

FACULTAD DE CIENCIAS

DE LA COMUNICACIÓN

DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR A LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD, ACERCA DEL REGLAMENTO DE USO EN LOS LABORATORIOS DE LOS COLEGIOS AFILIADOS DE TECNIKIDS. GUATEMALA, GUATEMALA 2016.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Alba Ester Palacios Sánchez

12002390

Para optar el titulo de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Guatemala, 2016.

FACULTAD DE CIENCIAS

DE LA COMUNICACIÓN

DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR A LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD, ACERCA DEL REGLAMENTO DE USO EN LOS LABORATORIOS DE LOS COLEGIOS AFILIADOS DE TECNIKIDS. GUATEMALA, GUATEMALA 2016.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Alba Ester Palacios Sánchez

12002390

Para optar el titulo de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Guatemala, 2016.

Autoridades de Universidad Galileo

Rector.:

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora:

Dra. Mayra de Ramírez

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. MsC. Rualdo Anzueto

Sinopsis

La empresa TECNIKIDS no cuenta con materiales impresos para informar a los niños sobre el reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados a Tecnikids. Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar materiales impresos para informar a los niños de 4 a 12 años de edad, acerca del reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados de Tecnikids. Guatemala 2016.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la precepción del grupo objetivo conformado por (Niños y Niñas de 4 a 12 años de edad) y expertos en las áreas de comunicación y diseño. El resultado obtenido fue el diseño de materiales impresos para informar a los niños de 4 a 12 años de edad, acerca del reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados de Tecnikids. Guatemala, Guatemala 2016.

Para efectos legales únicamente la actora es responsable del contenido de este proyecto.

Guatemala 24 de abril del 2015

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 MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR A LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD, ACERCA DEL REGLAMENTO DE USO EN LOS LABORATORIOS DE LOS COLEGIOS AFILIADOS DE TECNIKIDS. GUATEMALA, GUATEMALA 2016.

Asimismo solicito que la Licda. Wendy Franco sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

Alba Ester Palacios Sánchez
12002390

Licda. Wendy Franco
Asesora

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 11 de mayo del 2015

Señorita
Alba Ester Palacios Sánchez
Presente

Estimada Señorita Palacios:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado:

DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR A LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD, ACERCA DEL REGLAMENTO DE USO EN LOS LABORATORIOS DE LOS COLEGIOS AFILIADOS DE TECNIKIDS. GUATEMALA, GUATEMALA 2016

Asimismo, se aprueba a la Licda. Wendy Franco como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 01 de diciembre de 2015

Licenciado
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 MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR A LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD, ACERCA DEL REGLAMENTO DE USO EN LOS LABORATORIOS DE LOS COLEGIOS AFILIADOS DE TECNIKIDS. GUATEMALA, GUATEMALA 2016.** Presentado por la estudiante **ALBA ESTER PALACIOS SÁNCHEZ** con número de carné **12002390**, 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,

Licda. Wendy Franco
Asesora

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 31 de marzo de 2016

Señorita
Alba Ester Palacios Sánchez
Presente

Estimada Señorita Palacios:

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, 1 de junio de 2016.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR A LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD, ACERCA DEL REGLAMENTO DE USO EN LOS LABORATORIOS DE LOS COLEGIOS AFILIADOS DE TECNIKIDS. GUATEMALA, GUATEMALA 2016,*** de la estudiante Alba Ester Palacios Sánchez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.

Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquèz

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 08 de junio del 2016

Srita.
Alba Ester Palacios Sánchez
Presente

Estimada Srita. Palacios:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR A LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD, ACERCA DEL REGLAMENTO DE USO EN LOS LABORATORIOS DE LOS COLEGIOS AFILIADOS DE TECNIKIDS. GUATEMALA, GUATEMALA 2016.** Presentado por la estudiante **Alba Ester Palacios Sánchez**, 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. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Índice

Capítulo I:

1.1 Introducción 1

Capitulo II:

Problemática

2.1 Contexto 3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño 5
2.3 Justificación 5
2.3.1 Magnitud 6
2.3.2 Vulnerabilidad 6
2.3.3 Trascendencia| 7
2.3.4 Factibilidad 7
2.3.4.1 Recursos Humanos 7
2.3.4.2 Recursos Organizacionales 7
2.3.4.3 Recursos Económicos 7
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos ..... 7 - 8

Capítulo III: Objetivos de diseño.

3.1 Objetivo general 9
3.2 Objetivos específicos 9

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1Información general del cliente 10
4.1.1 Antecedentes 10
4.1.2 Oportunidad Identificada 10
4.1.3 Misión 11
4.1.4 Visión 11
4.1.5 Valores 11
4.1.6 Grupo Objetivo 12
4.1.7 Posicionamiento 12
4.1.8 Factores de diferenciación 12
4.1.9 Objetivo de mercado 12
4.1.10 Objetivo de comunicación 12
4.2 Organigrama 13
4.3 Foda 14

Capítulo V:

Definición del grupo objetivo 15

5.1 Perfil geográfico 15
5.2 Perfil demográfico 16
5.3 Perfil psicográfico ..... 17 - 18

5.4 Perfil conductual 19

Capítulo VI:

Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con producto o servicio

6.1.1 Tecnikids 20
6.1.2 Empresa 20
6.1.3 Empresa Pública 20
6.1.4 Empresa Privada 21
6.1.5 Colegios 21
6.1.6 Colegios Públicos 22
6.1.7 Colegios Privados 22
6.1.8 Educación 22
6.1.9 Enseñanza 23
6.1.10 Servicio 23
6.1.11 Tecnología 24
6.1.12 Tecnología Educativa 25
6.1.13 Robótica Educativa 25
6.1.14 Metodología del aprendizaje 26
6.1.15 Proceso de Aprendizaje 26
6.1.16 Materiales Impresos 27
6.1.17 Niños 27
6.1.18 Docentes y Maestros 28

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con comunicación y diseño

6.2.1 Comunicación

6.2.1.1 Comunicación 29
6.2.1.2 Tipos de comunicación 30
6.2.1.3 Proceso de comunicación 31
6.2.1.4 Elementos de comunicación 32
6.2.1.5 Formas de comunicación 32
6.2.1.6 Lenguaje ..... 33 – 34
6.2.1.7 Medios de comunicación 35

6.2.2 Diseño
6.2.2.1 Diseño 36
6.2.2.2 Gráfico 37
6.2.2.3 Diseño Gráfico 37
6.2.2.4 Diseño Editorial 38
6.2.2.5 Objetivos y elementos del diseño editorial 39
6.2.2.6 Función del diseño editorial 39
6.2.2.7 Diagramación 40
6.2.2.8 Forma, Línea, Plano 41
6.2.2.9 Material Impreso (Afiches) 42
6.2.2.10 Afiches 42- 43
6.2.2.11 Piezas Gráficas 43
6.3 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias
6.3.1 Ciencias Auxiliares
6.3.1.1 Semiología 44
6.3.1.2 Semiótica Visual ..... 44 - 45
6.3.1.3 Psicología del color ..... 45 – 47
6.3.1.4 Pedagogía ..... 47 - 48
6.3.1.5 Psicología del consumidor ..... 48 - 49
6.3.1.6 Informática ..... 49 - 50
6.3.1.7 Tecnología educativa ..... 50 - 51
6.3.1.8 Sociología 51
6.3.1.9 Sociología de la educación ..... 51 – 53
6.3.1.10 Cibernética ..... 53 - 54
6.3.2 Artes
6.3.2.1 Tipografía ..... 54 - 55
6.3.2.2 Ilustración ..... 55 - 56
6.3.2.3 Maquetación (Materiales impresos) 56
6.3.3 Teorías
6.3.3.1 Teoría Gestalt ..... 57 - 58
6.3.3.2 Teoría del color 58
6.3.3.3 Círculo cromático ..... 58 – 59
6.3.3.4 Teoría de la comunicación ..... 59 – 60

6.3.3.5 Semiótica ..... 60 – 61

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Tendencias del diseño gráfico ..... 61 – 62

6.3.4.2 Tendencia de la comunicación ..... 63 – 65

6.3.4.3 Tendencia de la tipografía ..... 65 - 66

6.3.4.4 Estilo gráfico ..... 66 - 67

6.3.4.5 Minimalismo 67

Capítulo VII:

Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico 68
7.1.2 Aplicación de la comunicación 68
7.1.3 Aplicación del diseño editorial 68
7.1.4 Aplicación del diseño gráfico 69
7.1.5 Aplicación de materiales impresos 69
7.1.6 Aplicación de diagramación 69
7.1.7 Aplicación de tipografía 69
7.1.8 Aplicación de la semiología 70
7.1.9 Aplicación de la psicología del color 70
7.1.10 Aplicación de la sociología de la educación 70
7.1.11 Aplicación de la pedagogía 70
7.2 Conceptualización 71
7.2.1 Método 71
7.2.2 Aplicación del método 72
7.2.3 Definición del concepto 73
7.3 Bocetaje 74
7.3.1 Descripción de la propuesta 75
7.3.2 Tabla de requisitos 75
7.3.3 Bocetaje del material 76
7.3.3.1 Boceto a crayón (Pieza1) Reglas del laboratorio Pre primaria 76
7.3.3.2 Boceto a crayón (Pieza 2) Primaria 77
7.3.3.3 Boceto a crayón (Pieza 3) Partes de la computadora 78
7.3.3.4 Boceto a crayón (Pieza 4) Softwares 79
7.3.3.5 Boceto a crayón (Pieza 5) Buscadores web 80
7.3.3.6 Digitalización de bocetos 81
7.3.3.7 Digitalización (Pieza 1) Reglas del laboratorio Pre primaria 81
7.3.3.8 Digitalización (Pieza 2) Primaria 82
7.3.3.9 Digitalización (Pieza 3) Partes de la computadora 83
7.3.3.10 Digitalización (Pieza 4) Softwares 84
7.3.3.11 Digitalización (Pieza 5) Buscadores web 85
7.4 Propuesta preliminar 86
7.4.1 Digital Reglas del laboratorio (Pieza 1) Pre primaria 86

7.4.4 Digital Reglas del laboratorio (Pieza 2) Primaria 87
7.4.7 Digital Partes de la computadora (Pieza 3) 88
7.4.10 Digital Softwares (Pieza 4) 89
7.4.13 Digital Buscadores web (Pieza 5) 90

Capítulo VIII:

Validación técnica

8.1 Población y muestreo ..... 91 - 92
8.1.1 Validación del cliente 92
8.1.2 Validación del grupo objetivo 92
8.1.3 Validación de profesionales en el área de comunicación y diseño 93
8.2 Método e Instrumentos 94
8.2.1 Herramienta de validación ..... 95 – 98
8.2.2 Herramienta de validación del grupo objetivo ..... 99 – 101
8.3 Interpretación de resultados 102
8.3.1 Gráficas Expertos y Cliente 102
8.3.2 Parte objetiva ..... 102 – 107
8.3.3 Parte semiológica ..... 108 – 112
8.3.4 Parte operativa ..... 113 – 117
8.3.5 Gráficas grupo objetivo ..... 118 – 127
8.4 Cambios en base a los resultados 128
8.4.1 Sugerencias de cambio ..... 129 - 132

Capítulo IX:

9.1 Propuesta gráfica final 133
9.1.1 Reglas del laboratorio (Pre primaria) 133
9.1.2 Reglas del laboratorio (Primaria) 134
9.1.3 Partes de la computadora 135
9.1.4 Buscadores web 136
9.1.5 Softwares 137

Capítulo X:

Producción, Reproducción y Distribución

10.1 Plan de costos de elaboración ..... 138 - 139
10.2 Plan de costos de producción ..... 139 - 140
10.3 Plan de costos de reproducción 140
10.4 Plan de costos de distribución 141

10.5 Cuadro de resumen de costos 141

Capítulo XI:

Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones..... 142

11.2 Recomendaciones 143

Capítulo XII:

12.1 Conocimiento general..... 144 – 146

Capítulo XIII:

Referencias

13.1 Referencias 145

13.1.1 Libros..... 145 – 148

13.1.2 Sitios web ..... 148 – 157

Capítulo XIV:

Anexos

14.1 Anexo 01

14.1.1 Brief del cliente ..... 158 – 160

14.2 Anexo 02

14.2.1 Tabla multivex..... 161

14.3 Anexo 03

14.3.1 Encuesta para conocer el perfil psicográfico y conductual ..... 162 – 164

14.4 Anexo 04

14.4.1 Evidencia fotográfica del proceso de validación

(Expertos y Cliente)..... 165 – 166

14. 5 Anexo 05

14.5.1 Evidencia fotográfica del proceso de validación

(Grupo objetivo) ..... 167 – 169

14.6 Anexo 06

14.6.1 Cotizaciones..... 170 – 172

14.7 Anexo 07
14.7.1 Propuestas de Bocetaje realizados previo a validación .....173 - 181
14.8 Anexo 08
14.8.1 Propuestas de digitalización de bocetos ..... 182 – 191
14.9 Anexo 09
14.9.1 Propuestas Digitales realizados previo a validación.....192 - 201

Capítulo 1

Introducción

Capítulo I

1.1 Introducción

Este proyecto de graduación tiene como finalidad darle solución a un requerimiento de comunicación y diseño, encontrado en Tecnikids Guatemala. Tecnikids es una empresa privada que presta soluciones y servicios en educación tecnológica. Al inicio, la empresa únicamente prestaba servicios de asistencia técnica, vendiendo equipo de cómputo y dando mantenimiento a las mismas.

Tecnikids se abre con una patente de comercio en el año 2000, ofrece servicios y soluciones por medio de la informática.

Actualmente Tecnikids presta soluciones en el área tecnológica, cubre la materia de informática en todos los niveles. Ofrece todo el soporte metodológico, académico y técnico. Tecnikids solicitó que se harán materiales impresos para que los alumnos se puedan informar a través de este material y aplicar el reglamento de uso en los laboratorios en los diferentes centros educativos.

Por ende, se procede a la realización de este proyecto que lleva como nombre: DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR A LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD, ACERCA DEL REGLAMENTO DE USO EN LOS LABORATORIOS DE LOS COLEGIOS AFILIADOS DE TECNIKIDS. GUATEMALA, 2016. Algunos objetivos son: investigar sobre los temas relacionados con diseño editorial, además de recopilar información y la realización de dibujos para los materiales impresos, para facilitar la comprensión del reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados a Tecnikids.

El aspecto de composición visual, uso de signos, psicología del color, tipografía y elementos del diseño editorial como la diagramación y retículas, son importantes a tomar en cuenta, para captar la atención del grupo objetivo. Se utilizó el método de investigación acerca de distintos conceptos de elementos y ciencias auxiliares que respaldan el proyecto.

Un método generador de ideas que proporciona una serie de palabras inspiradas en el tema y su relación con el entrono, es el "mapa mental", que fue indispensable para la creación del concepto. Posteriormente se realizaron diversos bocetos para una propuesta preliminar del "Material impreso".

Para realizar un proyecto eficiente y funcional fue necesaria la utilización de la validación técnica, con base a una encuesta presentada al cliente, expertos en comunicación y diseño, y grupo objetivo. El número total de encuestados fue de 31 personas.

En conclusión, se realizó un material informativo impreso para estudiantes de nivel pre primaria y primaria, con el propósito de contribuir a su proceso de formación académica.

Capítulo II

Problemática

Capítulo II

Problemática

TECNIKIDS nació en el año 1994, es una empresa privada que presta soluciones y servicios en educación tecnológica. Al inicio, la empresa únicamente prestaba servicios de asistencia técnica, vendiendo equipo de computo y dando mantenimiento a las mismas.

Actualmente Tecnikids presta soluciones en el área tecnológica, cubriendo la materia de informática en todos los niveles. Ofreciendo todo el soporte metodológico, académico y técnico.

Tecnikids solicitó que se harán materiales impresos para informar a los niños de 4 a 12 años de edad, acerca del reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados de Tecnikids. Guatemala.

2.1 Contexto

TECNIKIDS nació en el año 1994, es una empresa privada que presta soluciones y servicios en educación tecnológica. Al inicio la empresa únicamente prestaba servicios de asistencia técnica, vendiendo equipo de cómputo y dando mantenimiento a las mismas.

Tecnikids se abre con una patente de comercio en el año 2000, ofreciendo servicios y soluciones por medio de la informática.

Actualmente Tecnikids presta soluciones en el área tecnológica, cubriendo la materia de informática en todos los niveles. Ofreciendo todo el soporte metodológico, académico y técnico.

La empresa se basa en la reforma educativa y con el nuevo CNB se crea las mallas curriculares para cada nivel. La empresa recluta personal docente capacitado en el área de informática con especialidad en los diferentes niveles, tanto para grados de pre- escolar en los que se buscan perfiles de instructores con experiencia en este área y que también sean especializados en el área tecnológica. La empresa ofrece cubrir los contenidos establecidos por el ministerio de Educación y se acopla a las necesidades y demandas del colegio.

Tecnikids es una empresa guatemalteca, orientada a brindar soluciones en materia de tecnología educativa, a través de asesoría y servicio personalizado con talento humano de excelencia. Nuestros programas y productos educativos se encuentran en constante innovación para fomentar el desarrollo de las potencialidades de nuestros clientes. Tecnikids ofrece un programa educativo integral dirigido a estudiantes de todos los niveles, que incorpora las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el plan de estudios. Con el objetivo de colaborar en el desarrollo de competencias en los diferentes campos formativos y en la adquisición de habilidades relacionadas con la tecnología, por medio de la aplicación de una metodología probada por más de 20 años y una serie de actividades y recursos didácticos para escuela y casa, diseñados para apoyar el proceso de enseñanza aprendizaje. El Programa de Informática y Tecnología (PIT) ofrece una forma diferente e innovadora de enseñar y aprender el uso de las nuevas tecnologías para el desarrollo de las competencias educativas, ya que cuenta con una herramienta de software que facilita el aprendizaje. Al mismo tiempo ofrece la robótica educativa, como un nuevo grupo de conocimientos y como complemento tecnológico para las aulas, consiste en crear un ambiente de aprendizaje dinámico y multidisciplinario.

Actualmente Tecnikids se enfrenta a la problemática de no contar con materiales impresos para promover sus servicios en los centros educativos de la ciudad de Guatemala.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

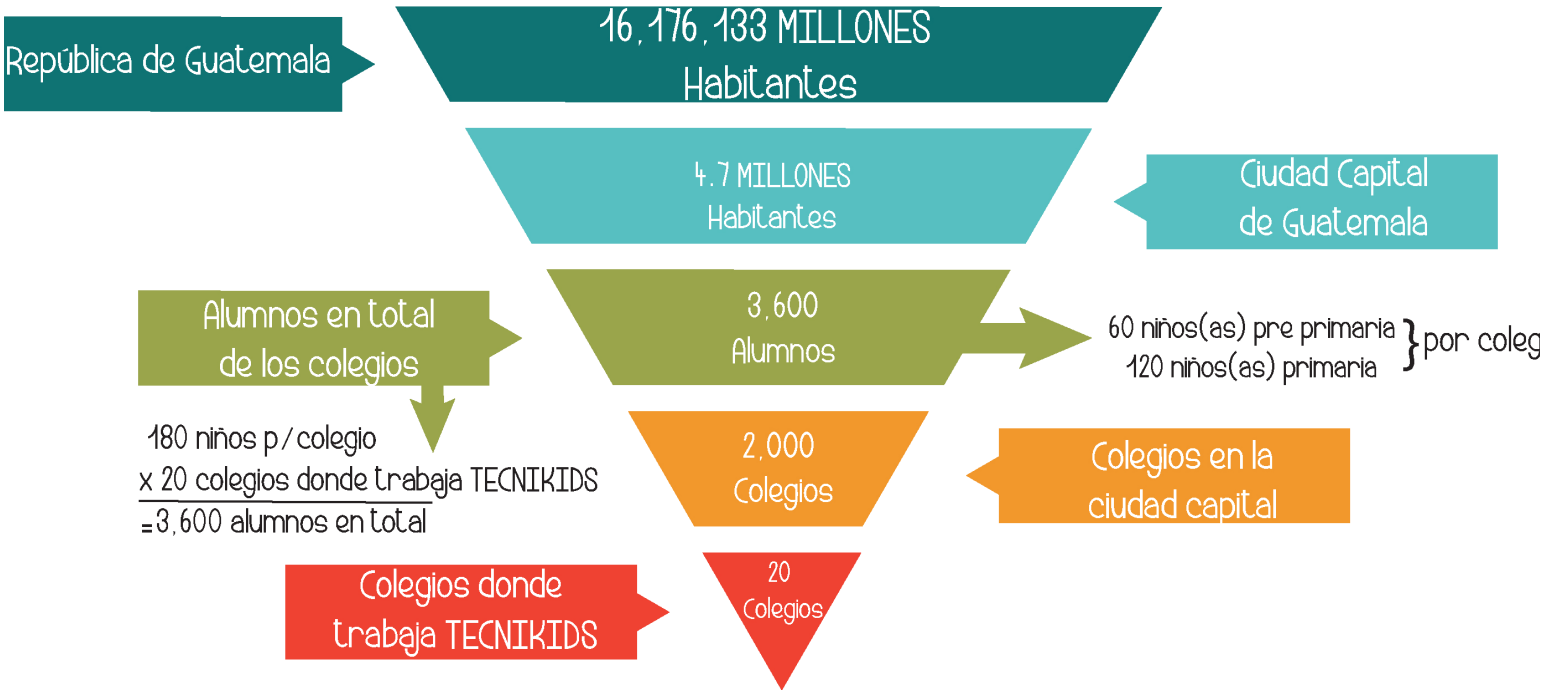
La empresa TECNIKIDS no cuenta con materiales impresos para informar a los niños de 4 a 12 años edad, acerca del reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados de Tecnikids.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador - comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) transcendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad. (se despejan todas y cada una de las variables

2.3.1 Magnitud

Según el (Instituto Nacional de Estadística, 2015) indica que Guatemala cuenta con una población de 16,176,133 millones de habitantes y con 4.7 millones de habitantes en la ciudad capital de Guatemala. Explicando así (Enríquez, Ranking de colegios, 2015) que en la ciudad capital de Guatemala hay 2,000 colegios, en la que Tecnikids trabaja con 20 colegios.



2.3.2 Vulnerabilidad

Tecnikids no posee materiales impresos en los laboratorios de computación, lo que hace que los estudiantes, catedráticos y padres de familia no conozcan el reglamento que indica tecknikids a los diferentes colegios.

2.3.3 Trascendencia

A través de la implementación de materiales informativos impresos, los alumnos, catedráticos y padres de familia, puedan familiarizarse con los servicios que ofrece tecnikids a los colegios. Permitiendo así que la empresa se destaque como tal.

2.3.4 Factibilidad: Finalmente los recursos utilizados para realizar el proyecto son:

2.3.4.1 Recursos Humanos

Tecnikids cuenta con el factor humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento la experiencia y las habilidades para el manejo, funcionamiento de los demás recursos, lo que da la posibilidad de desarrollar las funciones que desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

El Director de Tecnikids está dispuesto a brindarme toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos

Tecnikids cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto. Tomando en cuenta la impresión del material gráfico y su instalación en cada uno de los colegios.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

La organización cuenta con el siguiente equipo:

- Pantallas interactivas con tecnología multi – touch,
- Pantallas LED de alta definición.

Asimismo, para la realización del proyecto se cuenta con el siguiente equipo:

- Laptop MacBook Pro
- Hardware y Software
- Programas Adobe: Ilustrator y Photoshop

Capítulo III

Objetivos de diseño

Capítulo III

Objetivos del diseño

3.1 Objetivo General

Diseñar materiales impresos para informar a los niños de 4 a 12 años de edad, acerca del reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados de Tecnikids. Guatemala.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Investigar los temas relacionados con diseño editorial, que permita la correcta elaboración del materiales impresos para los centros educativos Tecnikids.

3.2.2 Recopilar información acerca de los cursos que imparte Tecnikids, para implementar la información en los materiales impresos.

3.2.3 Realizar los dibujos de los materiales impresos, para atraer la atención de los niños de los colegios afiliados de Tecnikids.

3.2.4 Diagramar los formatos de los materiales impresos, que facilite la comprensión del reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados de Tecnikids.

Capítulo IV

Marco de Referencia

Capítulo IV

4.1 Información general del Cliente (BRIEF)

Nombre del cliente (Empresa): TECNIKIDS

Dirección: 4ta calle 32-79 Utatlán 2, zona 11

Email: Guatemala@tecnikids.com

Teléfono: 23892323

Contacto en la empresa: Jaime Morales

Puesto: Director Académico

Celular: 55108339

4.1.1 Antecedentes

TECNIKIDS nació en el año 1994, es una empresa privada que presta soluciones y servicios en educación tecnológica. Al inicio, la empresa únicamente prestaba servicios de asistencia técnica, vendiendo equipo de cómputo y dando mantenimiento a las mismas.

Tecnikids se abre con una Patente de Comercio en el año 2000, ofreciendo servicios y soluciones por medio de la informática.

Actualmente Tecnikids presta soluciones en el área tecnológica, cubriendo la materia de informática en todos los niveles. Ofreciendo todo el soporte metodológico, académico y técnico.

4.1.2 Oportunidad Identificada

Robótica educativa, como nuevo grupo de conocimientos y como complemento tecnológico para las aulas, consiste en crear un ambiente de aprendizaje dinámico y multidisciplinario.

4.1.3 Misión

Somos una empresa guatemalteca orientada a brindar soluciones en materia de tecnología educativa. A través de asesoría y servicio personalizado con talento humano de excelencia. Nuestros programas y productos educativos se encuentran en constante innovación para fomentar el desarrollo de las potencialidades de nuestros clientes.

4.1.4 Visión

Ser la empresa líder que brinde asesorías y soluciones integradas a nuestros clientes en Guatemala, El Salvador, Honduras, Panamá y México; en programas de educación y tecnología.

4.1.5 Valores

Nuestro método hace el recorrido inverso a las metodologías tradicionales. Adolescentes con personalidad comienzan el proceso del aprendizaje desde abajo, desde la experiencia, hacia arriba, hasta llegar a los conceptos teóricos. Partiendo de experiencias que se desarrollan a través del cine, establecemos las líneas teóricas desde las que comienzan el aprendizaje. De esta manera, la comprensión de los conceptos es mas viva y eficaz. Los contenidos que trabajamos son transversales respecto a las materias curriculares de una gran variedad de asignaturas como: ciudadanía, ética, psicología, educación audiovisual, y también tutorías, orientación educativa u hora guía, entre otras. La estructuración de los elementos de una unidad didáctica busca que el alumno comprenda con profundidad los conceptos que se transmiten, solo así podrá aceptarlos y mas tarde ponerlos en practica para

sus propios medios. De este modo, se articula un aprendizaje en tres fases conocidas como las tres haches: Head, Heart y Hand (cabeza, corazón y mano).

