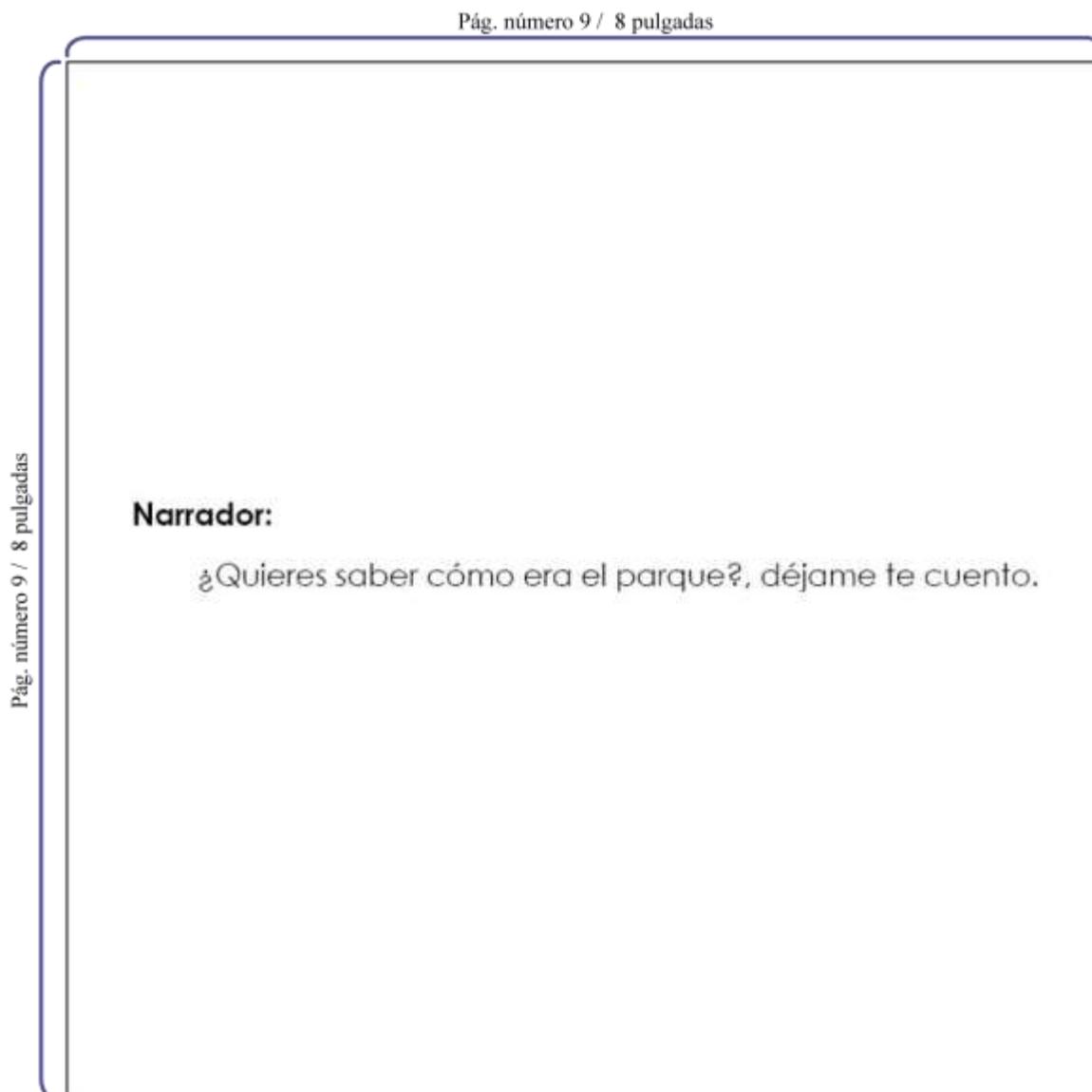
Pág. número 8 / 8 pulgadas



La página número 8 presenta uno de los paisajes que aparecen en el cuento infantil, esta ilustración es la entrada al parque que menciona en párrafo en la parte superior.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.11 Página 9.



La página número 9 presenta otro de los diálogos del narrador del cuento infantil.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.12 Página 10.

Pág. número 10 / 8 pulgadas

Era un parque con árboles enormes y flores de todos los colores, podías encontrar juegos desde enormes resbaladeros, columpios que llegaban al cielo, hasta areneros repletos de castillos de arena.

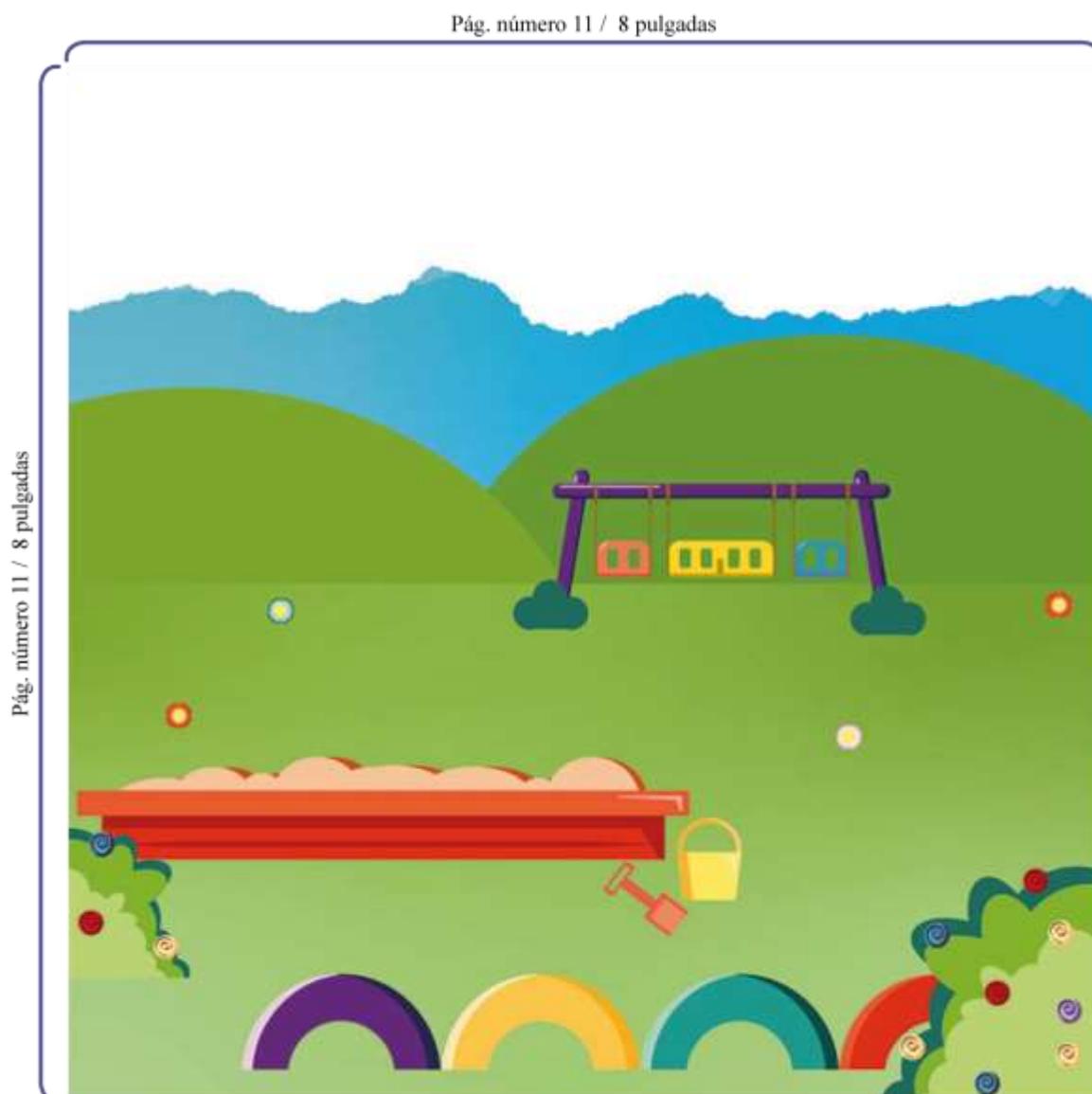
Pág. número 10 / 8 pulgadas



En la página número 10 se encuentra otro escenario en el cual se presentan algunos de los juegos que indica el párrafo en la parte superior de la página.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.13 Página 11.



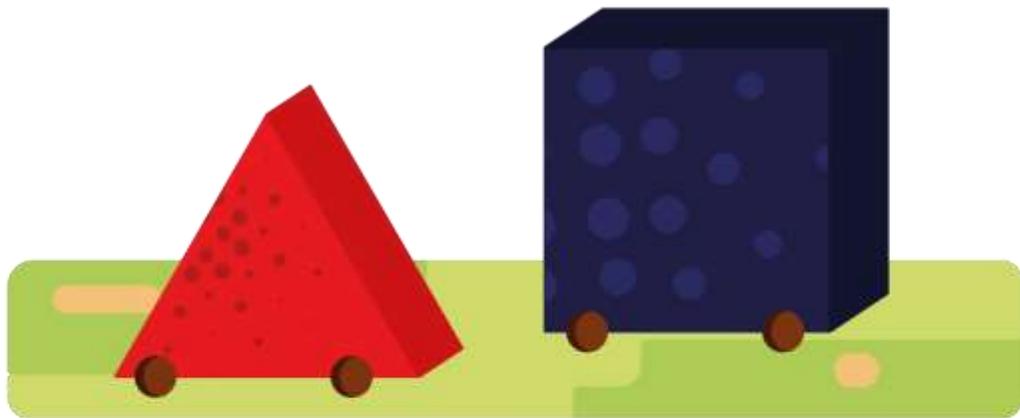
En la página número 11 se encuentra otro escenario en el cual se presentan algunos de los juegos que indica el párrafo en la parte superior de la página.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.14 Contraportada.



En la contraportada se puede encontrar a los tres personajes principales del cuento infantil viendo hacia la portada, centrado en la parte inferior se ubica el imago tipo de la identidad.



Capítulo VIII: Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará a 2 clientes, a 8 padres y madres de niños y niñas del grupo objetivo, a 3 expertos en el área de comunicación y diseño y a 5 expertos en el área de pedagogía.

8.1 Población y muestreo

Definido el instrumento de validación para la propuesta preliminar, se seleccionó un pequeño grupo de personas que den respuesta a este, se tomó en cuenta la población y la muestra, para comprender mejor estos dos términos se dará una breve explicación de estas:

- **Población:** Se refiere al universo completo de individuos, objetos, eventos y, o fenómenos a estudiar, en pocas palabras, son todos los miembros existentes en el grupo.
- **Muestra:** Es un grupo o subgrupo obtenido de la población. Este pequeño número de individuos representan de forma tanto cualitativa como cuantitativa a la población, es gracias a esto que se le denomina muestra.

Por ser una validación técnica la muestra de este proyecto está conformada por tres distintos grupos:

Tres expertos en el área de comunicación y diseño:

- María Alejandra Rodríguez Paul.
 - Licenciada en Pedagogía y Administración Educativa.
- Rolando Barahona Cifuentes.
 - Licenciado en Diseño Gráfico.
- Andrea Aguilar
 - Licenciada en Comunicación y Diseño

Cinco expertos en el área de educación:

- Patricia Afre.
 - Maestra.
- Glenda Yaneth Castro Sandoval.
 - Licenciada en Pedagogía y Administración Educativa
- Juana Jeannette Ramírez Fuentes de Roblero.
 - Maestra de Educación Pre Primaria.
- Anita Imelda Maza Polo.
 - Maestra de párvulos.
- Gloria Pacay.
 - Licenciada en Pedagogía y Administración Educativa

Dos clientes de Editorial y Librería Piedrasanta:

- Flor de María Valenzuela.
 - Profesión: Editor y docente.
 - Puesto: jefa de producción.
- Daniel Esteban Caciá Álvarez.
 - Profesión: Licenciado en educación.
 - Puesto: Gerente editorial de información y recursos.

Nueve padres y madres de niños y niñas entre 6 a 10 años con habilidad lectora desarrollada; con un nivel socio económico C1. Trabajan en instituciones privadas o públicas, muestran una persistencia a desarrollar la autonomía de sus hijos y disfrutan de actividades con sus hijos. Presentan un gran interés por los cuentos infantiles de Editorial y librería Piedrasanta.

Para obtener un total de 19 personas que serán la muestra para el instrumento de validación de la propuesta preliminar.

8.2 Método e instrumentos

El instrumento que se utilizará para realizar la respectiva validación de la propuesta preliminar será la encuesta; ya que esta es una técnica de recolección de datos mediante el uso de cuestionarios aplicados a grupos representativos para detectar tendencias de comportamiento y otros objetivos. (QuestionPro, 2020)

La encuesta será dirigida a los expertos en el área de comunicación y diseño, licenciatura en ciencias de la educación, clientes y hacia el grupo objetivo que son padres y madres de menores entre de 6 a 10 años que ya hayan desarrollado la habilidad lectora.

La aplicación del instrumento se realizará de forma virtual, implementando la plataforma de Google formularios, ya que está enfocada en realizar encuestas; permite crear encuestas virtuales y generar un enlace que será enviado a los expertos, al cliente y grupo objetivo, de esta forma será más sencillo llegar a ellos.

Ver en anexos E: fotografía de encuestados.



Encuesta de validación del proyecto de graduación

Diseño de modelo de libro de cuento infantil impreso para fomentar la práctica de valores en niños de 6 a 10 años de Editorial y Librería Piedrasanta, Guatemala, Guatemala 2021.

Nombre: _____

Profesión: _____

Segmento al que pertenece Experto Cliente

Genero: Femenino Masculino

Editorial y Librería Piedrasanta fue fundada en ciudad de Guatemala, en febrero de 1947, por los maestros de educación primaria Oralia Díaz de Piedra Santa y Julio Piedra Santa Arandi. Ambos se dedicaron a la edición de material didáctico, concebido Este material fue el origen de la editorial y de la industria de material didáctico y libros de texto en Guatemala y Centroamérica. Se observo que en el mercado se carece de material educativo enfocado en fomentar la practica de valores por eso se llevo a la conclusión de crear un cuento infantil dirigido a niños y niñas de 6 a 10 años para que puedan aprender dichos valores. Como objetivo se tiene el diseñar un modelo de libro de cuento infantil impreso para fomentar la práctica de valores en niños de 6 a 10 años para Editorial y Librería Piedrasanta

Parte objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar un modelo de cuento infantil para promover la práctica de valores en niños de 6 a 10 años?

Sí No

2. ¿Considera usted importante recopilar información sobre la editorial y su identidad gráfica para que sea integrado al diseño del cuento infantil y que sea atractivo para el lector?

Sí No

3. ¿Considera usted que es importante investigar términos, conceptos y tendencias de diseño e ilustración relacionados con el diseño editorial para desarrollar la propuesta del diseño de un cuento infantil?

Sí No

4. ¿Considera que es importante Ilustrar con la técnica de dibujo vectorial y retoque digital los modelos de personajes para implementarlos en el cuento infantil?

Sí No

Parte semiológica:

5. ¿Considera que el tipo de tipografía utilizada en el cuento infantil (portada y páginas interiores) es?

Muy adecuada. Adecuada. Poco adecuada. Nada adecuada.

6. ¿Considera usted que la paleta de colores utilizada en las ilustraciones es?

Muy apropiada. Apropriadada. Poco apropiada. Nada apropiada.

7. ¿Considera usted que los colores utilizados en las diferentes ilustraciones de las páginas son?

Muy apropiados. Apropriadados. Poco apropiados. Nada apropiados.

8. ¿Considera que la diagramación del cuento infantil es?

Muy apropiada. Apropriadada. Poco apropiada. Nada apropiada.

Parte operativa:

9. ¿Considera usted que el tamaño del cuento (8 x 8 pulgadas) de acuerdo con la edad de los niños es adecuado?

Muy adecuado. Adecuado. Poco adecuado. Nada adecuado.

10. ¿Considera que es apropiada la cantidad de ilustraciones en las páginas internas?

Muy apropiada. Apropriadada. Poco apropiada. Nada apropiada.

11. ¿Considera que el tamaño de las ilustraciones es apropiado?

Muy apropiada. Apropriadada. Poco apropiada. Nada apropiada.

12. ¿Según su criterio, es legible el tamaño de la tipografía (16 puntos) en las páginas internas?

Muy legible. Legible. Poco legible. Nada legible.

13. ¿Considera que la ubicación de la numeración en las páginas internas es apropiada?

Muy apropiada. Apropriadada. Poco apropiada. Nada apropiada.

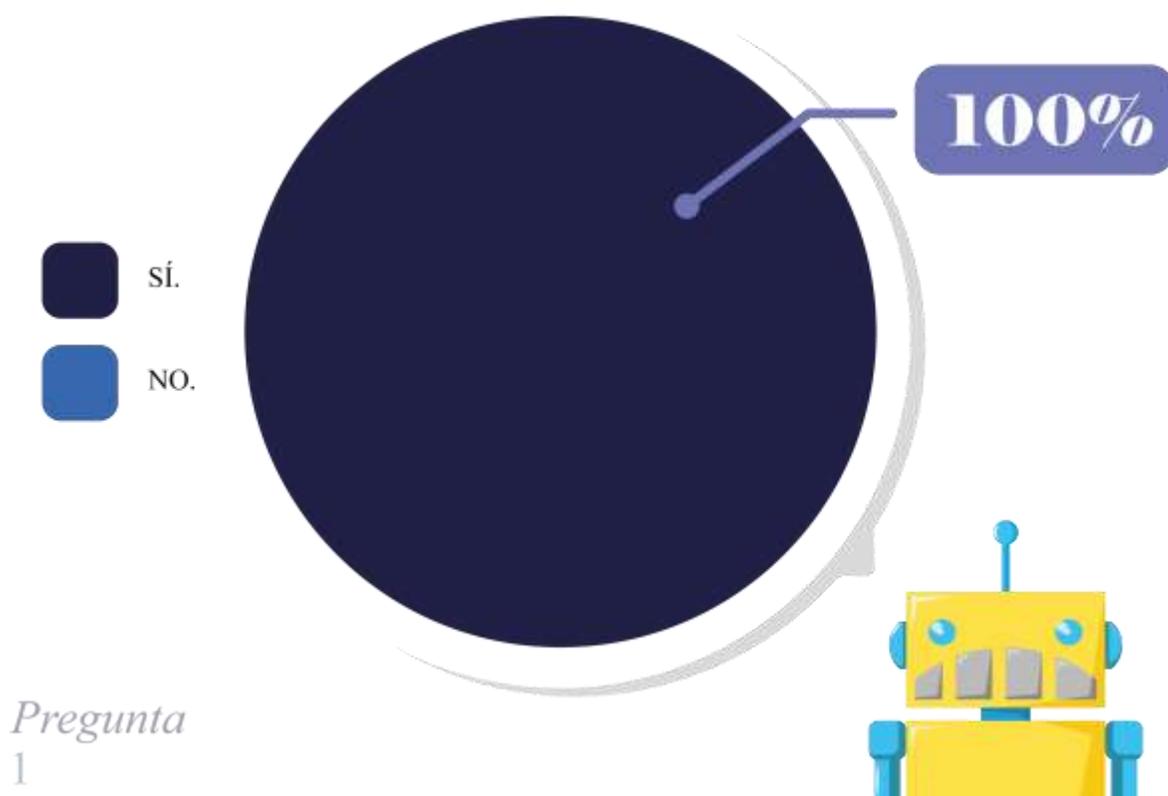
14. ¿Considera que es proporcionado el espacio entre las ilustraciones y el texto de las páginas internas?

Muy proporcionado. Proporcionado. Poco proporcionado. Nada proporcionado.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

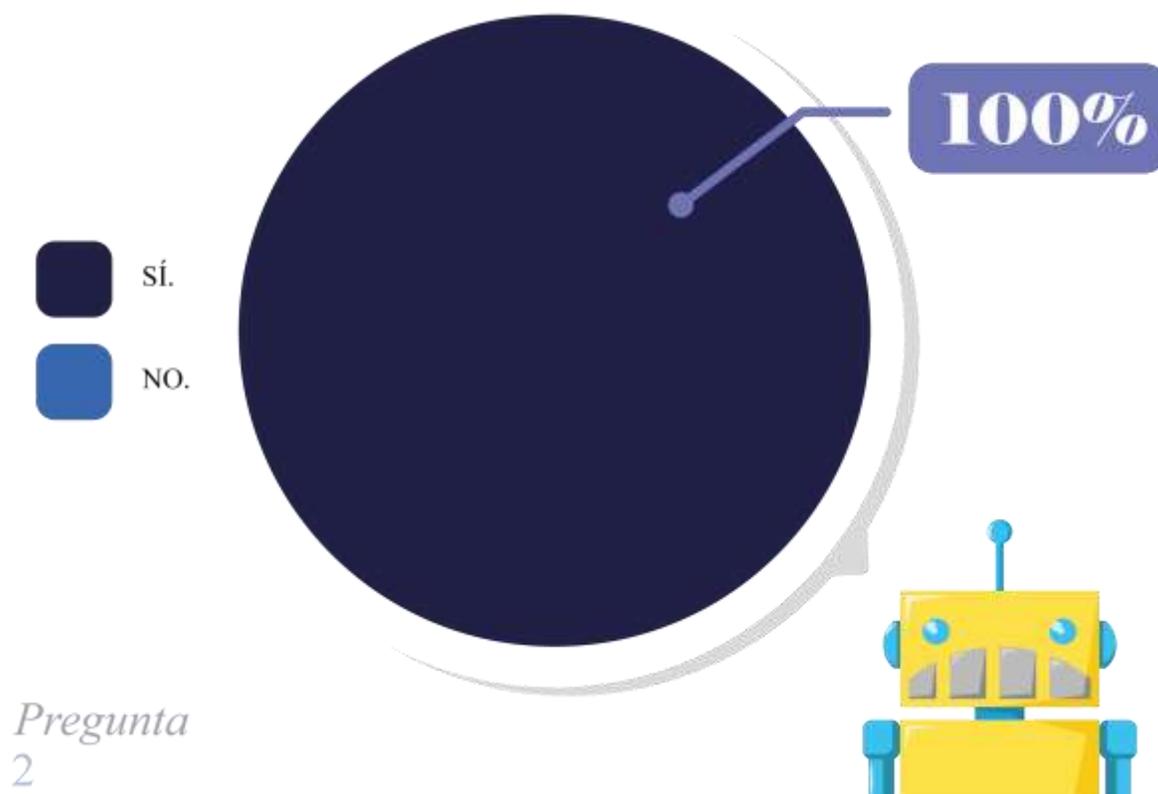
Parte objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar un modelo de cuento infantil para promover la práctica de valores en niños de 6 a 10 años?



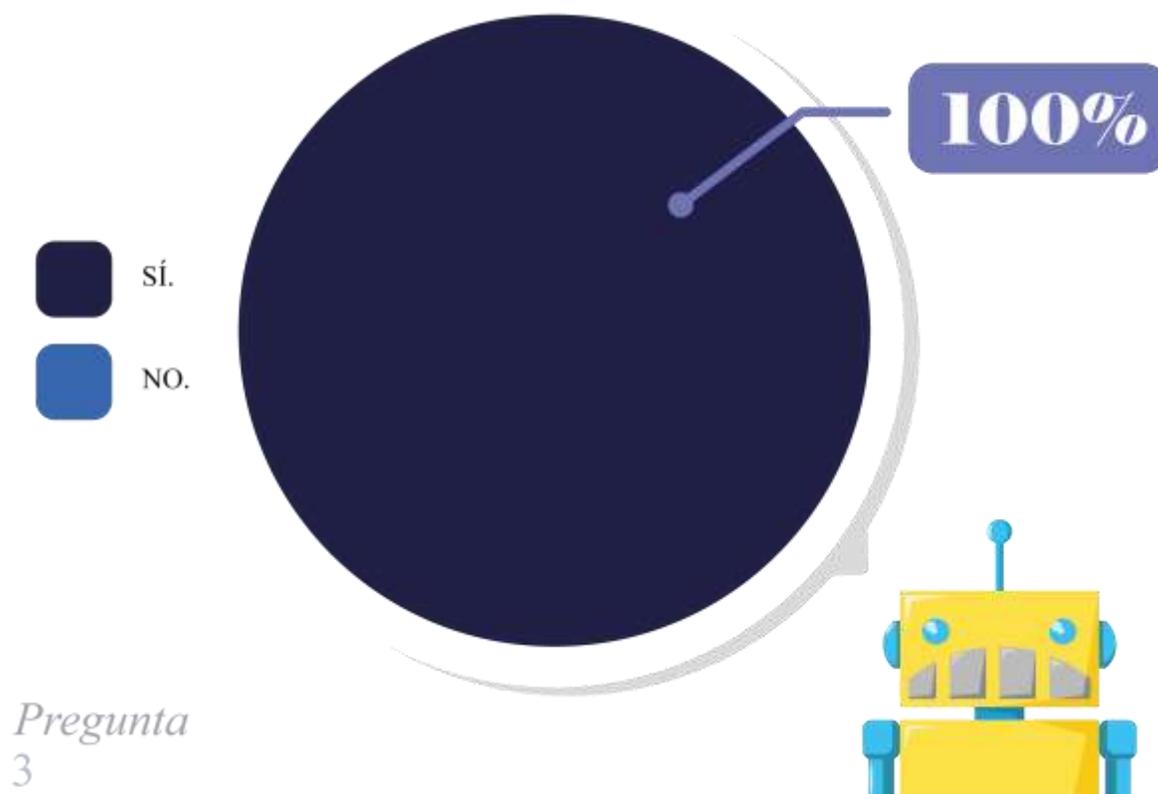
El 100% de los encuestados indicó que **sí** es necesario diseñar un modelo de cuento infantil para promover la práctica de valores en niños de 6 a 8 años, esto demuestra que se cumplió con el objetivo general.