4.1.6 Grupo objetivo

Niñas y Niños desde los 4 a los 12 años

Principal Beneficio al Grupo objetivo

Enseñar a través de un método más tecnológico

Competencia

No tiene competencia

4.1.7 Posicionamiento

Tecnikids es una empresa que presta servicios en el área de tecnología, cubriendo la materia de informática en todos los niveles. Ejercer todo el soporte metodológico, académico y técnico.

4.1.8 Factores de diferenciación

La empresa obtiene pizarras digitales interactivas, que surgen de dotar de tecnología táctil, multi touch a pantallas LED de alta definición.

4.1.9 Objetivo de mercadeo

Como institución vender a mas colegios sobre el programa de informática y tecnología, asimismo abrir nuestro campo a más instituciones.

4.1.10 Objetivo de comunicación

EL aprendizaje a través de ello se instruye a los alumnos para lograr alcanzar sus objetivos.

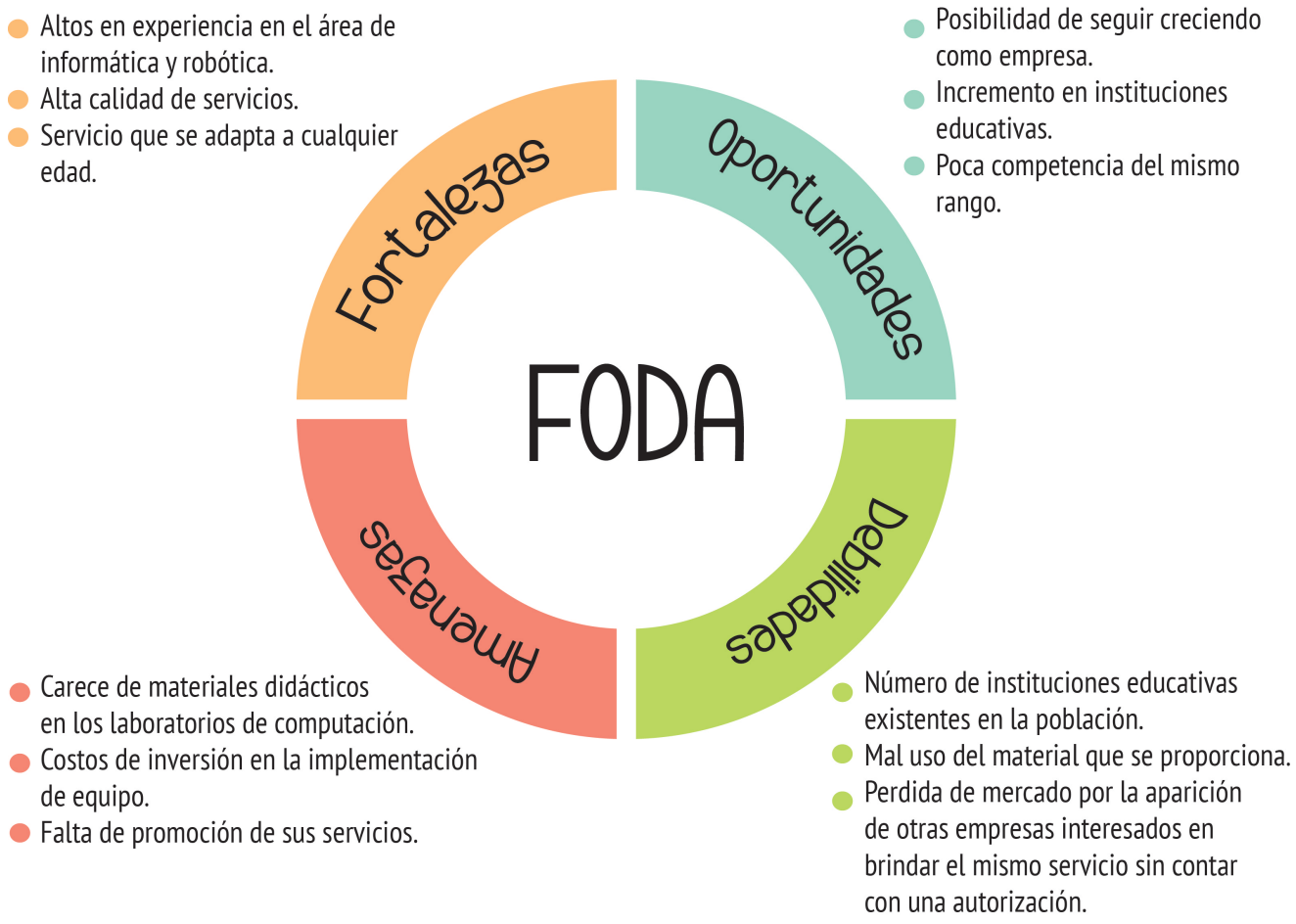
(Ver anexo 01, Brief del cliente, página #171-173)

4.2 Organigrama de la Empresa



4.3 FODA

El foda es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto del estudio de la empresa, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acorde con los objetivos.



Capítulo V

Definición del grupo objetivo

Capítulo V

Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo a quienes va dirigido este proyecto es para los estudiantes de preprimaria y primaria de los colegios de la ciudad capital de Guatemala.

5.1 Perfil geográfico

- Colegios afiliados de Tecnikids y sus zonas:

  - Instituto María Auxiliadora: 5A Av 6-12 Z-9 Guatemala, Guatemala
  - Liceo Salesiano: 9 avenida 40-10 zona 8, Guatemala
  - Colegio Nueva vida: 4 calle 0-23 zona 9
  - Colegio Nuevos horizontes: Bulevar sur 13-57 zona 8 de Mixco
  - Colegio Trozos: 30 avenida 5-95 zona 11, Majadas
  - Colegio Cristiano Bilingüe Verbo: 27 Av. 8-36 Z.4 Mixco, El Naranjo
  - Colegio Howard Garden: 2da. Calle 32-88 Zona 7, Colonia Toledo
  - Colegio kids corner: SECTOR B-3 MANZ I LOTE 1 Z-8 MIXCO CIUDAD SAN CRISTOBAL Guatemala, Guatemala
  - Colegio Tools for life:
  - Colegio Magic book: 21 ave. 0-26 zona 15, VH II
  - Colegio Semillas de amor: 5 C 16-15 Z-6 Guatemala, Guatemala
  - Liceo Cristiano Luz y vida: 11 avenida 8-17 zona 7 colonia quinta Samayoa Guatemala
  - Colegio hispanoamericano: 2 C 7-11 Zona 1
  - Colegio Educativo Lincoln: 1 Calle 5-44 zona 1
  - Colegio Cristiano Elim: 03 Ave. 11-42 Zona 03 de Mixco, Colonia el Rosario
  - Centro Educativo Entre Valles: Km. 18.8 Carretera a El Salvador
  - Colegio Católico San Pablo: 14 calle 3-34 zona 1, Guatemala
  - Colegio Mixto Belén: 6ta. Avenida 0-79 Zona 19 Col. La Florida
  - Liceo Guatemala: 10 ave. 33-03, zona 5, Guatemala
  - Colegio la Educación: 7a. Avenida 3-20, Zona 19

- Población guatemalteca es de 15,47 millones de habitantes. (Datosmacro)

- Temperatura: Máxima 25 grados, Mínima 13 grados centígrados.

- La Ciudad está dividida en 25 zonas, entre ellas ubicados los colegios donde esta afiliado Tecnikids. Este plan urbanístico diseñado por el Ingeniero Raúl Aguilar Batres. (Guatecad, 2015)

5.2 Perfil Demográfico

Perfil Demográfico	
Nivel socioeconómico	B
Educación	Superior, Licenciatura
Género	Niños y Niñas
Edad	4 a 12 años
Desempeño	Propietario, Ejecutivos de alto nivel, profesional, comerciante
Ingresos familiares	Piso Q45 mil
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños,2 salas, pantry,alacena,1 estudio, área de servicio separada, garaje para 2-4 vehículos
Otras Propiedades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas
Personal de servicios	1-2 personas de tiempo completo, chofer
Educación Grupo	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero

Posesiones	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto
Bienes de Comodidad	2 tel. mínimo, cel. cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, máquinas de lavar, secar platos, ropa, computadora, internet, portón eléctrico, y todos los electrodomésticos
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior
Servicios Bancarios Financieros	2-3 ctas Q monetarias y ahorro, plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US$

(Ver anexo 02, Tabla multivex, pagina #174)

5.3 Perfil Psicográfico

Para conocer el perfil psicográfico y conductual del grupo objetivo, se utilizó de apoyo una encuesta, que fue respondida por 52 alumnos, con el propósito de obtener datos específicos sobre el grupo objetivo.

- Hábitos:
  - Su formación académica se realiza bajo un sistema de enseñanza – aprendizaje.
  - El aprendizaje se toma mas interesante cuando se realiza a través de diferentes actividades que les permitan salir de de su centro educativo.
- Hobbies:
  - Disfrutan de actividades que les permiten interactuar.
  - Salir a jugar y ver programas de televisión.
- Actividades:
  - Se interesan por las actividades como ir a concursos de robótica e ir a excursiones.
  - Son niños a los que les gusta realizar actividades en grupo.
  - Cuando el colegio realiza actividades especiales, prefieren involucrarse en juegos deportivos y excursiones fuera del colegio.
- Costumbres:
  - Utilizan los fines de semana para salir de paseo con sus amigos, los niños de 10 a 12 años, o realizan actividades familiares.
  - Acostumbran a ir al cine, parques temáticos y centros comerciales.
- Comportamiento Psicológico:
  - Son niños amigables, sociales que les gusta compartir con sus compañeros y familiares.

5.4 Perfil Conductual

Los alumnos con un nivel socioeconómico B y C+ poseen el siguiente perfil conductual.

- Comportamiento:
  - Los alumnos que aun no están familiarizados acerca de los servicios que ofrece tecnikids, y se sienten atraídos por lo que realizan, se les proporcionará en los laboratorios de computación, materiales informativos impresos.
- Personalidad:
  - Por la edad que atraviesan los estudiantes no se puede aún definir los rasgos de personalidad en ellos.
  - Se encuentra en la búsqueda de su propia identidad.
- Conducta:
  - Son inquietos, alegres, disfrutan de las actividades en grupo que les permiten disfrutar y compartir, muestran mayor interés en las materias de informática y robótica.

(Ver anexo 03, Encuesta de grupo objetivo, pagina #175-176)

Capítulo VI

Marco teórico

Capítulo VI

Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 TECNIKIDS

(TECNIKIDS, 2015) comparte que es una empresa guatemalteca orientada a brindar soluciones en materia de tecnología educativa. A través de asesoría y servicio personalizado con talento humano de excelencia. Nuestros programas y productos educativos se encuentran en constante innovación para fomentar el desarrollo de las potencialidades de nuestros clientes.

6.1.2 Empresa

Según los autores (PALLARES VILLEGAS, ROMERO BUJ, & HERRERA HERRERA, 2005) comunica que una empresa la consideran como un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado.

Una empresa es una organización con el fin de otorgar un servicio o bien a la sociedad. Desde el punto de vista de la economía, una empresa es la encargada de satisfacer las demandas del mercado.

6.1.3 Empresa Pública

Según (Bramble, Empresa Pública, 2015) expresa que una empresa pública es una empresa o negocio que es propiedad del pueblo o controlada por él, lo que normalmente significa la propiedad o el control del gobierno.

Una empresa pública es una organización hecha por el gobierno para prestar servicios públicos a los ciudadanos.

6.1.4 Empresa Privada

El sitio web (Bramble, Empresa Privada, 2015) indica que una empresa privada es una propiedad de particulares o controlada por ellos. Esto puede ser cualquier cosa, desde una propiedad única hasta la de grandes corporaciones que cotizan en bolsa. La empresa privada significa que no hay participación del control o de la propiedad gubernamental. Los propietarios eligen el consejo de administración de una empresa privada, y se dispersan los beneficios entre los propietarios o accionistas. El gobierno no tiene voz directa en el funcionamiento de la empresa. Este tipo de empresa es también conocido como libre empresa.

Una empresa privada es una empresa que se dedicada a los negocios cuyos dueños pueden ser organizaciones no gubernamentales, o que están conformadas por un número de dueños que no comercian públicamente.

6.1.5 Colegios

Según (ABC, Definición ABC, 2007), el término colegio define a todo establecimiento o institución en el cual se imparte algún tipo de enseñanza, pudiendo darse esta de modo público o privado. Un colegio es por lo general el lugar donde reciben los conocimientos los individuos considerados niños y adolescentes para la sociedad, aunque también hay colegios especializados en diferentes temas que pueden ser aprendidos a lo largo de toda la vida.

Un colegio es una institución, donde su principal objetivo es educar a los niños. También a instruir y transmitir la cultura.

6.1.6 Colegios Públicos

En la página (Colegios, 2004) explica que son los colegios públicos: son centros laicos financiados y gestionados por el gobierno con ayuda de las administraciones locales de

cada zona. La mayoría de estos centros imparten todos los niveles de educación básica y obligatoria (infantil, primaria, secundaria y bachillerato, aunque algunos centros delegan los ciclos superiores en institutos públicos).

Un colegio publico es identificado por su gratuidad, es decir los niños que asisten no pagan, ya que el estado se ocupa de mantener económicamente el establecimiento.

6.1.7 Colegios Privados

En el sitio web (Mejores, 2004), comparte que un colegio privado es una empresa privada de educación financiada exclusivamente por los padres de los alumnos. Tienen completa libertad de gestión y cierta libertad de currículum, dentro de los límites establecidos por el gobierno. Suelen impartir todos los niveles educativos aunque tienen libertad para limitarlo si así lo desean. El límite de plazas y el acceso a las mismas depende de los condicionantes y criterios establecidos por el propio colegio.

Un colegio privado es financiado por los padres de los alumnos abonando una cuota mensual para que los niños puedan asistir.

6.1.8 Educación

Según (Landivar, 2015), comunica que la educación es el proceso que aspira a preparar las generaciones nuevas para reemplazar a los adultos que, naturalmente se van retirando de las funciones activas de la vida social. La educación realiza la conservación y transmisión de la cultura a fin de asegurar su continuidad. Lo que se procura transmitir es el acervo funcional de la cultura, esto es, los valores y formas de comportamiento social de comprobada eficacia en la vida de una sociedad.

La educación es un proceso de acción que ayuda al individuo a llevarlo a un estado de madurez, que lo capacite para enfrentar la realidad de manera consiente.

6.1.9 Enseñanza

La página web (Definición.De, Definición.De, 2008) comparte que la enseñanza es la acción y efecto de enseñar (instruir, adoctrinar y amaestrar con reglas o preceptos). Se trata del sistema y método de dar instrucción, formado por el conjunto de conocimientos, principios e ideas que se enseñan a alguien.

La enseñanza implica la interacción de tres elementos: el profesor, docente o maestro; el alumno o estudiante; y el objeto de conocimiento. La tradición enciclopedista supone que el profesor es la fuente del conocimiento y el alumno, un simple receptor ilimitado del mismo. Bajo esta concepción, el proceso de enseñanza es la transmisión de conocimientos del docente hacia el estudiante, a través de diversos medios y técnicas.

La enseñanza es transmitir a través de una persona un conocimiento como: artístico, técnico, intelectual o deportivo, etc.

6.1.10 Servicio

Según la página (ABC, Definición ABC, 2007) indica que un servicio es el conjunto de actividades que lleva a cabo internamente una empresa por ejemplo para poder responder y satisfacer las necesidades de un cliente. Es un bien pero se diferencia de este porque siempre se consume en el momento en que es prestado.

En la página de (TECNIKIDS, 2015) comunica que Tecnikids presta soluciones en el área tecnológica, cubriendo la materia de informática en todos los niveles. Ofreciendo todo el soporte metodológico, académico y técnico.

Un servicio es una actividad que satisface la necesidad de un cliente.

6.1.11 Tecnología

En el sitio web (Significados, 2013) comparte que la tecnología designa al conjunto de conocimientos de orden práctico y científico que, articulados bajo una serie de procedimientos y métodos de rigor técnico, son aplicados para la obtención de bienes de utilidad práctica que puedan satisfacer las necesidades y deseos de los seres humanos.

Tecnología también se refiere a la disciplina científica enfocada en el estudio, la investigación, el desarrollo y la innovación de las técnicas y procedimientos, aparatos y herramientas que son empleados para la transformación de materias primas en objetos o bienes de utilidad práctica.

En la página (DeConceptos, Tecnología, 2015) indica que es el conjunto de saberes que comprende aquellos conocimientos prácticos, o técnicos, de tipo mecánico o industrial, que posibilitan al hombre modificar las condiciones naturales para hacer su vida más útil y placentera. Las nuevas tecnologías posibilitan al hombre a través del empleo de estas herramientas construidas artificialmente, abrir un mundo sin fronteras a través del uso de computadoras, que incorporaron servicios como Internet, donde el conocimiento y la interacción humana superan las distancias. También puede referirse el término para aludir las tecnologías concretas, como las máquinas industriales, la computadora, la cosechadora, etcétera.

Tecnología es un conjunto de conocimientos tecnológicos, prácticos o técnicos que posibilitan al hombre a hacer su vida mas útil y practica.

6.1.12 Tecnología Educativa

En el sitio web (Significados, 2013) comparte que la tecnología educativa comprende el conjunto de conocimientos científicos y pedagógicos, asociados a métodos, técnicas,

medios y herramientas, que es aplicado con fines instructivos en el proceso de enseñanza-aprendizaje. De este modo, la tecnología educativa proporciona al docente un variado abanico de instrumentos de orden didáctico, ya sea a nivel teórico o material, para favorecer y hacer más eficiente la dinámica de la enseñanza. No obstante, actualmente se hace un importante énfasis en el apoyo que presta un recurso material como la tecnología audiovisual en el proceso educativo: laboratorios de idiomas, proyectores y filmes, así como tecnología digital, en el uso computadoras o telefonía móvil, son aprovechados en el proceso de enseñanza para optimizar sus resultados.

Tecnología educativa es el diseño, desarrollo e implementación de técnicas y materiales (productos) basados en los nuevos medios tecnológicos (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC- y medios masivos) para promover la eficacia y la eficiencia de la enseñanza y contribuir a resolver los problemas educativos.

6.1.13 Robótica educativa

En la página web (Edukative, 2015) comparte que la robótica educativa se define como un entorno de aprendizaje multidisciplinario y significativo. Es una herramienta mediante la cual niños y jóvenes aprenden desde construcciones simples a edades tempranas hasta construcciones y máquinas más complejas a edades más avanzadas. Las máquinas complejas son monitorizadas y automatizadas a través de un ordenador utilizando un software de control.

La robótica educativa es un medio de aprendiza en el cual el individuo tiene motivación por el diseño y construcción de creaciones propias.

6.1.14 Metodología del Aprendizaje

Según (MINEDUC, 2010) muestra que el aprendizaje es el proceso por el cual las personas adquieren cambios en su comportamiento, mejoran sus actuaciones, reorganizan su pensamiento o descubren nuevas maneras de comportamiento y nuevos conceptos e información". El aprendizaje es tarea de toda la vid a. Siempre será necesario aprender a ser, a vivir juntos, a conocer, a hacer, y a emprender.

Todos los educadores, como orientadores del aprendizaje, manejan una serie de estrategias y técnicas con la finalidad de estructurar una metodología del aprendizaje que contribuya al máximo aprovechamiento de la capacidad de aprender.

Metodología del aprendizaje es un estudio de técnicas, procedimientos y recursos que están enfocados a la mejora y optimización de nuestra capacidad para obtener nuevos conocimientos y habilidades.

6.1.15 Proceso de Aprendizaje

En el sitio web (Definición.De, Definición.De, 2008) expresa que el proceso educativo abarca diversas acciones que tienden a la transmisión de conocimientos y valores. Hay personas que se dedican a enseñar y otras que reciben dichas enseñanzas, aprendiendo de las mismas.

Puede decirse, por lo tanto, que en el proceso educativo se distinguen el proceso de enseñanza y el proceso de aprendizaje. Éste último abarca todo lo relacionado con la recepción y la asimilación de los saberes transmitidos.

El proceso de aprendizaje es individual, aunque se lleva a cabo en un entorno social determinado. Para el desarrollo de este proceso, el individuo pone en marcha diversos mecanismos cognitivos que le permiten interiorizar la nueva información que se le está

ofreciendo y así convertirla en conocimientos útiles.

El proceso de aprendizaje es cuando la persona se preocupa por adquirir nuevos conocimientos, los cuales puede poner en practica en su vida cotidiana.

6.1.16 Materiales impresos

La página (Valencia, 2014) nos indica que los materiales impresos pueden ser utilizados con diferente funcionalidad dentro del curso, con ellos podemos presentar la información sobre el curso (Finalidad, objetivos, metodología, evaluación). Aunque sin lugar a duda, este tipo de materiales son de gran importancia para presentar los conceptos y contenidos del curso que deseamos transmitir a los estudiantes. Estos materiales nos permiten aportar información sobre los contenidos del curso. Si se sigue una metodología constructivista, no se deben incluir todos los contenidos que se van a trabajar en el curso, puesto que buscaremos que sean los propios alumnos los que a partir de las actividades propuestas lleguen a construir sus propios aprendizajes.

Materiales impresos son todos aquellos que son representados en papel, ya sean textos o gráficos o ambas.

6.1.17 Niños

En el sitio web (Definición, Definición, 2015) comparte que una persona es considerada un niño o niña desde el momento de su nacimiento hasta la pubertad. En los primeros meses de vida se emplea la palabra bebé y deja de serlo cuando empieza a caminar o a decir sus primeras palabras. Este tipo de clasificación es orientativa y aproximada. De hecho, si la pubertad empieza a los 10 u 11 años, esto no significa que ya no se pueda emplear el concepto de niño para un individuo de 13, 14 ó 15 años.

La mayoría de los niños tienen una gran vitalidad física y les gusta jugar constantemente,

pareciendo que no se cansan nunca. Tienen una curiosidad natural y les gusta preguntar por cualquier cosa que les llame la atención. Son espontáneos, puesto que no conocen las convenciones sociales de los adultos. Debido a ello, suelen sorprender con sus palabras e ideas, aparentemente absurdas. Según los psicólogos, los niños tienen un pensamiento mágico, mezclándose en su mente realidad y fantasía.

Un niño se comprende aquel individuo que tiene pocos años de vida y deja de serlo cuando llega a la adolescencia.

6.1. 18 Docentes y Maestros

El sitio web (GESTIOPOLIS, 2000) nos explica que un docente o profesor es la persona que enseña un conjunto de saberes sin embargo, el maestro es aquel al que se le reconoce una habilidad extraordinaria en la materia que instruye. De esta forma, un docente puede no ser un maestro (y recíprocamente). Más allá de esta diferencia, todos deben poseer pericias académicas para convertirse en agentes efectivos en el proceso de aprendizaje.

El docente, en definitiva, reconoce que la enseñanza es su dedicación y profesión fundamental. Por lo tanto, sus habilidades consisten en enseñar de la mejor forma posible al alumno.

Un docente o maestro es la persona que nos enseña de su conocimiento durante nuestro proceso de enseñanza.

6.2 CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN Y EL DISEÑO

6.2.1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN

6.2.1.1 Comunicación

Según (VIDAL ESCANDELL, MARIA VICTORIA , 2005) indica en el libro que la comunicación es un acto comunicativo concreto que está caracterizado por una conjunción de coordenadas que lo hacen único e irrepetible. Aunque alguien retransmitiese lo que ha dicho otro, con las mismas palabras y en el mismo lugar, los actos comunicativos serían diferentes.

La comunicación es la relación que existe entre el emisor y receptor, transmitiendo así señales de un código.

6.2.1.2 Tipos de comunicación

El sitio web (PALABRA, 2011) nos explica los tipos de comunicación que existen:

Comunicación Escrita

Es la que se establece cuando se usa un código linguístico escrito, usando la grafía de signos y se desarrollan a través de: cartas, telegramas, mensajes escritos, correos electrónicos, postales, notas, ideogramas, jeroglíficos, alfabetos, siglas, graffiti, logotipos entre muchos otros. Para interpretar correctamente los mensajes escritos es necesario conocer el código, que ha de ser común al emisor y al receptor del mensaje.

Comunicación Verbal

Hay múltiples formas de comunicación oral; estas formas han evolucionado desde las más primarias (gritos, silbidos, llantos y risas) hasta las más evolucionadas generadas por el lenguaje articulado donde se aplican los sonidos estructurados que dan lugar a las sílabas, palabras y oraciones con las que nos comunicamos con los demás; es el que usamos cuando dialogamos con alguien, en las platicas diarias con los otros, en una conferencia, en una entrevista y en todos otros tipos de intercambiamos entre las personas a través de sus procesos de interacción social.

Comunicación No Verbal

Entre los sistemas de comunicación No Verbal encontramos el del Lenguaje Corporal y el Lenguaje Icónico.

Gestual o Corporal: Una parte importante de la comunicación no verbal, es el lenguaje corporal por medio del cual nos comunicamos con otros mediante el cuerpo en una interacción personal, así se dice que todo el ser humano a través de su cuerpo habla; por ello esta constituido por nuestros gestos, movimientos, tono o acentuación de voz, nuestra ropa e incluso nuestro olor corporal pueden también forman parte de los mensajes que queremos dar cuando nos comunicamos con los demás.

Icónico. Se trata de comunicaciones en las que no empleamos palabras sino imágenes, como las señales de transito, señales de no fumar, de peligro, imágenes de mujer u hombre para indicar el baño respectivo, entre otras; también aquí se engloban muchas formas de comunicación no verbal: códigos universales (sirenas, Morse, Braylle, lenguaje de los sordomudos), códigos semiuniversales (el beso, signos de luto o duelo), códigos particulares o secretos (señales de los árbitros deportivos, etc.).

Los tipos de comunicación son todos aquellos que utilizamos para comunicarnos ya se de una forma escrita o no escrita.

6.2.1.3 Proceso de comunicación

La página (Definición.De, Proceso de comunicación , 2008) explica que la comunicación consiste en la emisión y recepción de mensajes entre dos o más personas o animales. Quienes se comunican buscan aportar y obtener información acerca de un determinado asunto.