2. ¿Considera usted importante recopilar información sobre la editorial y su identidad gráfica para que sea integrado al diseño del cuento infantil y que sea atractivo para el lector?



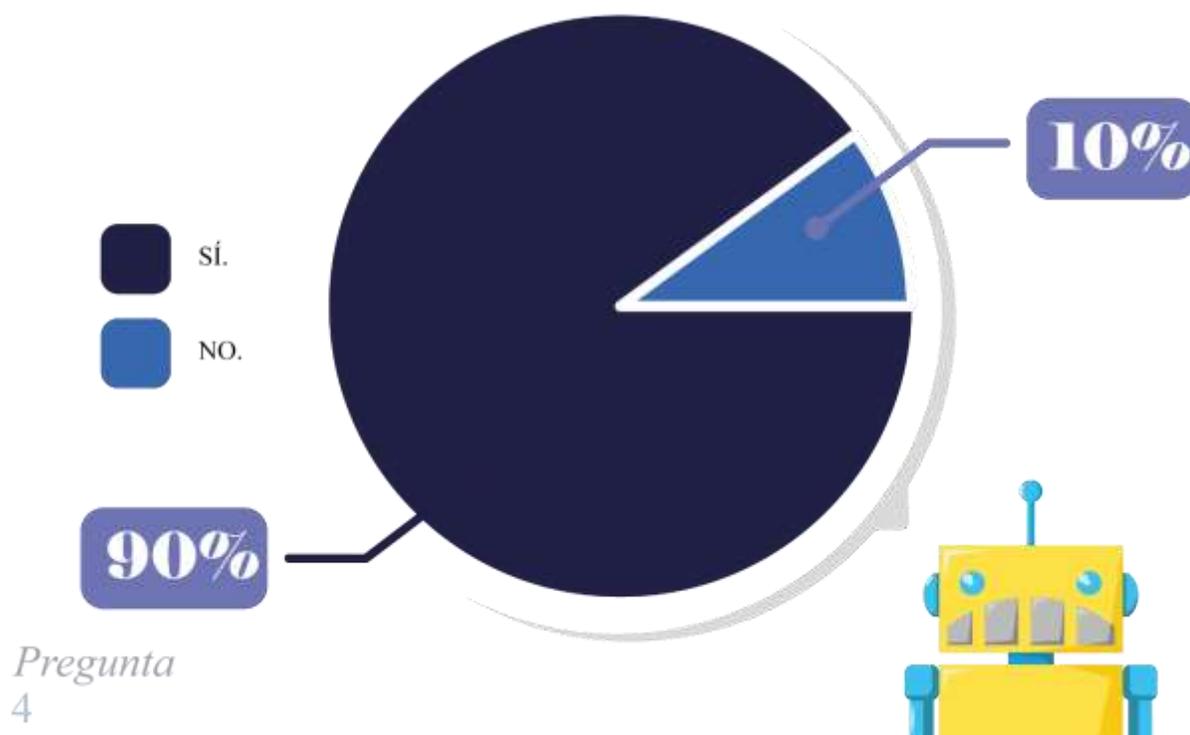
El 100% de los encuestados indicó que **sí** es importante recopilar información sobre la editorial y su identidad gráfica para que sea integrado al diseño del material y que sea atractivo para el lector, esto indica que se cumplió con el primer objetivo específico

3. ¿Considera usted que es importante investigar términos, conceptos y tendencias de diseño e ilustración relacionados con el diseño editorial para desarrollar la propuesta del diseño de un cuento infantil?



El 100% de los encuestados indicó que **sí** considera importante investigar términos, conceptos y tendencias de diseño e ilustración para el desarrollo del cuento infantil, se concluyó que se cumplió con el segundo objetivo específico.

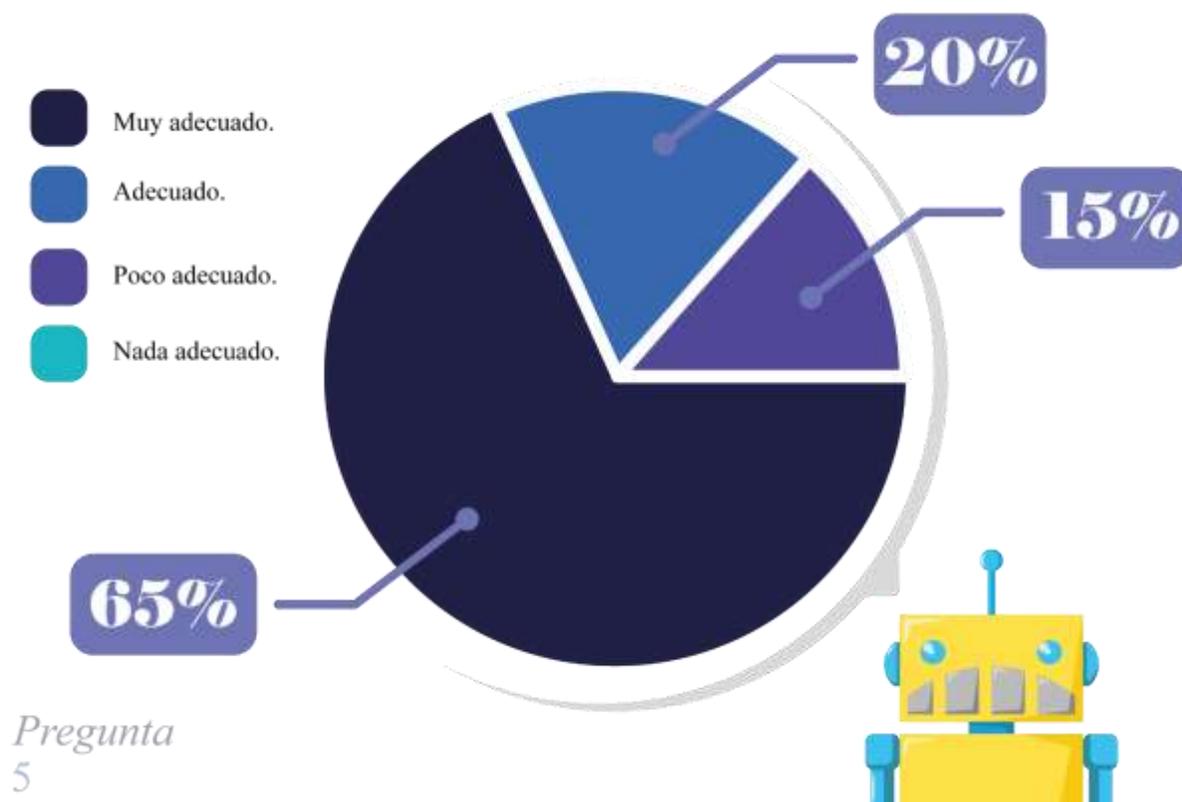
4. ¿Considera que es importante Ilustrar con la técnica de dibujo vectorial y retoque digital los modelos de personajes para implementarlos en el cuento infantil?



El 90% de los encuestados indicó que **sí** considera importante utilizar la técnica de dibujo vectorial y retoque digital para ilustrar los dibujos; por otra parte, el 10 % indicó que **no** es necesario implementar la técnica de dibujo vectorial y retoque digital.

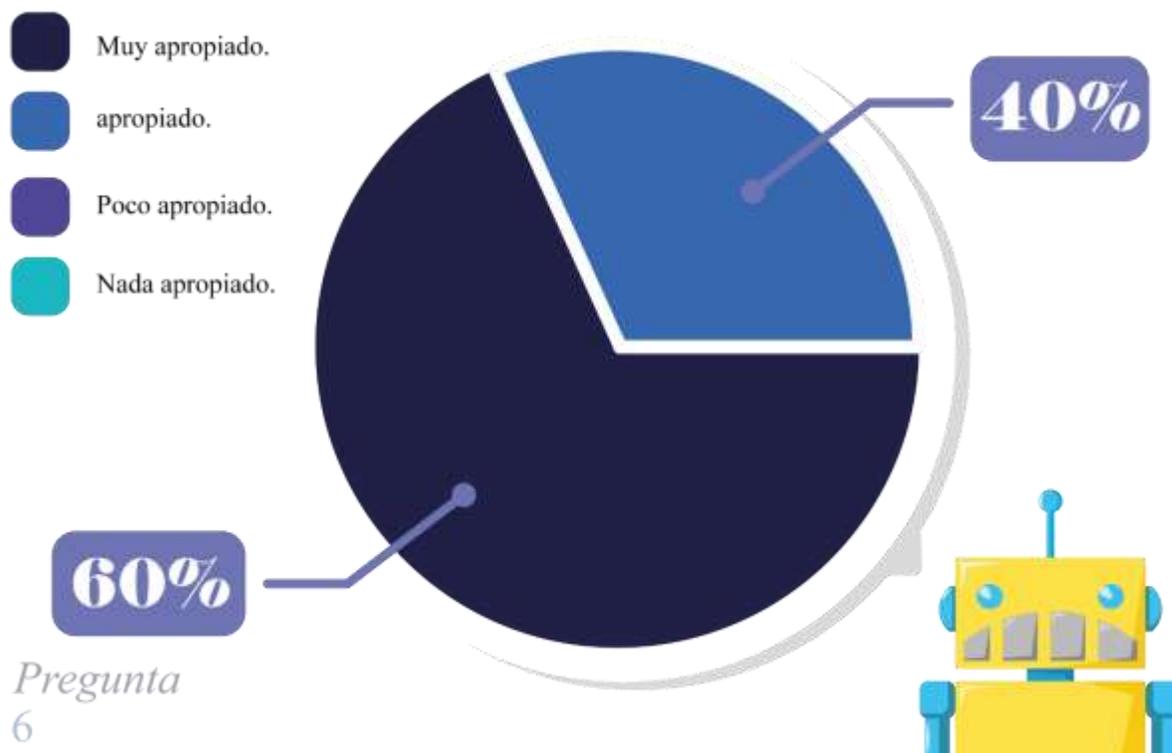
Parte semiológica:

5. ¿Considera que el tipo de tipografía utilizada en el cuento infantil (portada y páginas internas) es?



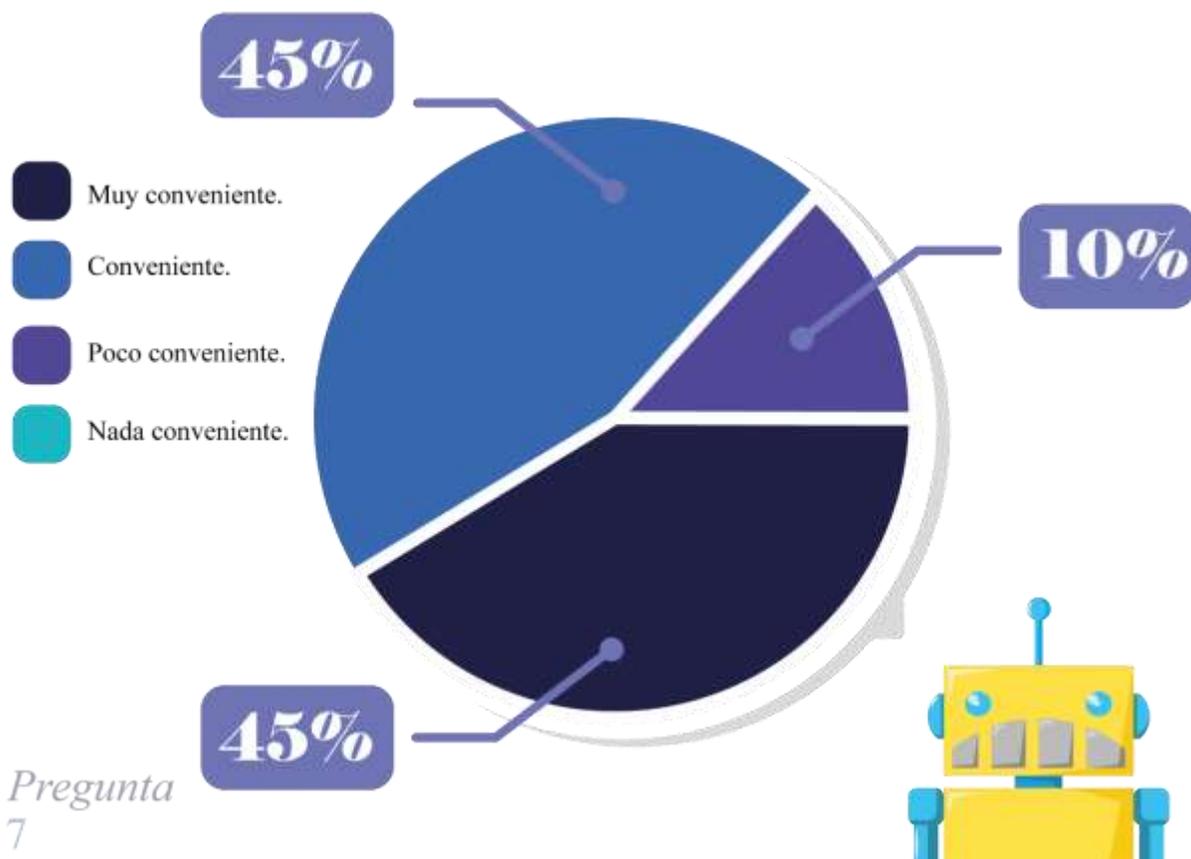
El 65% de los encuestados indicó que considera **muy adecuada** la tipografía utilizada en la portada y páginas internas del cuento infantil; el 20% indicó que considera la tipografía **adecuada**; muestran que el 15% restante de los encuestados indicó que es **poco adecuada** la tipografía utilizada en el material presentado.

6. ¿Considera usted que la paleta de colores utilizada en las ilustraciones es?



El 60% de los encuestados indicó que la paleta de colores utilizada en las ilustraciones es **muy apropiada**; por otro lado, el 40% indicó que la encuentra **apropiada** para el material realizado.

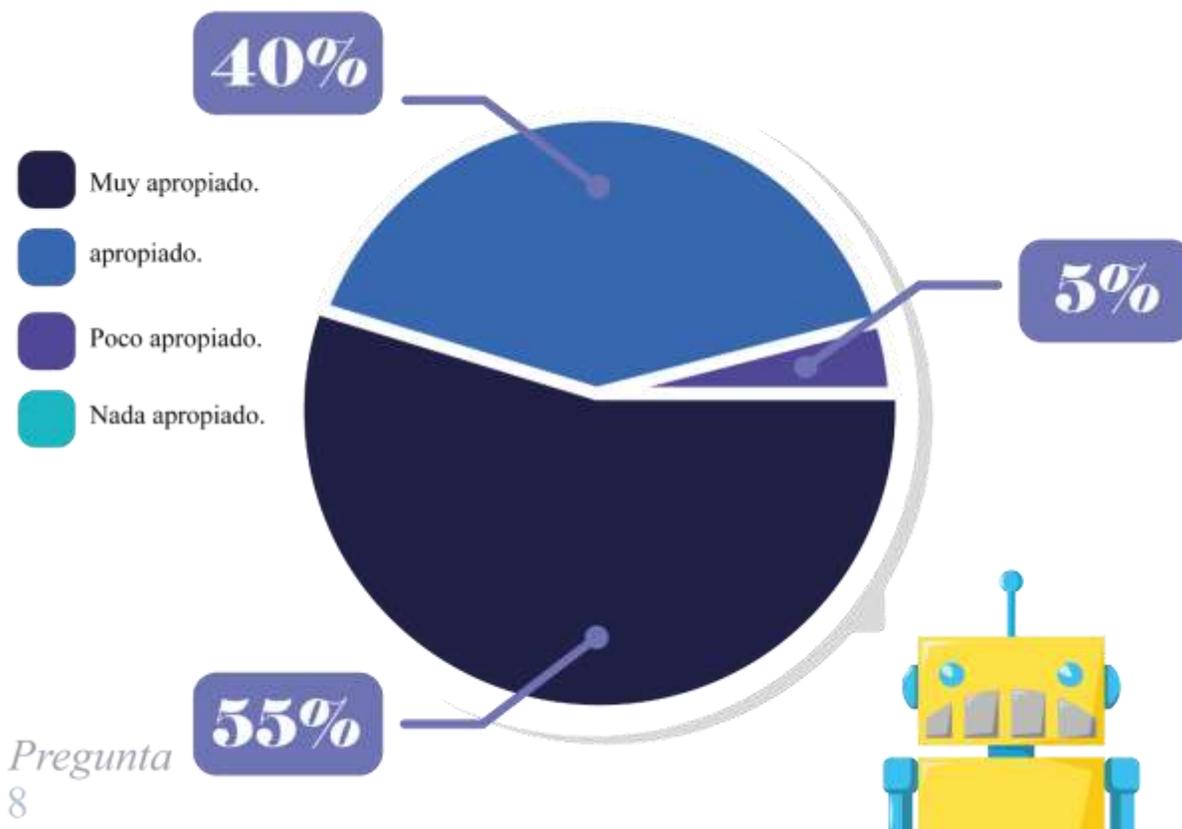
7. ¿Considera usted que el color blanco del fondo de las páginas internas es?



El 45% de los encuestados indicó que el color blanco utilizado en las páginas internas es **muy conveniente**; mientras que el 45% indicó que lo ve **conveniente** para el material; mientras que el 10% restante lo encuentra **poco conveniente**.

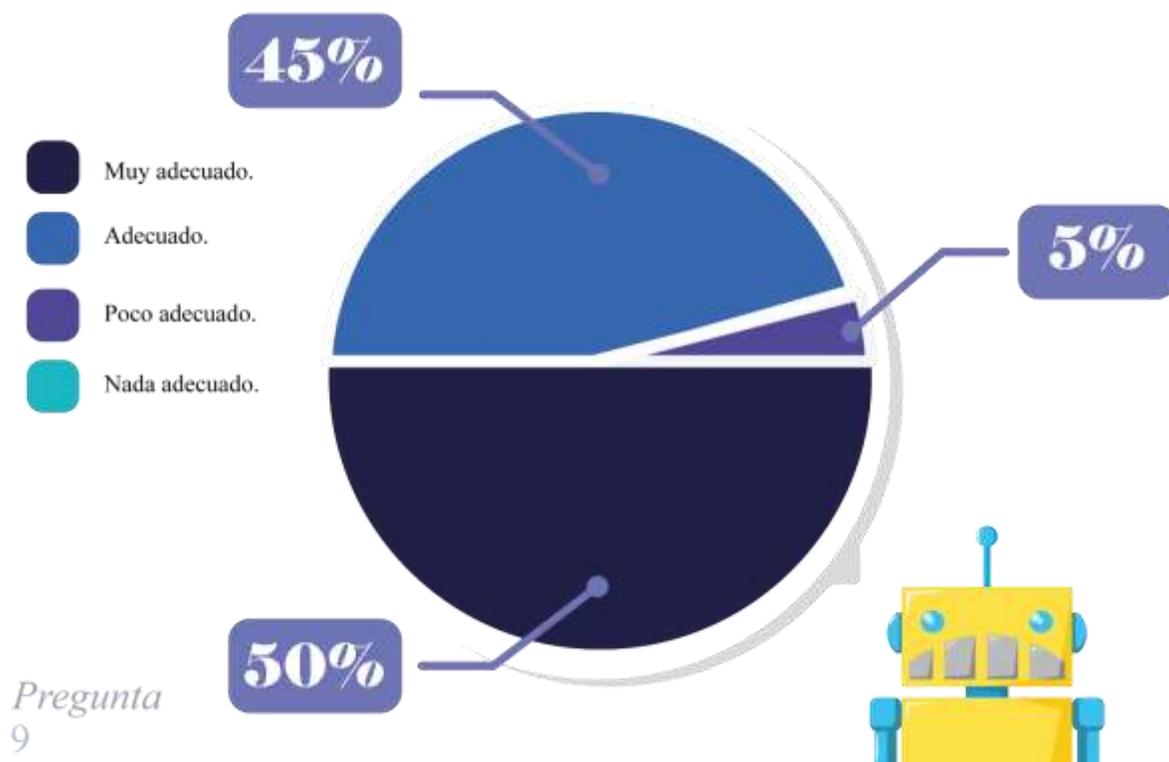
Parte operativa:

8. ¿Considera que la diagramación del cuento infantil es?



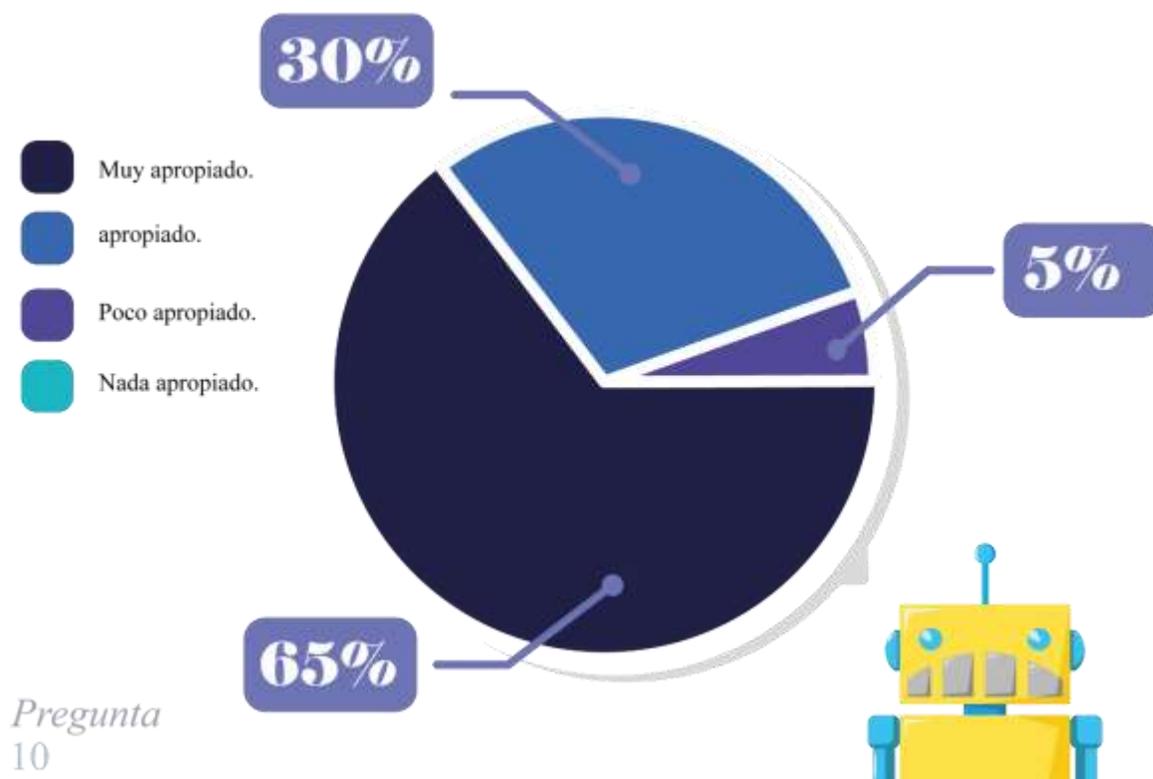
El 55% de los encuestados indicó que la diagramación utilizada en el cuento infantil es **muy apropiada**; mientras que el 40% indicó que lo ve **apropiado** para el material; mientras que el 5% restante lo encuentra **poco apropiado**

9. ¿Considera usted que el tamaño del cuento (8 x 8 pulgadas) de acuerdo con la edad de los niños (6 a 10 años) es adecuada?



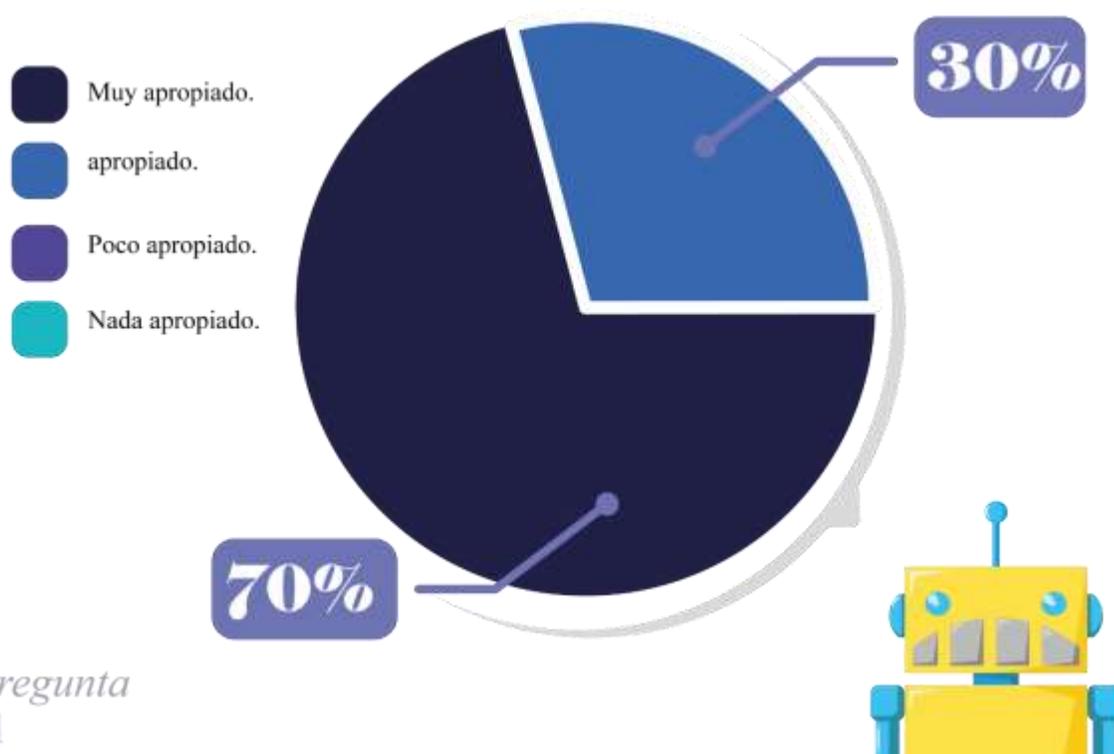
El 50% de los encuestados indicó que el tamaño de 8x8 pulgadas para el material es **muy adecuado**; mientras que un 45% lo encontró **adecuado**; el 5% restante lo ve **poco adecuado**.