Se conoce como proceso comunicativo, por lo tanto, al conjunto de actividades vinculadas a este intercambio de datos. Dicho proceso requiere de, al menos, un emisor y de un receptor. El emisor envía ciertas señales (un texto escrito, palabras, un gesto) para difundir un mensaje; cuando estas señales llegan al receptor, éste debe decodificarlas para interpretar el mensaje. El proceso contempla una "devolución" del mensaje, a través de la cual el receptor se convertirá en emisor, y viceversa.

En el marco de este proceso comunicativo, el emisor y el receptor comparten un código (una combinación de reglas y de signos que permiten la concreción de la comunicación) y apelan a un canal para transmitir el mensaje (el medio físico: desde al aire hasta un papel, pasando por un soporte digital). Si el proceso se ve dificultado por algún motivo, puede decirse que existe un ruido en la comunicación.

El proceso de comunicación se transmite mediante un emisor el cual envía un mensaje al receptor, a través de un medio o canal, empleando así un código común y lograr el entendido de su significado o mensaje.

6.2.1.4 Elementos de comunicación

El sitio web (Recursos.cnice.mec.es, 2007) señala como los elementos que intervienen en el proceso de comunicación son los siguientes:

- Emisor: Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).
- Receptor: Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.
- Código: Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.
- Canal: Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (imprenta, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).
- Mensaje: La propia información que el emisor transmite.
- Contexto: Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

Los elementos de comunicación son aqueos que intervienen en un proceso comunicativo cambiándose entre si, en un proceso o acto comunicativo

6.2.1.5 Formas de comunicación

En el sitio web (ergonomista, 2009) nos muestra las formas diferentes formas de comunicación:

La Comunicación Descendente.- Cuya principal utilidad es la emisión de directrices de un superior a sus subordinados. Ésta ayudará a clarificar políticas, metas, etc. Se realiza a través de memorándums, informes, instructivos, reglamentos, manuales de organización,

periódicos y revistas internos, folletos, diagramas, videos. Esta información le dará sentido de dirección al trabajo, orienta a los empleados, suministra datos importantes y ayuda a resolver sus dudas. Es el enlace entre los distintos niveles jerárquicos de la estructura formal.

La Comunicación Ascendente.- Este tipo de comunicación suministra retroalimentación de los subordinados. Establece un camino de oportunidad para recibir sugerencias, quejas, opiniones, etc. Por medio de ella se puede conocer el clima organizacional y es muy valiosa para integrar a los trabajadores con la alta dirección. Se realiza a través de Programas de Sugerencias, Encuestas, Procedimientos de Quejas, una Política de Puertas Abiertas, Diálogo y Entrevistas y Reuniones de Grupo.

La Comunicación Horizontal.- Es la comunicación que se desarrolla entre dos personas del mismo nivel jerárquico. Es una comunicación muy útil para la integración de los grupos de trabajo, para la sociabilización necesaria entre las personas y para hacer eficiente el trabajo de los grupos y equipos laborales. La mayoría de los mensajes que transitan formalmente en forma horizontal tienen por objetivo la integración y coordinación.

Las formas de comunicación nos ayudan a ver de que manera comunicar o transmitir nuestro mensaje para poder interactuar o dar a entender nuestro mensaje.

6.2.1.6 Lenguaje

Según (Elergonomista, 2009) expresa que el Lenguaje Verbal puede ser Oral o escrito. Los símbolos que utiliza el Lenguaje Verbal, tanto en su forma oral, como en su forma escrita, son las palabras. Es indispensable que emisor y receptor, manejen el mismo idioma y por lo tanto conozcan las mismas palabras, sin embargo, una misma palabra puede tener diversos significados y es primordial llegar a un acuerdo convencional del significado que tendrá un símbolo, es decir, una palabra determinada.

Para decidir el significado es importante el contexto en que se está utilizando la palabra, esto es el ambiente, y la cultura de los miembros de la organización. Básicamente debemos emplear palabras comunes en la cultura que predomina en la organización, palabras que preferentemente todos conozcan y sean simples de comprender. En el caso de palabras que puedan prestarse a confusión, necesitamos primero identificar esas palabras clave dentro del contexto de otras palabras y símbolos y reducir al mínimo su confusión limitando su sentido. Los buenos comunicadores se centran en la idea más que en las palabras.

La legibilidad es el proceso de clarificar la comunicación haciendo más comprensible la escritura y el habla, sin rebuscamientos y sustituyendo las frases complejas por ideas simples.

El Lenguaje Oral: es la forma de comunicación más rápida y simple y tiene la ventaja de que la retroalimentación se puede recibir de manera inmediata. Las dos formas de comunicación oral, comúnmente empleadas en las organizaciones son el habla en la comunicación cara a cara, y el habla a través de un aparato como son: el teléfono o los micrófonos y altavoces.

La comunicación cara a cara, permite mejor la retroalimentación inmediata y además de hablar y escuchar, podemos ver y observar movimientos, gesticulaciones, percibir el tono de la voz y la inflexión que se le da a lo que se dice. Todo esto representa una gran ventaja, que no tiene la comunicación telefónica o a través de otro aparato, aunque también sea realizada oralmente, ya que no se puede ver a la contraparte y consecuentemente no se puede combinar con el lenguaje no verbal que nos dice mucho más que lo que se expresa con palabras. Tan importante o más que saberse expresar oralmente, es lo importante de saber escuchar.

El Lenguaje Escrito: La comunicación escrita puede tomar muchas formas: cartas,

memorándums, oficios, circulares, folletos, boletines, informes, reportes, periódicos, revistas, etc. El material escrito en las empresas, generalmente va dirigido a empleados y a clientes y frecuentemente tiene más dificultades de legibilidad que los escritos que se utilizan en otros ámbitos.

Con la utilización de la jerga profesional y el lenguaje técnico, se ha hecho cada vez más difícil la lectura y comprensión de la comunicación escrita en las organizaciones, y se ha olvidado que el propósito de estas formas de comunicación no es impresionar sino hacerse entender.

El lenguaje es un conjunto de signos por medio del cual las personas se comunican ya sea textualmente o por medio del teléfono o gestos.

6.2.1.7 Medios de comunicación

La página (Banrepcultural, 2000) explica que los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.

A comienzos del siglo XXI, los medios de comunicación también constituyen una gran red de plataformas tecnológicas que excede los límites nacionales. Actualmente existen redes globales, nacionales, regionales y comunitarias, constituidas por periódicos, revistas, emisoras radiales, canales de televisión y páginas web. Cada una de estas plataformas define la materialidad de la información que se transmite. Por ejemplo, los periódicos publican diariamente artículos, columnas de opinión, infografías y fotografías; las emisoras,

en sus programas, cubren de manera exhaustiva los acontecimientos que están pasando en cualquier lugar y a cualquier hora; los canales de televisión, con sus noticieros, sus programas de discusión, sus telenovelas y sus partidos de fútbol, parecen traer la realidad a la casa de los televidentes.

Para algunos sectores de la sociedad contemporánea, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje.

Lo cierto es que, hoy en día, los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial que ha permitido que se los catalogue como el "cuarto poder".

Los medios de comunicación tal como lo señala su nombre, es un soporte sobre el cual se transmiten ideas de diverso tipo que pueden ser noticias de actualidad, mensajes publicitarios, debates ideológicos, etc.

6.2.2 CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON EL DISEÑO

6.2.2.1 Diseño

En la página (GALEON, 2015) comunica que el acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe, o es una modificación de lo existente inspiración abstracción, síntesis, ordenación y transformación.

Diseño como verbo "diseñar" se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación (objeto, proceso, servicio, conocimiento o entorno) para uso humano.

El diseño es un proceso destinado a proyectar, seleccionar u organizar un conjunto de elementos para producir o crear objetos visuales.

6.2.2.2 Gráfico

En el sitio web (Definición ABC, 2007) Explica que un gráfico es todo tipo de representación visual que incluye figuras y/o signos para comunicar uno o una serie de conceptos.

Un gráfico es a menudo una de dos cosas. O bien, una representación gráfica de una operación, demostración o serie de conceptos e ideas que tiene lugar por medio de imágenes, signos y símbolos; o bien, una representación de datos numéricos que se vale de diversos formatos (barras, torta, etcétera) para evidenciar una relación entre datos que corresponden a dos variables distintas.

Gráfico es una idea o pensamiento subyacente de un diseño gráfico referido a cualquier trabajo de mercadotecnia, donde se intenta expresar con imágenes dicha idea.

6.2.2.3 Diseño Gráfico

Según (Moreno, Luciano, 2003) nos indica que podemos definir el diseño gráfico como el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.

El diseño gráfico busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible por los destinatarios del mismo.

Según el (Equipo Fénix, 1997) Explican que es la capacidad profesional de producir ideas y conceptos mentales aplicables de forma gráfica, destinados básicamente a permitir a las personas a comunicarse entre ellas, de la manera más clara y fácil posible.

Diseño gráfico es la representación visual de mensajes a través de la imaginación.

6.2.2.4 Diseño Editorial

En el sitio web (Dialnet, 2001) comparte que el diseño editorial es la rama del diseño editorial que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos.

Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción.

Según (Mirón, 2010) Explica que los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación.

También es una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing o el diseño de packaging, que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretener, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones. Generalmente, consiste en la combinación de texto e imágenes, pero también en uno de ambos elementos exclusivamente. No es raro encontrar diversidad de opiniones en una misma publicación, si bien todas tienden a pertenecer a una línea de pensamiento determinada (los periódicos son buena muestra de ello). En este libro, la atención estará enfocada, aunque no de modo exclusivo, en las publicaciones periódicas publicadas en papel.

El diseño editorial es una rama del diseño grafico que sirve para diagramar imágenes y textos.

6.2.2.5 Objetivos y elementos del diseño editorial

La página (Dialnet, 2001) comunica que gran parte del diseño editorial tiene como objetivo comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes (también se consideran como tales los elementos visuales informativos y otros elementos gráficos como los filetes) y de palabras (dispuestas en destacados y cuerpo del texto). Cada uno de estos elementos cumple una función diferente: en una revista, el titular casi siempre se redactará y maquetará de manera que atraiga la atención del lector, mientras que un diagrama figurará para clarificar o apoyar la información contenida en el cuerpo del texto.

Los objetivos y elementos del diseño editorial son los que nos permiten comunicar o transmitir una idea por medio de imágenes, gráficos, etc. Tiene como objetivo transmitir una idea fuerte resaltando lo que queremos transmitir a un público objetivo utilizando elementos visuales y palabras adecuadas de manera que atraiga la atención del lector.

6.2.2.6 La función del diseño editorial

El sitio web (Dialnet, Dialnet, 2001) muestra que cuando se opera en el medio editorial, el diseño puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida. Todos estos objetivos han de existir y desarrollarse de manera cohesionada para lograr un producto final agradable, útil o informativo -o una combinación de las tres cualidades si queremos que tenga éxito la mayoría de las veces-. En su forma más refinada y acabada, el diseño editorial es un laboratorio de investigación apasionante, siempre en evolución de forma que se convierte en una plataforma de lanzamiento para toda suerte de innovaciones estilísticas que frecuentemente adoptan con

entusiasmo los demás campos de la comunicación visual.

El diseño editorial puede desempeñar diversas funciones como: dotar de expresión y personalidad, atraer y retener la atención de los lectores; todo ello previamente pensado para llegar al éxito y teniendo en cuenta que se trata de algo constantemente en evolución.

6.2.2.7 Diagramación

El sitio web (Lexicoon, 2015) explica que la maquetación, también llamada a veces *diagramación*, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas. Estrictamente, el acto de maquetar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre prensa, prensa y pos prensa. Sin embargo, usualmente todo el aspecto gráfico de la actividad editorial y periodística se conoce por el término maquetación. En el caso de un diario, la maquetación sigue los objetivos y líneas gráficas y editoriales de ese impreso. Las principales líneas editoriales para la maquetación de un diario incluyen la jerarquización de los artículos por orden de importancia. Las consideraciones gráficas incluyen legibilidad e incorporación balanceada y no-obstructiva de los anuncios publicitarios.

La diagramación es la que se encarga de organizar un espacio, contenidos escritos, visuales u algunos audiovisuales en medios impresos y electrónicos como son: libros, diarios y revistas.

6.2.2.8 Forma, Línea , Plano

Forma

En el sitio web (Fotonostra, Forma, 2015) indica la forma de los objetos y cosas, comunican ideas por ellos mismos, llaman la atención del receptor dependiendo de la forma elegida. Es un elemento esencial para un buen diseño.

Forma es cualquier elemento que utilicemos para dar o determinar la forma.

Un ejemplo marcado por una forma sería el de una compañía internacional que utilice un círculo en su insignia sugiriendo la tierra. Las formas inusuales atraen la atención porque inducen a la gente a ver formas regulares de las imágenes.

Forma es la apariencia externa de las cosas.

Línea

En el sitio web (Gráfica, 2013) explica que podemos definirla como la unión o aproximación de varios puntos. Casi siempre genera dinamismo y definen direccionalmente la composición en la que la insertemos.

Según (Lupton & Cole Phillips, 2009) señala que una línea es una serie infinita de puntos. Desde el punto de vista de la geometría, una línea posee longitud, pero no anchura. Una línea es la conexión entre dos puntos, o la trayectoria que recorre un punto o movimiento.

Línea es un conjunto de puntos, que disponen de manera continua es decir, sin interrupciones.

Plano

Según (ABC, Definición ABC, 2007) señala que cuando se habla de un plano, se está haciendo referencia a la superficie geométrica que no posee volumen (es decir, que es sólo

bidimensional) y que posee un número infinito de rectas y puntos que lo cruzan de un lado al otro.

Sin embargo, cuando el término se utiliza en plural, se está hablando de aquel material que es elaborado como una representación gráfica de superficies de diferente tipo. Los planos son especialmente utilizados en ingeniería, arquitectura y diseño ya que sirven para diagramar en una superficie plana otras superficies que son regularmente tridimensionales.

Plano es una referencia geométrica que no posee volumen.

6.2.2.9 Material Impreso (Afiches)

En la página (Didacticos, 2009) comparte que los *materiales impresos* son los recursos más utilizados en la escuela. Éstos son de gran utilidad para los alumnos, ya que les permiten realizar lecturas, revisar, releer y usar los mismos tantas veces como sea necesario, de acuerdo a sus habilidades e intereses. Como así también, los materiales impresos favorecen el proceso de aprendizaje, porque se los puede manipular, trabajar en ellos, marcar, anotar, colorear, etc.

En está categoría incluiríamos a los libros de texto; cualquier producto cultural que circule en ese formato como revistas, enciclopedias, diccionarios, diarios, novelas, caricaturas, etc.; las producciones escritas de alumnos y los materiales construidos por el docente.

Materiales impresos son aquellas producciones tales como textos e imágenes que sobre un soporte de papel o similar, sirve para facilitar la enseñanza o la adquisición de conocimientos en educación.

6.2.2.10 Afiches

El sitio web (Definición, Afiches, 2015) comunica que se denomina afiche a un tipo de cartel que es soporte de un mensaje que se quiere comunicar. Puede tener diferentes

tamaños y su contenido varía según la intencionalidad de lo que se comunica, definido sobre todo por el tipo de mensaje. La comunicación visual, el diseño gráfico la publicidad, el marketing y el merchandising son algunas de las áreas que trabajan con este tipo de soporte comunicativo.

Decíamos que el afiche es un cartel que comunica un mensaje, y es para destacar que este mensaje puede ser tanto textual, como imágenes u otros recursos gráficos como símbolos. Lo que se entiende como mensaje es que es puramente visual, no oral ni audiovisual, es exclusivamente gráfico.

Una de las intenciones puede ser la de vender o promocionar algún producto o servicio, y en este caso será un afiche publicitario. El diseño gráfico y los publicistas distinguen entre diferentes tamaños que sirven de estándar como los afiches o las vallas publicitarias que son de los más grandes que podemos encontrar.

Afiche aviso que comunica un texto relevante e interesante, de fácil acceso a la lectura.

6.2.2.11 Piezas Gráficas

La página (FIDBA, 2013) indica que una pieza gráfica se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en su tipo de soporte y el formato en el que se coloca, generalmente es un término utilizado para referirse a un arte con una finalidad publicitaria, este puede ser para fines de impresión o para publicidad de tipo exterior vallas, mupis etc."

En cuanto a su atracción.. "El concepto o mensaje que transmiten, la originalidad del mismo y en el caso de las piezas de publicidad BTL la ubicación y como estas interactúan con el transeúnte.

Piezas Gráficas se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares

6.3.1.1 Semiología

Según (Guiraud, La Semiología, 1972), el libro nos comunica que la semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalaciones, etc. De acuerdo con esta definición, la lengua seria una parte de la semiología. En realidad, se coincide generalmente en reconocer al lenguaje un status privilegiado y autónomo que permite definir a la semiología como " el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos".

La semiología fue concebida por Ferdinand de Saussure como "la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social". Guiraud, P. (1979). *La semiología*. Siglo XXI.

La página (Comunicadores, 2015) explica el estudio de los signos es indispensable para nuestra comunicación, nuestra necesidad de expresión e interpretación de los complejos mensajes de nuestro entorno, vivimos en un mundo de signos, por ello la Semiología es fundamental para establecer la diferencia entre términos que se usan indistintamente como signo, índice, icono, símbolo, señal.

Semiología es la ciencia que se encarga de estudiar signos sobre la sociedad, así como lingüísticos y semióticos.

6.3.1.2 Semiótica Visual

En el sitio web (Comunicación, 2001) comparte que la semiótica de la imagen el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de

la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

Hay que ver la semiótica de la imagen dentro de una "semiótica de lo visual". El estudio de esta área de la semiótica es más diverso de lo que parece porque existen diversos tipos de imagen en variados dispositivos manuales o electrónicos, estáticos o dinámicos. Lo visual supera el ámbito de la producción de la imagen; lo visual implica una gran división entre lo estático y lo dinámico, igual si ve a la imagen desde la sintaxis o la recepción.

La semiótica visual es aquella que estudia el signo icónico y los procesos de significados a partir de la imagen.

6.3.1.3 Psicología del color

En el sitio web (color, 2014) expresa que la psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.

Sin embargo, en un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores

constituye una consideración habitual en el diseño arquitectónico, la moda, la señalética y el arte publicitario.

Si bien la psicología del color tuvo incidencia en la psicología humana desde tiempos remotos, circunstancia que se expresaba y sintetizaba simbólicamente.

Entre muchos ejemplos, en la antigua China los puntos cardinales eran representados por los colores azul, rojo, blanco y negro, reservando el amarillo para el centro.

De igual forma, los mayas de América central relacionaban Este, Sur, Oeste y Norte con los colores rojo, amarillo, negro y blanco respectivamente.

En el siglo XIII Sir Roger Bacon registró sus observaciones sobre los colores de un prisma atravesado por la luz, atribuyendo el fenómeno a las propiedades de la materia.

Con posterioridad a éste, entre los siglos XIV y XV, Cennino Cennini escribe el que sería el más famoso tratado de técnicas artísticas en las que hace cuidadosas observaciones acerca de los colores.

Más tarde Leonardo da Vinci clasificó como colores básicos al amarillo, verde, azul y rojo de acuerdo a aquellas categorías de Aristóteles, agregando el blanco como receptor de todos los demás colores y el negro -la oscuridad- como su ausencia.

Recién empezado el siglo XVIII, Isaac Newton plantearía los fundamentos de la teoría lumínica del color, base del desarrollo científico posterior.

De todas formas, el precursor de la psicología del color fue el poeta y científico alemán Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832) que en su tratado "Teoría del color" se opuso a la visión meramente física de Newton, proponiendo que el color en realidad depende también de nuestra percepción, en la que se halla involucrado el cerebro y los mecanismos del sentido de la vista. De acuerdo con la teoría de Goethe, lo que vemos de un objeto no depende solamente de la materia; tampoco de la luz de acuerdo a Newton, sino que

involucra también a una tercera condición que es nuestra percepción del objeto. De aquí en más, el problema principal pasó a ser la subjetividad implícita en este concepto novedoso. Sin embargo, tal subjetividad no radica en los postulados de Goethe, sino en la misma base física del concepto de color, que es nuestra percepción subjetiva de las distintas frecuencias de onda de la luz, dentro del espectro visible, incidiendo sobre la materia.

6.3.1.4 Pedagogía

La página (Pedagogía, 2015) comparte que la palabra pedagogía se deriva del griego paidos que significa niño y agein que significa guiar, conducir El que conduce niños (Del gr. pedagogo) y pedagogía. La idea que se tiene de pedagogía ha sido modificado porque la pedagogía misma ha experimento desde principios de siglo cambios favorables. Cada época histórica le ha impregnado ciertas características para llegar a ser lo que en nuestros días se conoce como: Ciencia multidisciplinaria que se encarga de estudiar y analizar los fenómenos educativos y brindar soluciones de forma sistemática e intencional, con la finalidad de apoyar a la educación en todas sus aspectos para el perfeccionamiento del ser humano. Es una actividad humana sistemática, que orienta las acciones educativas y de formación, en donde se plantean los principios, métodos, prácticas, maneras de pensar y modelos, los cuales son sus elementos constitutivos. Es una aplicación constante en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Por su carácter interdisciplinario, fusiona áreas como Filosofía, Psicología, Medicina, Antropología, Historia, Sociología y Economía. El aporte que hace cada una de ellas a la pedagogía es lo que enriquece y favorece el quehacer pedagógico, además de proveer las bases científicas que dan el carácter de ciencia a la pedagogía. Por un lado permite explicar y plantear de manera eficaz los fenómenos educativos y sus procesos desde todas sus vertientes, culturales, filosóficas, psicológicas,

biológicas, históricas y sociales.

La pedagogía al estudiar de forma organizada la realidad educativa y fundamentándose en las ciencias humanas y sociales, trata de garantizar la objetividad de los conocimientos que acontecen en un contexto determinado. Cumple con los requisitos que una ciencia debe poseer, tiene un objeto de estudio propio que es la educación; se ciñe a un conjunto de principios que tienden a constituir un sistema regulador de sus fines, fundamentos y procedimientos, y emplea métodos científicos, tales como los empíricos (observación, experimentación, análisis, síntesis, comparativo, estadístico y de los test); y los racionales (comprensivo, fenomenológico, especulativo, neológico y crítico).

La pedagogía es la ciencia que se encarga del estudio de la educación como fenómeno social.

6.3.1.5 Psicología del consumidor

Según (C Forero, 1978) indica en su libro Psicología del consumidor que es el estudio científico de los hábitos, actitudes, motivos, personalidad, medio ambiente y percepciones en general, que determinan la conducta de compra de un producto.

La psicología del consumidor puede ser considerada como la evolución de la investigación motivacional tan propagada en los Estados Unidos a partir de los años cuarenta. Su objetivo era conocer no solo los motivos conscientes, sino también los inconscientes, que ponen en marcha el comportamiento del consumidor.

En una época en que las ideas freudianas estaban tan en boga, era natural que un enfoque de esta naturaleza tuviera gran acogida. Forero, J. (1978). La psicología del consumidor. *Revista Latinoamericana de Psicología*, *10*(1), 83-92.

La psicología del consumidor es la que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en su decisión.

6.3.1.6 Informática

El sitio web (Quees, 2013) comunica que la informática se define como la ciencia que estudia el tratamiento de la información mediante medios automáticos, es decir la ciencia de la información automática. Fue en el año 1957 cuando Karl Steinbuch citó por primera vez la palabra informática bajo el concepto anteriormente descrito.

Desde los primeros tiempos, el ser humano ha inventado y desarrollado medios necesarios para transmitir información, medios como el lenguaje, la escritura, las señales acústicas o luminosas como silbatos, tambores, humo, el teléfono, la televisión… pudiendo trasladar de generación en generación todo el pensamiento y conocimiento adquirido a lo largo de la historia, gracias a esta transmisión y tratamiento de la información el ser humano ha evolucionado hacia la tecnología que actualmente disponemos.

El objetivo principal de la informática consiste en automatizar mediante equipos generalmente electrónicos todo tipo de información, de tal forma que evite la repetición de tareas arduas las cuales pueden inducir al error reduciendo a su vez el tiempo de ejecución de las mismas.

El sistema informático ha de estar dotado de algún medio por el cual aportemos la información, a su vez el sistema informático ha de ser capaz de interpretar y guardar dicha

información, para que una vez que la solicitemos se nos muestre mediante algún medio de salida.

La informática es la ciencia que abarca el estudio y aplicación del tratamiento automático de la informática, utilizando sistemas de computación, generalmente implementados como dispositivos electrónicos.

6.3.1.7 Tecnología Educativa

Según (Almenara, 1999) el libro tecnología educativa nos comparte que La Tecnología Educativa es un espacio de conocimiento pedagógico sobre los medios, la cultura y la educación en el que se cruzan las aportaciones de distintas disciplinas de las ciencias sociales.

• La Tecnología Educativa es una disciplina que estudia los procesos de enseñanza y de transmisión de la cultura mediados tecnológicamente en distintos contextos educativos.

• La naturaleza del conocimiento de la Tecnología Educativa no es neutra ni aséptica respecto a los intereses y valores que subyacen a los proyectos sociales y políticos en los que se inserta la elaboración, uso y evaluación de la tecnología.

• La Tecnología Educativa posmoderna asume que los medios y tecnologías de la información y comunicación son objetos o herramientas culturales que los individuos y grupos sociales reinterpretan y utilizan en función de sus propios esquemas o parámetros culturales.

• La Tecnología Educativa debe partir del análisis del contexto social, cultural e ideológico bajo el cual se produce la interacción entre los sujetos y la tecnología.

• Los métodos de estudio e investigación de la Tecnología Educativa son eclécticos, en los que se combinan aproximaciones cuantitativas con cualitativas en función de los objetivos y naturaleza de la realidad estudiada."

La tecnología Educativa es la ciencia que integra la educación y las herramientas informáticas para enriquecer el proceso de enseñanza del aprendizaje.

6.3.1.8 Sociología

Según (Ernst, 1975) indica que la sociología es la ciencia o doctrina de la sociedad. La ciencia que quiere comprender la acción social y de esta forma interpretaría casualmente en su evolución y en sus efectos.

La pagina web (Galeon, Logotipo, 2015) Muestra que la sociología es una ciencia social que estudia, describe y analiza los procesos de la vida en la sociedad; busca comprender las relaciones de los hechos sociales por medio de la historia; mediante el empleo de métodos de investigación, quiere saber donde están los problemas en la sociedad y sus relaciones con los individuos. Compara a la sociedad con la cultura y la política. Es una ciencia nueva que se hizo a la mitad del siglo XIX.