10. ¿Considera que es apropiada la cantidad de ilustraciones en las páginas internas?



El 65% de los encuestados indicó que la cantidad de ilustraciones presentadas en las páginas internas es **muy apropiada**; por otro lado, el 30% lo encontró **apropiado**; y el 5% restante indicó que es **poco apropiado**.

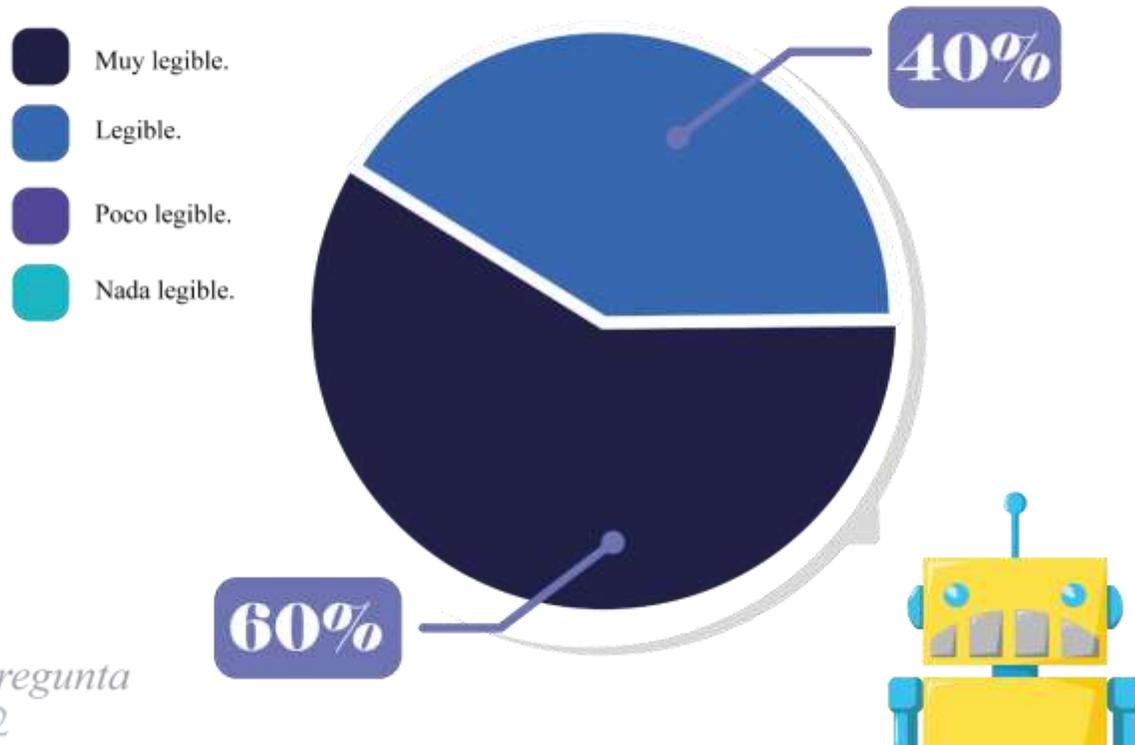
11. ¿Considera que el tamaño de las ilustraciones es apropiado?



Pregunta
11

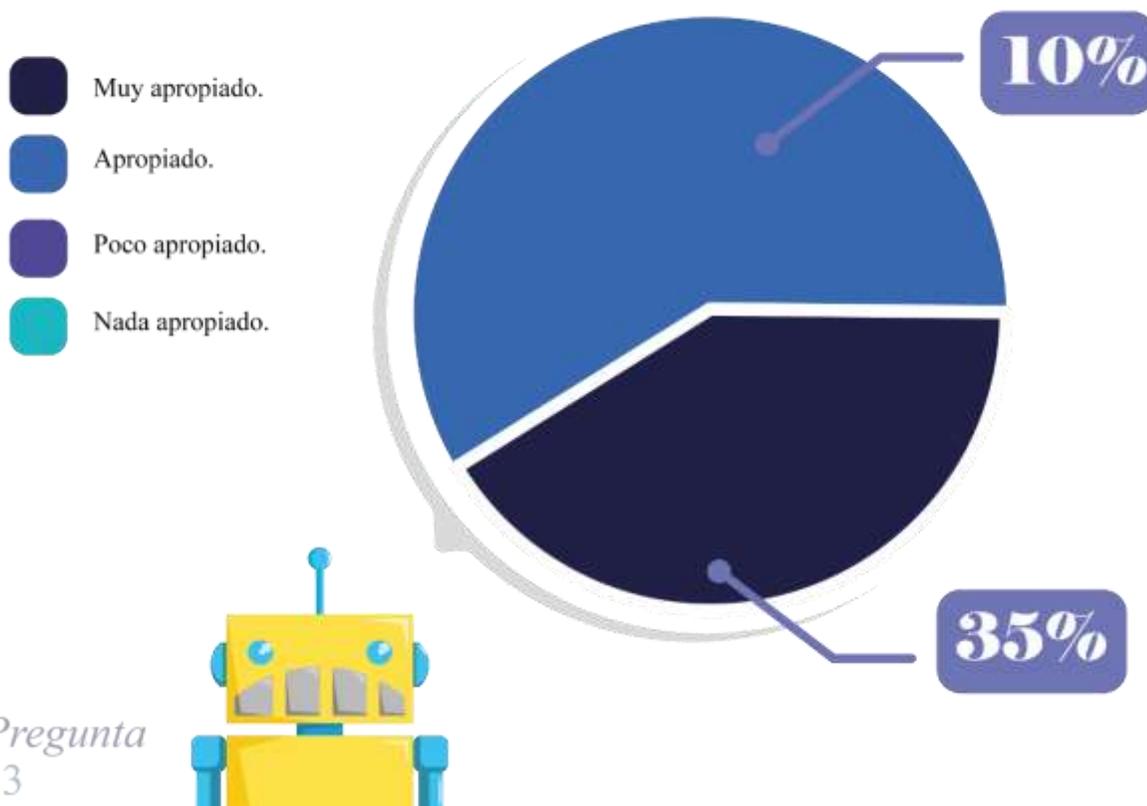
El 70% de los encuestados indicó que el tamaño de las ilustraciones es **muy apropiado** para el lector; en cuanto al 30% indicó que lo encuentra **apropiado**.

12. ¿Según su criterio, es legible el tamaño de la tipografía (16 puntos) en las páginas internas?



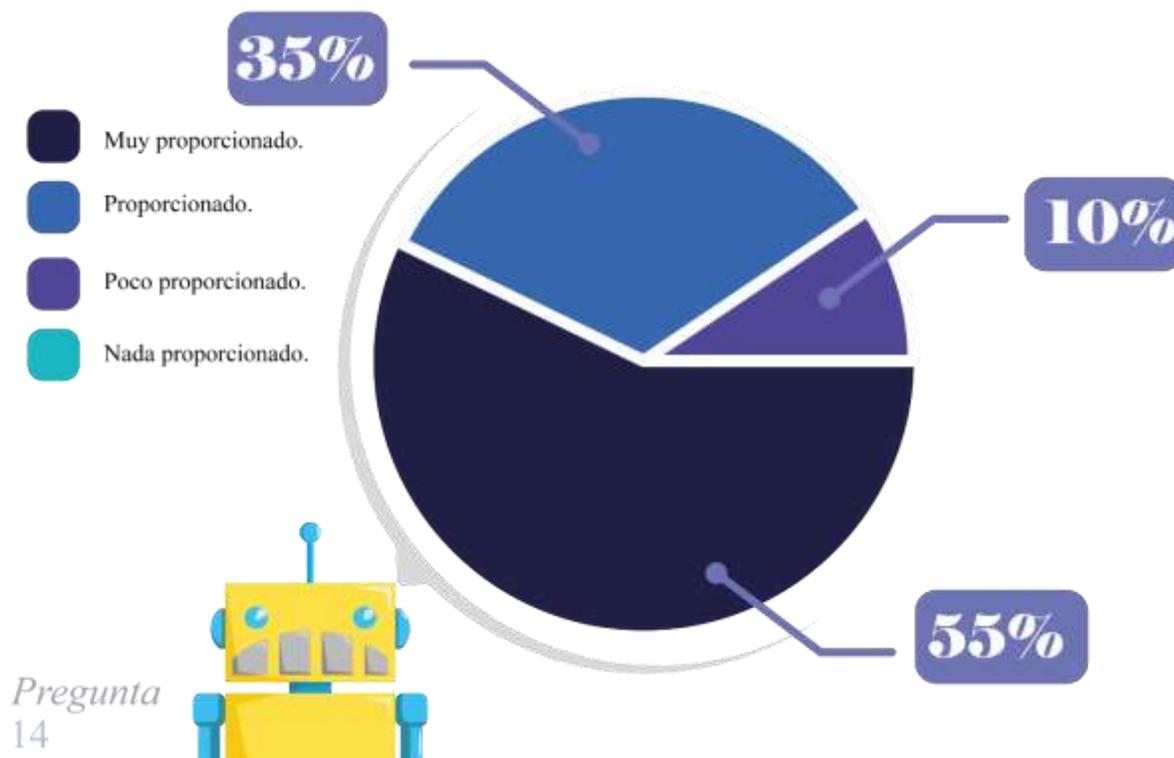
El 70% de los encuestados indicó que el tamaño de la tipografía es **muy legible** a 16 puntos; mientras que el 40% indicó que es **legible**.

13. ¿Considera que la ubicación de la numeración en las páginas internas es apropiada?



El 35% de los encuestados indicó que es **apropiada** la ubicación de la numeración en las páginas internas; por otro lado, el 10% indicó que lo encuentra **muy apropiado**.

14. ¿Considera que es proporcionado el espacio entre las ilustraciones y el texto de las páginas internas?



El 55% de los encuestados indicó que es **muy proporcionado** el espacio entre las ilustraciones y el texto en las páginas internas; mientras que un 35% considera que este espacio es **proporcionado**; el 10% restante señala que lo encuentra **poco apropiado**.

8.4 Cambios con base a los resultados

En relación con las encuestas realizadas a los expertos, al cliente y al grupo objetivo, se obtuvo resultados positivos en cuanto al material presentado. Sin embargo, gran parte de los expertos y el cliente aportaron sugerencias para la mejora del material y que este logre ser atractivo para los lectores. esto quiere decir, que se realizaron los cambios necesarios con base a los resultados y mayormente a las sugerencias emitidas por la población encuestada.

8.4.1 Antes, portada.



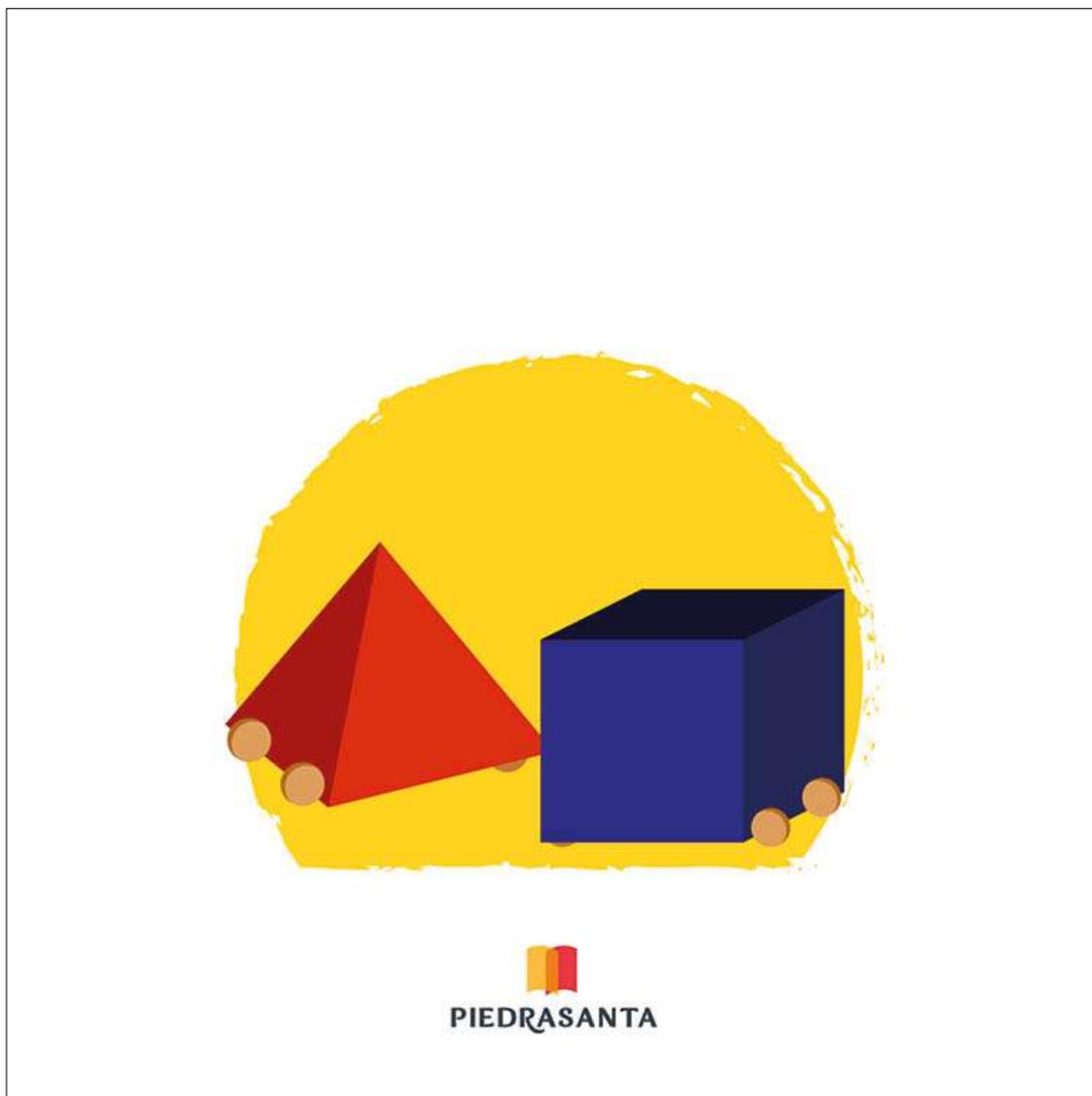
8.4.2 Después, portada.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12” de ancho x 10” de largo para que sea más fácil de maniobrar.

1. Se colocó el imagotipo de la entidad.
2. Se cambió la tipografía del título del cuento, así mismo como el color de este. En la parte inferior se agregó al autor e ilustrador del material realizado.
3. El principal y mayor cambio en la portada es la ilustración que esta lleva, se realizó en rediseño total agregando un nuevo escenario. Esto para que sea más amigable con el lector.

8.4.1 Antes, portadilla.



8.4.2 Después, portadilla.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12” de ancho x 10” de largo para que sea más fácil de maniobrar.

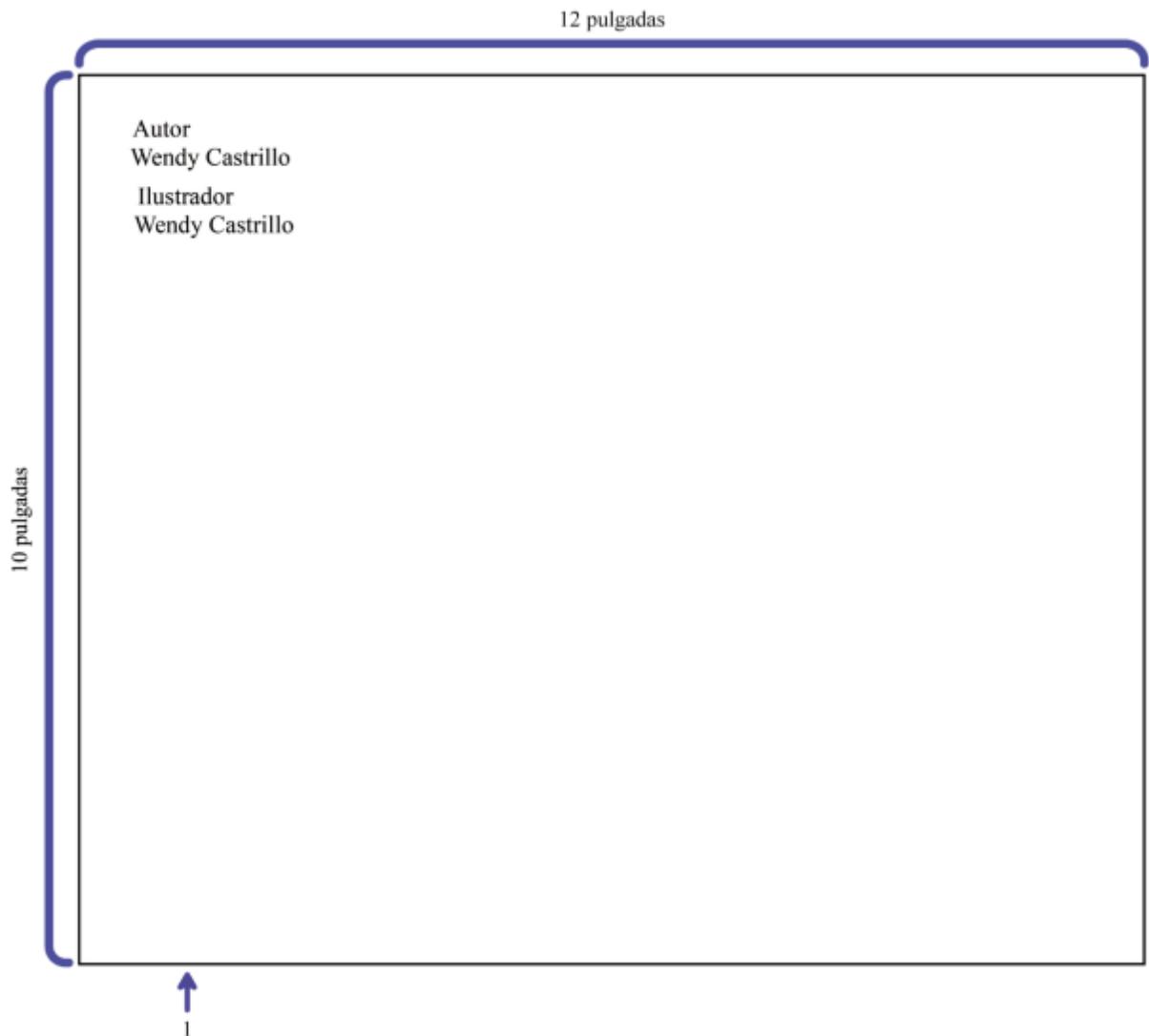
1. Se colocó el imagotipo de la entidad.
2. Se cambió la tipografía del título del cuento, y se dejó de color negro al igual que la portada interior del cuento.
3. Se realizó un rediseño de las principales ilustraciones que componían la portadilla, esto para que sea más agradable y amigable para el lector.

8.4.1 Antes, página de créditos.

Creado por: Wendy Castrillo.

Ilustrado por: Wendy Castrillo.

8.4.2 Después, página de créditos.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12” de ancho x 10” de largo para que sea más fácil de maniobrar. Se volvió a ordenar el texto que se encuentra en a la parte superior izquierda, esto para que marcará una jerarquía y fuera visualmente más agradable

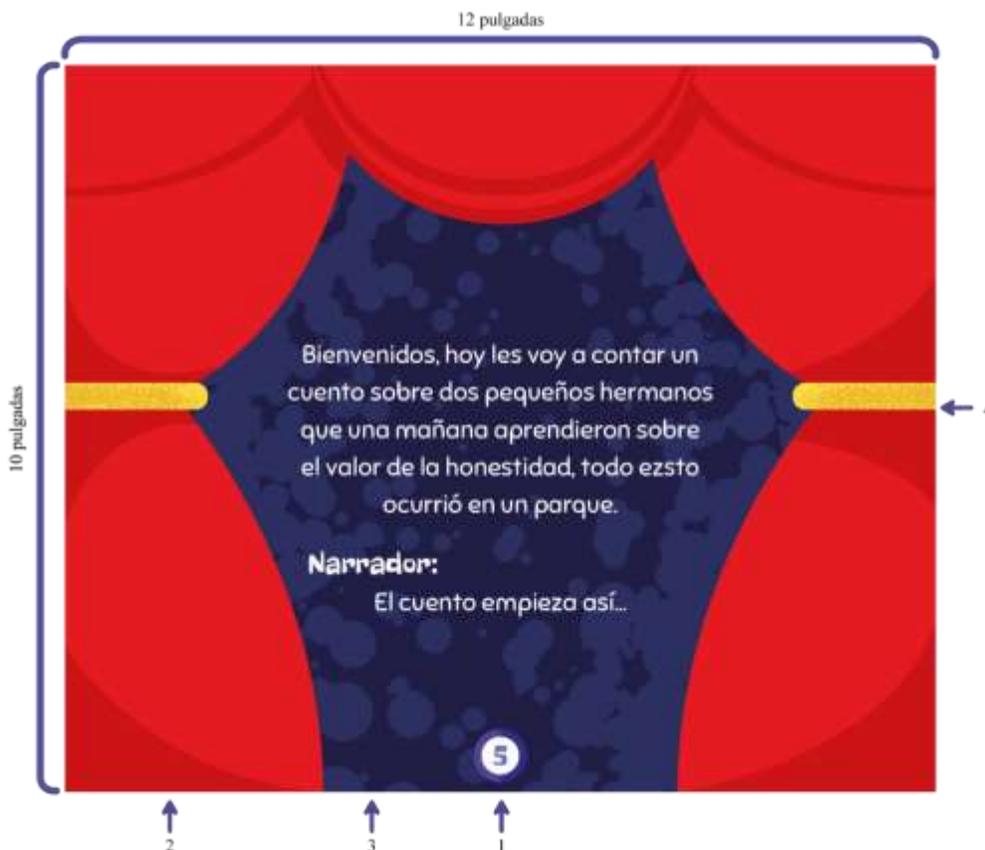
1. Se modificó el orden entre el puesto y la persona que lo realizó.

8.4.1 Antes, página 3.

Bienvenidos, hoy les contare un cuento sobre dos pequeños hermanos que una mañana en el parque aprendieron sobre el valor de la honestidad.

El cuento empieza así:

8.4.2 Después, página 3.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12” de ancho x 10” de largo para que sea más fácil de maniobrar. El capítulo 3 paso a ser el 5 debido al cambio de diagramación y distribución del contenido.

1. Para poder identificar y diferenciar la página del resto, se colocó en la parte inferior la enumeración con un diseño agradable y sencillo.
2. Se agregaron cortinas de teatro a los lados, para dar a entender que dará inicio el cuento infantil.
3. Se agregó un fondo color morado oscuro y un pincel con puntos para más detalle.
4. Se colocó el texto con una tipografía más redonda y agradable para el lector, y se utilizó un color claro que facilite su lectura y resalte del fondo.

8.4.1 Antes, página 4.

Hace mucho tiempo en la casa azul de la calle "vía Láctea" vivían dos pequeños hermanos llamados Josué y David.



8.4.2 Después, página 4.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12" de ancho x 10" de largo para que sea más fácil de maniobrar. El capítulo 4 paso a ser el 6 debido al cambio de diagramación y distribución del contenido.

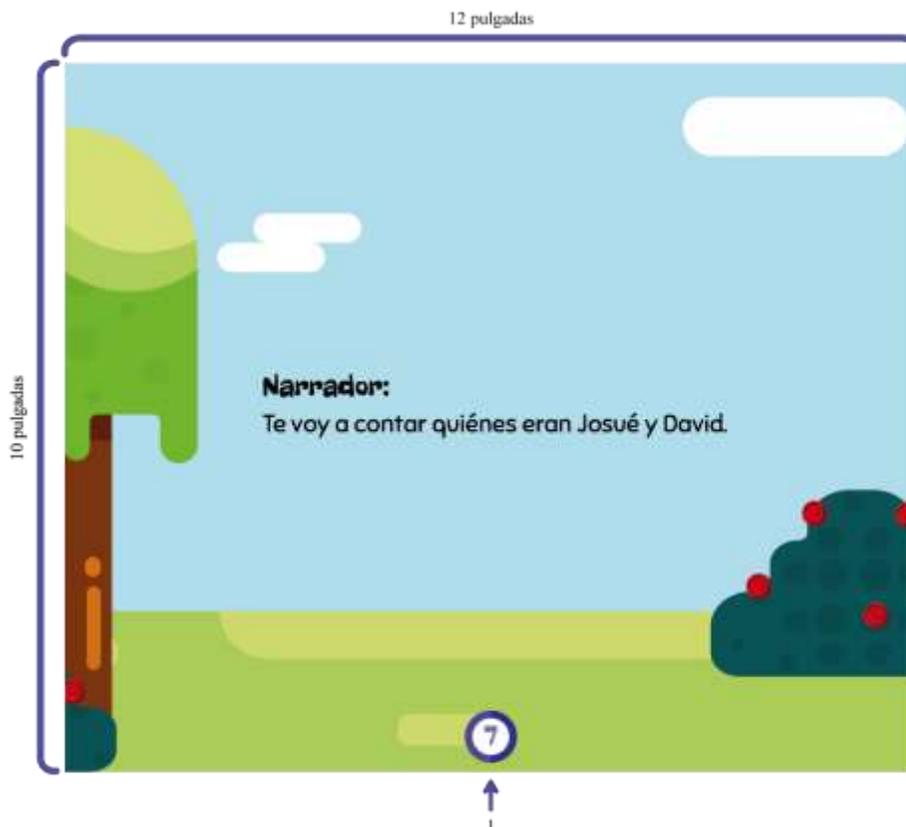
1. Para poder identificar y diferenciar la página del resto, se colocó en la parte inferior la enumeración con un diseño agradable y sencillo.
2. Se colocó el texto con una tipografía más redonda y agradable para el lector, y se utilizó un color que facilite su lectura y resalte del fondo.
3. Se agregó un nuevo diseño de arbustos.
4. Se cambió el diseño del árbol para que el diseño sea más geométrico.
5. Se cambió el diseño de la casa para que sea más geométrico y agradable.

8.4.1 Antes, página 5.

Narrador:

Te voy a contar quienes eran Josué y David.

8.4.2 Después, página 5.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12” de ancho x 10” de largo para que sea más fácil de maniobrar. El capítulo 5 pasó a ser el 7 debido al cambio de diagramación y distribución del contenido.

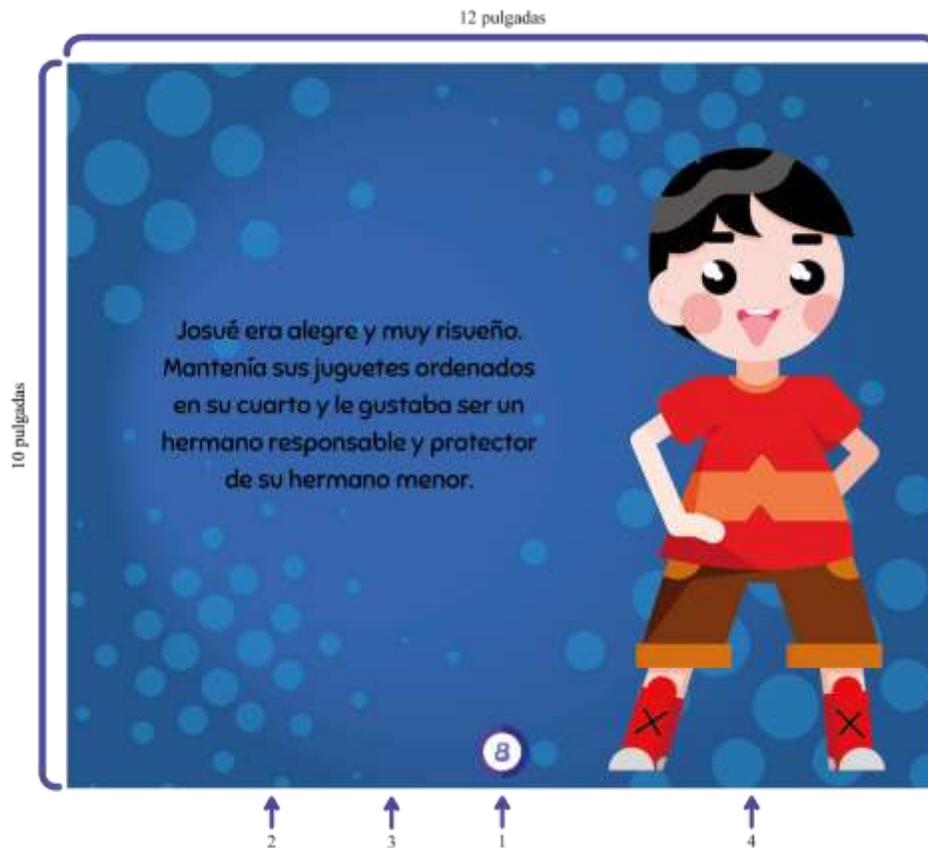
1. Para poder identificar y diferenciar la página del resto, se colocó en la parte inferior la enumeración con un diseño agradable y sencillo.
2. Se colocó el texto con una tipografía más redonda y agradable para el lector, y se utilizó un color que facilite su lectura y resalte del fondo.
3. A diferencia de la propuesta preliminar, en este se agregó un fondo que se conecta con la página 6.

8.4.1 Antes, página 6.

Josué era alegre y muy risueño, mantenía sus juguetes ordenados en su cuarto y le gustaba ser un hermano mayor responsable y protector de su hermano menor.



8.4.2 Después, página 6.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12” de ancho x 10” de largo para que sea más fácil de maniobrar. El capítulo 6 paso a ser el 9 debido al cambio de diagramación y distribución del contenido.

1. Para poder identificar y diferenciar la página del resto, se colocó en la parte inferior la enumeración con un diseño agradable y sencillo.
2. Se colocó el texto con una tipografía más redonda y agradable para el lector, y se utilizó un color que facilite su lectura y resalte del fondo.
3. Se agregó un fondo color azul y un pincel con puntos para más detalle.
4. Se cambió la posición de Josué y se adaptó el tamaño a la nueva diagramación del cuento.

8.4.1 Antes, página 7.



David era el niños más inquieto y juguetón de todos, le encantaba correr y saltar, a diferencia de su hermano mayor mantenía todos sus juguetes regados por todo el cuarto y le gustaba tomar todo lo que pertenecía a su hermano.

8.4.2 Después, página 7.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12” de ancho x 10” de largo para que sea más fácil de maniobrar. El capítulo 7 paso a ser el 9 debido al cambio de diagramación y distribución del contenido.

1. Para poder identificar y diferenciar la página del resto, se colocó en la parte inferior la enumeración con un diseño agradable y sencillo.
2. Se colocó el texto con una tipografía más redonda y agradable para el lector, y se utilizó un color que facilite su lectura y resalte del fondo.
3. Se agregó un fondo color rojo y un pincel con puntos para más detalle.
4. Se cambio la posición de David y se adaptó el tamaño a la nueva diagramación del cuento.

8.4.1 Antes, página 8.

Pero tenían algo en común y esto era que ambos adoraban ir a jugar al parque; una mañana decidieron alistarse para ir a jugar al parque "los juguetes" y como dice su nombre estaba repleto de juguetes de todo tipo y lugares donde jugar.



8.4.1 Antes, página 9.

Narrador:

¿Quieres saber cómo era el parque?, déjame te cuento.

8.4.2 Después, página 9.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12" de ancho x 10" de largo para que sea más fácil de maniobrar. El capítulo 9 paso a ser el 11 debido al cambio de diagramación y distribución del contenido.

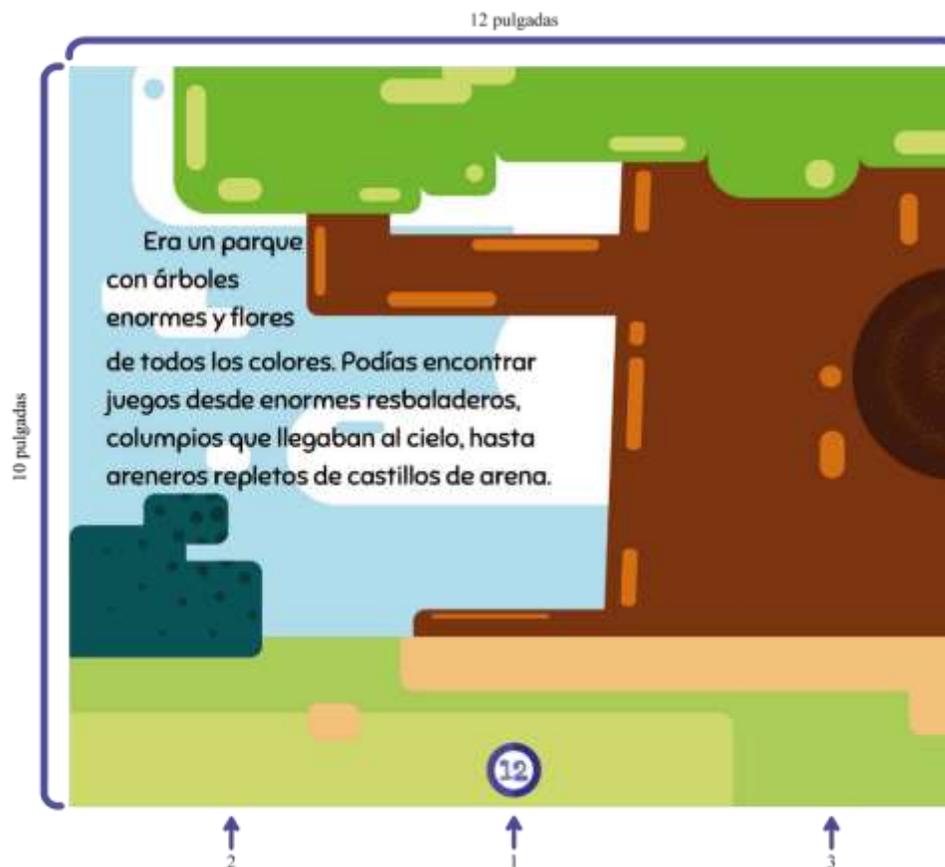
1. Para poder identificar y diferenciar la página del resto, se colocó en la parte inferior la enumeración con un diseño agradable y sencillo.
2. Se colocó el texto con una tipografía más redonda y agradable para el lector, y se utilizó un color que facilite su lectura y resalte del fondo.
3. Se mejoró el diseño de las ilustraciones y se realizó un cambio de las imágenes que representan al texto.

8.4.1 Antes, página 10.

Era un parque con árboles enormes y flores de todos los colores, podías encontrar juegos desde enormes resbaladeros, columpios que llegaban al cielo, hasta areneros repletos de castillos de arena.



8.4.2 Después, página 10.

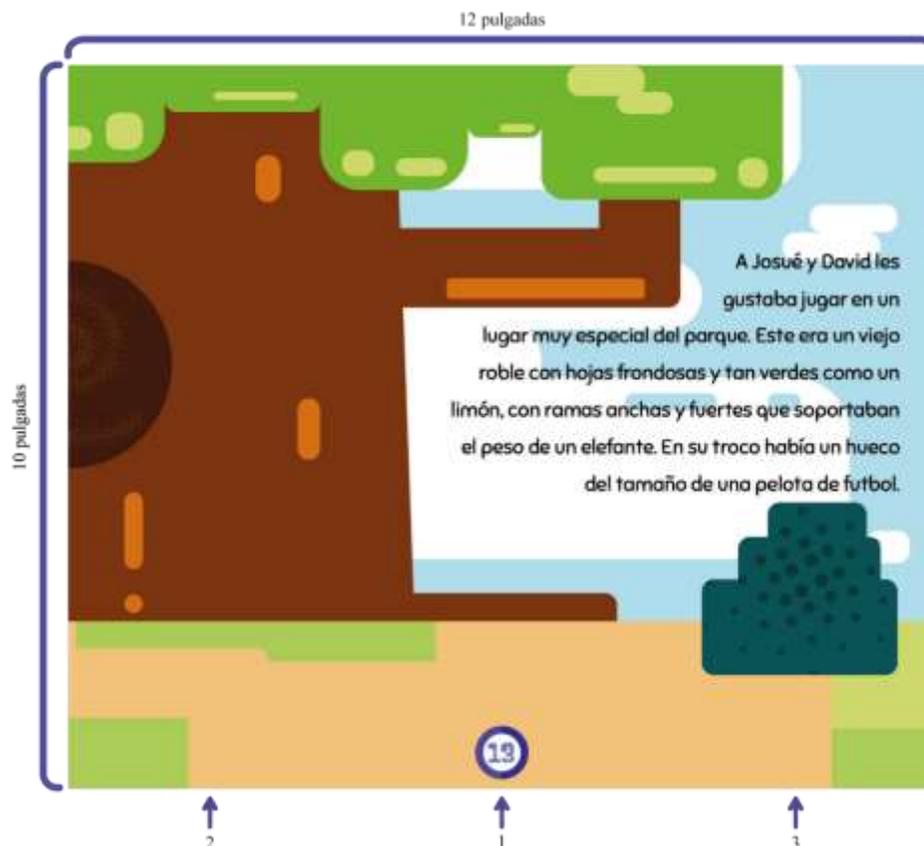


8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12” de ancho x 10” de largo para que sea más fácil de maniobrar. El capítulo 10 paso a ser el 12 debido al cambio de diagramación y distribución del contenido.

1. Para poder identificar y diferenciar la página del resto, se colocó en la parte inferior la enumeración con un diseño agradable y sencillo.
2. Se colocó el texto con una tipografía más redonda y agradable para el lector, y se utilizó un color que facilite su lectura y resalte del fondo.
3. Se mejoró el diseño de las ilustraciones y se realizó un cambio de las imágenes que representan al texto.

8.4.1 Antes, página 11.

8.4.2 Después, página 11.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12” de ancho x 10” de largo para que sea más fácil de maniobrar. El capítulo 11 paso a ser el 13 debido al cambio de diagramación y distribución del contenido.

1. Para poder identificar y diferenciar la página del resto, se colocó en la parte inferior la enumeración con un diseño agradable y sencillo.
2. Se mejoró el diseño de las ilustraciones y se realizó un cambio de las imágenes que representan al texto.
3. Se colocó el texto con una tipografía más redonda y agradable para el lector, y se utilizó un color que facilite su lectura y resalte del fondo.

8.4.1 Antes, contraportada.

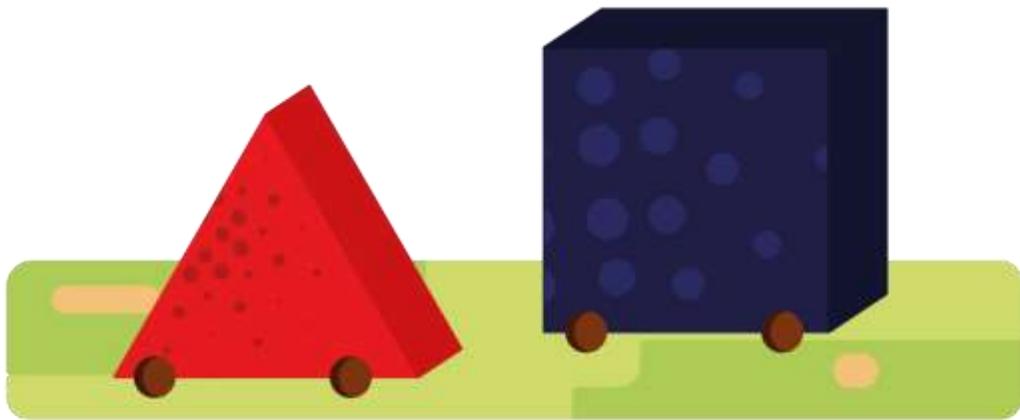


8.4.2 después contraportada.



8.4.3 Justificación. Como primer cambio en todo el material, se modificó el tamaño del cuento a una medida de 12" de ancho x 10" de largo para que sea más fácil de maniobrar. El capítulo 11 paso a ser el 13 debido al cambio de diagramación y distribución del contenido.

1. Se colocó el imagotipo de la entidad.
2. Se mejoró el diseño de las ilustraciones y se realizó un cambio con la de las imágenes que representan al texto.
3. Se colocó el texto con una tipografía más redonda y con un fondo cuadro color blanco con transparencia de 45% para facilitar la lectura y que no se pierda con el fondo.



Capítulo IX:
Propuesta gráfica
final

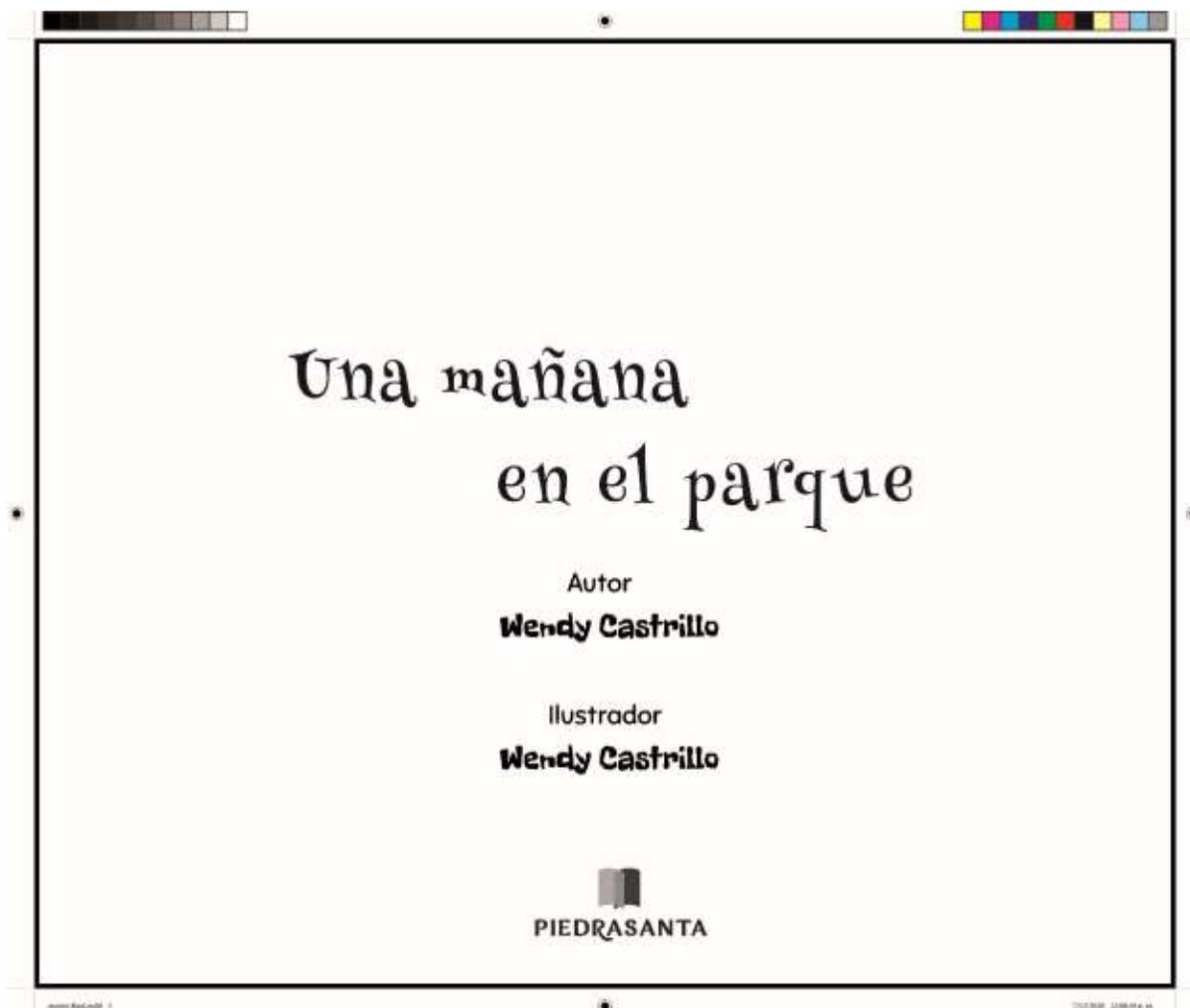
Capítulo IX: Propuesta gráfica final

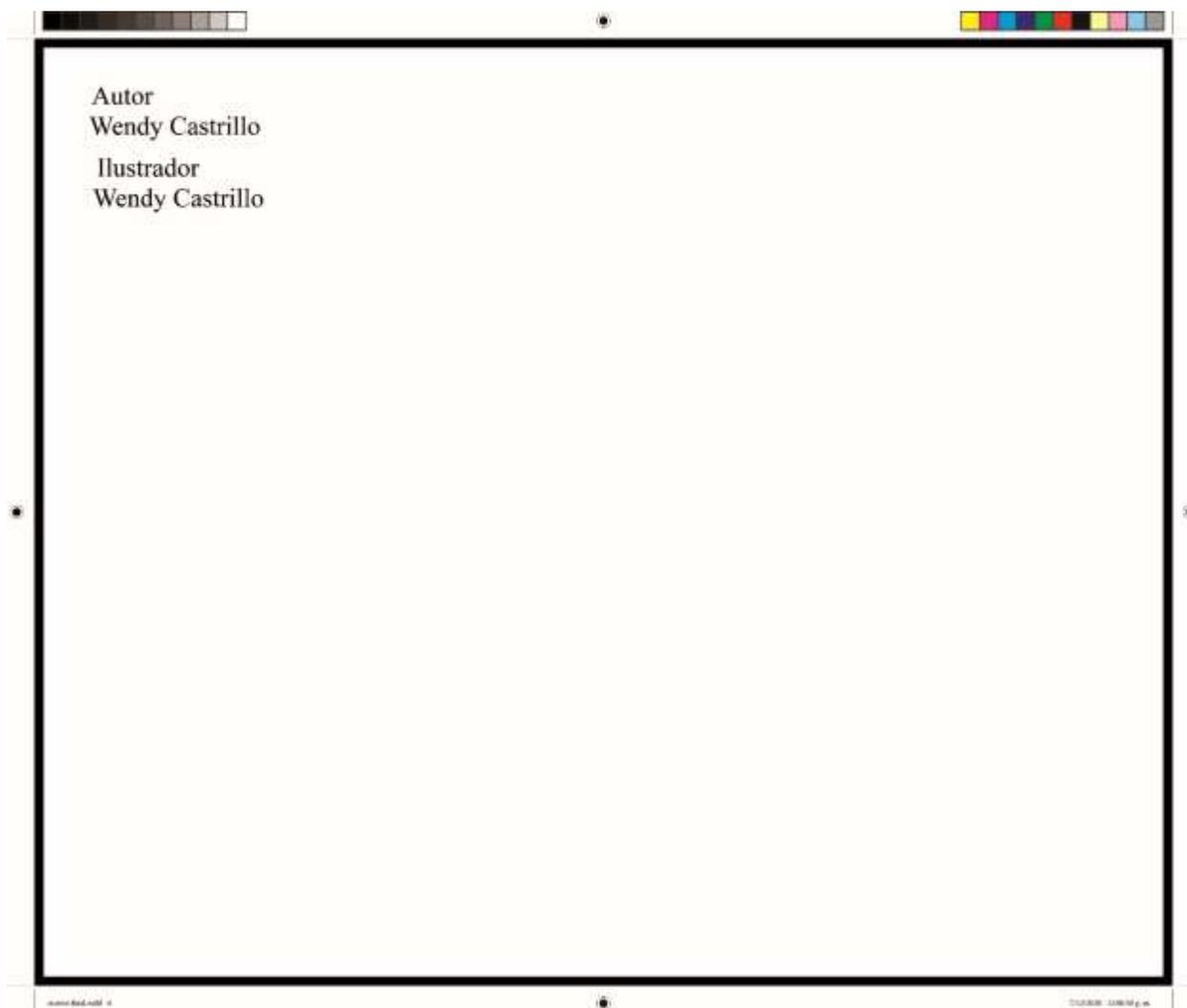
9.1 Propuesta gráfica final

9.1.1 Portada, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

Ver en anexos H; tabla de tipografía y color.