Sociología es la ciencia que se ocupa del estudio de las relaciones entre los individuos de la sociedad.

6.3.1.9 Sociología de la Educación

El sitio web (Mora, 2015) dice que la sociología de la educación estudia las relaciones entre la educación, principalmente desde el punto de vista formal, y la sociedad. En tres niveles:

1. La influencia de la sociedad sobre la educación.
2. La influencia (las funciones) de la educación sobre la sociedad.
3. La constitución de la educación desde el punto de vista de su carácter social (microcosmos social).

Influencia social

- La educación es un subsistema social, producto de los procesos sociales de diferenciación de la modernidad.
- La escuela reproduce a lo interno y desde el punto de vista de sus funciones influencias externas (es decir, es porosa) de la sociedad en el plano cultural, político, económico y social, pese a que constituya un microcosmos.

Funciones de la Educación

- La educación reproduce (aunque también permite el cambio de) formas de orden social y cultural.
- La educación crea estructuras colectivas de identidad.
- La educación facilita los procesos de integración social.

La Escuela como campo y sistema

- La escuela constituye un campo de relaciones entre actores diversos.
- La educación y sus instituciones constituyen un sistema auto referente.
- La educación crea sus propias formas de auto organización y auto producción, pese a sus comunicaciones sociales.

Según (Martínez Guevara, Antonio , 2015) Comparte que la Sociología de la Educación es

una rama de la Sociología que se propone estudiar la educación como un hecho social más, dentro del dinamismo general de la vida social. La Sociología de la Educación ha de entenderse como ciencia sociológica y no como ciencia pedagogía. La Sociología de la Educación como una de las Ciencias de la Educación.

La Pedagogía tiene por objeto la educación, pero desde el punto de vista normativo (regula el acto educativo); las ciencias anteriores, son ciencias descriptivas de la educación. Si la Pedagogía es ciencia de la Educación, no todas las ciencias de las educación son Pedagogía. Y una de ellas es la Sociología de la Educación, que es Sociología.

Sociología de la educación es la ciencia que se ocupa del estudio de las relaciones entre los individuos de la sociedad, tiene la influencia del entorno social en los medios educativos.

6.3.1.10 Cibernética

En la página (Aprendizaje, 2015) explica que la cibernética es una disciplina íntimamente vinculada con la teoría general de sistemas, al grado en que muchos la consideran inseparable de esta, y se ocupa del estudio de: el mando, el control, las regulaciones y el gobierno de los sistemas. El propósito de la cibernética es desarrollar un lenguaje y técnicas que nos permitan atacar los problemas de control y comunicación en general.

Lo que estabiliza y coordina el funcionamiento de los sistemas complejos como los seres vivos o las sociedades y les permite hacer frente a las variaciones del ambiente y presentar un comportamiento más o menos complejo es el control, que le permite al sistema seleccionar los ingresos (inputs) para obtener ciertos egresos (outputs) predefinidos. La regulación esta constituida por los mecanismos que permiten al sistema mantener su equilibrio dinámico y alcanzar o mantener un estado.

Un concepto muy importante o casi fundamental en cibernética es el de la retroalimentación. La retroalimentación parte del principio de que todos los elementos de una totalidad de un sistema deben comunicarse entre sí para poder desarrollar interrelaciones coherentes. Sin comunicación no hay orden y sin orden no hay totalidad, lo que rige tanto para los sistemas físicos como para los biológicos y los sociológicos.

La retroalimentación puede ser positiva, negativa o compensada. La retroalimentación es negativa cuando su función consiste en contener o regular el cambio, es positiva si amplifica o multiplica el cambio en una dirección determinada y se dice que es compensada cuando un regulador ejerce alternadamente retroalimentaciones positivas y negativas, según las necesidades del mantenimiento de la estabilidad del sistema regulado.

La cibernética es la ciencia que se ocupa de los sistemas de control.

6.3.2 Artes

6.3.2.7 Tipografía

La página (FOTONOSTRA, 2015) comunica que la tipografía es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

La tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre.

En los primeros signos de escritura, cada signo nos expresa una idea, un concepto o una cosa; estos signos se combinan entre sí para comunicar ideas más complejas. Estos sistemas de escritura son los pictogramáticos, jeroglíficos e ideogramáticos.

Según (Ambrose & Harris, 2003) Expresa que la tipografía es el medio por el que se da una

forma visual a una idea escrita. La selección de la forma visual puede afectar de forma drástica al a legibilidad de la idea escrita y a la sensación que despierte en el lector debido a los cientos, por no decir miles de familias tipográficas disponibles.

La tipografía es un arte o técnica de crear o componer tipos para comunicar un mensaje.

6.3.2.2 Ilustración

En el sitio web (Dinámico, 2001) expresa que ilustración, (de ilustrar) sust. Estampa, grabado o dibujo que adorna ó documenta un libro. Componente gráfico que complementa o realza un texto.

Las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras. Esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje, como las pinturas rupestres, y los mosaicos religiosos. Un buen punto de partida son los manuscritos medievales. Un aspecto importante de la ilustración es el uso de diseños bidimensionales, a diferencia de las imágenes pintorescas y espaciales que tratan de captar la tercera dimensión.

Breve historia de la ilustración:

Los orígenes de la ilustración son tan antiguos como los de la escritura. Las raíces, tanto de la ilustración como del texto, se encuentran en los pictogramas (símbolos que representan palabras o frases) y en los jeroglíficos (imágenes de objetos que representan palabras, sílabas o sonidos) desarrollados por culturas antiguas como los egipcios, los mayas, los olmecas o los hititas entre otros.

En la edad media, los libros ilustrados eran producciones especiales para ceremonias y exhibiciones, y al artista se le pedía no solamente decorar, sino explicar el texto, esto es, crear imágenes que tuvieran una función práctica, el contenido visual.

En una época en la que poca gente sabía leer, estas ilustraciones eran valiosos auxiliares

para la comprensión del texto. El amanuense escribía el texto, mientras que el pintor ponía las miniaturas, hacía las iniciales y decoraba los bordes.

Algunas veces las imágenes eran mas importantes que las palabras y las pinturas eran puramente descriptivas, o al menos es lo que trataban de ser.

Ilustración es una construcción de imágenes que expresan un mensaje.

6.3.2.3 Maquetación (materiales impresos)

El sitio web (Fotonostra, Maquetación, 2015) explica que maquetación es una composición de una página, compaginación de diferentes elementos. Son términos diferentes, que se utilizan para hacer referencia a una misma cosa; la forma de ocupar el espacio del plano mesurable, la página.

Todo diseñador gráfico, cuando inicia su trabajo, se encuentra con el problema de cómo disponer el conjunto de elementos de diseño impresos (texto, titulares, imágenes) dentro de un determinado espacio, de tal manera que se consiga un equilibrio estético entre ellos.

Maquetar un diseño consiste en dar un formato a los documentos, a todo el conjunto de elementos que lo componen, las imágenes, los textos, etc.

Según (Munari, Bruno, 1985) Comparte que la maquetación es la disposición de los elementos del diseño en relación con el espacio de que se dispone, siguiendo un esquema de diseño general.

Maquetación también llamada diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio.

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría Gestalt

En la página (aprendizaje, 2011) explica que la teoría de la Gestalt. Término alemán, sin traducción directa al castellano, pero que aproximadamente significa "forma", "totalidad", "configuración". La forma o configuración de cualquier cosa está compuesta de una "figura" y un "fondo". Por ejemplo, en este momento para usted, que lee este texto, las letras constituyen la figura y los espacios en blanco forman el fondo; aunque esta situación puede invertirse y lo que es figura puede pasar a convertirse en fondo.

El fenómeno descrito, que se ubica en el plano de la percepción, también involucra a todos los aspectos de la experiencia. Es así como algunas situaciones que nos preocupan y se ubican en el momento actual en el status de figura, pueden convertirse en otros momentos, cuando el problema o la necesidad que la hizo surgir desaparecen, en situaciones poco significativas, pasando entonces al fondo.

Esto ocurre especialmente cuando se logra "cerrar" o concluir una Gestalt; entonces ésta se retira de nuestra atención hacia el fondo, y de dicho fondo surge una nueva Gestalt motivada por alguna nueva necesidad. Este ciclo de abrir y cerrar Gestalts (o Gestalten, como se dice en alemán) es un proceso permanente, que se produce a lo largo de toda nuestra existencia.

El Enfoque Gestáltico es un enfoque holístico; es decir, que percibe a los objetos, y en especial a los seres vivos, como totalidades. En Gestalt decimos que "el todo es más que la suma de las partes". Todo existe y adquiere un significado al interior de un contexto específico; nada existe por sí solo, aislado. Debemos recordar que los psicólogos de la Gestalt se interesaban fundamentalmente en la percepción y en los procesos de resolución

de problemas.

Teoría de la Gestalt está ligada íntimamente a la percepción, más específicamente, a la percepción como un todo.

6.3.3.2 Teoría del color

El sitio web (Eucured, 2015) muestra que la teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de percepción de colores para conseguir el efecto deseado al combinar colores de luz o combinando colores reflejados en pigmentos.

En el ámbito práctico del uso del color, el conocimiento que tenemos y hemos adquirido sobre éste hace referencia al color pigmento y proviene de las enseñanzas de la antigua Academia Francesa de Pintura que consideraba como colores primarios (aquellos que por mezcla producirán todos los demás colores) al rojo, el amarillo y el azul.

Al tenor de este conocimiento práctico vemos que en realidad existen dos sistemas de colores primarios: colores primarios luz y colores primarios pigmento.

La teoría del color es un conjunto de principios para crear combinaciones de colores armoniosos.

6.3.3.3 Círculo Cromático

La página (Chromaflo, 2014) nos indica que el círculo cromático es una representación visual de los colores primarios, rojo, amarillo y azul, y su combinación para crear todos los demás colores visibles. Ayuda a las personas a comprender las relaciones entre los colores para el arte y la planificación del diseño, por ejemplo las combinaciones de colores. Recuerde que el negro y el blanco no aparecen en el círculo. El efecto del negro y el blanco

en relación al espacio de color se trata en la página de características del color y se denomina "valor".

Circulo cromático es utilizado para realizar las representaciones gráficas sobre un círculo.

6.3.3.4 Teoría de la comunicación

Según (Manuel Martín Serrano, 1982) del libro *la Teoría de la Comunicación indica que estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información.* La Teoría de la comunicación es una reflexión científica muy nueva, pero, en cambio, su objeto de estudio —la comunicación — es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años.

Para facilitar el análisis, denominaré *«Actor de la comunicación» a cualquier ser vivo que interactúa con otro u otros seres vivos de su misma especie o de especies diferentes recurriendo a la información.* La comunicación, por ser una forma de interacción, supone la participación de al menos dos Actores. En la situación comunicativa, los Actores ocupan posiciones distintas y en el transcurso del proceso comunicativo desempeñan funciones diferentes. Cuando sea preciso tener en cuenta tales diferencias, utilizaré el terminó *«Ego»* para referirme al primer Actor que en una determinada interacción inicia el intercambio comunicativo, y *«Alter» («Alteres»)* para referirme al Actor (o Actores) que en esa misma interacción resulta ser solicitado comunicativamente por Ego. El manejo de la información es una capacidad que aparece muy tempranamente en las especies cuyo comportamiento recurre a la interacción; pero no es el comportamiento interactivo más antiguo en la historia de la Evolución. Existen numerosos seres vivos capaces de relacionarse con otros, que

solamente intercambian materias o energías, pero que todavía no han llegado al estadio evolutivo que les capacita, además, para manejar el intercambio de información. Las especies que han logrado la capacidad de interacción comunicativa se distinguen *biológicamente* porque disponen de órganos especializados para poder desarrollar el trabajo que requiere el intercambio de información; y se distinguen *conductualmente* porque poseen pautas de comportamiento adecuadas para que ese trabajo genere información. Sin esos órganos, y sin esas pautas, no es posible que la interacción entre los seres vivos de el salto desde el mero intercambio de materias y energías, al intercambio de información. El análisis de cuales son los requisitos imprescindibles, de carácter biológico y de carácter conducta, para que le sea posible a un animal llevar a cabo un comportamiento comunicativo, permite identificar en la Naturaleza a los Actores de la comunicación, dentro del conjunto de los seres vivos.

Teoría de la comunicación explica cómo se realizan los intercambios comunicativos y cómo estos intercambios afectan a sociedad y comunicación.

6.3.3.5 Semiótica

La página (Definición, Semiotica, 2008) indica que se conoce como semiótica a la teoría que tiene como objeto de interés a los signos. Esta ciencia se encarga de analizar la presencia de éstos en la sociedad, al igual que la semiología. Ambos conceptos son tomados como sinónimos por el diccionario de la Real Academia Española (RAE), aunque los expertos establecen algunas diferencias.

Muchos autores han hablado y escrito sobre el término: Saussure, Pierre, Buyssens, etc,. En las diferentes definiciones se encuentran elementos en común y otros absolutamente opuestos; sin embargo todos coinciden en algo, que la semiótica no se trata de un acto de

lectura; sino de una actitud de exploración de lo que existe de fondo de toda significación: sus raíces y los mecanismos que la sostienen.

Algunos de estos intelectuales sostienen que la semiótica incluye a todas las demás ciencias, que se dedican al estudio de los signos en determinados campos del conocimiento. Es decir, que la ven como una ciencia orientada a estudiar cómo funciona el pensamiento para explicar las maneras de interpretación del entorno y de creación y difusión de conocimiento que tienen las personas.

La semiótica es la ciencia que se interesa por el estudio de los diferentes tipos de símbolos creados por el ser humano.

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Tendencias del diseño grafico

El sitio web (Waarket, Tendencias del diseño grafico, 2014) comunica que las tendencias relacionadas con el diseño actual. Ahora le toca el turno a lo más general de todo: el diseño gráfico. Nuestro querido diseño gráfico que año tras año se actualiza, no permitiéndonos tomar ni un ligero descanso si queremos estar al día…

Estas características son las que marcarán las pautas este año, así que tomar nota y poneros las pilas. Ahí van Las 7 tendencias del Diseño Gráfico en 2015.

1. Fondos difuminados.

Este año, los fondos difuminados y los fondos desenfocados en capas detrás del texto han estado en alza en la publicidad y en el diseño, y las búsquedas de “difuminado” aumentaron un 144%.

2. Lineal.

La estética global mantiene su tendencia hacia la simplicidad, con iconos delineados y otros

estilos lineales en alza. Las búsquedas de “icono lineal” aumentaron un 921%.

3. Perspectivas únicas.

Las búsquedas para “vista superior” aumentaron un 66% este año, a medida que los creativos buscan formas más creativas de decir y visualizar sus historias.

4. Doble exposición.

Esta forma de combinar imágenes está poniéndose muy de moda. Una estética muy elegante combinando mensajes para conseguir un acabado realmente original.

5. Hipster.

Estilo asociado a lo vintage, lo alternativo y lo independiente; un look y una interpretación absolutamente particular, y una sensibilidad variada, inclinada a estilos de vida alternativos, que se arraiga en el rechazo a las corrientes culturales predominantes.

7. Zentangles.

Termino mi lista con un estilo que a muchos de vosotros os será familiar, y es que ¿Quién no se ha pasado las horas de alguna clase dibujando en un folio o incluso en la mesa este tipo de dibujos?

Esta claro que Zen viene de zen, y Tangle significa enredar, lio, maraña, laberinto… por lo que podemos decir que su nombre quiere decir: pintar relajadamente de forma intuitiva un embrollo de líneas, círculos, y todo tipo de figuras geométricas o curvilíneas… incluso rellenar figuras reales con todo tipo de dibujos.

Este tipo de arte ya fue muy común en los años 60 así que no estamos viendo nada nuevo. Como en muchos otros casos observamos el movimiento cíclico de las modas y como afectan estas al mundo del diseño gráfico.

Tendencias del diseño grafico son una serie de grupos de un cierto estilo, evolución que marcan el estilo de los diseños y sus futuras creaciones.

6.3.4.2 Tendencia de la comunicación

Según (Herrera, 2010) explica en su libro "Las tendencias de comunicación", que unos pasan desapercibidos y otros, los menos, permanecen en nuestra mente. Por ello, cada vez es más difícil en comunicación llegar a los públicos de forma clara y directa, dejando la impronta de la marca y haciendo que el acto de comunicación sea efectivo. Y esto provoca que la gestión de la comunicación sea en la actualidad un área fundamental y compleja a su vez. Así se explica en las palabras de presentación del texto: la comunicación es una de las variables más difíciles de gestionar, ya que es la disciplina más dinámica y cambiante con la que cuentan las organizaciones" (pág. 11). En efecto, dada la gran cantidad de publicidad a la que estamos sometidos, los cambios en el entorno y la dificultad para acceder a la mente de los consumidores, la comunicación debe jugar un papel fundamental a la hora de crear marca y por ello hay que aprender a gestionarla.

Bajo este contexto surge *Nuevas tendencias en comunicación*, un trabajo coordinado por Joaquín Sánchez Herrera y Teresa Pintado Blanco en el que, como su nombre indica, se aporta una visión rica y poliédrica de las actividades que se están llevando a cabo en el ámbito comunicativo. En efecto, este volumen que publica la editorial ESIC refleja fielmente el panorama actual publicitario y sirve de guía tanto para profesionales del sector como para alumnos y profesores de las áreas de comunicación y marketing, convirtiéndose en una útil herramienta didáctica. Su lenguaje sencillo y una estructura ordenada y clara, hacen de el una obra interesante para entender el desarrollo y la constante evolución que está experimentando el marketing y la comunicación en la actualidad. Asimismo, la

combinación de teoría y práctica hacen de el un libro completo y riguroso, pero también ameno y fácil de leer.

Nuevas tendencias en comunicación se abre por medio de una presentación, en la que se resumen los objetivos del trabajo y se esbozan los conceptos que se abordan en diferentes capítulos. A continuación el texto se estructura en diez capítulos que, a su vez se dividen en diferentes apartados. Todos los capítulos siguen una estructura fija. Se componen de un pequeño resumen en el que se establecen los objetivos; una introducción en la que se contextualiza el tema que se aborda y el objeto de estudio (que lógicamente varia en función de cada capítulo). Y por último, a modo de ejemplo, encontramos un caso real, seguido de unas preguntas sobre esté y cuestiones a debatir sobre el capítulo en general. Esto aporta valor profesional a la obra, pues refleja una situación real paradigmática de cada "forma". También puede servir como Nuevas tendencias en comunicación, ejemplo de actuación para los profesionales del sector. Además, las preguntas sobre el caso y las cuestiones a debatir permiten que se afiancen los conceptos aprendidos. Por otro lado, todos los capítulos se acompañan de gráficos, tablas, cuadros y ejemplos para ilustrar lo comentado en la teoría.

Nuevas tendencias en comunicación es una obra capitular en la que intervienen diferentes autores procedentes del mundo académico que ofrecen sus aportaciones personales y en general teorizan sobre las formas de comunicación más actuales. Como suele ocurrir en la mayor parte de trabajos de esta naturaleza el hecho de que se trate de un texto escrito a varias manos tiene sus ventajas e inconvenientes. Por un lado, se ofrece una visión amplia y muy específica de cada uno de los ámbitos en los que cada autor está especializado. Esto imprime rigurosidad a cada capítulo en particular por la mencionada especialización, y con

ello al libro en general. Sin embargo, por otro lado, se pueden percibir ciertas desigualdades a la hora de tratar cada uno de los capítulos, pues son temas diferentes con terminologías muy distintas tratados por autores también diversos. Como consecuencia de esta amplitud de firmas se hace inevitable la repetición de algunos conceptos. En cualquier caso, es de agradecer que se haya cuidado la estructura de cada capítulo para evitar la falta de cohesión del volumen.

Las tendencias de comunicación son aquellas que nos ayudan a facilitar la comunicación.

6.3.4.3 Tendencia de la tipografía

La página web (Waarket, Tendencias de la Tipográfia, 2014) comunica que la tipografía utilizada para nuestros diseños puede significar el éxito o el fracaso de la composición final, por esta razón es sumamente importante dedicarle al paso de selección de nuestras fuentes el tiempo necesario.

Lejos de siempre utilizar la típica Helvetica o la Gotham, la recomendación siempre es experimentar con estilos nuevos, ofrecer nuevas alternativas y crear necesidades al mercado.

Entre lo que ya empieza a generar ruido, te presento cinco tendencias en tipografías que se podrán ver en diseño de carteles, publicidad, branding, páginas web, animaciones, etc.

1. Mezclas Tipográficas.

Tendencia que viene pisando fuerte desde el año pasado. Una de las reglas en diseño es no mezclar más de tres tipografías, pero de un tiempo para acá se ha empezado a experimentar con la diversidad de fuentes en una sola página. Podemos ver este tipo de composiciones en páginas web, cartelera, diseño editorial, etc.

2. Tipografías tridimensionales.

Las tipografías 3D se manifiestan sobre todo en sitios web, aplicaciones multimedia y animaciones, esto hará que el texto también se posicione como parte funcional del contexto, además de darle volumen y cierto juego visual de perspectiva.

3. Tipografías hechas a mano.

Hace un tiempo hemos escrito un artículo sobre el lettering y parece que esta tendencia manuscrita se está poniendo totalmente de moda. Una tendencia que aporta tipografías totalmente exclusivas a nuestros diseños.

4. Líneas rectas y sin sombra

El *flat design* seguirá en tendencia gracias a todas las plataformas digitales y medios portátiles como tablets y móviles. Colores sólidos así como bloques rellenos permiten un juego con el espacio negativo en tipografía.

5. Tipografías con texturas.

Las tipografías texturizadas permiten a las marcas mostrar los atributos de sus productos de una manera diferente, se les da otro valor y el espectador lo conoce sin tener que probarlo. Es una tendencia que se empieza a ver en varios tipos de contextos.

Tendencias de la tipografía son utilizadas para nuestros diseños.

6.3.4.4 Estilo grafico:

La página (Fotonostra, Estilo Gráfico, 2015) indica que en todo proceso de diseño, el diseñador utiliza toda la información posible, retenida en su memoria, para realizar su creación. Una serie de imágenes, signos y demás recursos comunicativos son asociados y entrelazados entre sí dando lugar al diseño.

Las tendencias son una serie de grupos de un cierto estilo, estilísticos, que el diseño en sí va adoptando. Se encuentran en continua evolución y marcan el estilo de los diseños y futuras

creaciones. Ahí, entra a formar parte el estilo, como forma de actuar, dando el toque personal al proyecto en curso.

Un estilo gráfico es un conjunto de atributos de apariencia. Los estilos gráficos permiten cambiar rápidamente el aspecto de un objeto.

6.3.4.5 Minimalismo

La página (Fotonostra, Estilo Gráfico, 2015) nos define que el minimalismo como tendencia surgida en Estados Unidos, en la década de los sesenta del siglo pasado. El minimalismo es la sencillez en su máximo esplendor.

Este movimiento marcó profundamente a las bases de creatividad de arquitectos, escultores, pintores, fotógrafos, artistas y diseñadores, incluso a los músicos, a lo largo del siglo XX.

Esta tendencia se usa muy a menudo en el diseño, ya que reduce el ruido, los elementos innecesarios, dejando lo importante y fundamental del diseño que se quiere representar.

Minimalismo es una corriente artística contemporánea que usa la geometría elemental de las formas.

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

Con base a la investigación desarrollada en el marco teórico del presente proyecto sobre cada uno de los temas relacionados con Tecnikids y la correcta aplicación de las ciencias, artes, tendencias y teorías, que respaldan a la carrera de licenciatura en comunicación y diseño, se busca dar solución a la carencia de materiales impresos que permitan orientar a los alumnos acerca de Tecnikids.

7.1.2 **Aplicación de la Comunicación en la elaboración del material informativo impreso**

La comunicación es la base fundamental en la elaboración de este proyecto, ya que por medio del material informativo impreso, se pretende transmitir mensajes a los niños acerca de los servicios que ofrece Tecnikids.

La comunicación cumple en este proyecto las siguientes funciones:

- Informar: transmitir datos relevantes acerca de Tecnikids.
- Regular: socializar a los alumnos, con reglas y el uso del servicio que presta Tecnikids.
- Motivación: A través del material que se les proporcionará, se obtendrá una motivación de los alumnos a conocer más acerca de Tecnikids.

7.1.3 **Aplicación del Diseño Editorial en la elaboración del material informativo impreso**

La aplicación del diseño editorial permitirá la correcta diagramación de los elementos que conformarán el material informativo, y lograr así unidad armónica entre ellos, que exprese

el mensaje que desea hacer llegar a los alumnos de forma estética y adecuada a su edad.

7.1.4 **Aplicación del Diseño Gráfico en la elaboración del material informativo impreso**

La aplicación del diseño gráfico es muy importante para la elaboración del material impreso, debido a que será la herramienta que permita transmitir a los alumnos sobre el uso del reglamento en los laboratorios que Tecnikids ofrece a sus colegios afiliados, de una manera adecuada a su edad.

Con la ayuda de los elementos del diseño se podrá hacer del material informativo impreso un instrumento atractivo, de fácil lectura y comprensión para los alumnos.

7.1.5 **Aplicación de los Materiales Impresos en la elaboración del material informativo impreso**

La aplicación de los materiales impresos son efectivos para transmitir un mensaje especiíico. Para la realización de este material informativo se utilizarán afiches que representen temas para el laboratorio acerca de Tecnikids, de forma detallada e ilustrada.

7.1.6 **Aplicación de Diagramación en la elaboración del material informativo impreso**

La diagramación será utilizada para lograr correcta aplicación de los elementos que conforman el material informativo como formas, figuras, ilustraciones y texto, al lograr la adecuada distribución de los espacios, que ayudarán a los alumnos a comprender y ubicar la información.

7.1.7 **Aplicación de la Tipografía en la elaboración del material informativo impreso**

La correcta aplicación tipográfica es fundamental en la elaboración del material informativo, esta deberá facilitar la lectura del alumno. Es necesario seleccionar fuentes tipográficas atractivas de acuerdo a su edad, para que capte su atención.

Para los títulos y palabras importantes dentro del texto se emplearán tipografías con un tamaño grueso para resaltar su importancia, y para el texto se utilizará la tipografía en modalidad mediana.

7.1.8 **Aplicación de la Semiología en la elaboración del material informativo impreso**

La correcta aplicación de la semiología es importante, ya que por medio de las imágenes se pretende transmitir un mensaje, por lo que se debe velar porque este sea transmitido de forma adecuada.