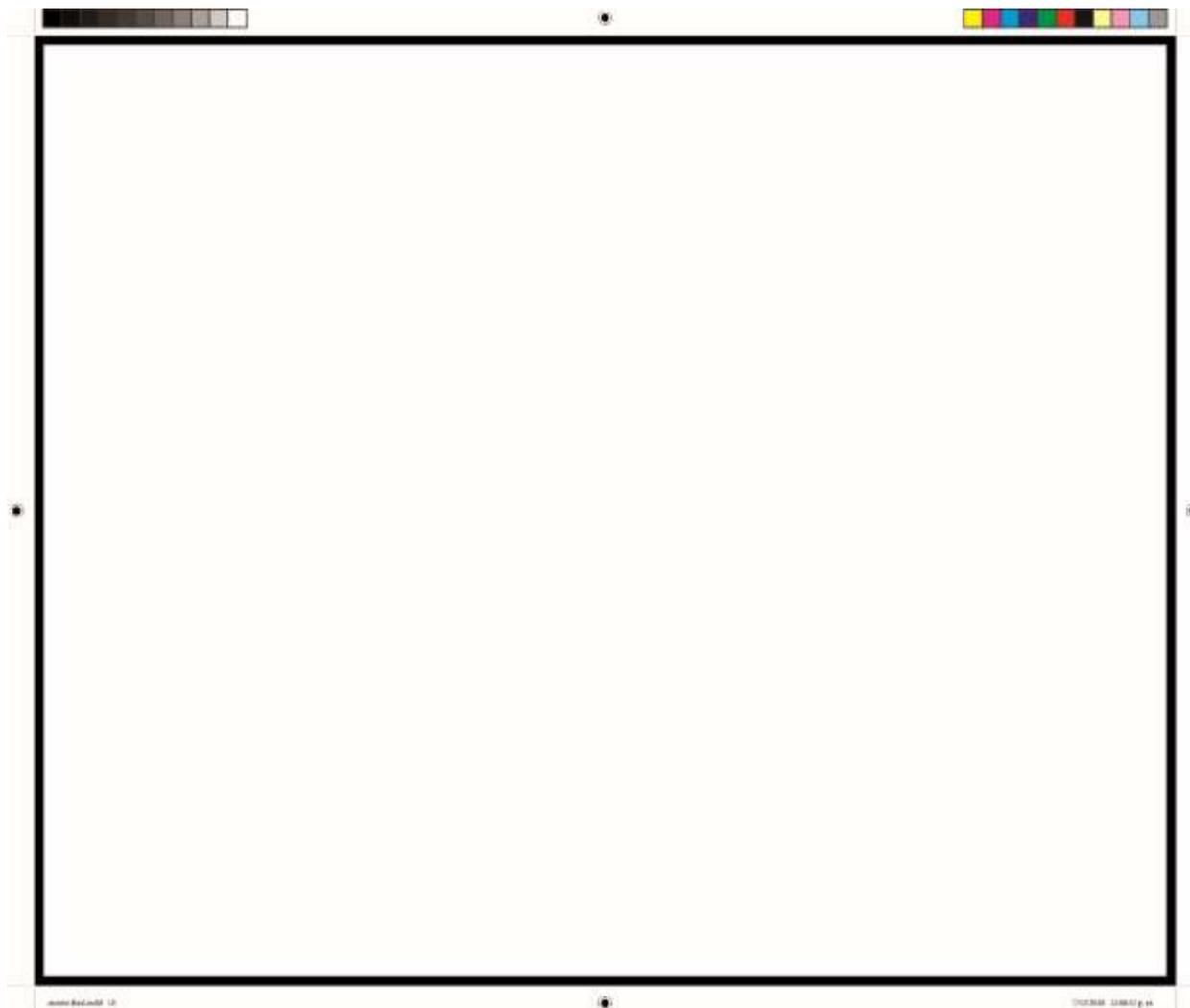
9.1.2 Portadilla, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

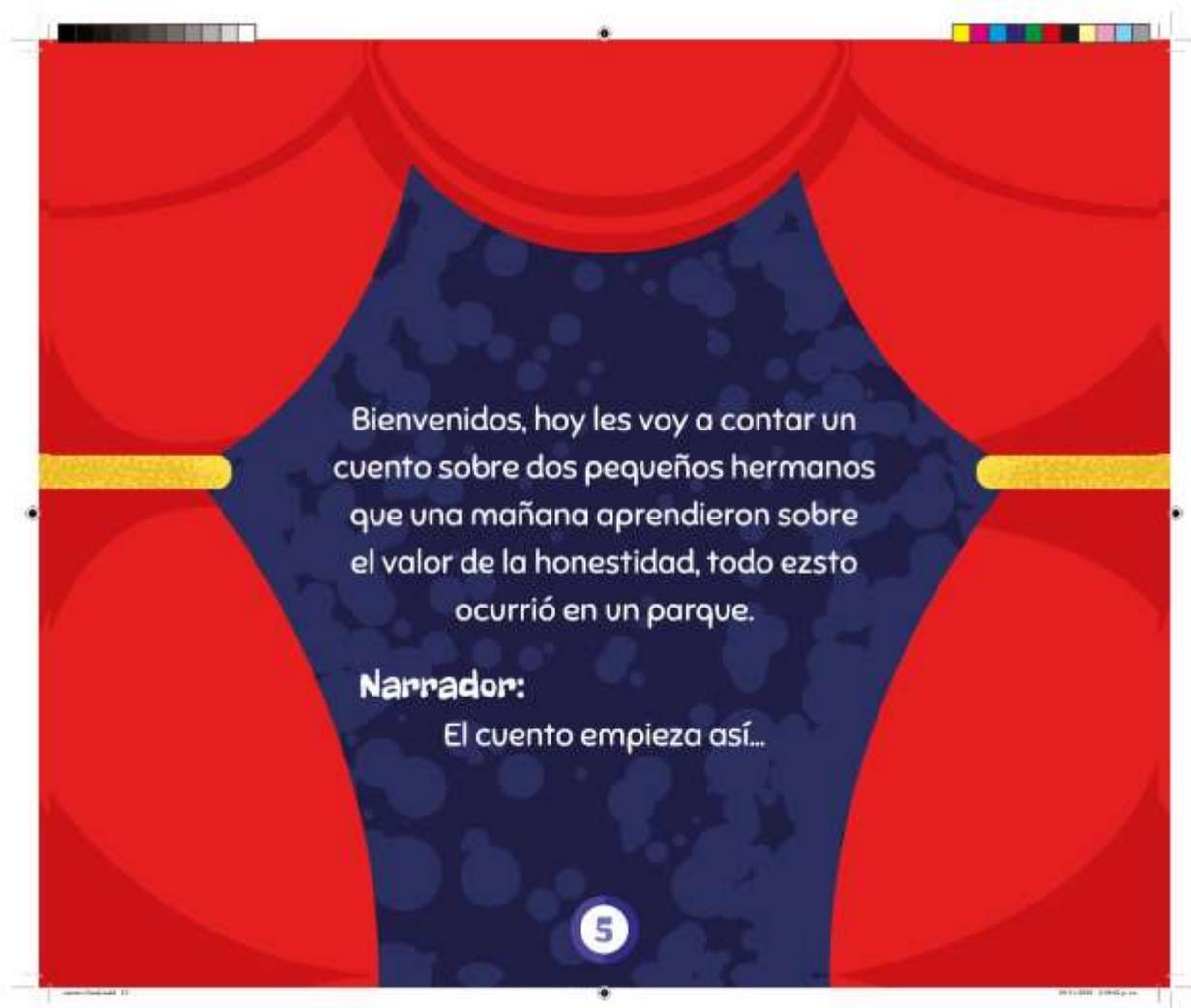
9.1.3 Página legal, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.4 Portada interior, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.



9.1.5 Página 4, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.



9.1.6 Página 5, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.7 Página 6, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.



9.1.8 Página 7, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.9 Página 8, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

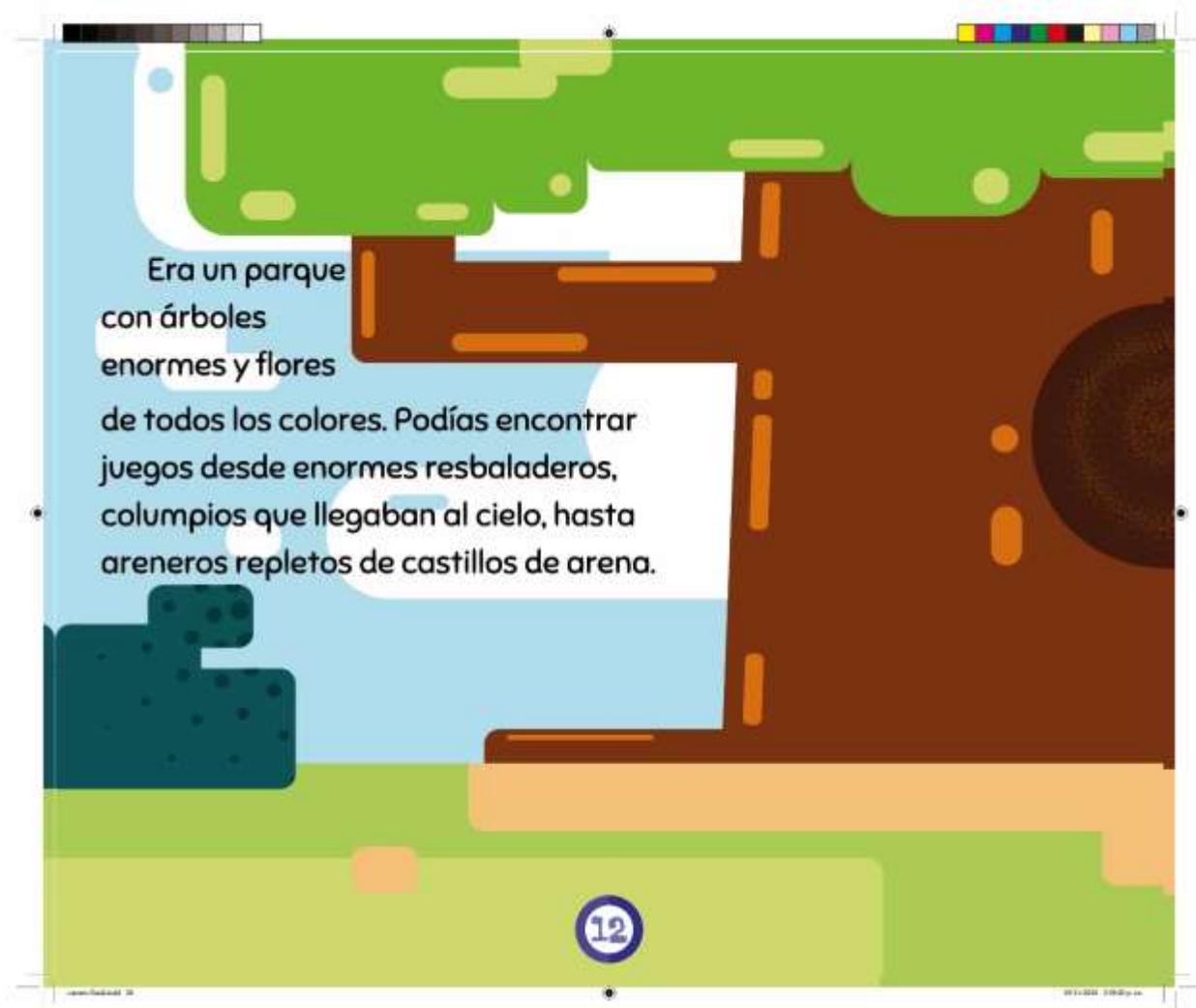
Josué era alegre y muy risueño.
Manténía sus juguetes ordenados
en su cuarto y le gustaba ser un
hermano responsable y protector
de su hermano menor.

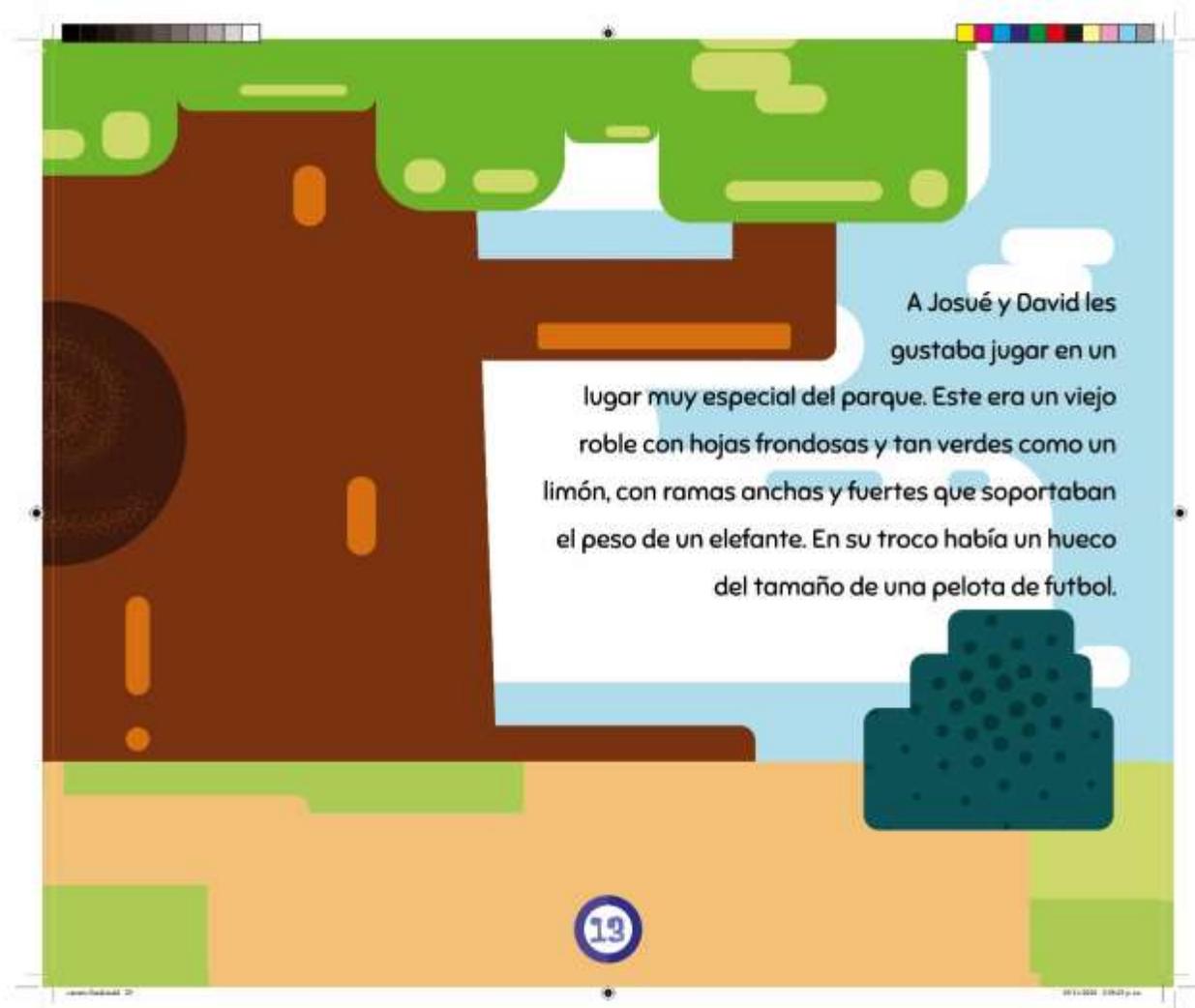


9.1.10 Página 9, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

David era el niño más inquieto y juguetón de todos. Le encantaba correr y saltar por toda la casa y, a diferencia de su hermano mayor, mantenía todos sus juguetes regados por el cuarto y le gustaba tomar todo lo que pertenecía a su hermano.

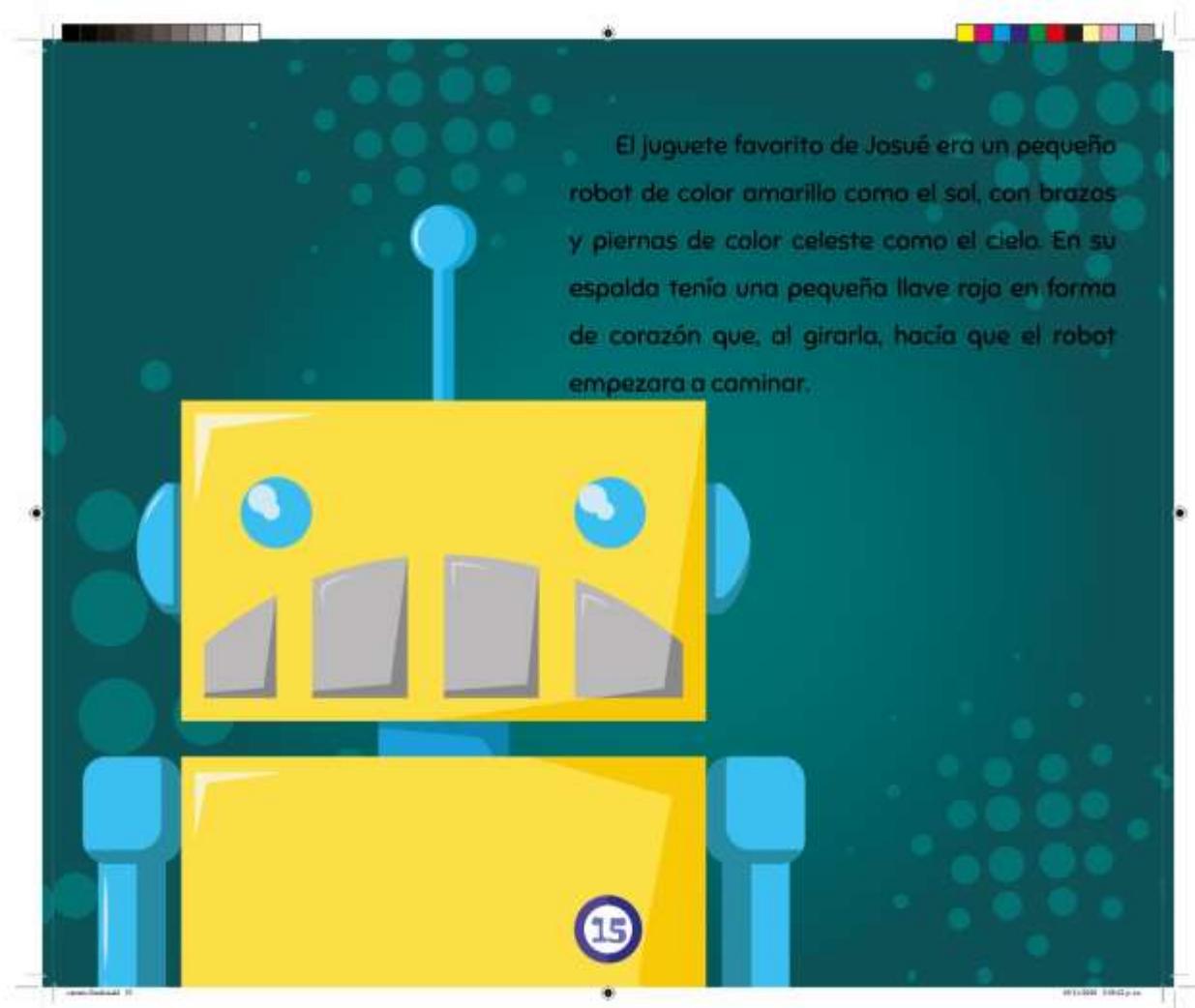
9.1.12 Página 11, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.13 Página 12, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.14 Página 13, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.15 Página 14, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

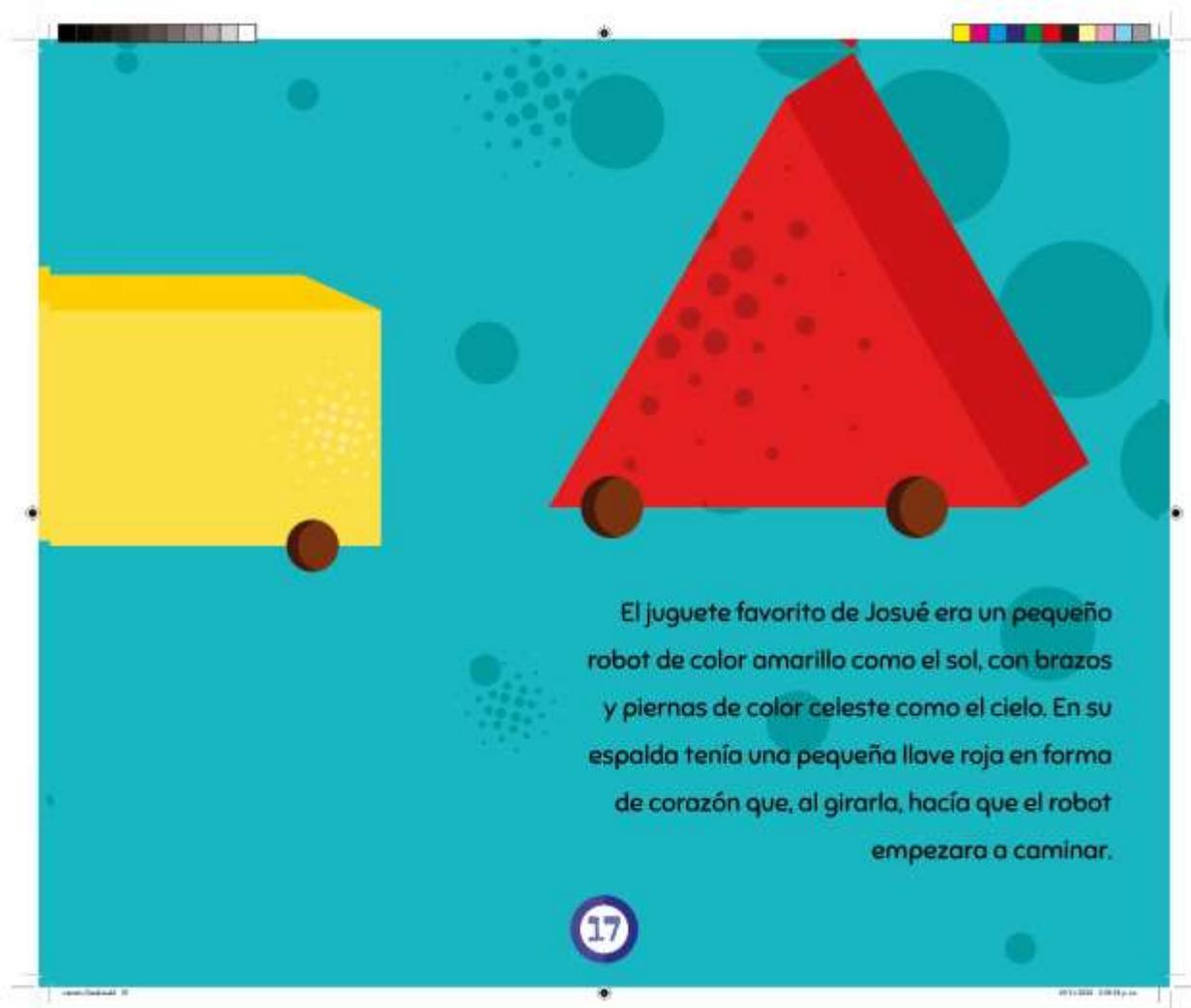


9.1.16 Página 15, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

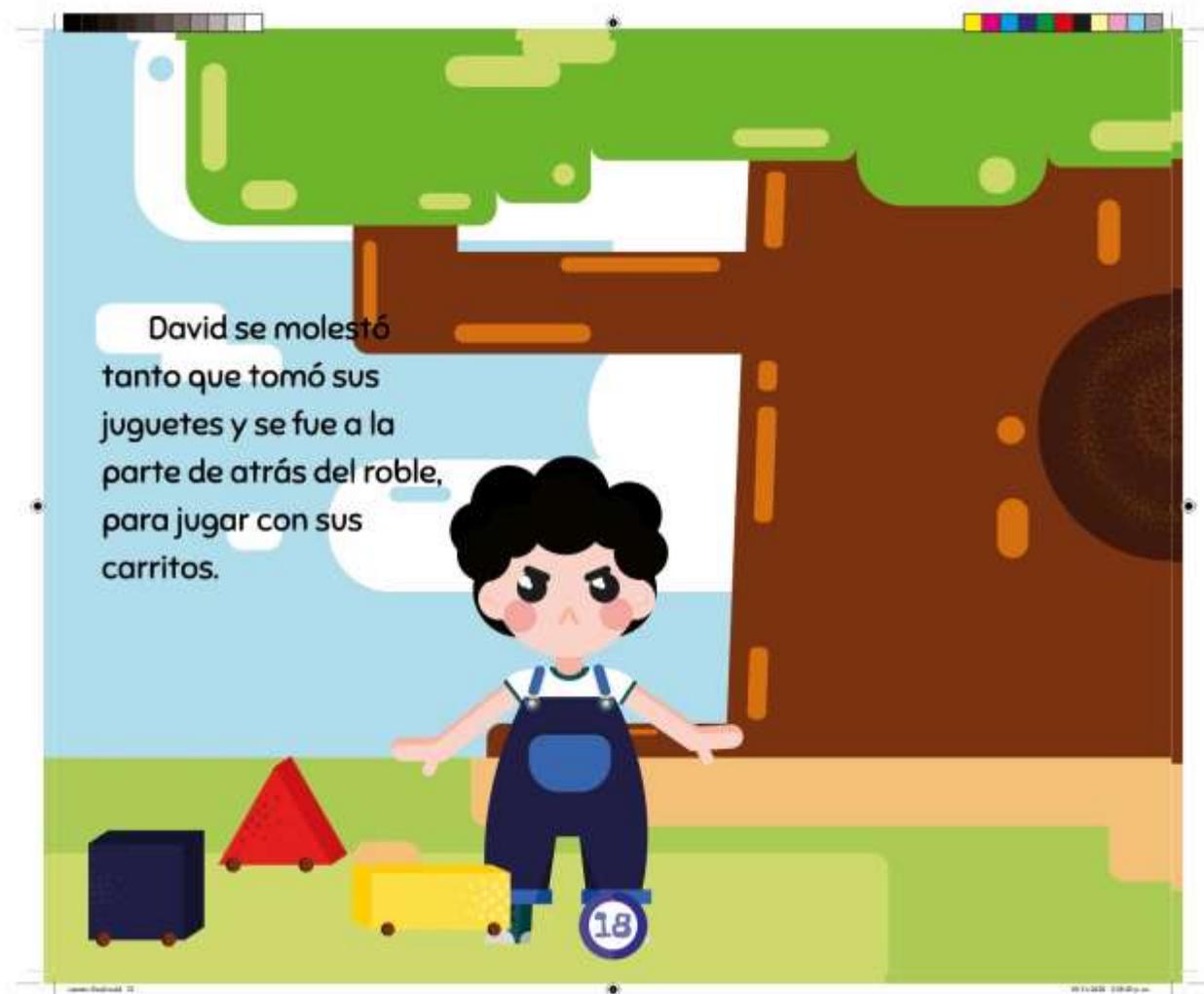
9.1.17 Página 16, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

El juguete favorito de Josué era un pequeño robot de color amarillo como el sol, con brazos y piernas de color celeste como el cielo. En su espalda tenía una pequeña llave roja en forma de corazón que, al girarla, hacía que el robot empezara a caminar.



9.1.18 Página 17, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.19 Página 18, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.