7.1.9 **Aplicación de la Psicología del color en la elaboración del material informativo impreso**

La aplicación de la psicología del color ayudará a realizar una correcta selección de colores, que permita un impacto visual en el material informativo impreso, además de influir en la percepción que el alumno tenga al momento de leer el material.

7.1.10 **Aplicación de la Sociología de la educación en la elaboración del material informativo impreso**

Esta ciencia sirvió de apoyo al proyecto para la definición del comportamiento y datos relevantes del grupo objetivo, cómo la magnitud podría beneficiar a la elaboración del proyecto, y los perfiles conductuales de los niños que se verán beneficiados con el material informativo impreso.

7.1.11 **Aplicación de la Pedagogía en la elaboración del material informativo impreso**

El material informativo impreso tiene como objetivo contribuir al proceso de formación de los alumnos. Por medio de la pedagogía se conceptualizará el mensaje que se desea transmitir de forma adecuada para los alumnos, para contribuir a desarrollar en ellos el interés y conocimiento sobre Tecnikids.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método

A) Mapa conceptual: los mapas conceptuales son un medio para visualizar ideas o conceptos y las relaciones jerárquicas entre los mismos.

La técnica de elaboración de mapas conceptuales es un medio didáctico eficaz para organizar información, sintetizarla y presentarla gráficamente.

Es muy útil debido a que permite apreciar el conjunto de la información que contiene un texto y las relaciones entre sus componentes, lo que facilita su comprensión y ayuda a mejorar el aprendizaje.

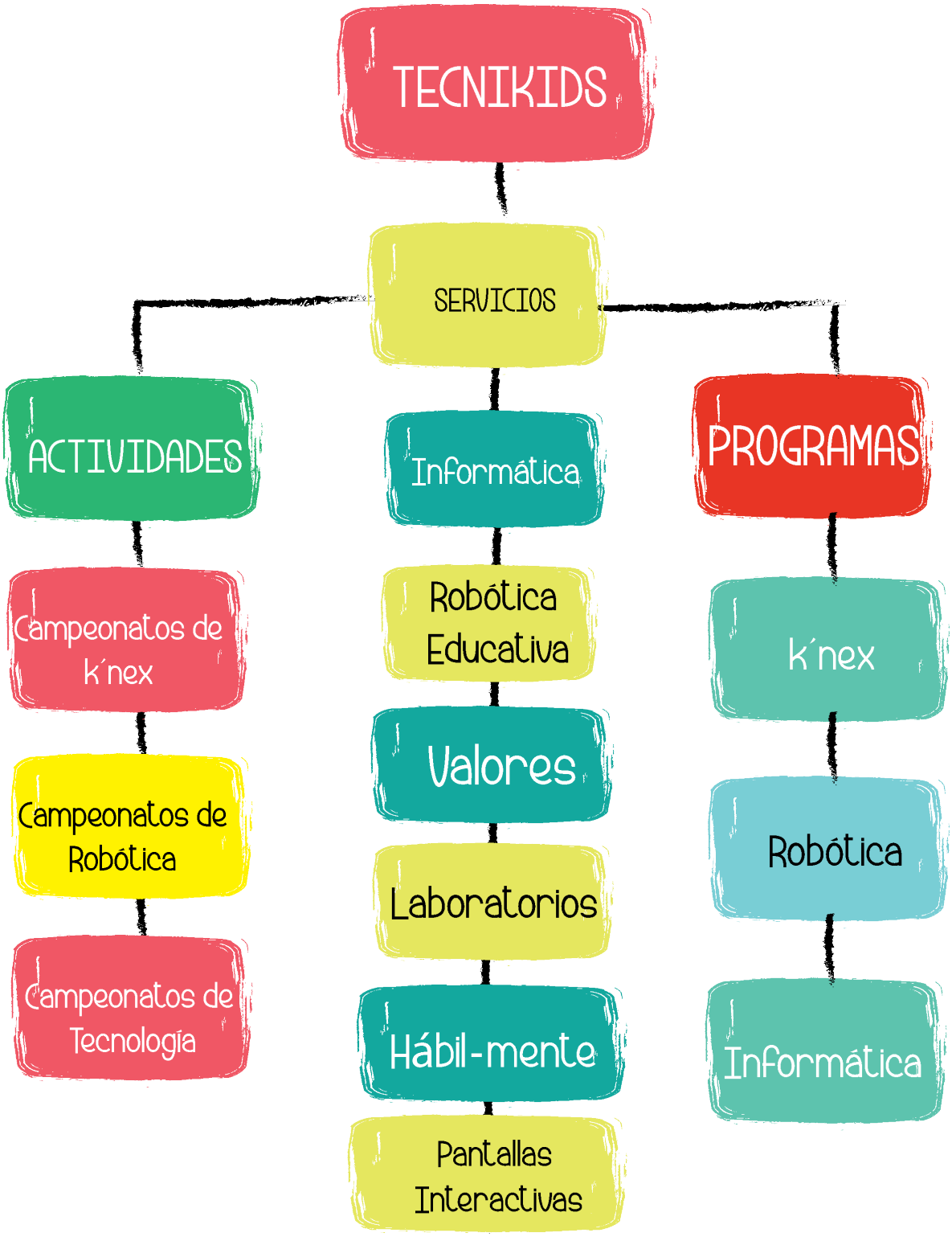
Sus componentes:

- Elipse: nos sirve para representar los objetos, también se pueden utilizar cuadrados, triángulos, círculos, etc.
- Líneas rectas: unen los conceptos. Van interrumpidas o cortadas, para la inserción de las palabras enlace. Cuando los conceptos se relacionan se encuentran en un mismo nivel horizontal o diferentes niveles del desarrollo horizontal del mapa, se utiliza una línea con flecha.

7.2.1 B) Importancia de la aplicación del mapa conceptual en la elaboración del material informativo impreso.

La aplicación de un mapa conceptual para la elaboración del material informativo impreso servirá como herramienta para que los alumnos puedan entender la estructura del contenido.

7.2.2 Aplicación del mapa conceptual en la elaboración del material informativo impreso.



Las frases que se proponen para definir el concepto del material informativo impreso, con base en la aplicación del mapa conceptual, son:

- ✓ Enséñame y lo recuerdo
- ✓ Tecnología en tus manos
- ✓ Enseñando aprendemos
- ✓ Construyendo valores
- ✓ Juntos mejoramos la educación
- ✓ Enseñar es aprender dos veces
- ✓ Paso a paso aprendemos
- ✓ Integrar educación y tecnología
- ✓ Construyendo mi futuro
- ✓ Innovando tu mundo

7.2.3 Definición del Concepto

Para realizar el diseño del material informativo impreso se eligió el concepto "Integrando educación y tecnología", ya que Tecnikids se identifica a través de esta frase.

Según (Pinus, 2010) comenta que el aprendizaje integrado implica la integración de tecnología en el aprendizaje, en la enseñanza y en la educación.

"Integrando educación y tecnología" se seleccionó debido a que Tecnikids es una empresa que presta servicios de tecnología educativa, así como otros servicios más, para la excelencia humana.



7.3 Bocetaje

El Bocetaje ha sido elaborado a mano, utilizando lápiz y posteriormente resaltar cada línea con rapidógrafo, en hojas papel bond. El mensaje que se busca transmitir por medio de la diagramación del material informativo impreso, está basado en la solicitud de TECNKIDS, al evocar por medio de las herramientas del diseño gráfico y comunicación.

El motivo del material impreso informativo es porque los alumnos necesitan este material para obtener información especifica de los servicios que ofrece Tecnikids.

Por lo tanto, Tecnikids solicitó un material que sea fácil de visualizar por el estudiante, que contenga información relevante e ilustraciones que llamen su atención.

Ver anexo 07 Propuestas realizadas previo a validación (Págs. 173 -182).

7.3.1 Descripción de la propuesta

Afiches informativos: Se elaboró un tamaño Tabloide, se eligió este formato, ya que es un tamaño adaptable y visible para la visualización de los niños. Estará impreso solo de un lado, permitiendo así colocarlo en los laboratorios.

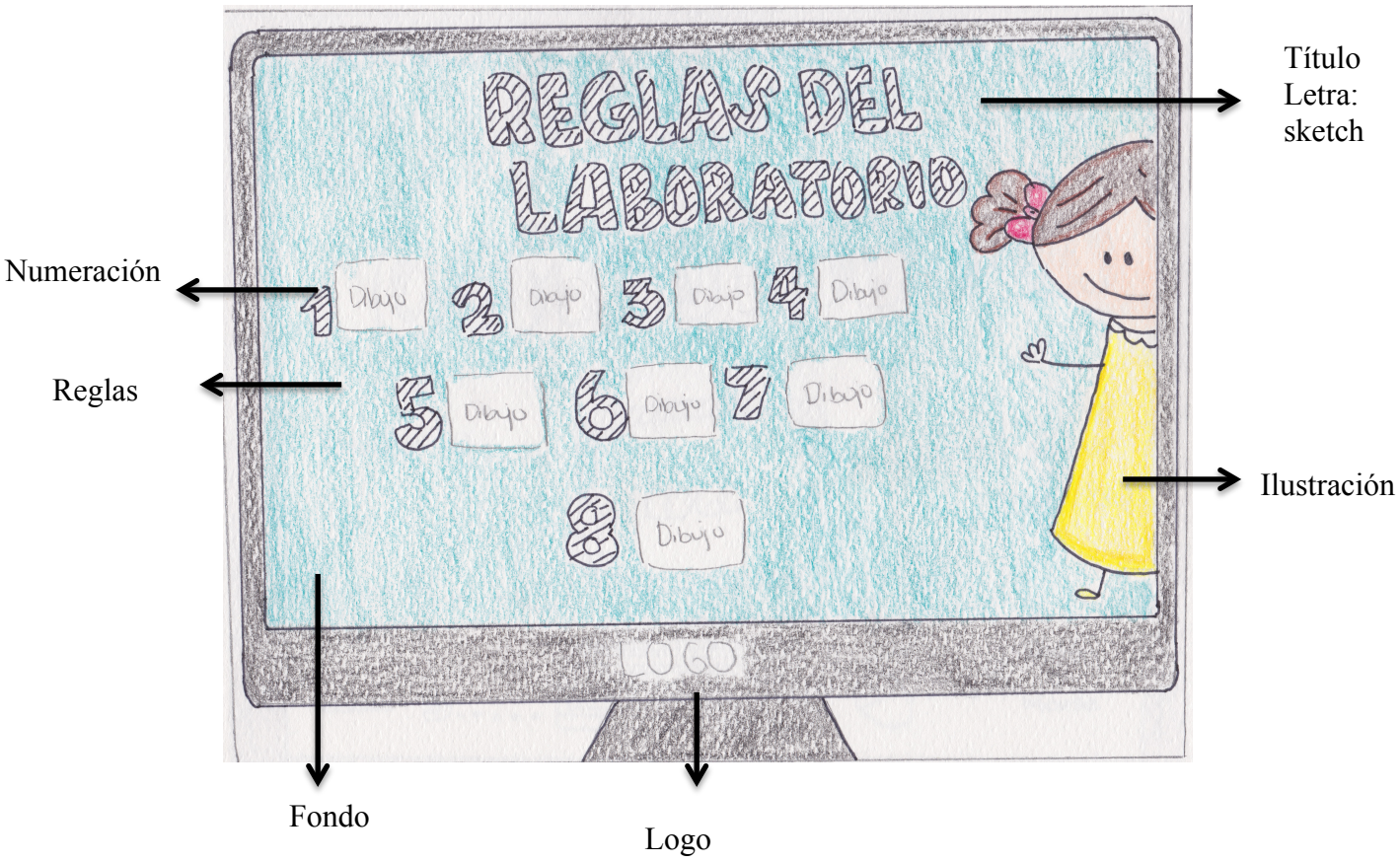
7.3.2 Tabla de requisito

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Se utilizará variedad de colores alegres.	Ilustrador: Fondos alegres para niños y colores atractivos.	Alegría y dinamismo
Tamaño	Formato tabloide 17x11"	Ilustrador: diagramado en la misma medida en forma horizontal.	Atracción, comodidad
Tipográfia	Logrando jerarquías visuales entre títulos, subtítulos e información.	Ilustrador: diferentes tipos de letra. Utilizando mayúsculas para títulos.	Facilidad de lectura, tranquilidad y sencillez
Ilustración	Figuras para niños que transmitan el mensaje.	Ilustraciones en Ilustrador CS6	Motivación, dinamismo
Logotipo	Imagen institucional	Ilustrador: logotipo que identifica a la empresa.	Identificación

7.3.3 Bocetaje del material impreso informativo

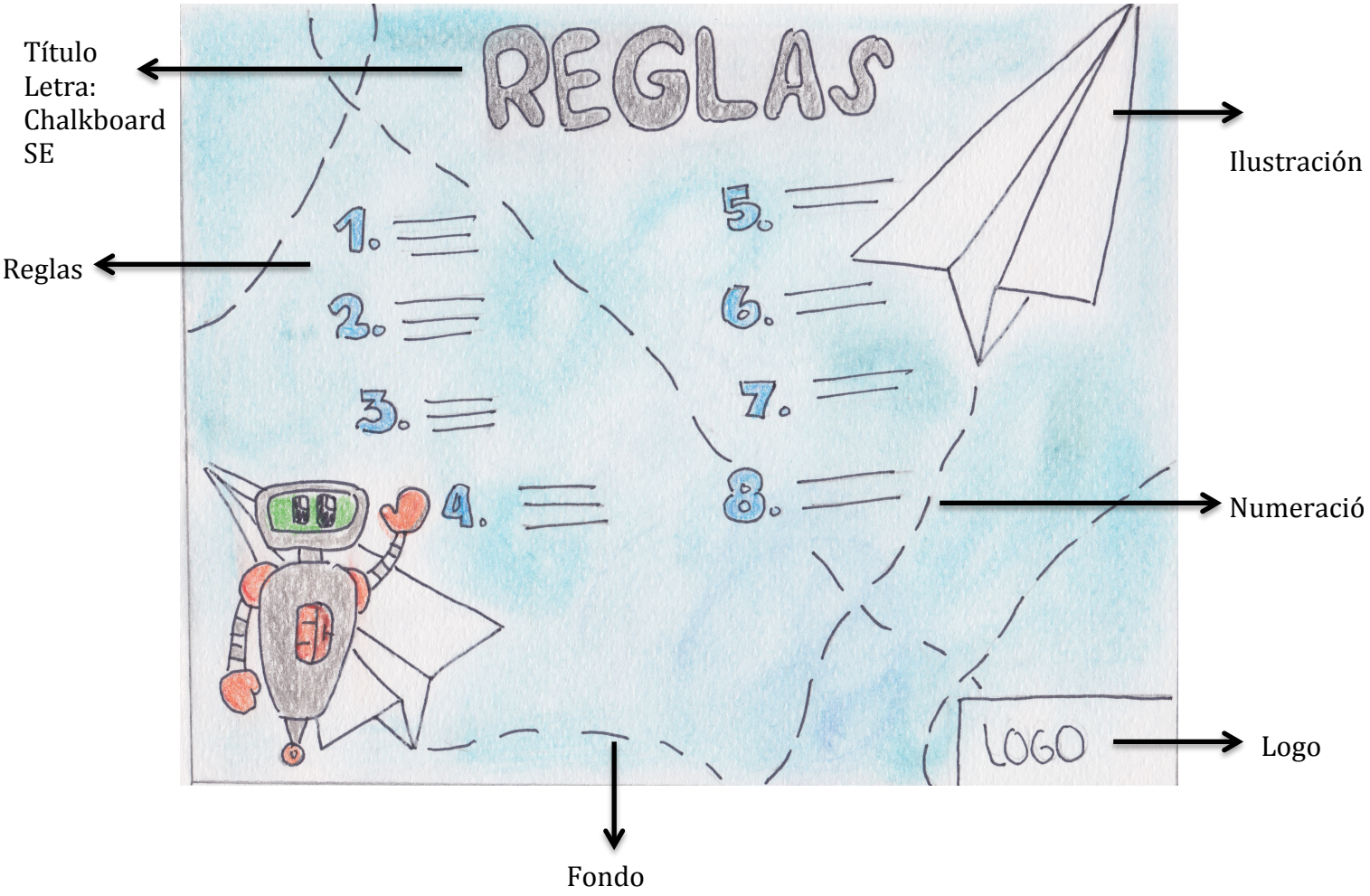
7.3.3.1 Boceto a crayón (Pieza 1)

Reglas del Laboratorio Pre-primaria



7.3.3.2 Boceto a crayón (Pieza 2)

Reglas del Laboratorio Primaria



7.3.3.3 Boceto a crayón (Pieza 3)

Partes de la computadora (Pre-primaria, Primaria)



Título
Letra:
Dimbo

Partes
De la
ɔmputadora

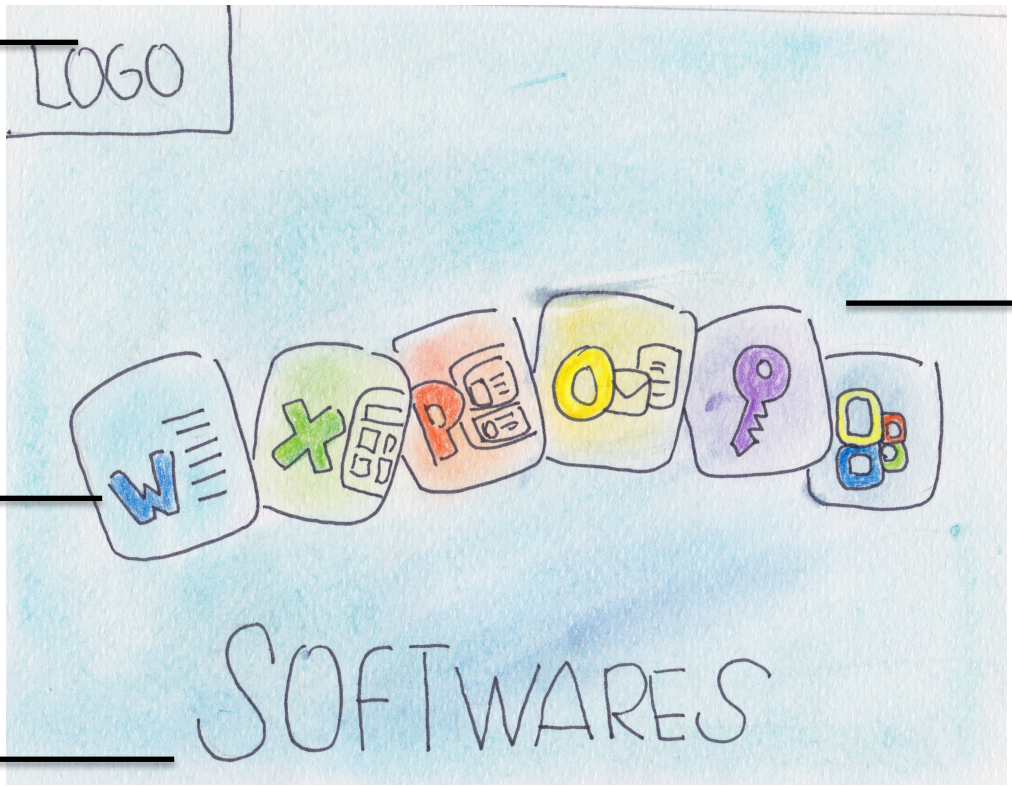
Numeración

Logo

Ilustración

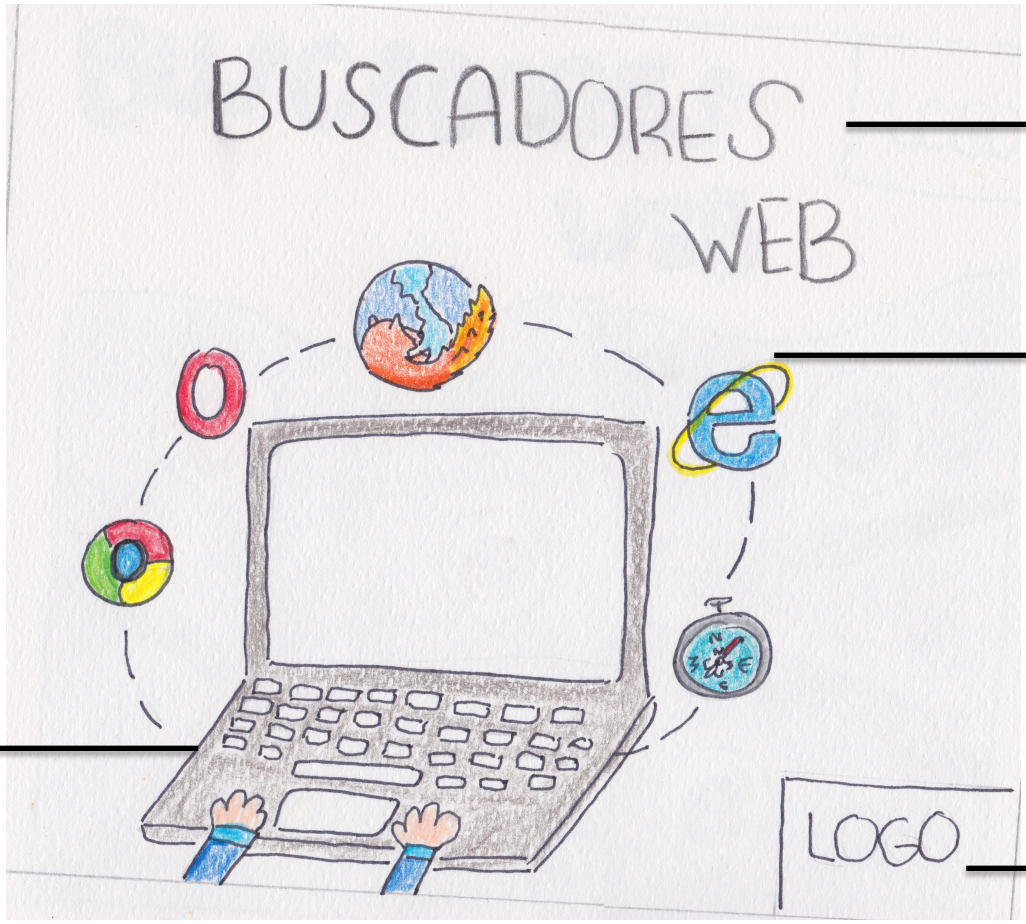
7.3.3.4 Boceto a crayón (Pieza 4)

Softwares (Pre-primaria, Primaria)



7.3.3.5 Boceto a crayón (Pieza 5)

Buscadores Web (Pre-primaria, Primaria)



Título
Letra:
Back to
School

Softwares

Ilustración

Logo

7.3.7.3 Digitalización de Bocetos

7.3.7.4 Pieza 1

Digital de Reglas del laboratorio (Pre-primaria)

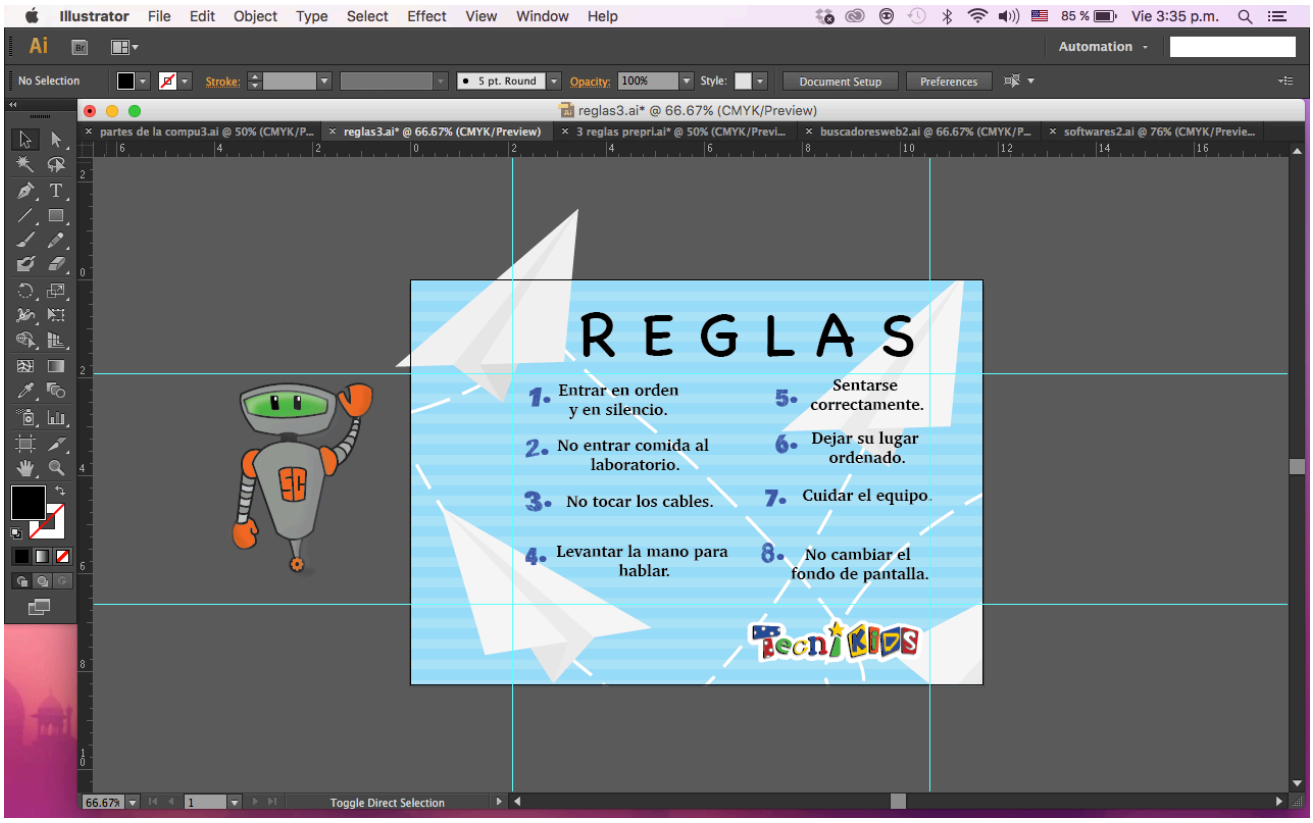


Justificación

Este boceto digital está formado por símbolos, ya que va dirigido a niños de 4 a 6 años, asimismo los colores son atractivos, colocando el logo en la esquina inferior derecha y las ilustraciones para alegrar el afiche, el afiche. Es de tamaño tabloide que permitirá dar mayor visión para los niños. Es realizado en el programa Adobe Ilustrador CS6.