9.1.20 Página 19, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.



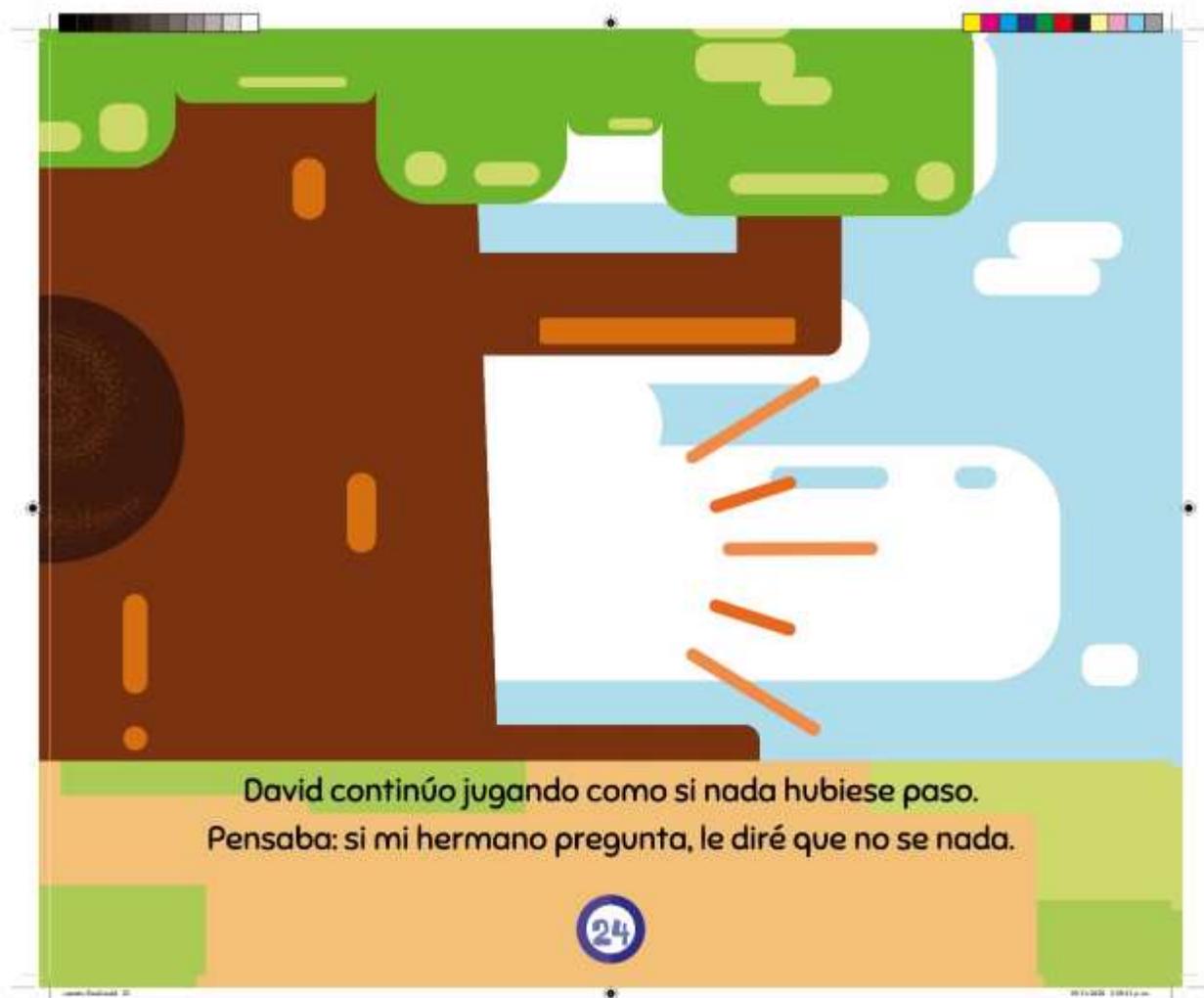
9.1.21 Página 20, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.



9.1.22 Página 21, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.23 Página 22, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.24 Página 23, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.25 Página 24 medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

David continuó jugando como si nada hubiese pasado.
Pensaba: si mi hermano pregunta, le diré que no se nada.

24

9.1.26 Página 25, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.27 Página 26, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

Josué buscó por todo el parque: arriba de los árboles, debajo de las piedras. Le pregunto a todos dónde podría estar su pequeño robot.

Luego de tanto buscar, Josué se rindió y triste regresó al viejo roble...

Josué se preguntaba: ¿Dónde está mi juguete? ¡Quiero seguir jugando con mi robot!

9.1.28 Página 27, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

David, al ver a su hermano mayor triste por no encontrar a su robot, decidió contarle la verdad y le dijo:

- ¡Hermano!... la verdad es que yo sé qué pasó con tu robot.

- ¿Enserio? Dime David, ¿qué paso?



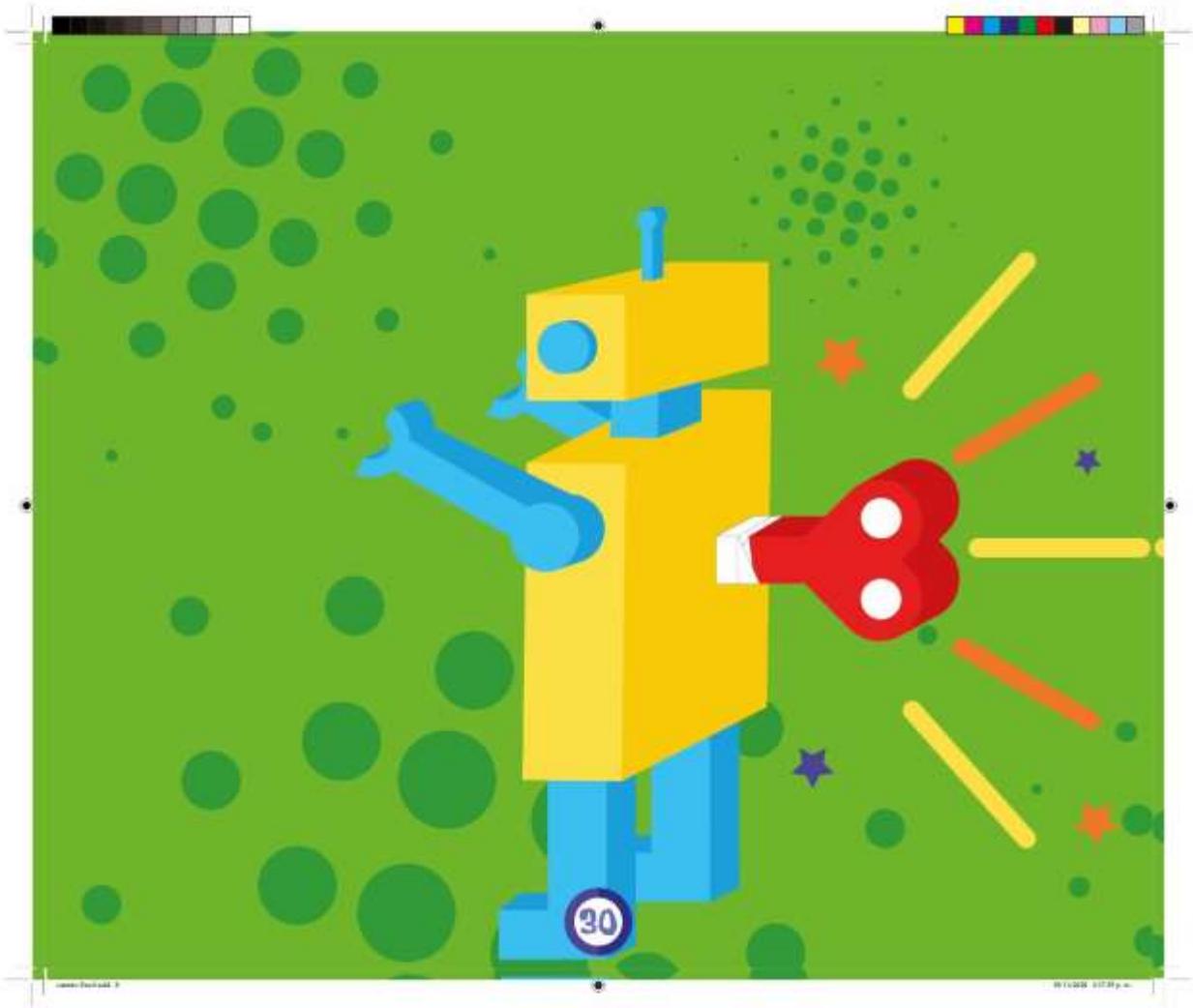
9.1.29 Página 28, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

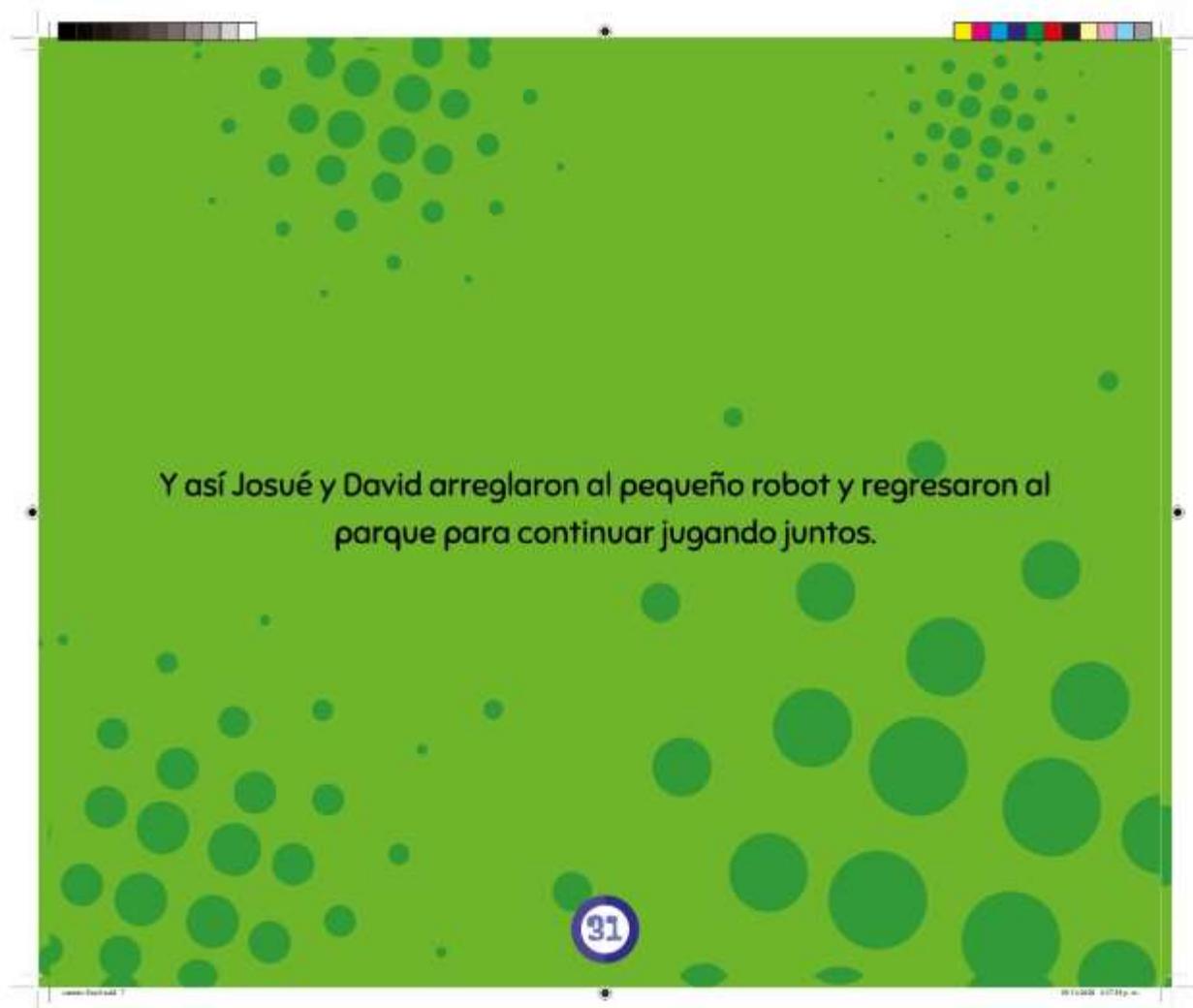


9.130 página 29, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.



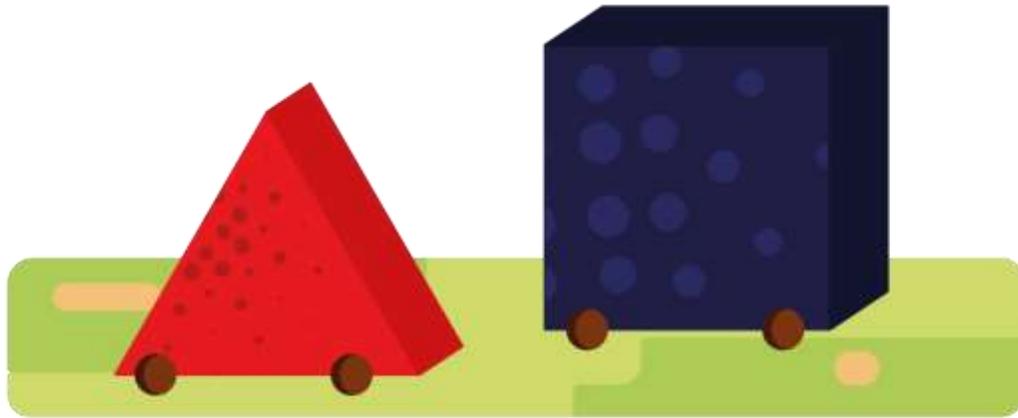
9.1.31 Página 30, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.



9.1.32 Página 31, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.33 Página 32, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.

9.1.34 Portada, medidas 12 pulgadas ancho x 10 pulgadas de alto.



Capítulo X:
Producción, reproducción
y distribución

Capítulo X: producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.

Para la creación y elaboración del cuento infantil impreso se llevó a cabo un proceso creativo, en el cual se creó la línea gráfica que llevarían las 32 páginas del cuento, a su vez se realizaron bocetos finales y la digitalización de la propuesta final. Esto permitió avanzar a la siguiente fase que es la producción del material.

Tabla costos de elaboración	
Total, horas trabajadas	40horas (8 hrs por 5 días)
Total, de semanas trabajadas	4 semanas (de lunes a viernes)
Precio por hora trabajada	Q25.00
Total, costo	Q2,500.00

10.2 Plan de costos de producción

Como siguiente proceso para la creación y elaboración del cuento infantil impreso se llevó a cabo el proceso de producción, en el cual se realizaron los artes finales, se maquetó el cuento en el software de indesign y se exportó la propuesta final.

Tabla costos de producción	
Total, horas trabajadas	40 horas (8 hrs por 5 días)
Total, de semanas trabajadas	4 semanas (de lunes a viernes)
Precio por hora trabajada	Q25.00
Total, costo	Q4,000.00

10.3 Plan de costos de reproducción.

Se realizaron dos cotizaciones en distintas imprentas y litografías para evaluar el rango de precios en el que se encuentran los materiales que se implementaran para la impresión y encuadernación del material. Se realizará una encuadernación en caballete a 2 grapas, la portada y contraportada será flexible de papel husky, para las páginas interiores se utilizará papel couche 100g y será en impresión digital.

Guateprint	
50 unidades.	Q3,600 (72 c/u)
100 unidades	Q4,800 (48 c/u)

10. 4 Plan de costos de distribución.

La distribución no tendrá costo alguno, ya que el cuento infantil se presentará en el catálogo de productos que presentan a los padres de familia, también se colocará en las librerías de Librería y Editorial Piedrasanta.

Tabla de costos de distribución	
Costo de distribución	Q0.00
Total	Q0.00

10.5 Margen de utilidad.

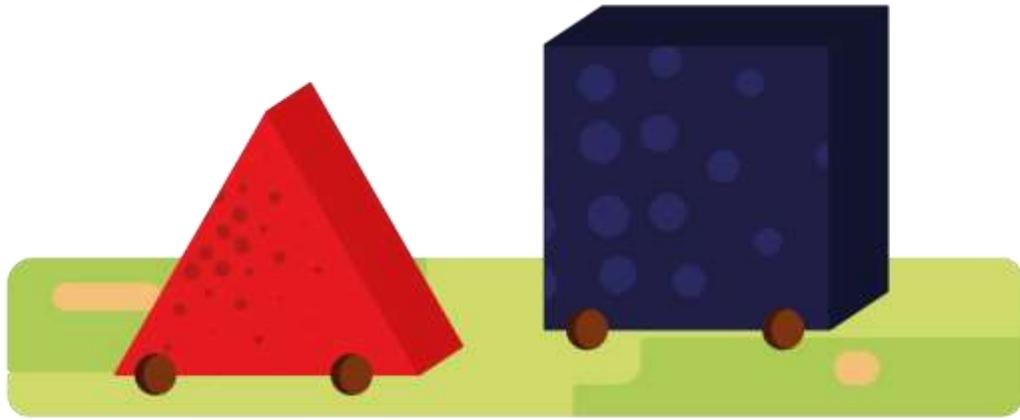
Total, costos de elaboración	Q2,500.00
Total, costos de producción	Q4,000.00
Total, costos de reproducción	Q4,800.00
Total, costos de distribución	Q0.00
Total, de costos	Q11,300
Margen del 20%	Q2,260.00

10.6 IVA.

IVA	
subtotal	11,300.00
IVA	11,571.2
Total	Q11,311.57

10.7 Cuadro con resumen general de costos.

Detalle	Costo
Subtotal I	Q11,300.00
Margen de utilidad del 20%	Q2,260.00
Subtotal II	Q13,560
IVA	11,571.2
Gran total	Q25,131.2



Capítulo XI:
Conclusiones
y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se concluyó que sí es factible diseñar un modelo de cuento infantil impreso para promover la práctica de valores en niños de 6 a 8 años.

11.1.2 Se recopiló información con respecto, a la identidad gráfica que manejan en sus productos y servicios que ofrecen a sus clientes reales y potenciales además permitió fundamentar el diseño del cuento infantil y crear un material atractivo y creativo para el lector.

11.1.3 Se investigaron términos, conceptos y tendencias de diseño editorial e ilustración fueron un medio fundamental para el desarrollo del cuento infantil. Asimismo, se diseñó un material de acuerdo con el grupo objetivo.

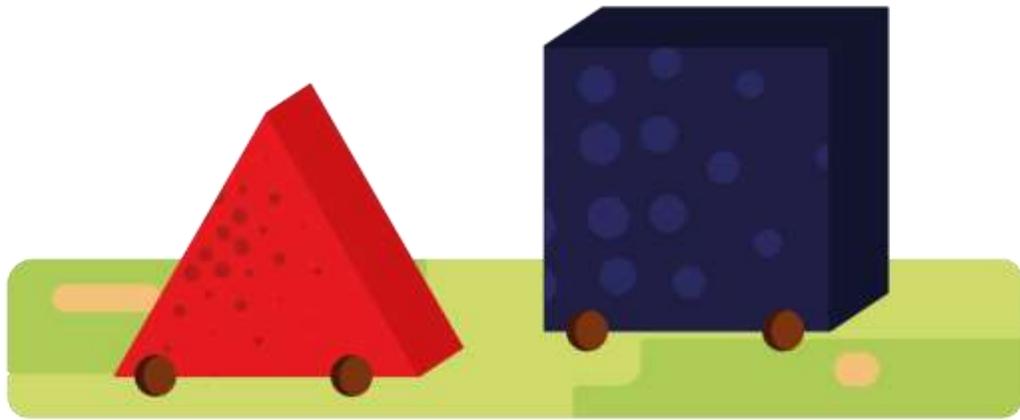
11.1.4 Se ilustró con la técnica de dibujo vectorial y retoque digital, fue de mucha utilidad para la digitalización de los personajes implementados en el cuento infantil.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Es importante contar con toda la información necesaria sobre los productos y servicios de la entidad para que, al momento de realizar el material, los clientes reales y potenciales pueden reconocer y adquirir el producto.

11.2.2 Se sugiere realizar una investigación anual sobre las tendencias en diseño editorial para la actualización del material y siempre se mantenga a la vanguardia y sea visualmente atractivo para el lector.

11.2.3 Ya que todo el contenido es totalmente visual, es indispensable se mantenga esta forma de presentar el cuento infantil, adicionalmente mantener una impresión full color para que los clientes reales y potenciales puedan comprender el material.



Capítulo XII:
Conocimiento
general

Capítulo XII: Conocimiento general

12.2 Demostración de conocimientos

Capítulo XII:

conocimientos generales

Visualización

Se utiliza en el proceso de bocetaje para el diseño de las distintas piezas que conforman los materiales editoriales.

- ★ Portadas.
- ★ Volantes.
- ★ Personajes.





Diseño editorial

Medio implementado en la diagramación y diseño, para la composición visual de las diferentes piezas que conforman materiales editoriales.

Psicología del consumidor

Se utiliza en el análisis del comportamiento del grupo objetivo y las necesidades de este. Siendo de gran importancia en el mercado actual.





Comunicación educativa

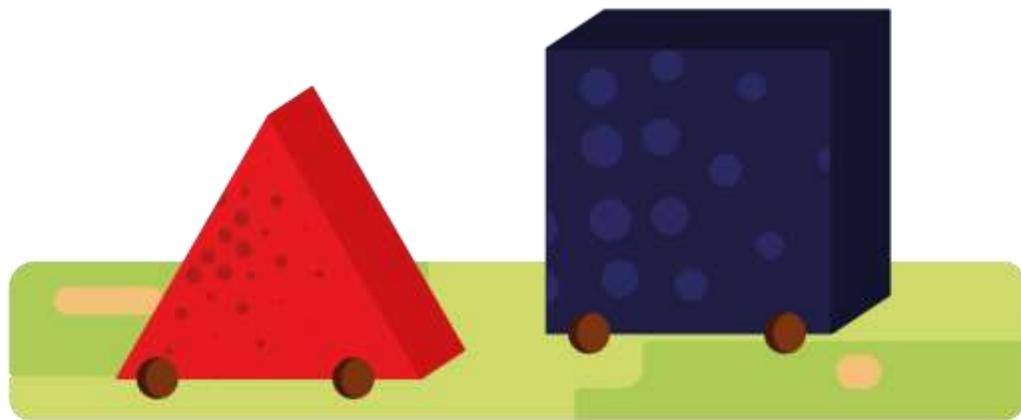
Por medio de las encuestas se recolectan datos, con la finalidad de:

- ★ Organizar.
- ★ Analizar.
- ★ Presentar.
- ★ Interpretar.

Software

Estas herramientas son utilizadas en la digitalización de piezas y personajes utilizados en materiales editoriales.





Capítulo XIII: Referencia

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias de documentos físicas

A.

Armas, D. (1985). Cuento. En D. Armas, *Prontuario de literatura infantil*. Guatemala: Piedrasanta.

Aldana, C. (2004). Pedagogía. En C. Aldana, *Pedagogía para nuestro tiempo* Guatemala: Piedrasanta.

C.

Castejón. (2020). *Psicología de la educación*. ISBN 9788499483771: Editorial ECU.

Cohen, B. J. (1992). Sociología. En B. J. Cohen, *Introducción a la sociología*. México: McGraw-Hill.

F.

Enciclopedia temática combi humanidades. (2020). *Literatura*. España: Ediciones Danae S.A

G.

Grupo oceano. (2009). *Enciclopedia interactiva de apoyo al estudio*. Barcelona: Editorial oceano.

Garcia, 2020. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. ISBN 978-607-733-020-2: Red Tercer Milenio.

K.

Kleppner's, O. (1988). *Planeación de la tipografía*. México: Prentice-Hal

L.

Luzuriaga, L. (1981). Concepto de la pedagogía. En L. Luzuriaga, *Pedagogía*. Guatemala: Editorial Losada S.A.

P.

Palmero, R. (2020). *La teoría del aprendizaje significativo en la perspectiva de la psicología cognitiva*. ISBN 9788499210841: Octaedro S.L.

13.2 Referencias de documentos electrónicos**A.**

Adobe. (12 de Junio de 2020). *Diseños sorprendentes, solo con InDesign*. Obtenido de Diseños sorprendentes, solo con InDesign:

adobe.ly/39WVaPT

Adobe. (12 de Junio de 2020). *Illustrator está por todas partes*. Obtenido de Illustrator está por todas partes:

adobe.ly/39WVaPT

Álvarez, C. (20 de Noviembre de 2020). *Pintura*. Obtenido de Pintura:

<https://conceptodefinicion.de/pintura/>

Álvarez, C. (7 de Julio de 2020). *Pintura*. Obtenido de Pintura:

<https://conceptodefinicion.de/pintura/>

Andrea. (12 de Junio de 2020). *Tipos de logotipos y sus diferencias*. Obtenido de Tipos de logotipos y sus diferencias:

<https://www.grupoendor.com/tipos-de-logotipos/>

Arteneo. (29 de Septiembre de 2020). *La Ilustración Vectorial, ¿qué es, cómo funciona, qué softwares podemos utilizar?* Obtenido de La Ilustración Vectorial, ¿qué es, cómo funciona, qué softwares podemos utilizar?:

bit.ly/3qCJ9Fa

B.

Barber, F. (7 de Junio de 2020). *Ilustración en el diseño gráfico*. Obtenido de Ilustración en el diseño gráfico: <https://www.cocoschool.com/ilustracion-diseno-grafico/>

BeBrand. (12 de Junio de 2020). *Tipos de logotipos o logos existentes*. Obtenido de Tipos de logotipos o logos existentes:

<https://bebrand.com.es/tipos-logotipos/>

Bembibre, V. (1 de Diciembre de 2008). *Definición de Libro*. Obtenido de Definición de Libro: <https://www.definicionabc.com/general/libro.php>

Bruno, M. (7 de Junio de 2020). *Cómo diseñar un libro infantil*. Obtenido de Cómo diseñar un libro infantil:

<http://catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2017/como-disenar-un-libro-infantil/>

C.