7.3.7.5 Pieza 2

Digital de Reglas del Laboratorio (Primaria)

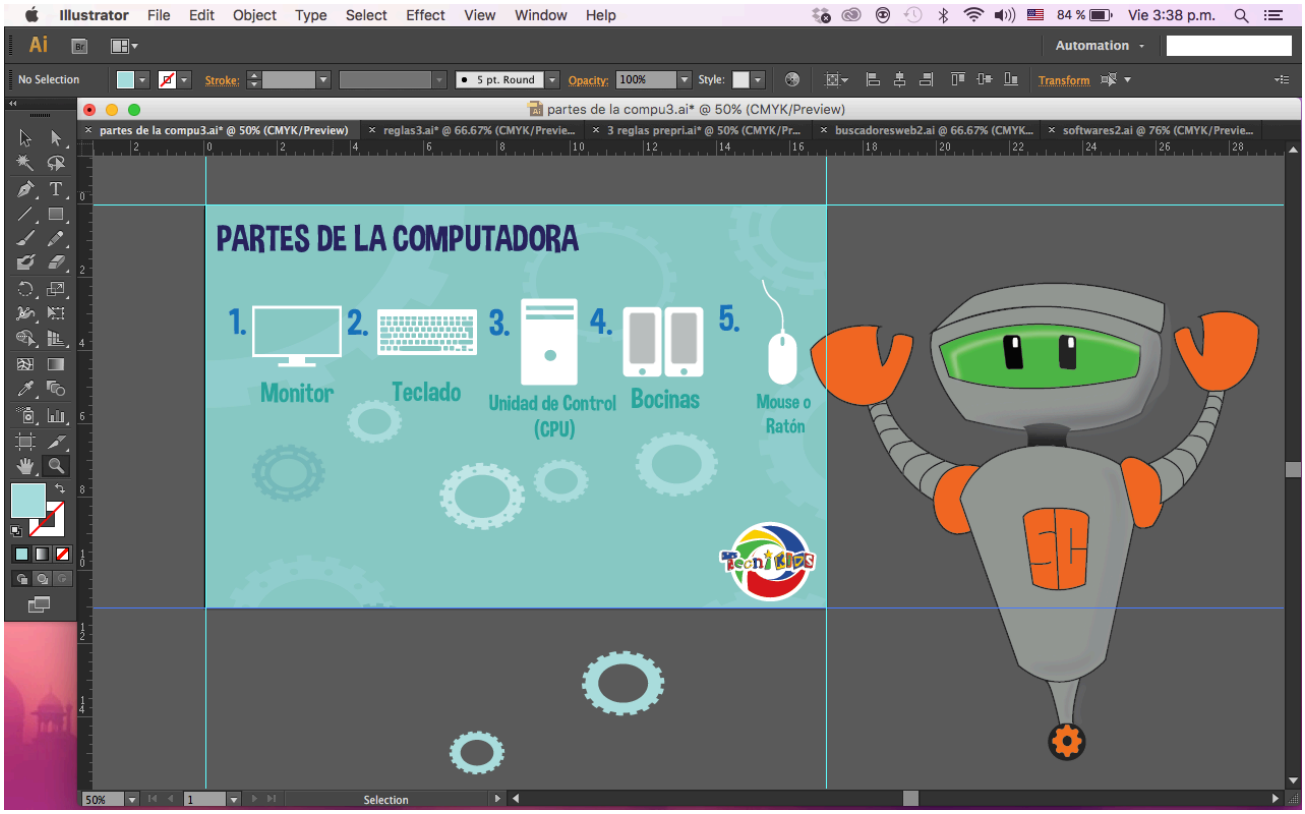


Justificación

Este boceto digital está formado por un fondo celeste, conformado con unos avioncitos de papel. Asimismo adaptamos la tipografía conforme al diseño, agregándole un robot para que llame la atención de los niños, y poniendo en orden cada una de las reglas. Se colocó el logo en la esquina inferior derecha. Es realizado en el programa Adobe Ilustrador CS6.

7.3.7.6 Pieza 3

Digital de Las Partes de la Computadora



Justificación

En este boceto digital se colocaron las partes de la computadora separadas, cada una numeradas y con su nombre correcto. Se agregó una ilustración de un robot que levanta las manos para mostrar las partes de la computadora. Asimismo se colocó el logo en lado inferior izquierdo. Fue elaborado en Adobe Ilustrador CS6.

7.3.7.7 Pieza 4

Digital de Softwares

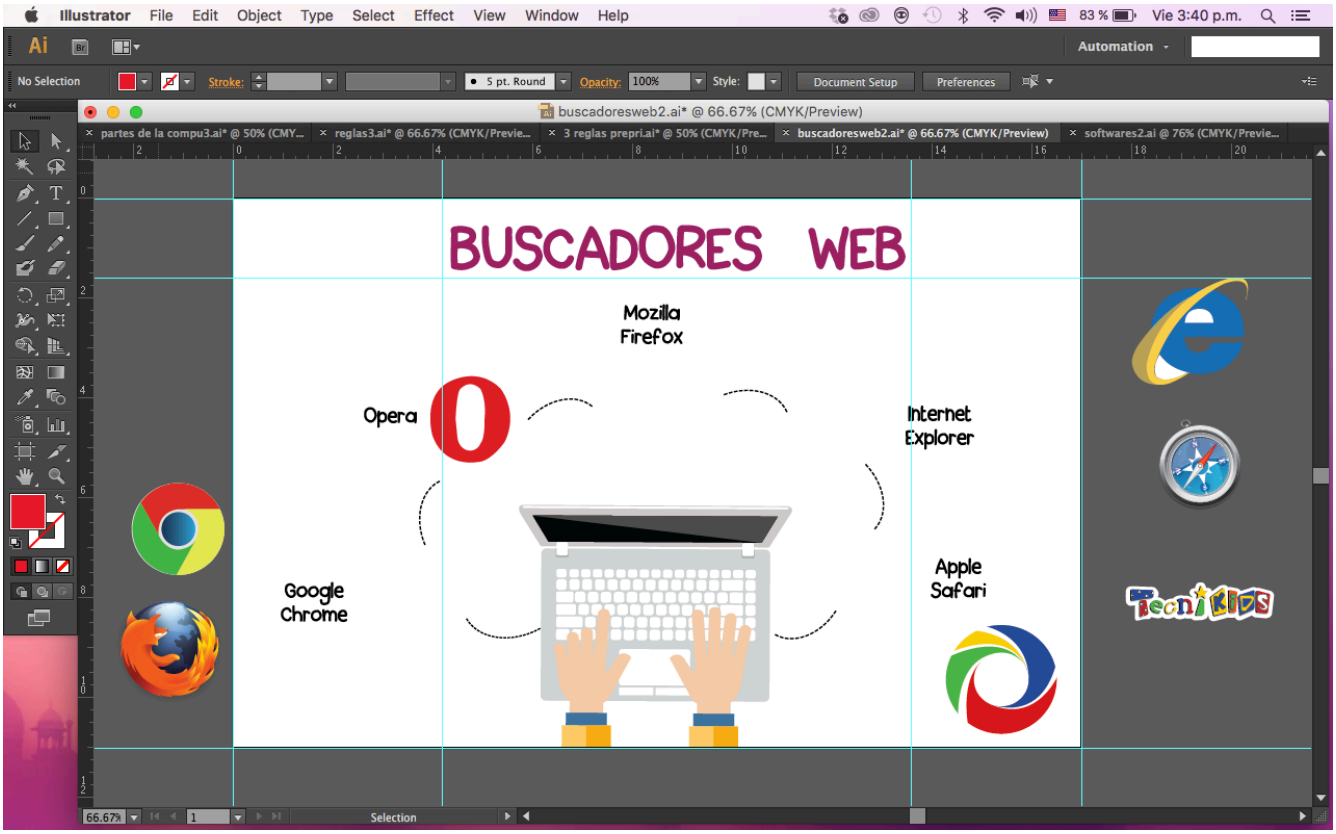


Justificación

En este boceto digital se utilizaron los software mas grandes para mejor visualización de los mismos, se le colocó los nombres debajo de cada uno de ellos y con un fondo azul, poniendo el logo del lado superior derecho para mejor jerarquía. Fue elaborado en Adobe Ilustrador CS6.

7.3.7.8 Pieza 5

Digital de Buscadores Web



Justificación

En este boceto digital se utilizó una laptop utilizándo líneas para unir cada uno de los softwares al dar a entender que salen de la laptop. Se le colocó cada uno de sus nombres, se uso una tipografía legible para mejor vista al afiche, se puso el logo en el lado inferior izquierdo. Fue elaborado en Adobe Ilustrador CS6.

Ver anexo 08, Propuestas de digitalización de bocetos (Págs. 183 – 192).

7.4 Propuesta preliminar

Después del proceso de Bocetaje en donde se definió el formato, colores, tipografías, figuras y símbolos que serian utilizadas, se procedió a digitalizar los bocetos, para realizar la propuesta grafica preliminar.

A continuación mostraremos los diferentes bocetos, ya digitalizados para escoger el mejor de cada uno de las opciones de cada tema.

Ver anexo 09, Propuestas digitales realizadas previo a validación (Págs.

7.4.1 Pieza 1

Digital de Reglas del laboratorio (Pre-primaria)

11 pulg



17 pulg

7.4.2 Pieza 2

Reglas del laboratorio (Primaria)

11 pulg



17 pulg

7.4.3 Pieza 3

Partes de la computadora (Primaria y Pre primaria)

11 pulg



17 pulg

7.4.4 Pieza 4

Digital de Softwares

11 pulg



17 pulg

7.4.5 Pieza 5

Digital de Buscadores Web

11 pulg



17 pulg

Capitulo VIII

Validación Técnica

Capítulo VIII

Validación Técnica

Después de haber realizado la propuesta gráfica preliminar, se procedió a evaluar si el material informativo impreso cumple con los objetivos para el que fue diseñado.

El material se validó con el grupo objetivo, cliente y especialistas en el área de comunicación y diseño. Para el grupo objetivo se utilizó una encuesta como instrumento de validación, que contendrá el mismo tipo de preguntas, formuladas de diferente forma.

Los instrumentos de validación están en tres áreas, que son:

- Parte objetiva: En esta sección se incluirán preguntas que permitan visualizar si los objetivos funcionales del material están siendo alcanzados.
- Parte semiológica: En esta sección se incluirán preguntas que permiten visualizar que el material sea legible, accesible y transmita las emociones y sentimientos que se desean.
- Parte operativa: En esta sección se incluirán preguntas que permitan visualizar la eficiencia de los elementos del diseño en cuanto a colores, formas, tipografía, elementos comunicativos, entre otros.

8.1 Población y Muestreo

Para que la validación del proyecto fuera efectiva, se acudió a recolectar información de tres grupos poblacionales importantes que son:

- Profesionales en el área de comunicación y diseño
- Cliente
- Grupo objetivo

Se validará a las personas de cada grupo para establecer los parámetros de referencia en cuanto a la eficacia del proyecto, y así conocer si los objetivos propuestos al inicio de este material están siendo cumplidos, y evaluar los posibles cambios que mejorarán la propuesta del proyecto.

8.1.1 Validación del Cliente

Director Académico de TECNIKIDS, Jaime Morales

Perfil del integrante encuestado:

- Edad: 31 años
- Profesor en Educación Media
- Licenciado en Administración Educativa
- Director académico de TECNIKIDS

Número de encuestados: 1 persona

8.1.2 Validación del grupo objetivo

Alumnos que forman parte de TECNIKIDS, provenientes de distintos establecimientos educativos.

Perfil de los integrantes a encuestar:

- Niños y niñas de 6 a 12 años
- Estudiantes de nivel Primaria
- Son inquietos, alegres, disfrutan de las actividades en grupo que les permiten disfrutar y compartir.

Número de personas encuestadas: 25 personas

8.1.3 Validación de Profesionales en el área de comunicación y diseño

Personas aptas para evaluar el contenido de comunicación y diseño del "Material informativo impreso", para la empresa TECNIKIDS. Algunos catedráticos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo.

Perfil de los integrantes a encuestar:

- Su edad oscila entre los 30 a 45 años de edad
- Expertos en Diseño Gráfico
- Expertos en el área de Comunicación
- Personas con criterio propio
- Personas influenciadas con tendencias de diseño y con temas relacionados

Cinco catedráticos de la facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo, expertos en el tema de comunicación y diseño grafico y temas relacionados.

- Lic. Héctor Chinchilla: Licenciado en Comunicación y Diseño, Productor de televisión, catedrático Universidad Galileo.
- Lic. David Castillo: Licenciado en Audiovisual, Productor de Televisión, Director de Medialab, Universidad Galileo.
- Lic. Rolando Barahona: Licenciado en Diseño Grafico, Catedrático Universidad Galileo.
- Licda. Karla López: Licenciada en Comunicación y Diseño, Catedrática y Coordinadora académica en la Universidad Galileo.
- Lic. Guillermo García: Licenciado en Publicidad, Catedrático en la Universidad Gallileo.

Número de personas encuestadas: 5 personas

8.2 Método e Instrumentos

Para llevar acabo la validación es necesario un instrumento de investigación que permita conocer y respaldar la efectividad del proyecto.

Para este material informativo impreso se utilizó como instrumento de validación la encuesta, ya que es una técnica de investigación que consiste en una recogida de datos mediante un cuestionario para una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los encuestados. Además, es un instrumento muy flexible que permite hacer preguntas de distintos tipos y formas. (CIS, 2015)

La encuesta se utilizó para la validación del presente proyecto, fue escrita y conformada por tres secciones, integrada por preguntas de los siguientes tipos:

- Preguntas dicotómicas: son aquellas preguntas en las que, el encuestado solamente debe responder con un sí o con un no. (SCRIBD, 2015)
- Escala de Likert: nos permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación que le propongamos. (Netquest, 2014)

8.2.1 Herramienta de Validación



Facultad de Ciencias de la Comunicación
FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Instrumento de validación

Encuesta

Género M ☐ F ☐	Experto ☐	Nombre _____
Edad _____	Cliente ☐	Profesión _____
	Grupo Objetivo ☐	Puesto _____
		Años de experiencia _____

Encuesta de validación para el Proyecto de Tesis: DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA PROMOVER LOS SERVICIOS QUE PRESTA TECNIKIDS EN LOS CENTROS EDUCATIVOS. GUATEMALA, 2015.

Antecedentes:

TECNIKIDS es una empresa privada que presta soluciones y servicios en educación tecnológica. Al inicio, la empresa únicamente prestaba servicios de asistencia técnica, vendiendo equipo de computo y dando mantenimiento a las mismas.

Tecnikids se abre con una patente de comercio en el año 2000, ofreciendo servicios y soluciones por medio de la informática. Presta soluciones en el área tecnológica, cubriendo la materia de informática en todos los niveles. Ofreciendo todo el soporte metodológico, académico y técnico.

Tecnikids solicitó que se harán materiales impresos para informar a los niños de 4 a 12 años, acerca de las reglas de los laboratorios en los colegios afiliados de Tecnikids, Guatemala, 2016.

Instrucciones:

Con base a la anterior información, y el Material informativo impreso para informar a los alumnos acerca de los servicios que ofrece TECNIKIDS. A continuación conteste la siguiente encuesta, según su criterio personal.

Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario la implementación del Material impreso, para promover e informar a los alumnos acerca del reglamento de uso en los laboratorios de Tecnikids.?

Si _____ No _____

2. ¿Considera investigar los temas relacionados con diseño editorial, que permita la correcta elaboración del materiales impresos, para los centros educativos afiliados a Tecnikids.?

Si _____ No _____

3. ¿Considera necesario el recopilar información sobre el cliente y temas relacionados para la realización de este proyecto?

Si _____ No _____

4. ¿Considera importante el uso de los signos en el Material informativo impreso para su composición visual?

Si _____ No _____

5.¿Considera necesario realizar dibujos para los materiales impresos, para atraer la atención de los niños de los centros educativos Tecnikids?

Si _____ No _____

6. ¿Considera necesario diagramar los formatos de los materiales informativos impresos, para facilitar la comprensión de los servicios que ofrece Tecnikids?

Si _____ No _____

Parte Semiológica

7. ¿Considera que los colores son adecuados al diseño del material impreso?

Adecuado _____ Poco adecuado _____ Nada adecuado _____

8. ¿ Considera que los símbolos incluidos en los materiales informativos impresos, son apropiados al tema?

Apropiado _____ Poco apropiado _____ Nada apropiado _____

9. ¿ Considera que el contenido textual tiene un orden lógico al lector?

Si _____ No_____

10. ¿ Considera que el lenguaje y modo de expresión del contenido del material, responde a las expectativas de informar?

Si _____ No_____

11. ¿ Considera que el diseño e información incluida en el material impreso, transmite un mensaje acerca de TECNIKIDS?

Si _____ No_____

Parte Operativa

12. ¿ Considera que el tamaño 17 x 11 pulgadas es apropiado y funcional?

Mucho _____ Poco _____ Nada _____

13. ¿ Considera que la ilustración es adecuada a la decoración y funcionalidad comunicativa?

Adecuado _____ Poco adecuado _____ Nada adecuado _____

14. ¿ Considera atractiva la diagramación del Material informativo impreso?

Mucho _____ Poco _____ Nada _____

15. ¿ Considera que la diagramación y distribución del material impreso informativo es estético y funcional?

Mucho _____ Poco _____ Nada _____

16. ¿ Considera que el material informativo impreso, cumple con un diseño editorial adecuado para ser distribuido y aplicado en forma impresa?

Mucho _____ Poco _____ Nada _____

Fecha: _____ Firma: _____

Se le agradece por su tiempo y colaboración, en la validación técnica, una de las etapas de la realización del proyecto de tesis, FACOM, Universidad Galileo, Guatemala, 2015.

8.2.2 Herramienta de validación grupo objetivo



Facultad de Ciencias de la Comunicación
FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Instrumento de validación

Encuesta

Nombre: _____Género: M ___ F ___ Grado:_____ Edad: _____

Encuesta de validación para el Proyecto de Tesis: DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA PROMOVER LOS SERVICIOS QUE PRESTA TECNIKIDS EN LOS CENTROS EDUCATIVOS. GUATEMALA, 2015.

Antecedentes:

TECNIKIDS es una empresa privada que presta soluciones y servicios en educación tecnológica. Al inicio la empresa únicamente prestaba servicios de asistencia técnica, vendiendo equipo de computo y dando mantenimiento a las mismas.

Tecnikids se abre con una patente de comercio en el año 2000, ofreciendo servicios y soluciones por medio de la informática. Presta soluciones en el área tecnológica, cubriendo la materia de informática en todos los niveles. Ofreciendo todo el soporte metodológico, académico y técnico.

Instrucciones:

Con base a la anterior información, y el Material informativo impreso para informar a los alumnos acerca de los servicios que ofrece TECNIKIDS. A continuación conteste la siguiente encuesta, según su criterio personal.

1. ¿Piensas tu que se debe colocar el Material impreso, para informar a los alumnos acerca del reglamento de uso en los laboratorios de Tecnikids?

Si _____ No _____

2. ¿Consideras importante la función del material informativo impreso sobre los servicios que presta Tecnikids?

Si _____ No _____

3. ¿Crees necesario investigar información sobre Tecnikids y temas relacionados para la realización de este proyecto?

Si _____ No _____

4. ¿Consideras importante el uso de los personajes en el Material informativo impreso para una mejor comprensión?

Si _____ No _____

5. ¿Consideras útil para los alumnos que el material permanezca en los salones de clase?

Si _____ No _____

6. ¿Crees que el diseño de los afiches llama tu atención?

Si _____ No_____

7. ¿ Crees que los dibujos en los materiales informativos impresos, son apropiados al tema?

Apropiados _____ Poco apropiados _____ Nada apropiados _____

8. ¿ Piensas que el lenguaje y modo de expresión del material, llena las expectativas de informar?

Si _____ No_____

9. ¿ Crees que el tamaño del material que observas es adecuado?

Adecuado _____ Poco adecuado _____ Nada adecuado_____

10. ¿ Crees atractivo el orden del material informativo impreso?

Mucho _____ Poco _____ Nada _____

Fecha: _____ Firma: _____

Se les agradece por su tiempo y colaboración, en la validación técnica, una de las etapas de la realización del proyecto de tesis, FACOM, Universidad Galileo, Guatemala, 2015.

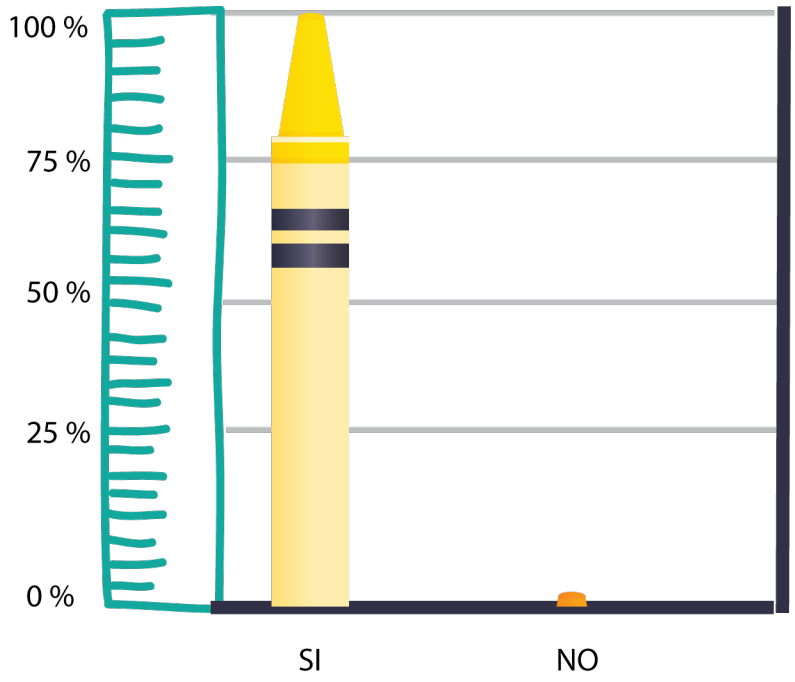
8.3 Interpretación de los resultados

A continuación se presentan las graficas de los resultados, a través de la tabulación e interpretación de los mismos.

8.3.1 Gráficas Expertos y Cliente

8.3.2 Parte objetiva

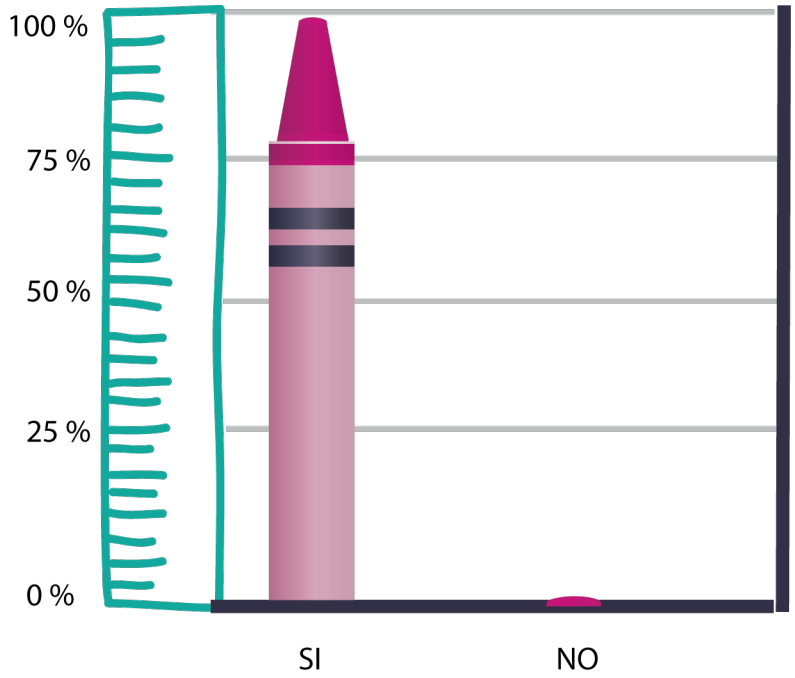
1. ¿Considera necesario la implementación del Material impreso, para promover e informar a los alumnos acerca del reglamento de uso en los laboratorios de Tecnikids.?



Justificación

El 100% de la población encuestada considera necesario la implementación del material informativo impreso, para promover e informar a los alumnos acerca de las reglas de los laboratorios de Tecnikids. Por lo tanto, se cumple con el primer objetivo planteado en la presente investigación.

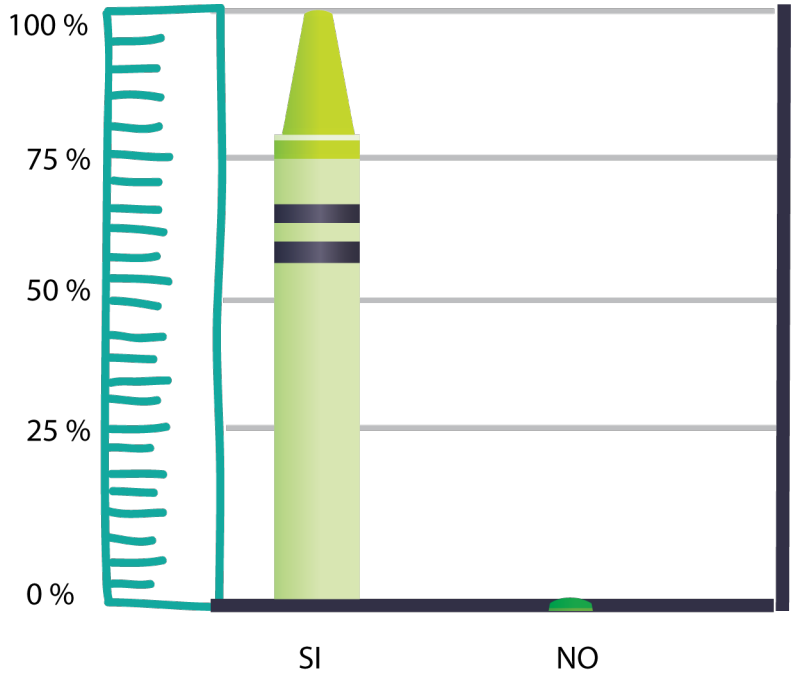
2. ¿Considera investigar los temas relacionados con diseño editorial, que permita la correcta elaboración del materiales impresos, para los centros educativos Tecnikids.?



Justificación

El 100% de la población encuestada considera necesario investigar los temas relacionados con diseño editorial, que permita la correcta elaboración del materiales informativos impresos, para los centros educativos Tecnikids.