Cajal, A. (29 de Abril de 2020). *Los 11 Tipos de Cuentos Más Importantes*. Obtenido de Los 11

Tipos de Cuentos Más Importantes:

<https://www.lifeder.com/tipos-de-cuentos/>

Canalcerero. (7 de Julio de 2020). Obtenido de:

<https://www.canalcerero.es/que-es-la-comunicacion-visual/>

Carla Peñalver, S. S. (20 de Noviembre de 2020). *CUENTOS PARA EDUCAR CON INTELIGENCIA EMOCIONAL*. Obtenido de CUENTOS PARA EDUCAR CON INTELIGENCIA EMOCIONAL:

bit.ly/3qCcq2z

Carreño, D. (7 de Junio de 2020). *La composición en el diseño gráfico*. Obtenido de La composición en el diseño gráfico:

bit.ly/2JNgMTQ

Conceptodefinicion.de. (20 de Noviembre de 2020). *Editorial*. Obtenido de Editorial:

<https://conceptodefinicion.de/editorial/>

Costa, J. M. (12 de Junio de 2020). *Imagen corporativa*. Obtenido de Imagen corporativa:

<https://mouriz.wordpress.com/2007/06/03/imagen-corporativa/>

Creativo news. (22 de Julio de 2020). *Más de 15 tendencias de tipografía en 2020*. Obtenido de Más de 15 tendencias de tipografía en 2020:

<https://ideakreativa.net/mas-de-15-tendencias-de-tipografias-en-2020/>

D.

DeConceptos.com. (7 de Junio de 2020). *Concepto de dibujo* . Obtenido de Concepto de dibujo :

<https://deconceptos.com/arte/dibujo>

Definición MX. (7 de Junio de 2020). *Definición de bocetaje* . Obtenido de Definición de bocetaje :

<https://definicion.mx/boceto/>

Definición XYZ. (7 de Junio de 2020). *Psicología de la comunicación*. Obtenido de Psicología de la comunicación:

<https://www.definicion.xyz/2017/11/psicologia-de-la-comunicacion.html>

Delgado, I. (7 de Junio de 2020). *¿Qué es la comunicación?* Obtenido de ¿Qué es la comunicación:

<https://www.significados.com/comunicacion/>

Diseño gráfico. (7 de Julio de 2020). Obtenido de Diseño gráfico:

<https://conceptodefinicion.de/disenografico/>

DISEÑO GRAFICO.com. (2020 de Junio de 2020). *Diagramación*. Obtenido de Diagramación:

<http://disenograficoiut.blogspot.com/2012/02/diagramacion.html>

E.

ecured.com. (7 de JUNIO de 2020). *Educación*. Obtenido de Educación:

<https://www.ecured.cu/Educaci%C3%B3n>

F.

Ferreira, N. M. (7 de Junio de 2020). *¿Qué es la psicología del color?* Obtenido de *¿Qué es la psicología del color?*

bit.ly/3oK6cfx

fotonostra.com. (7 de Junio de 2020). *Semiología y semiótica en la publicidad.* Obtenido de *Semiología y semiótica en la publicidad:*

bit.ly/36T72Aa

G.

González, P. (7 de Junio de 2020). *¿Qué es el emisor y el receptor en la comunicación?* Obtenido de *¿Qué es el emisor y el receptor en la comunicación:*

bit.ly/33VxjMC

I.

iberdrola.com. (7 de Junio de 2020). *La importancia de la educación en valores en la sociedad actual.* Obtenido de *La importancia de la educación en valores en la sociedad actual:*

bit.ly/3ITLcko

K.

koiwerrhh.com. (7 de Junio de 2020). *Proceso de comunicación.* Obtenido de *Proceso de comunicación:*

http://www.koiwerrhh.com/comunicaciones_proceso.html#

L.

lavanguardia.com. (7 de Junio de 2020). *Diez tendencias de literatura infantil y juvenil*. Obtenido de Diez tendencias de literatura infantil y juvenil:

bit.ly/2Isxdo8

Lira, F. (7 de Junio de 2020). *¿Qué es la comunicación educativa?* Obtenido de ¿Qué es la comunicación educativa:

bit.ly/3IUsKrY

M.

Martínez, A. (7 de Junio de 2020). *Diseño gráfico*. Obtenido de Diseño gráfico:

<https://conceptodefinicion.de/disenio-grafico/>

mique.es. (7 de Junio de 2020). *¿Qué es el diseño editorial?* Obtenido de ¿Qué es el diseño editorial?: <https://www.mique.es/que-es-el-disenio-editorial/>

Morales, A. (7 de Junio de 2020). *¿Qué es la literatura?* Obtenido de ¿Qué es la literatura?:

<https://www.todamateria.com/que-es-literatura/mba%20&%20educacion%20ejecutiva/>

Morales, V. (7 de Junio de 2020). *Misión de una empresa*. Obtenido de Misión de una empresa:

bit.ly/2VPYhk9

N.

neoattack.com. (7 de Junio de 2020). Obtenido de:

<https://neoattack.com/identidad-corporativa/>

Nuño, P. (7 de Junio de 2020). *¿Qué es la imagen corporativa?* Obtenido de *¿Qué es la imagen corporativa:*

<https://www.emprendepyme.net/que-es-la-imagen-corporativa.html>

O.

oxfamintermon.com. (7 de Junio de 2020). *¿Qué son los valores humanos y por qué es importante educar en valores?* Obtenido de *¿Qué son los valores humanos y por qué es importante educar en valores:*

bit.ly/2JBAqm1

P.

Peña, J. (7 de Junio de 2020). *Oculos magicae*. Obtenido de *Oculos magicae:*

bit.ly/2VPXakz

portafoliodeliteraturanfntil.com. (7 de Julio de 2020). *LOS GÉNEROS DE LA LITERATURA INFANTIL*. Obtenido de *LOS GÉNEROS DE LA LITERATURA INFANTIL.:*

bit.ly/3ITNY9i

Pozo, J. d. (7 de Junio de 2020). *Qué es la imagen corporativa*. Obtenido de Qué es la imagen corporativa:

<https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-imagen-corporativa/>

Puño, P. (7 de Junio de 2020). *Elementos de la identidad corporativa*. Obtenido de Elementos de la identidad corporativa:

<https://www.emprendepyme.net/elementos-de-la-identidad-corporativa.html>

Purpura. (7 de Junio de 2020). *Las artes literarias*. Obtenido de Las artes literarias:

<https://unavidaenlosaromos.blogspot.com/2017/01/las-artes-literarias.html>

Q.

QuestionPro. (4 de septiembre de 2020). *Cuestionario y encuesta: ¿cual es la diferencia?*

Obtenido de Cuestionario y encuesta: ¿cual es la diferencia?:

<https://www.questionpro.com/blog/es/cuestionario-y-encuesta-diferencias/>

R.

Raffino, M. E. (7 de Junio de 2020). *Comunicación escrita*. Obtenido de Comunicación escrita:

<https://concepto.de/comunicacion-escrita/>

Raffino, M. E. (7 de Junio de 2020). *Teoría del color*. Obtenido de Teoría del color:

<https://concepto.de/teoria-del-color/>

Raffino, M. E. (7 de Junio de 2020). *Valores de una empresa*. Obtenido de Valores de una empresa: <https://concepto.de/valores-de-una-empresa/>

reacionesred.com.mx. (7 de Junio de 2020). *La importancia del uniforme en una empresa*.

Obtenido de La importancia del uniforme en una empresa: <https://creacionesred.com.mx/la-importancia-del-uniforme-en-una-empresa/>

retoricas.com. (7 de Junio de 2020). *El canal en comunicación*. Obtenido de El canal en comunicación:

<https://www.retoricas.com/2009/05/el-canal-en-comunicacion.html>

S.

significados.com. (7 de Junio de 2020). *Cuento*. Obtenido de Cuento:

<https://www.significados.com/cuento/>

significados.com. (7 de Julio de 2020). *Significado de Ilustración*. Obtenido de Significado de Ilustración:

<https://www.significados.com/ilustracion/>

sites.google.com. (7 de Junio de 2020). *Libros recreativos*. Obtenido de Libros recreativos:

<https://sites.google.com/site/mundolibrovalentina/tipos/libros-de-recreacion>

T.

tiposdearte.com. (7 de Junio de 2020). *Artes visuales ¿Qué son?* Obtenido de Artes visuales

¿Qué son?: <https://tiposdearte.com/artes-visuales-que-son/>

tpargumentacion.wordpress.com. (7 de Junio de 2020). *Los Principales Valores del Comunicador Social*. Obtenido de Los Principales Valores del Comunicador Social:

bit.ly/33SljeS

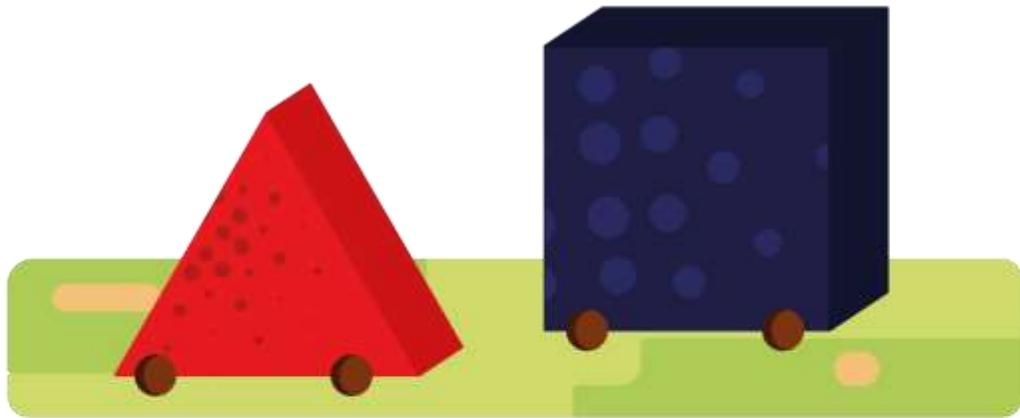
U.

Ucha, F. (7 de Julio de 2020). *Definición de Impresión*. Obtenido de Definición de Impresión:

<https://www.definicionabc.com/general/impresion.php>

Uriarte, J. M. (7 de Julio de 2020). *Cuento*. Obtenido de Cuento:

<https://www.caracteristicas.co/cuento/>



Capítulo XIV: Anexos

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Anexos A

BRIEF del cliente



BRIEF



BRIEF: Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: _____

No. de Carné: _____ Celular: _____

Email: _____

Proyecto: _____

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Editorial Piedrasanta

Dirección: 5 calle 7-55 zona 1, Guatemala

Email: web@piedrasanta.com/ info@piedrasanta.com

Tel: 2422-7676 ext. 151

Contacto: Flor de Ma. Valenzuela / Daniel Caciá Celular: 4701- 0958

Antecedentes: Editorial Piedrasanta es una empresa con más de 70 años de experiencia editorial, pionera en Guatemala. Dedicada a la creación y comercialización de libros de literatura con sentido y textos escolares alineados al CNB.

Oportunidad identificada: Educación continua como parte del crecimiento de toda sociedad.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

MISIÓN

Nuestro Objetivo es transformar las comunidades que servimos a través de la conceptualización y desarrollo de contenidos digitales e impresos, apoyar la formación de la comunidad educativa. Lo hacemos porque contamos con un equipo de expertos en el área a través de procedimientos que garantizan y entrega punta de nuestros productos y servicios.

VISIÓN

En el 2025, ser una editorial líder en proveer y asesorar contenidos y servicios pedagógicos y literatura en Guatemala. Incrementaremos nuestra participación en el mercado guatemalteco e incursionaremos a los mercados mesoamericanos con un equipo competente.

Delimitación geográfica: no aplica.

Grupo objetivo: comunidad educativa y público en general

Principal beneficio al grupo objetivo: nuestro compromiso de marca, "Educando generaciones siempre"

Competencia: casas editoriales nacionales e internacionales

Posicionamiento: somos una empresa líder en literatura con sentido y en el área de Ciencias Sociales

Factores de diferenciación: Calidad, veracidad, confiabilidad y contextualidad de nuestros materiales. Apoyo a autores guatemaltecos y centroamericanos

Objetivo de mercadeo: Crecimiento en mercado internacional

Objetivo de comunicación: formar e informar a nuestra audiencia

Mensajes claves a comunicar: educación, empoderamiento docente, amor por la lectura, formamos pensamiento crítico

Estrategia de comunicación: redes sociales, medios digitales e impresos de mayor circulación

Reto del diseño y trascendencia: alinear nuestros materiales a tendencias de diseño sin perder de vista: calidad de la información, facilidad en la lectura y veracidad de contenidos. Alinear la belleza del diseño con la limpieza de textos que faciliten la lectura.

Materiales a realizar:

Presupuesto: _____

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores:

Tipografía:

Forma:

LOGOTIPO



PIEDRASANTA

Fecha: Guatemala, 08 de agosto de 2020

(f) *Flor Valenzuela*

14. 2 Anexos B

Tabla de Niveles Socio Económicos 2015/Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Medía completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios, área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomésticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadora, internet, porton eléctrico y todos los electrodomésticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

14. 3 Anexos C

Tabla de requisitos

Elementos gráficos	Propósito	técnica	emoción
Diagramación	Organizar las páginas, el contenido y sobre todo la estructura que el cuento utilizara para que todo tenga un orden lógico mismo.	Adobe indesign.	Orden. Claridad.
Ilustración	Permitirá a los primeros lectores comprender que se está expresando en el texto que cada página contenga.	Ilustración digital. Adobe photoshop.	Comprensión.
Líneas	Dividir las columnas de párrafos y para la composición de las ilustraciones realizadas en el proceso de bocetaje.	Adobe Indesign.	Dirección.
Figuras geométricas	Estructura base para el diseño del cuerpo de los personajes, así mismo se utilizará para fondos.	Ilustración digital.	Estructura.

Tipografía	Ayudará a la legibilidad e interpretación de la historia y será un complemento de diseño para el cuento infantil.	Adobe Indesign.	Jerarquía.
imago tipo	Identificación de la empresa a la que pertenece el material a diseñar.	Adobe Indesign.	Identidad.
Líneas de horizonte	Proyección de las rectas horizontales y donde se proyectarán los puntos de fuga para el diseño de personajes y fondo en las ilustraciones.	Bocetaje. Ilustración digital.	Claridad.

14.4 Anexo D

Tabla tipográfica y de color

Tipografía del título

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

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

! ; ¿ ? " # \$ % & / () = ' \

Tipografía párrafos

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

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

! ; ¿ ? " # \$ % & / () = ' \

Paleta de colores



CMYK: e41513

RGB: 228, 21, 19



CMYK: 2d2e83

RGB: 45, 46, 131



CMYK: f9c74a

RGB: 249, 199, 74



CMYK: 000000

RGB: 0, 0, 0



CMYK: ea592d

RGB: 234, 89, 45



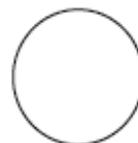
CMYK: 642579

RGB: 100, 37, 121



CMYK: 669a2f

RGB: 102, 154, 47



CMYK: ffffff

RGB: 255, 255, 255

14.5 Anexos E

Fotografía Expertos

Correo electrónico:

- Licenciado Rolando Barahona.

Validación técnica- Wendy Castrillo 

 **Wendy Alexandra Castrillo Fajardo** <wendy.castrillo@galileo.edu>
para María, Rolando, Lourdes - lun., 21 sept. 8:00   

Buen día, les deseo un excelente inicio de semana.

Debido a que ya tengo mi instrumento de validación realizado, solicito su apoyo respondiendo el siguiente cuestionario después de visualizar mi propuesta preliminar.

Adjunto lo siguiente:

Link cuento infantil:
https://issuu.com/wendycastillofajardo/docs/una_mia_ana_en_el_porque

Link cuestionario:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe7j15XTpkkyJwmLQ1byxSsbFsiTjgTb-jubB-UXM2WLeS1w/viewform?usp=sf_link

De antemano agradezco su apoyo.

 **Rolando Barahona Cifuentes** <rbarahona@galileo.edu>
para mí, María, Lourdes - lun., 21 sept. 13:24   

¡Listo!

- Licenciada María Alejandra Rodríguez.

 **Wendy Alexandra Castrillo Fajardo** <wendy.castrillo@galileo.edu>
para María - 28 oct. 2020 10:15 (hace 5 días)   

Buendía licenciada.

Licenciada disculpe que la moleste otra vez pero este es un correo recordatorio para que pueda evaluar mi propuesta preliminar, le vuelvo a adjuntar los links de mi material y encuesta:

Link cuento infantil:
https://issuu.com/wendycastillofajardo/docs/una_mia_ana_en_el_porque

Link cuestionario:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe7j15XTpkkyJwmLQ1byxSsbFsiTjgTb-jubB-UXM2WLeS1w/viewform?usp=sf_link

Quedo a la espera de su confirmación de su apoyo y si le es imposible por favor informarme para poder buscar otro experto.

 **María Alejandra Rodríguez Pau**
para mí - 3 nov. 2020 15:23 (hace 2 días)   

Listo

M.Ed. Ma. Alejandra Rodríguez Pau
Administración-FACOM
Universidad Galileo

- Licenciada Andrea Aguilar

Validación técnica  Recibidos 



Wendy Alexandra Castrillo Fajardo

dom., 11 oct. 13:06



Buena día licenciada, le deseo un excelente domingo. Le saluda Wendy Alexandra Castrillo Fajardo, estudiante de la licenciatura de comunicación y diseño, actualme



Carmen Andrea Aguilar Flores

mié., 14 oct. 11:19



Hola Wendy, con mucho gusto la puedo ayudar. Saludos,



Wendy Alexandra Castrillo Fajardo

mié., 14 oct. 19:54



Buenas noches, le agradezco muchísimo su ayuda licenciada. Adjunto lo siguiente: Link cuento infantil: https://issuu.com/wendycastrillofajardo/docs/una_ma_ana_e



Carmen Andrea Aguilar Flores

jué., 15 oct. 13:30



Buenas tardes Wendy, Ya le envié la encuesta, adicional como le dejé unos comentarios, le dejo estos links para que vea a lo que me refero. Espero le sirva. M



Wendy Alexandra Castrillo Fajardo <wendy.castrillo@galileo.edu>

jué., 15 oct. 18:17



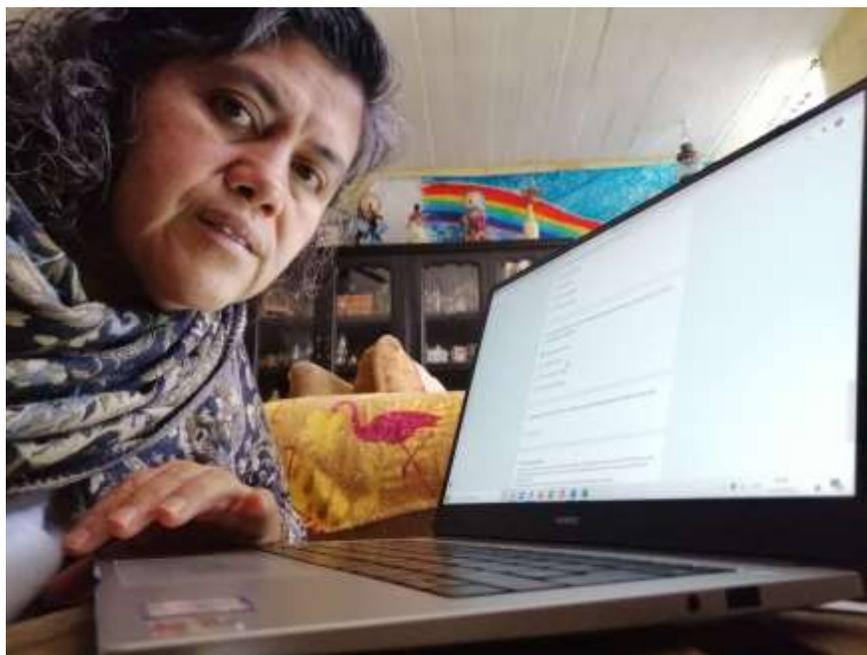
para Carmen →

MUCHAS GRACIAS.

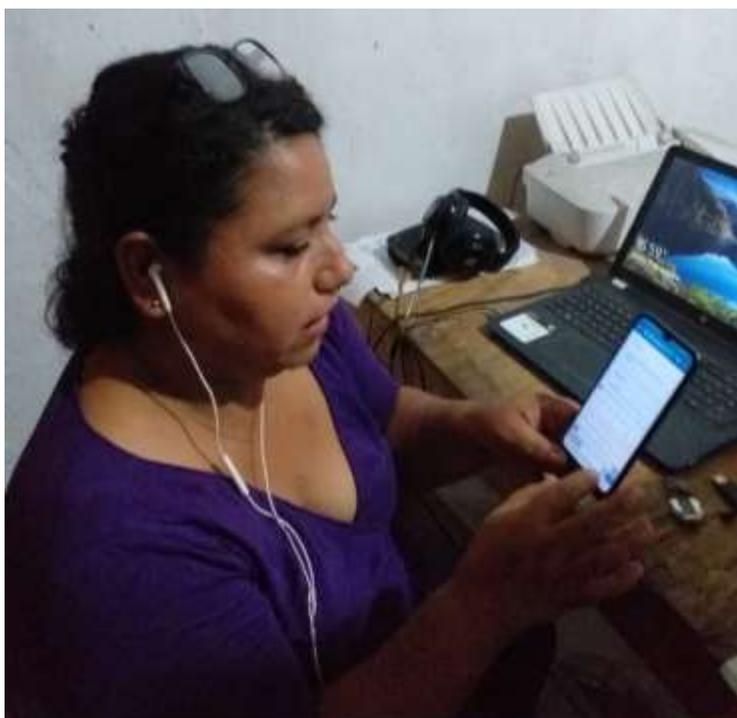
...

Fotografía del encuestado:

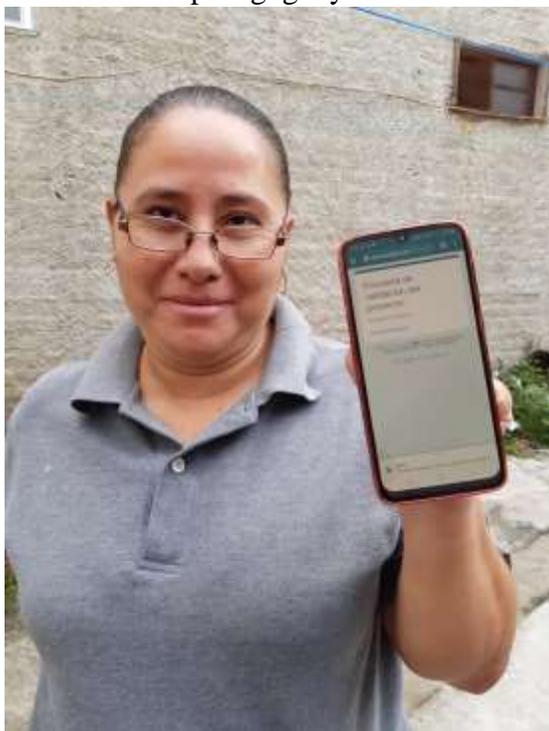
- Maestra de párvulos, Anita Maza.



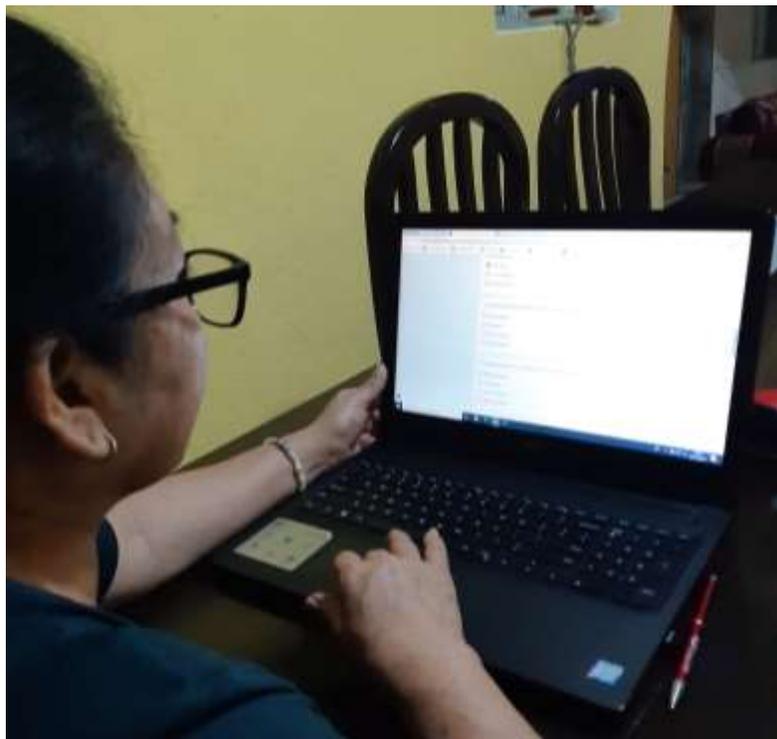
- Maestra de grado, Juana Ramírez.



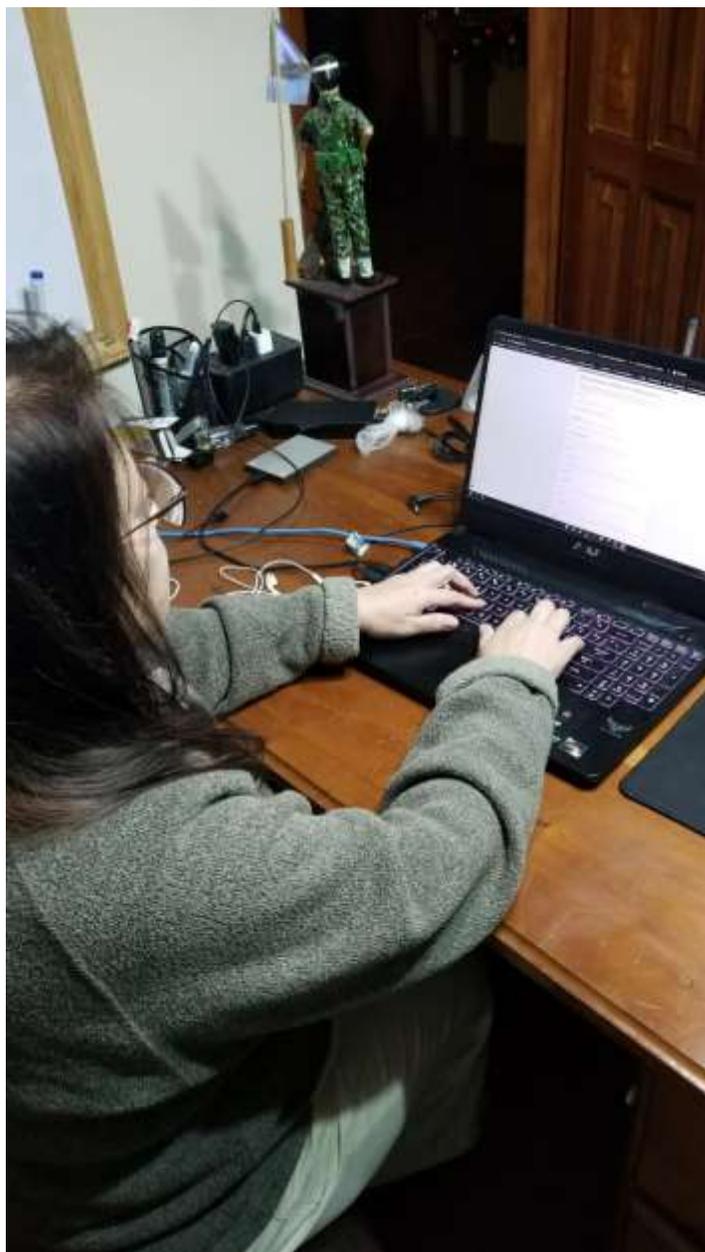
- Licenciada en pedagogía y administración educativa, Glenda Sandoval.



- Licenciada en administración educativa, Gloria Pacay.



- Maestra de párvulos y Licenciada en administración educativa, Patricia Afre.



Fotografía del cliente

Vía correo electrónico

- Licenciado en educación Daniel Caciá.

Validación técnica     

 **Wendy Castrillo** lun., 26 oct. 8:00 (hace 10 días) 

Buen día Don Daniel, le deseo un excelente inicio de semana. Le escribo para solicitarle nuevamente me haga el favor de responder la encuesta para validar mi ma

 **DANIEL CACIA** lun., 26 oct. 8:30 (hace 10 días)   

para mi =>

Listo Wendy.
Feliz día.
Daniel Caciá
Garancia de Formación y Recursos y de Edición
Editorial y librerías Piedrasanta
5ta calle 7-55 zona 1

Tel (+502) 24227676 ext 151 

 **Wendy Castrillo** <wendycastrillo56@gmail.com> lun., 26 oct. 8:50 (hace 10 días)   

para DANIEL =>

Muchas gracias.

- Editor y Docente Flor Valenzuela

 **Wendy Castrillo** <wendycastrillo56@gmail.com> lun., 21 sept. 8:00   

para Daniel, Flor =>

Buen día, les deseo un excelente inicio de semana.

Debido a que ya tengo me instrumento de validación realizado, solicito su apoyo respondiendo el siguiente cuestionario después de visualizar mi propuesta preliminar.

Adjunto lo siguiente:

Link cuento infantil
https://asuu.com/wendycastrillofeando/docs/una_ma_aria_en_el_paisue

Link cuestionario:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAoQL5e7f5XTokkyJemLOIbyxSafEsiTqTb-juj8-UXM2WLoSj1w/viewform?usp=sf_link

De antemano agradezco su apoyo

 **FLOR VALENZUELA** mar., 6 oct. 22:49 

HECHO!

 **Wendy Castrillo** <wendycastrillo56@gmail.com> sáb., 10 oct. 19:47   

Fotografía del grupo objetivo

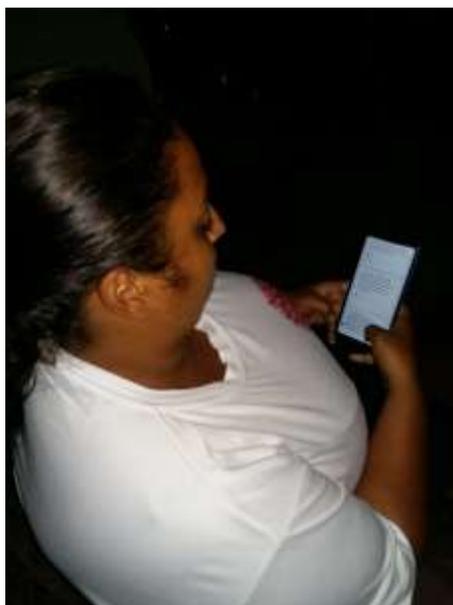
- Claudia García.



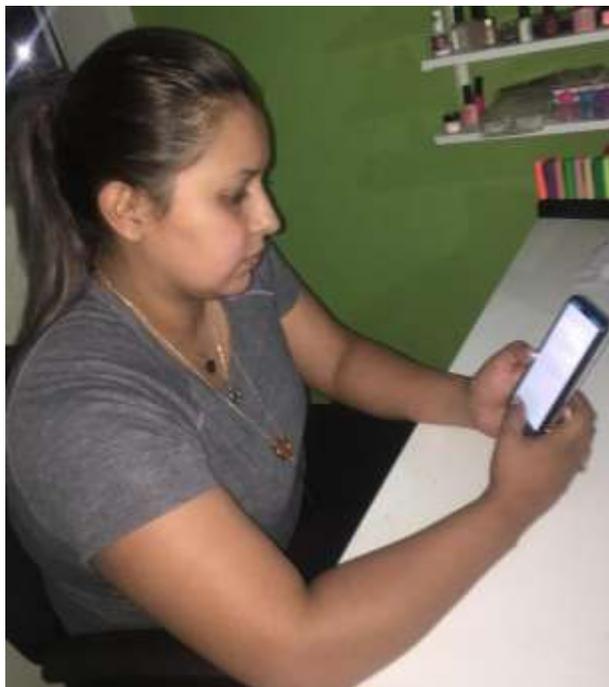
- William Morales.



- Yadira García.



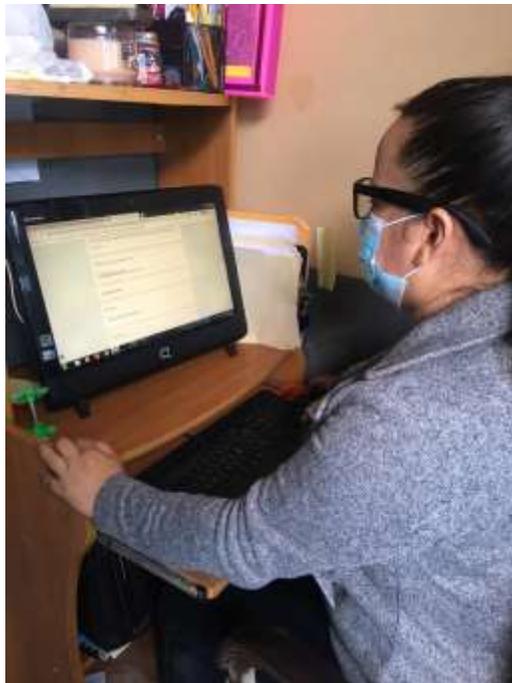
- Joselyn González.



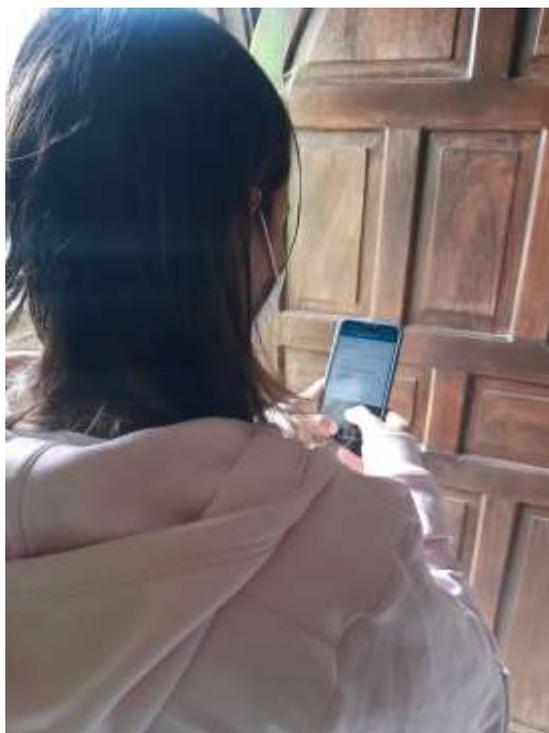
- H



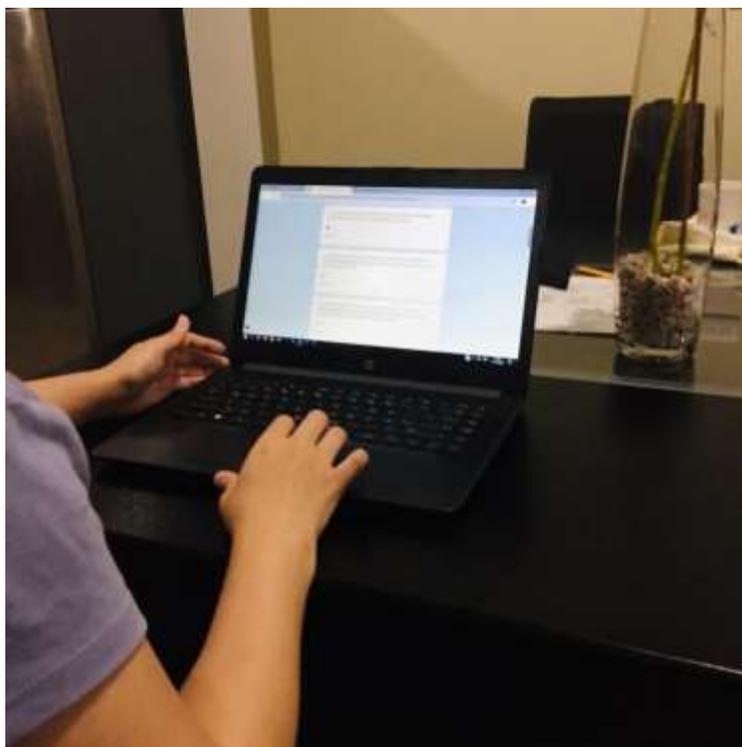
- Olga Estrada.



- Palty Guerra.



- Gabriela del Roció Gómez lima.



- Perla Abzún.



14. 6 Anexos F

Encuesta Google Formulario

Encuesta de validación del proyecto:

Diseño de modelo de libro de cuento infantil impreso para fomentar la práctica de valores en niños de 6 a 10 años de Editorial y Librería Piedrasanta, Guatemala, Guatemala 2021.

***Obligatorio**

Datos generales

Nombre *

Tu respuesta

Profesión *

Tu respuesta

Puesto *

Tu respuesta

Segmento al que pertenece

Experto

Cliente

99+ | File Explorer | Edge | Chrome | Word | PowerPoint | Adobe Illustrator | Adobe Photoshop | Adobe Audition | Task View | File Explorer | Edge

14.7 Anexos G

Enlacen para validación

Enlace de la encuesta:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe7If5XTpkkyJwmLO1byxSabFsITjgTb-jubB-UXM2WLpSi1w/viewform>

Enlace de publicación en issuu:

https://issuu.com/wendycastrillofajardo/docs/una_ma_ana_en_el_parque

14.8 Anexos H

Tabla tipográfica y de color

Freckle Face

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

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ¡ ! ¿ ? " # \$ % & / () =

Henry Penny

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

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ¡ ! ¿ ? " # \$ % & / () = - + *

Sniglet

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

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ¡ ! ¿ ? " # \$ % & / () = - + *



14. 9 Anexos I

Investigación

Material editorial

Según triunfa con tu libro, 2019, Se conoce como editorial a aquella empresa cuya actividad se centra en la producción y difusión de todo tipo de libros. Entre sus actividades se encuentran la elaboración informe de lectura, selección de los volúmenes que integrarán su catálogo, la corrección, la traducción, el diseño editorial, la supervisión de la impresión y la difusión y promoción de obras y autores.

La definición de material es aquello que posee una forma, un peso, un volumen y ocupa un lugar en el espacio. (Deconceptos.com, 2020).

Se puede definir material editorial como todo aquello que una editorial produzca, ya sea impreso o para sitios web.

Tipos de material editorial

- Catálogo.
- Folletos.
- Libros.
- Periódico.
- Revista.

Libros

Un libro es una obra impresa, manuscrito, pintada en hojas o algún otro material, producido y publicado como una unidad independiente, a veces este material está compuesto exclusivamente de textos y otras veces contiene una mezcla de elementos visuales y textuales.

Tipos de libros

- Científicos.
- Literatura.
- Viaje.
- Biografías.
- Libros de texto.
- Referencia o consulta.
- Recreativo.
- Infantil.
- Instructivos.
- Poéticos.

Libros infantiles

Literatura infantil

La literatura infantil es un arte que recrea contenidos humanos profundos y esenciales; emociones y afectos primigenios; capacidades y talentos que abarcan percepciones, sentimientos, memoria, fantasía y la explicación de mundos ignotos.

Clasificación de la literatura infantil

- Literatura ganada
 - Se engloban todas aquellas producciones que no nacieron para los niños pero que a lo largo del tiempo los niños se las apropian o los adultos han destinado previa adaptación o no.
- Literatura creada para los niños
 - Escrita directamente para los niños, bajo la forma de cuentos novelas, teatro, etc. Tiene en cuenta la condición del niño según los cánones del momento.
- Literatura instrumentalizada
 - Se colocan libros que se producen desde hace años, sobre todo para los niveles de infantil y primaria. Son más libros que literatura, suelen aparecer bajo la forma de series en los que, tras escoger un protagonista común, lo hacen pasar por diferentes escenarios y situaciones.

Géneros de literatura infantil

- Poesía y canciones.
- Cuento

¿Qué es cuento?

“El cuento es un relato o narración, más bien corta, de un hecho, que suele ser imaginario”.
(Raffino,2020, Concepto.de)

Según el sitio Significados, en el 2020, define el cuento como un relato o narración breve de carácter ficticio o real, cuenta con argumentos fáciles de entender y cuyo objetivo es formativo o lúdico.

Los cuentos se caracterizan por poseer pocos personajes y únicamente un personaje principal, para que sean fácil de recordar, el lector no se sature y sienta la obligación de recordar a cada uno de los distintos personajes que se presenten.

Características

Todos los cuentos tienen características en común, esto se debe a la escasa capacidad de utilizar recursos literarios debido a la brevedad de las narraciones.

Uriarte, Julia,2020, enlista 10 características comunicas que se pueden encontrar en los cuentos:

- Ficción
 - Algunos cuentos parten de hechos reales o se ubican en escenarios reales, siempre su principal componente debe ser ficcional, eso lo recorto y separa de la realidad.
- Línea argumentar
 - Todos los hechos narrados en el cuento se entrelazan en una sola sucesión; en la novela puede existir relatos subsidiarios.

- Breve
 - Dado que se trata de una estructura más bien simple, se desarrolla normalmente en unas pocas carillas.
- Personaje principal
 - Si bien puede haber personajes, solo uno es el centro y todo de la historia.
- Unidad de efecto
 - Los cuentos están concebidos para ser leídos de principios a fin sin interrupciones, para poder transmitir el ritmo que el autor eligió.
- Estructura en secuencia
 - Para ir creando los climas y construyendo los personajes, necesariamente hay que ir armando fragmentos o secuencias descriptivas y explicativas.
- Relato por la figura del narrador
 - Esta figura es muy importante; en general se recurre al narrador omnisciente, que conoce todo acerca de la historia y de los personajes y hablan en tercera persona. También es común el narrador protagonista, que habla desde su lugar, en primera persona. Otras opciones son el narrador observador, que actúa como una cámara que ve cierto aspecto de la situación, o el narrador personaje secundario.

- Generar tensión narrativa
 - Es deseable que quien lee no puede “cerrar el libro” y ponerse a hacer otra cosa. El buen cuento debe captar al lector desde la primera línea y mantenerlo en vilo hasta el final, en un mundo irreal que ha ido construyendo en su mente gracias a esa lectura.
- Existen distintos tipos de cuentos
 - Los cuentos pueden abarcar una infinidad de temáticas: Desde fantásticos o de amor, hasta de suspenso y horror.
- Suele publicarse como antología
 - Las antologías son colecciones de fragmentos de obras escritas por un mismo autor o por varios distintos, seleccionadas sobre la base de algún criterio.

Tipos de cuentos

Se divide en dos categorías:

- Cuento popular
 - Narra hechos ficticiales y a veces presenta los detalles de manera diferente, pero mantiene su esencia a menudo no se conoce autor. Algo que los caracteriza es su transmisión en forma oral, lo que abre la posibilidad de que se produzca algunas variaciones a lo largo del tiempo. Esto es lo que típicamente ocurre con los cuentos infantiles.

- Cuento literario
 - Es siempre plasmado como un texto escrito, cuidadosamente elaborado y sin margen para el cambio. Es el producto de un riguroso trabajo de un escritor concreto, que crea o recrea una historia, para la que planifica su texto y le imprime su impronta de ritmo y estilo.

Otro género que se puede encontrar a parte de los ya mencionados es el siguiente:

- Cuentos para niños
 - Los cuentos para niños no son en si un tipo de cuento, ya que pueden ser cuentos populares o literarios. Sin embargo, tiene una gran relevancia en el proceso de aprendizaje, ya que estimulan la imaginación con el uso de imágenes y suelen dejar un mensaje ejemplarizante.

Ilustración

Se define como la fotografía, dibujo o lámina que se coloca en un texto o impreso para representar gráficamente lo expuesto, ejemplificarlo o hacer más atractivo el resultado.

Tipos de ilustración

- Ilustración artística
 - Es aquella que tiene que cumplir con el objetivo contemplativo siempre desde una perspectiva personal.
- Ilustración comercial
 - Es aquella que acompaña a un determinado anuncio, a un producto o a un servicio, con el objetivo de darle mayor difusión posible.
- Ilustración editorial
 - Se define como al dibujo o imagen que adorna o documenta el texto de un libro o dicho de esta forma al componente gráfico que complementa o realza un texto.
- Ilustración infantil o juvenil.
 - Obras de creación para acompañar a textos en cuentos, libros impresos o digitales para niños y jóvenes. Abarca un gran campo en el que se toma en cuenta la edad de los lectores y la categoría de las historias. La ilustración infantil debe ser clara y legible además de tener una unidad con el tema o argumento de acuerdo con la obra.

Tendencias 2020

Portadas

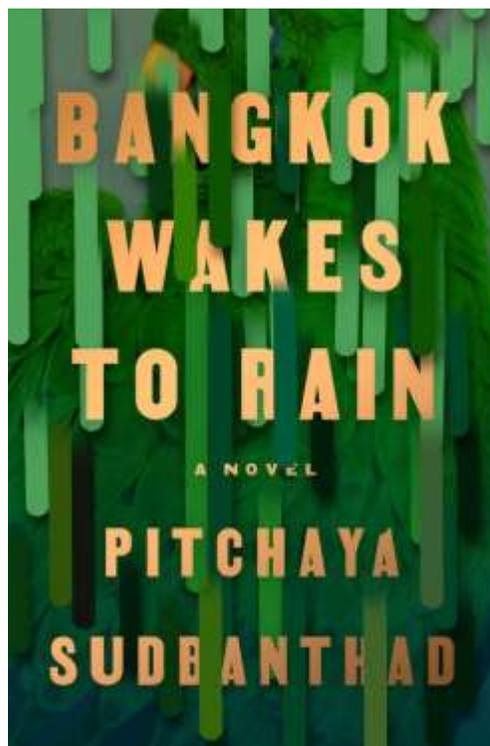
1. Tipo distintivo portadas de libros: Una tipografía fuerte y única es imprescindible este año. Puede optar por crear obras de arte que utilicen sus habilidades de escritura a mano o crear su propia familia de fuentes. El título debe destacar y crear una conexión fuerte con su obra de arte.



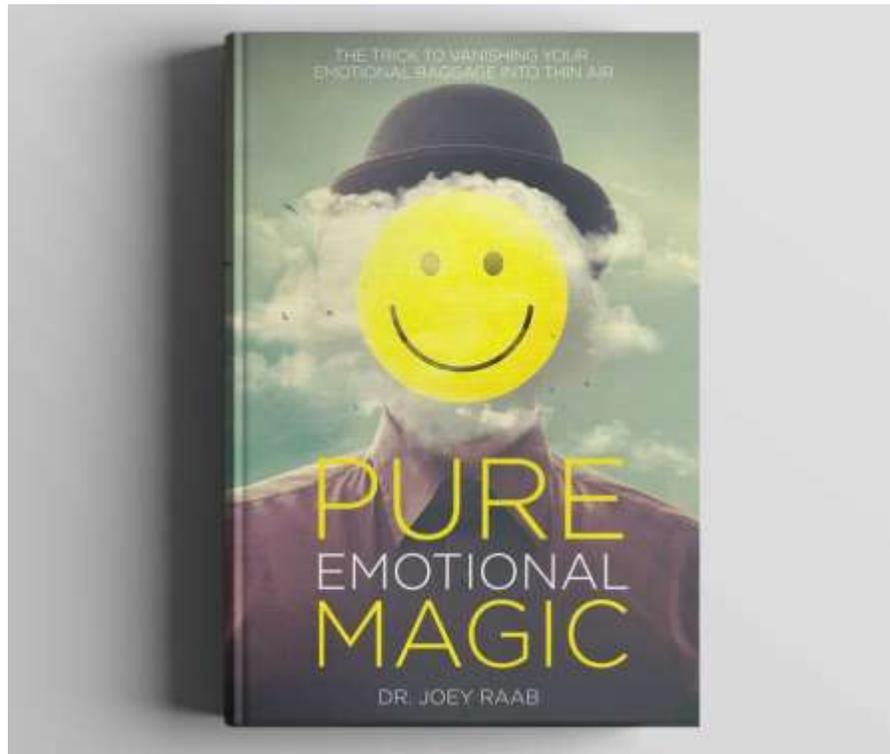
2. Cubiertas de libros ilustrados delicadamente: Cambio de regreso a los clásicos, portadas con excelentes ilustraciones y un enfoque de tipografía manuscrita.



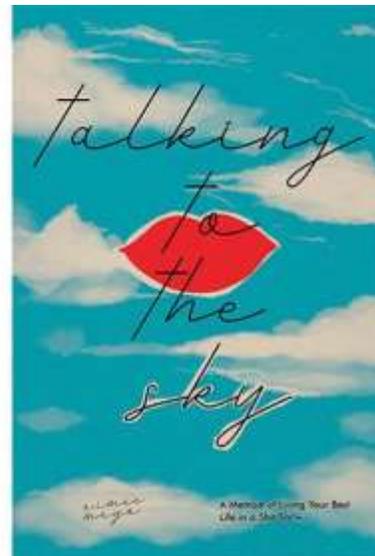
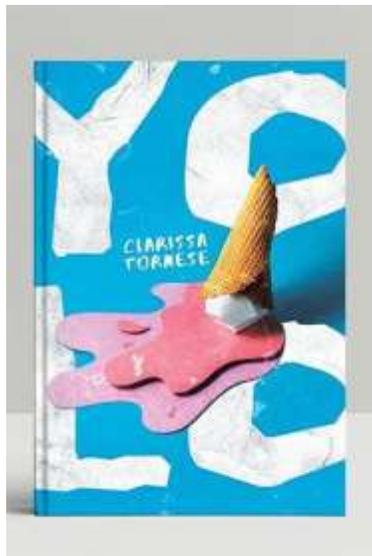
3. Cubiertas de libros con textura: Se está viendo más cubiertas que juegan con la textura para crear cubiertas táctiles, incluso cuando se ven en una pantalla. Estas cubiertas a menudo tienen una profundidad que supere la ilustración y la fotografía.



4. Fotografía creativa: La fotografía puede ser un elemento desafiante para integrarse en el diseño de la portada del libro. Incluso cuando se comienza con una imagen fuerte, puede perder su impacto cuando se combina con el tipo. Pero recientemente, se ha estado experimentado con nuevas formas de presentar fotografías.



5. Collages recortables de papel: Los collages de 2020 no tienen nada que ocultar. Se mezclan imágenes que claramente no pertenecen al mismo universo, como ilustraciones y fotografías. Al deshacerse de la manipulación de fotos sin interrupciones, dejan imágenes con los bordes angulares y los contornos blancos que provienen de cortes y pegados rápidos y sucios. El efecto es dividir la línea entre contrastes y armonía, se unen estos elementos dispares en una especie de belleza asincrónica.



Tipografía

1. Euclid: Aunque este tipo de fuente no viene en el paquete básico de los programas de edición, ni es gratuita, será beneficiosa por su simplicidad y diseño atractivo.

Además, es usada por muchas agencias de branding y de publicidad mundiales, pues tiene el mejor acabado geométrico.

Euclid

2. Recortes y superposición de las fuentes tipográficas de diseño gráfico: Es una excelente manera de incorporar imágenes o patrones interesantes para superponer textos. Además, le da al diseño un efecto tridimensional sin tener que hacer nada demasiado elegante.



Ilustración de personajes

1. Ilustración geométrica: Los diseños geométricos funcionan de igual manera en el minimalismo como en ilustraciones más complejas.



2. Ilustración a mano: Este tipo de ilustraciones da un toque natural y humano.



3. Collage: Esta técnica juega con diversas texturas y distintas ilustraciones para explotar su creatividad, creando un objeto abstracto de varias capas.