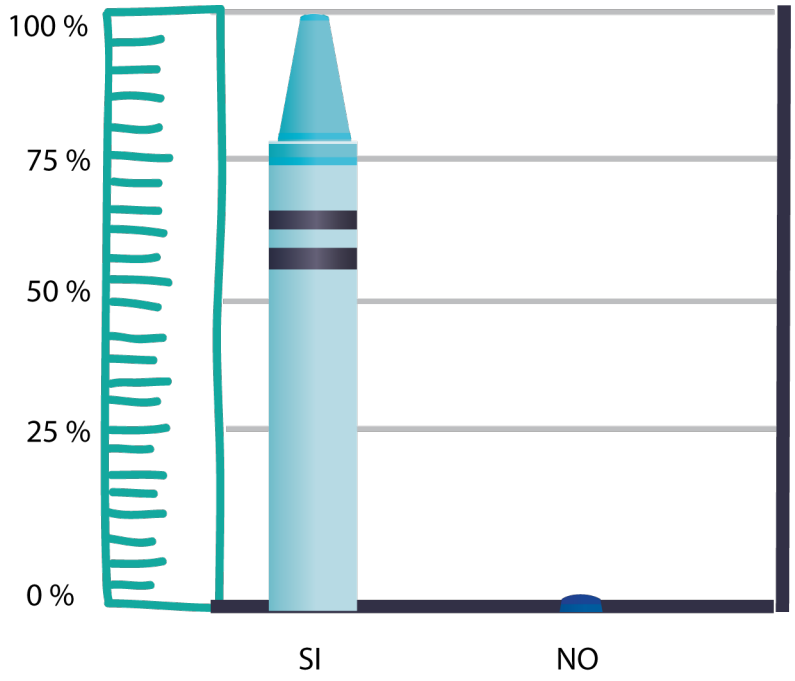
3. ¿Considera necesario el recopilar información sobre el cliente y temas relacionados para la realización de este proyecto?



Justificación

El 100% de la población encuestada considera necesario recopilar información sobre el cliente y los temas relacionados para la realización del presente proyecto.

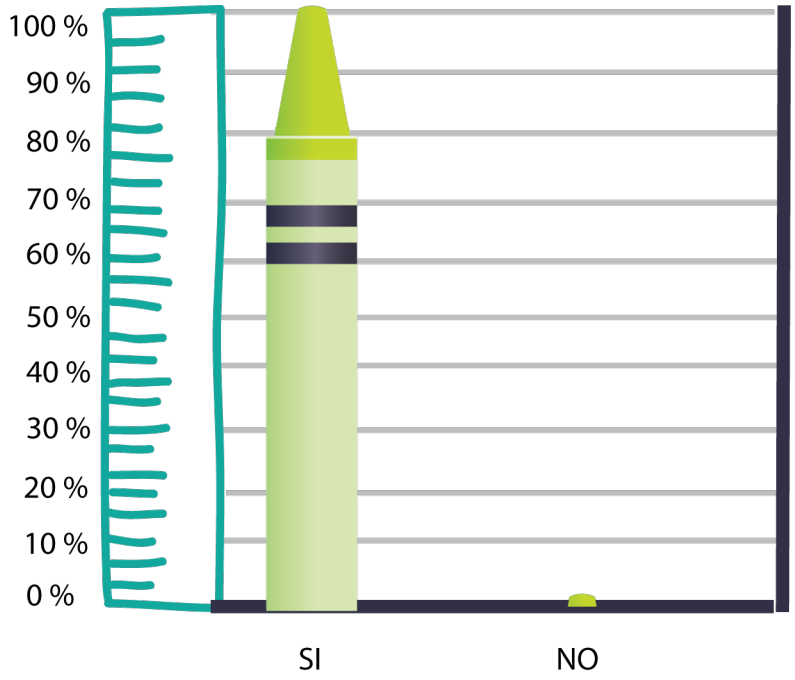
4. ¿Considera importante el uso de los signos en el Material impreso para su composición visual?



Justificación

El 100% de la población encuestada considera importante utilizar signos en el Material informativo impreso para su composición visual.

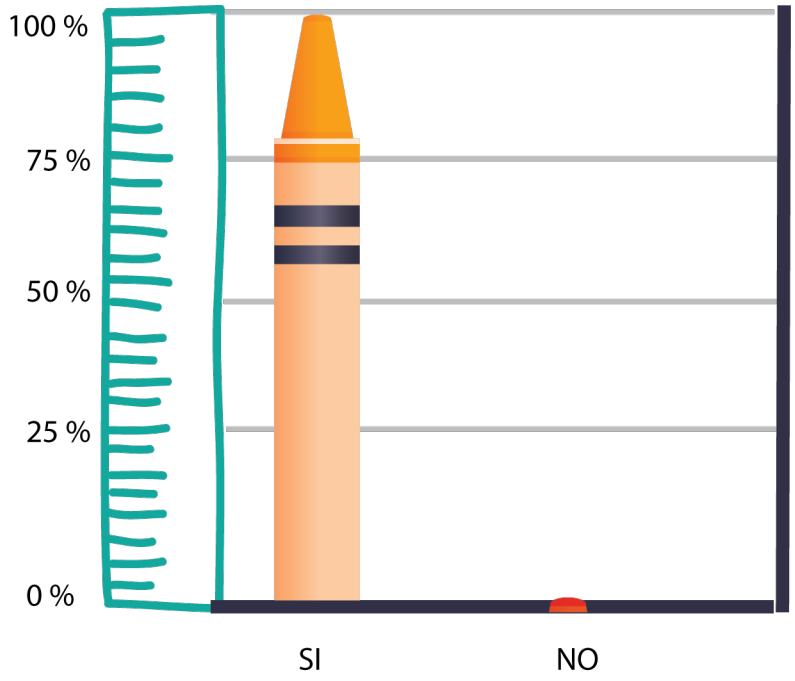
5. ¿Considera necesario realizar los dibujos para los materiales impresos, para atraer la atención de los niños de los centros educativo Tecnikids?



Justificación

El 100% de la población encuestada considera necesario realizar los dibujos para los materiales informativos impresos, para atraer la atención de los niños de los centros educativos Tecnikids.

6. ¿Considera útil diagramar los formatos de los materiales impresos, para facilitar la comprensión de los servicios que ofrece Tecnikids?

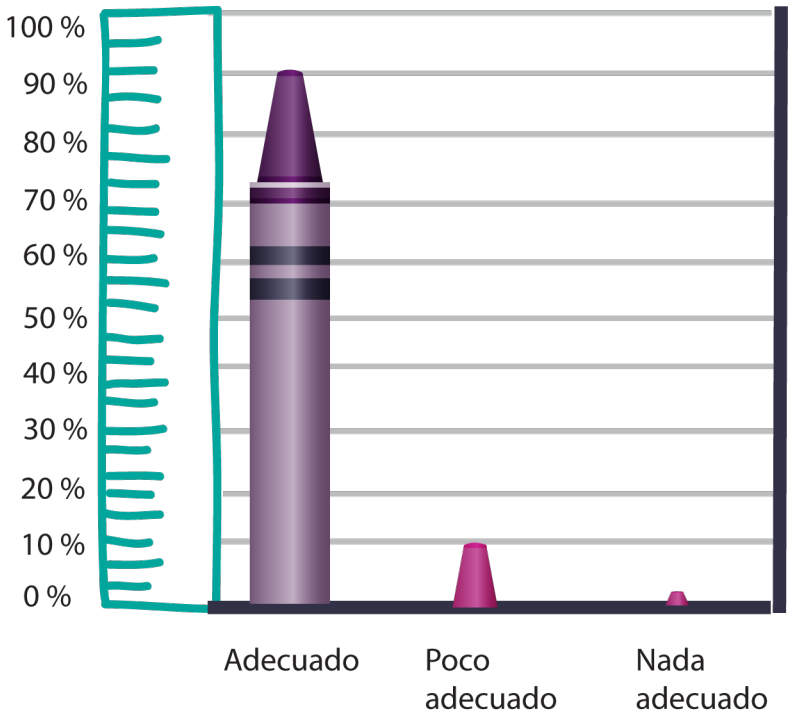


Justificación

El 100% de la población encuestada considera útil diagramar los formatos de los materiales informativos impresos, para facilitar la comprensión de las reglas de los laboratorios de Tecnikids.

8.3.3 Parte Semiológica

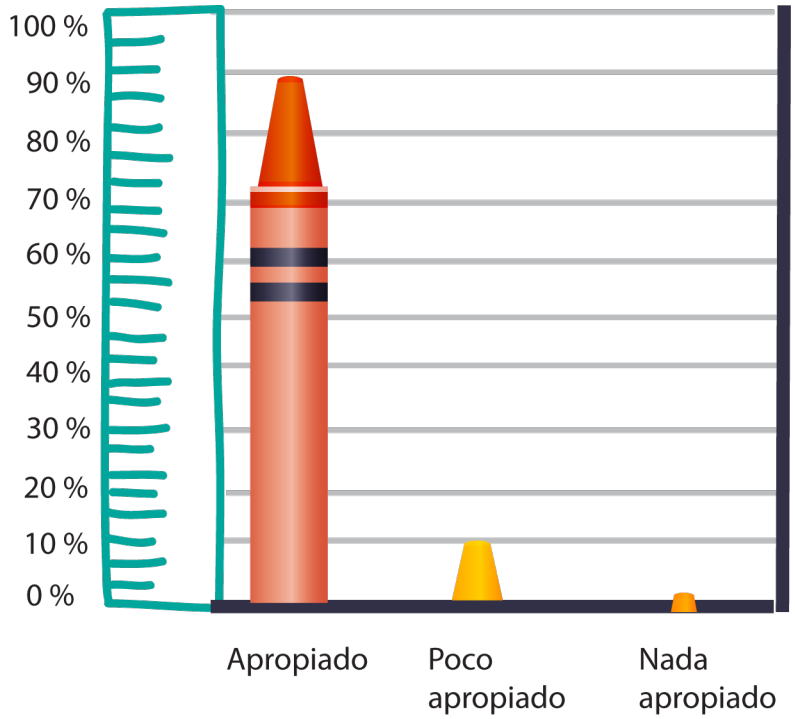
7. ¿Considera que los colores son adecuados al diseño del material impreso?



Justificación

El 90% de la población encuestada considera adecuado útil diagramar los formatos de los materiales informativos impresos, para facilitar la comprensión de las reglas de los laboratorios de Tecnikids. El 10% de la población considera poco adecuado diagramar los formatos de los materiales informativos impresos, para facilitar la comprensión de las reglas de los laboratorios de Tecnikids.

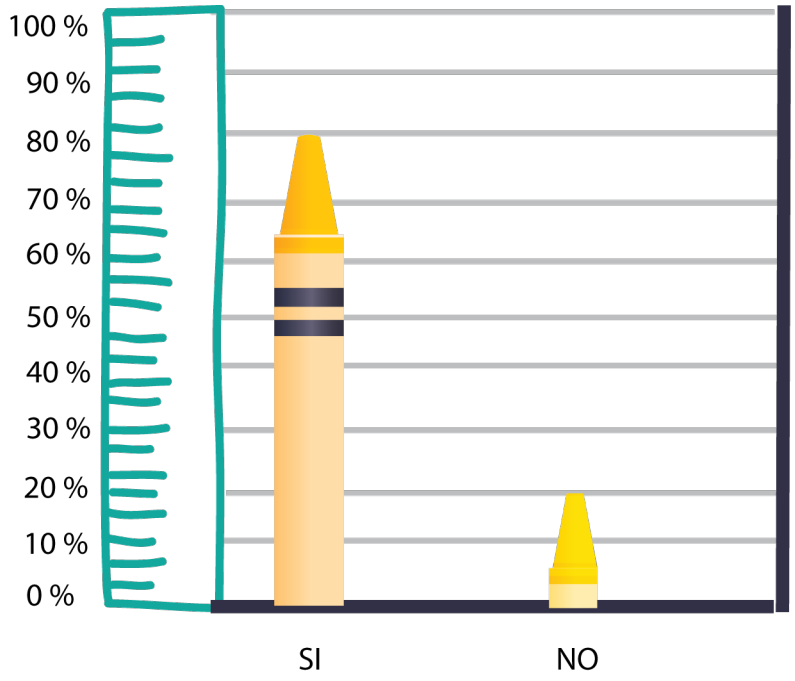
8. ¿ Considera que los símbolos incluidos en los materiales informativos impresos, son apropiados al tema?



Justificación

El 90% de la población encuestada considera que los símbolos incluidos en los materiales informativos impresos son apropiados al tema, y el 10% considera que los símbolos de los materiales son poco apropiados al tema.

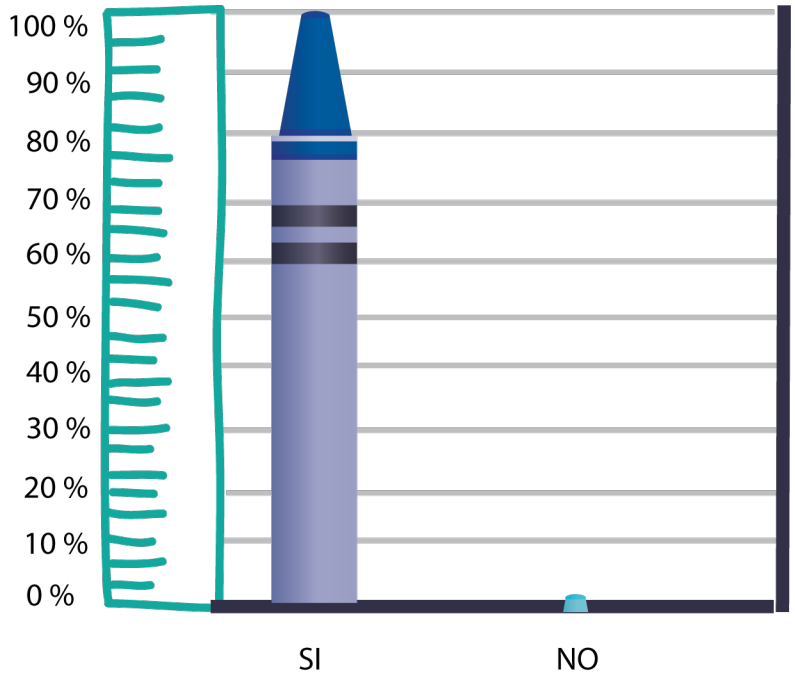
9. ¿ Considera que el contenido textual tiene un orden lógico al lector?



Justificación

El 80% de la población encuestada considera que el contenido textual sí tiene un orden lógico al lector y el 20% considera que el contenido textual no tiene orden lógico al lector.

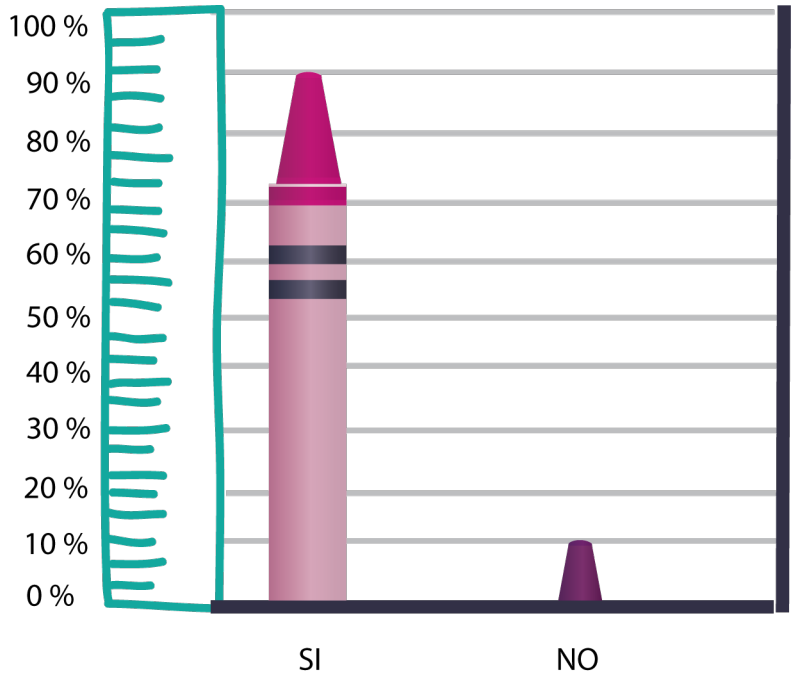
10. ¿ Considera que el lenguaje y modo de expresión del contenido del material, responde a las expectativas de informar?



Justificación

El 100% de la población encuestada considera que el lenguaje y modo de expresión del contenido del material, responde a las expectativas de informar.

11. ¿ Considera que el diseño e información incluida en el material impreso, transmite un mensaje acerca de TECNIKIDS?

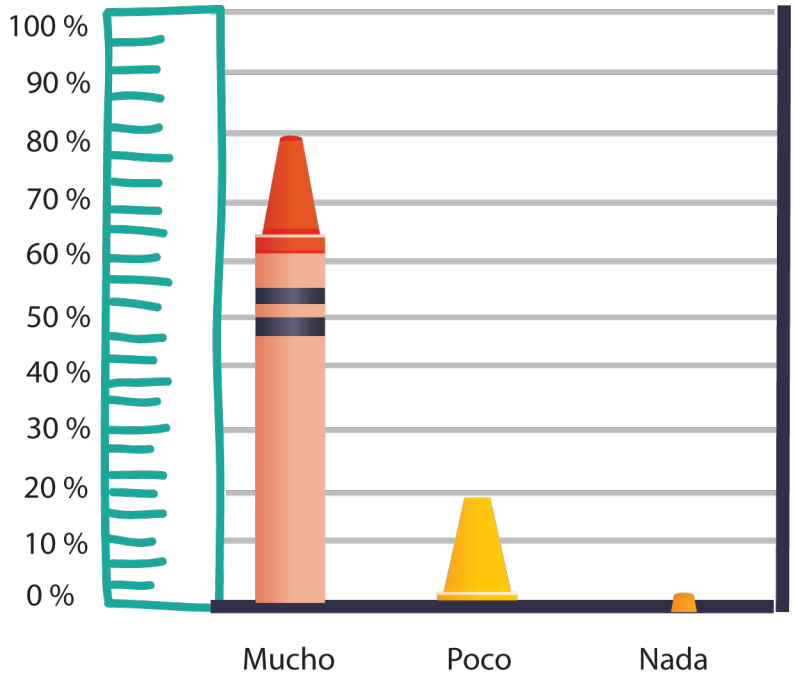


Justificación

El 90% de la población encuestada considera que el diseño e información incluida en el material impreso, transmite un mensaje acerca de Tecnikids. El 10% considera poco que el diseño y información incluida en el material transmite un mensaje acerca de Tecnikids.

8.3.4 Parte Operativa

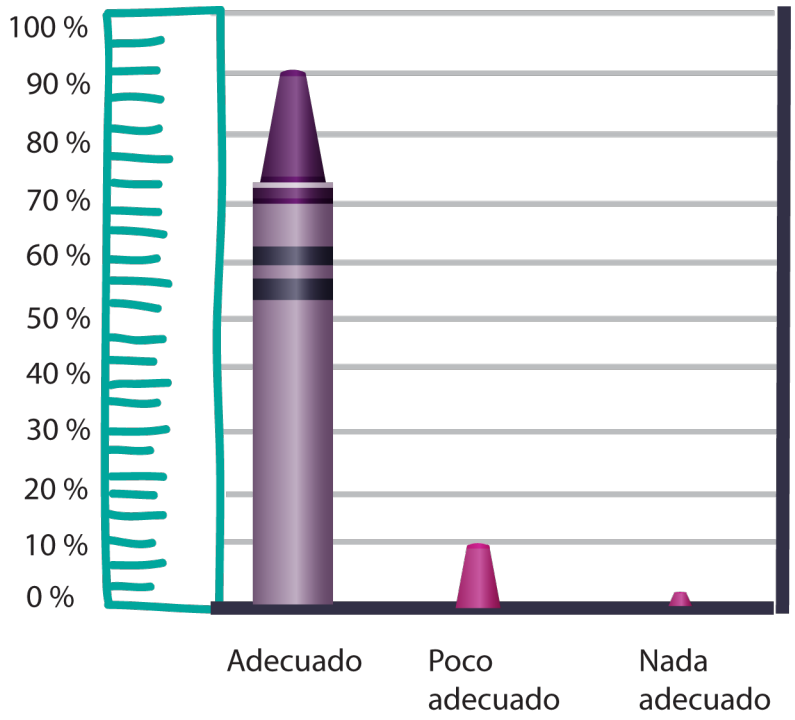
12. ¿ Considera que el tamaño 17 x 11 pulgadas es apropiado y funcional?



Justificación

El 80% de la población encuestada considera que el tamaño 17 x 11 pulgadas es apropiado y funcional, el 20% considera que el tamaño es poco apropiado y funcional.

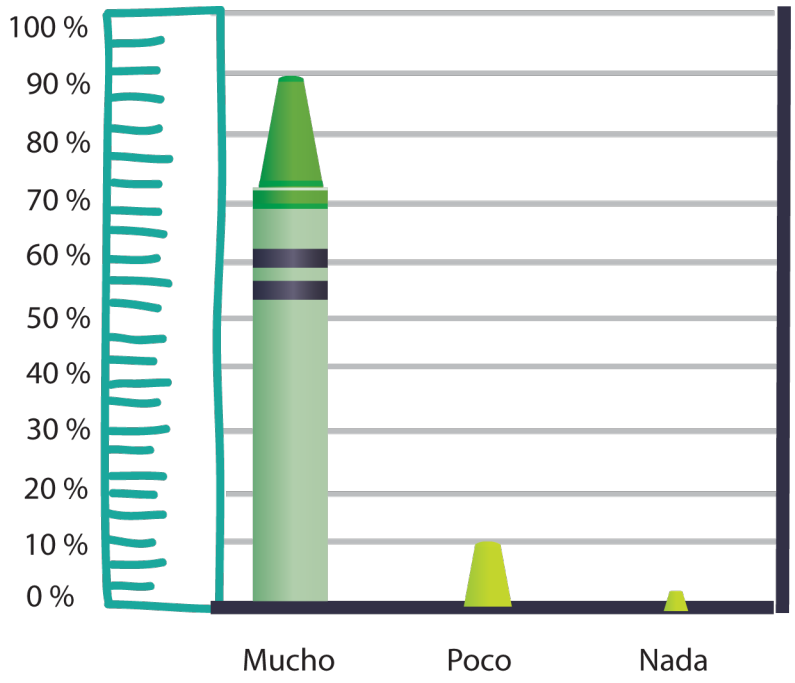
13. ¿ Considera que la ilustración es adecuada a la decoración y funcionalidad comunicativa?



Justificación

El 90% de la población encuestada considera que la ilustración es adecuada a la decoración y funcional, el 10% considera poco adecuado la decoración y funcional.

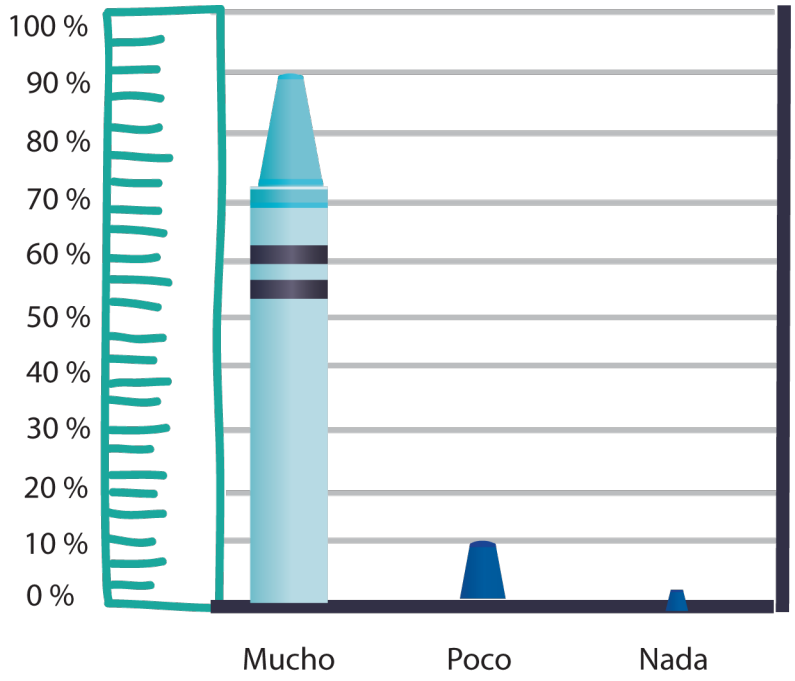
14. ¿ Considera atractiva la diagramación del Material informativo impreso?



Justificación

El 90% de la población encuestada considera atractiva la diagramación del Material informativo impreso y el 10% considera poco atractiva la diagramación del material informativo impreso.

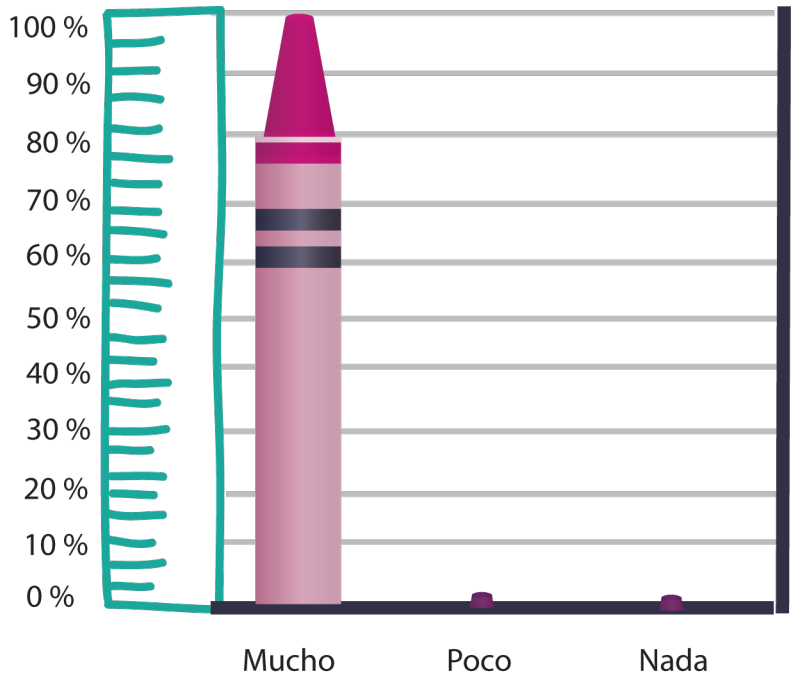
15. ¿ Considera que la diagramación y distribución del material impreso informativo es estético y funcional?



Justificación

El 90% de la población encuestada considera que la diagramación y distribución del material impreso informativo es estético y funcional, y 10% considera que la diagramación y distribución del material impreso informativo es poco estético y funcional.

16. ¿ Considera que el material informativo impreso, cumple con un diseño editorial adecuado para ser distribuido y aplicado en forma impresa?

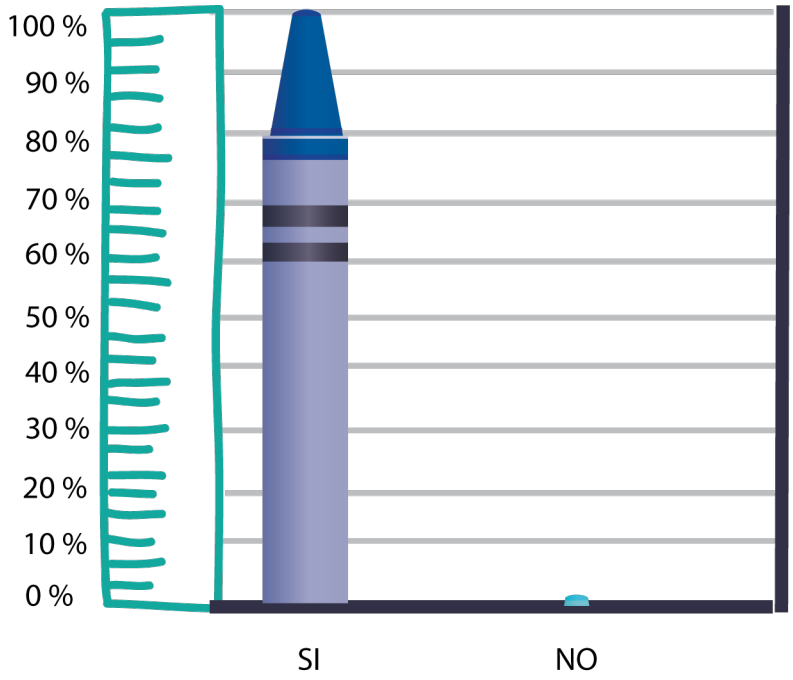


Justificación

El 100% de la población encuestada considera que el material informativo impreso, cumple con un diseño editorial adecuado para ser distribuido y aplicado en forma impresa.

8.3.5 Gráficas Grupo Objetivo

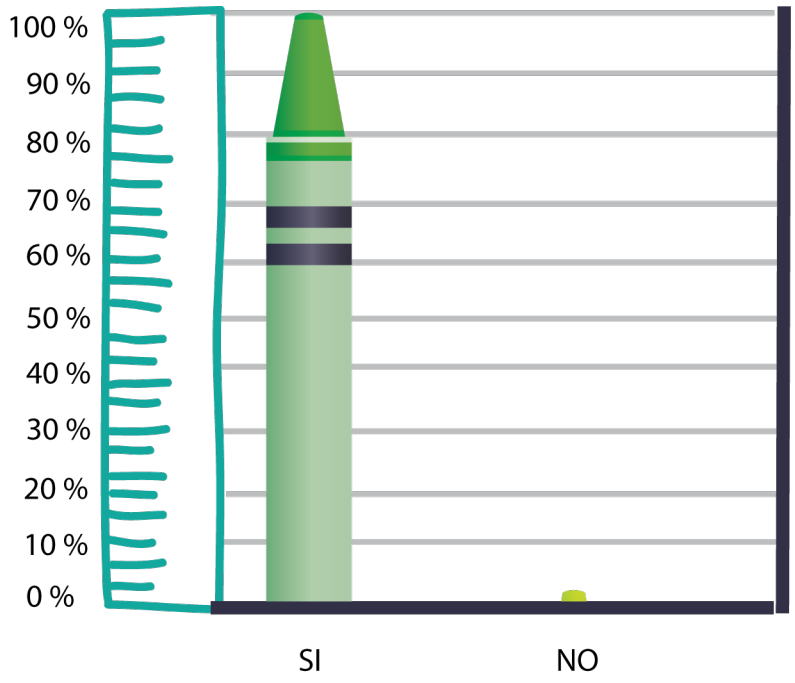
1. ¿Piensas tu que se debe colocar el Material impreso, para informar a los alumnos acerca del reglamento de uso en los laboratorios de Tecnikids?



Justificación

El 100% de la población encuestada piensa que sí se debe colocar el Material impreso, para informar a los alumnos acerca del reglamento de uso en los laboratorios de Tecnikids.

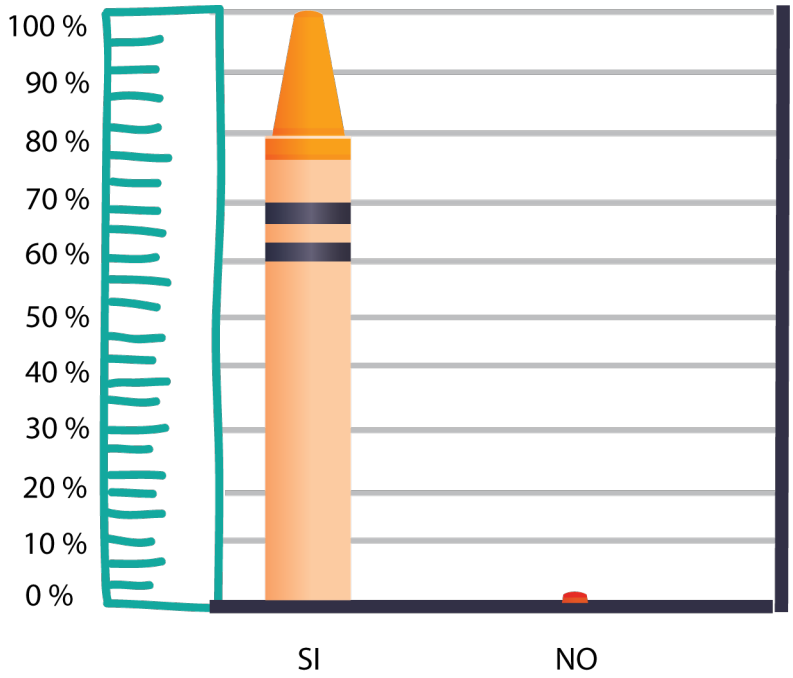
2. ¿Consideras importante la función del material impreso sobre el reglamento que imparte Tecnikids a los colegios afiliados?



Justificación

1. El 100% de la población encuestada sí considera importante la función del material impreso sobre el reglamento que imparte Tecnikids a los colegios afiliados.

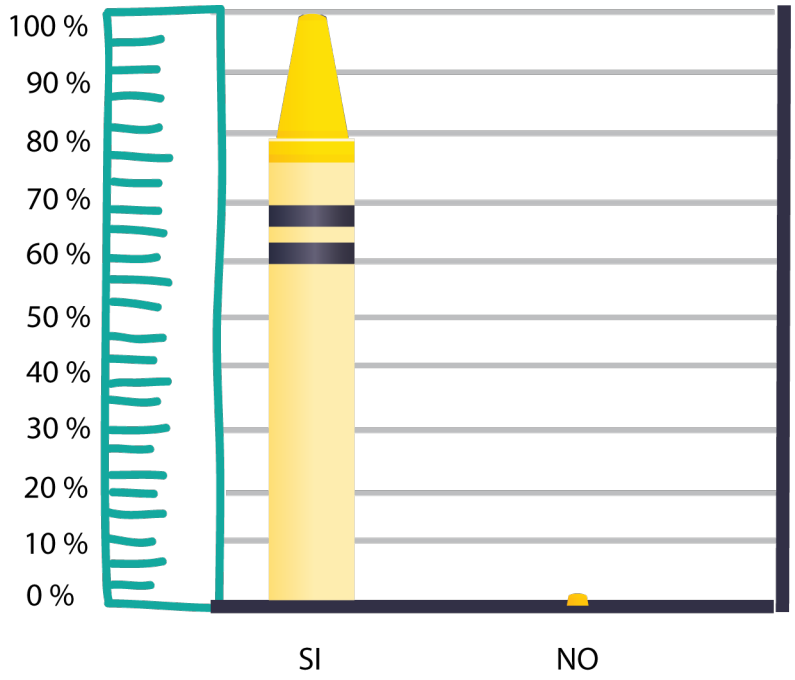
2. **¿**Crees necesario investigar información sobre Tecnikids y temas relacionados para la realización de este proyecto?



Justificación

El 100% de la población encuestada sí cree necesario investigar sobre Tecnikids y temas relacionados para la realización de este proyecto.

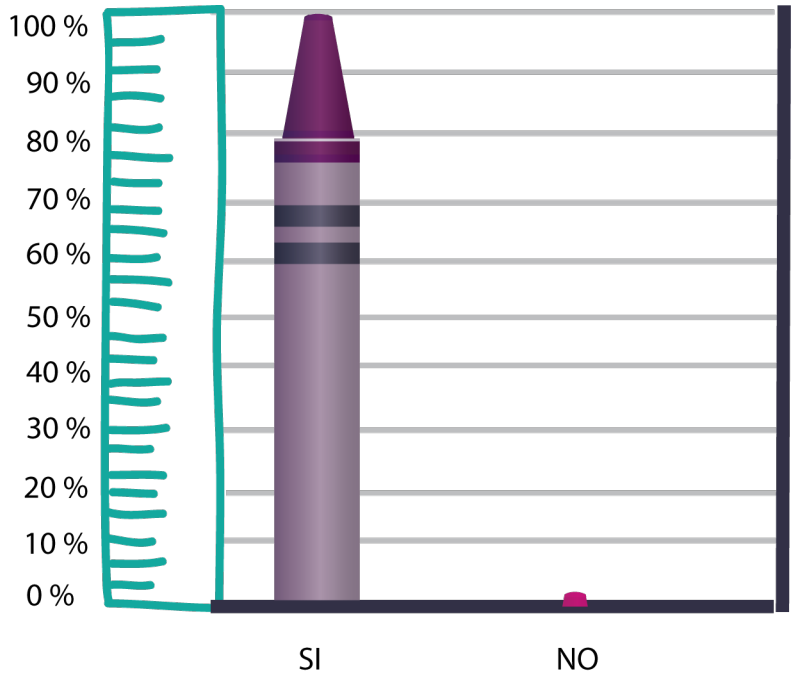
4. ¿Consideras importante el uso de los personajes en el Material informativo impreso para una mejor comprensión?



Justificación

El 100% de la población encuestada sí considera importante el uso de los personajes en el material informativo impreso para una mejor comprensión.

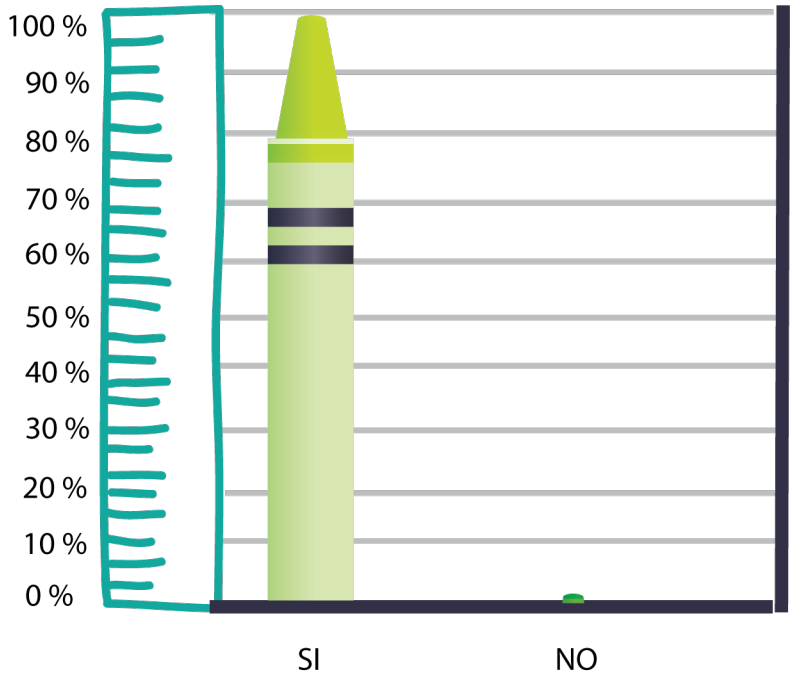
5. ¿Consideras útil para los alumnos que el material permanezca en los salones de clase?



Justificación

El 100% de la población encuestada sí considera útil que el material permanezca en los salones de clase.

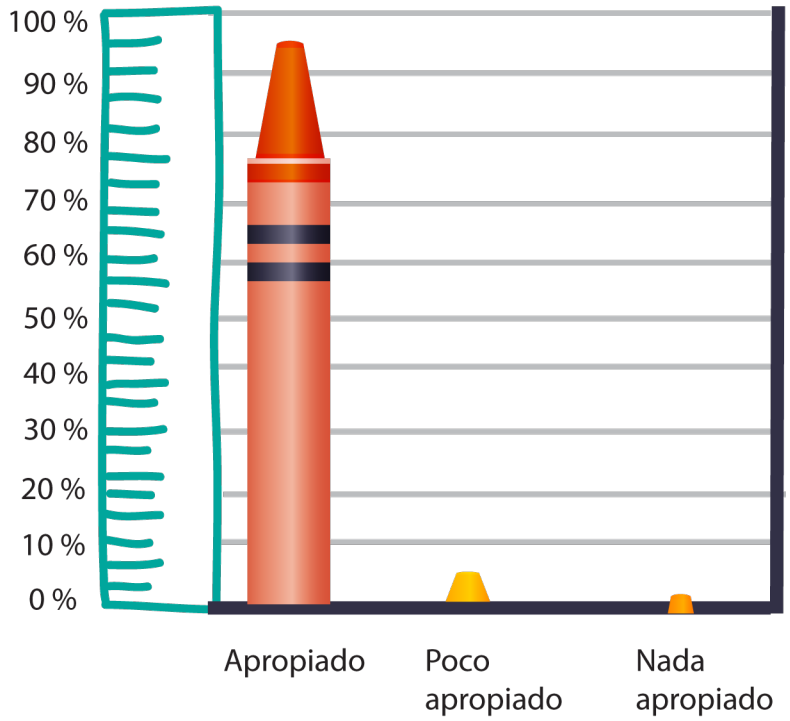
6. ¿Crees que el diseño de los afiches llama tu atención?



Justificación

Al 100% de la población encuestada sí les llama la atención del diseño de los afiches.

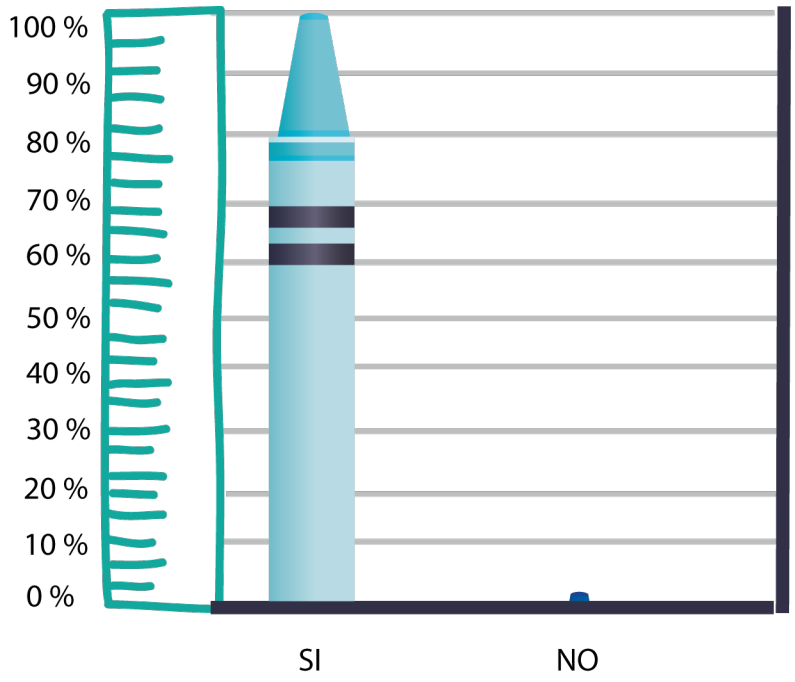
7. ¿ Crees que los dibujos en los materiales informativos impresos, son apropiados al tema?



Justificación

El 95% de la población encuestada considera apropiados los dibujos en los materiales informativos impresos. El 5% no considera apropiados los dibujos en los materiales informativos impresos,

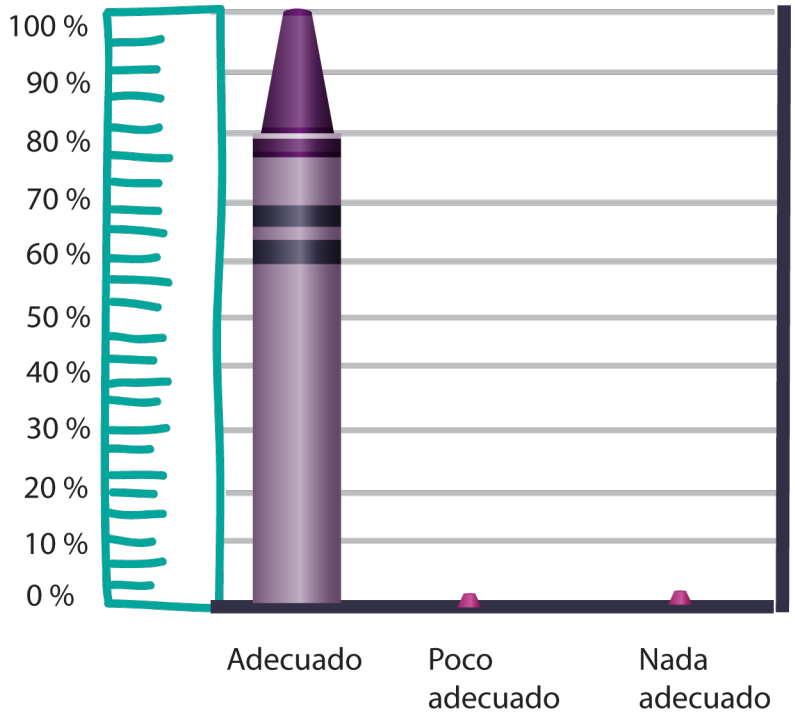
8. ¿ Piensas que el lenguaje y modo de expresión del material, llena las expectativas de informar?



Justificación

El 100% de la población encuestada considera que el lenguaje y el modo de expresión del material, sí llena las expectativas de informar.

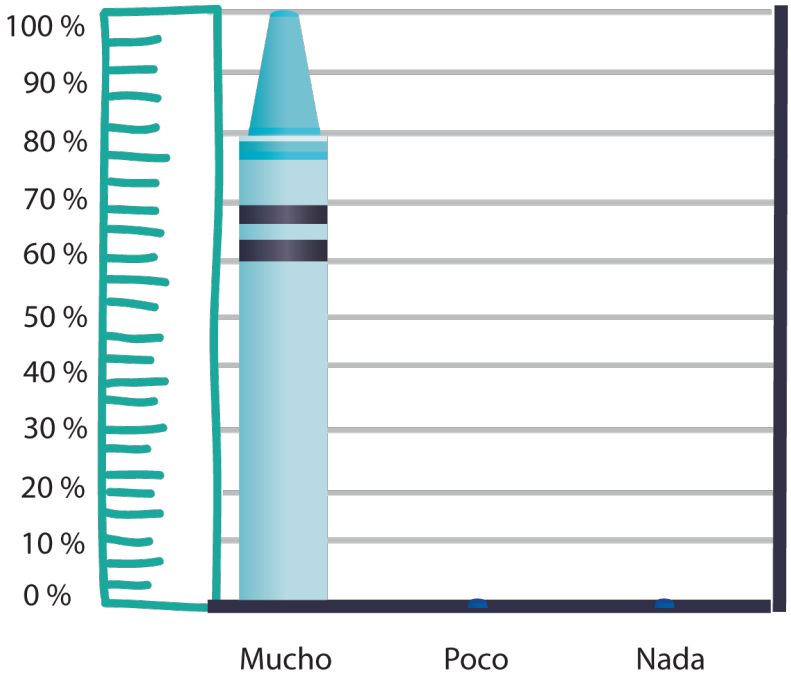
9. ¿ Crees que el tamaño del material que observas es adecuado?



Justificación

El 100% de la población encuestada cree adecuado el tamaño del material informativo impreso.

10. ¿ Crees atractivo el orden del material informativo impreso?



Justificación

El 100% de la población encuestada cree atractivo el orden del material informativo impreso.

8.4 Cambios con bases a los resultados

Durante la etapa de validación se logró corroborar la aceptación del proyecto de diseño de materiales impresos para informar a los niños de 4 a 12 años de edad, acerca del reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados de Tecnikids. Por el grupo objetivo, expertos y cliente, al confirmar los siguientes aspectos.

- ✓ Las personas encuestadas opinaron que es necesario la implementación del material, ya que facilitará a los alumnos a comprender más acerca del reglamento que imparte Tecnikids a los colegios afliados.
- ✓ La información incluida en el material es útil para los alumnos. La tipografía y vocabulario son claros y legibles.
- ✓ La diagramación del material es ordenada y atractiva al lector.
- ✓ A las personas encuestadas les parece que el tamaño seleccionado es adecuado para la elaboración del material informativo impreso.
- ✓ El material logra transmitir el mensaje que Tecnikids quiere dar a entender.
- ✓ Los símbolos expuestos en el material son adecuados para el grupo objetivo y aceptados por expertos y cliente.

- Ver Fotografías de validación Expertos y Cliente (Anexo 04, Evidencia fotográfica de validación, páginas # 177-178)
- Ver Fotografías de validación Grupo Objetivo (Anexo 04, Evidencia fotográfica de validación, páginas # 179-181)

8.4.1 Sugerencias de cambio

A lo largo del proceso de validación se recibieron algunas sugerencias para mejorar el material informativo impreso.

8.4.2 Reglas del laboratorio (Preprimaria)



Antes



Después

Cambios realizados: los cambios requeridos fueron los siguientes:

- ✓ Colocar recto el titular Reglas del laboratorio.
- ✓ Agrandar la numeración.
- ✓ Cambiar el color del fondo de azul a gris claro.
- ✓ Cambiar el color de la tipografía a color negro.
- ✓ Llevar un orden de las computadoras para que fueran iguales.
- ✓ Cambiar los símbolos para que se entendiera mejor.
- ✓ Y cambiar el color de los símbolos de prohibido a blanco.

8.4.3 Afiche: Reglas del Laboratorio (Primaria)



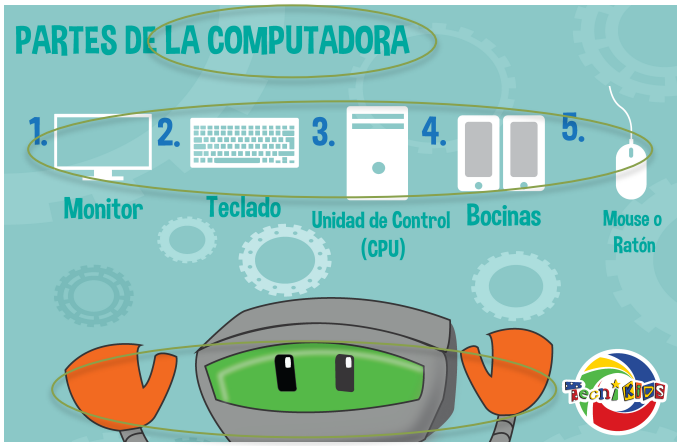


Antes Después

Cambios realizados: los cambios requeridos fueron los siguientes:

- ✓ Se cambió el orden a las reglas.
- ✓ Se agrandaron los números y se le cambioó de tipografía.
- ✓ El título se agrandó más.

8.4.4 Afiche: Partes de la computadora (Pre primaria y Primaria)





Antes Después

Cambios realizados: los cambios requeridos fueron los siguientes:

- ✓ El título se pasó al centro del afiche.
- ✓ Las partes de la computadora se colocaron en orden.
- ✓ Al robot se le quitó el margen negro.
- ✓ El fondo se aclaró un poco más.
- ✓ A la tipografía se le cambió el color.

8.4.5 Afiche: Buscadores Web (Pre primaria y Primaria)





Antes Después

Cambios realizados: los siguientes cambios requeridos fueron los siguientes:

- ✓ Se le agregó fondo al afiche color gris.
- ✓ A los iconos se les quitó la sombra.
- ✓ Al título se le cambió el color a negro.

Capítulo IX

Propuesta gráfica final

Capítulo IX

9.1 Propuesta gráfica final

De acuerdo a los resultados obtenidos en el proceso de validación realizados con el grupo objetivo, cliente y expertos en el área de comunicación y diseño, se lograron realizar cambios que mejoraron la efectividad del diseño del material impreso sobre los afiches para Tecnikids.

A continuación se presenta la propuesta gráfica final.

9.1.1 Reglas del laboratorio (Pre primaria)



11 plgs

17 plgs

9.1.2 Reglas del laboratorio (Primaria)

11 plgs



17 plgs

9.1.3 Partes de la computadora (Pre primaria y Primaria)

11 plgs



17plgs

9.1.4 Buscadores Web (Pre primaria y Primaria)

11 plgs



17 plgs

9.1.5 Softwares (Pre primaria y Primaria)

11 plgs



17 plgs

Capítulo X

Producción
Reproducción
Distribucción

Capítulo X

Producción, Reproducción y distribución

Para que el material impreso de TECNIKIDS, pueda ser entregado a los salones de clase a los alumnos, es necesario realizar un plan de elaboración, reproducción y distribución, que permitirá conocer el costo total del proyecto.

Para realizar este plan se tomár en cuenta los siguientes puntos:

- Plan de costos de elaboración: Permitirá visualizar el proceso y el costo del proceso creativo, y elaboración de la propuesta del material informativo impreso.
- Plan de costos de producción: Ayudará a definir los costos del arte final del materia informativo impreso.
- Plan de costos de distribución: Permitirá visualizar el costo de la entrega de materiales, entre diseñador de este material y la litografía, y el mecanismo de entrega a los centros educativos.

10.1 Plan de costos de elaboración

10.1.1 A) Proceso de elaboración del material informativo impreso

A continuación se presenta un diagrama que permite visualizar de mejor forma el proceso de diseño y tiempos estimados para la realización del material informativo impreso.



- Total de semanas trabajadas: 14 semanas
- Total de días trabajadas: 98 días
- Total de horas trabajadas: 490 hrs (5hrs diarias)

10.1.2 B) Costos de elaboración

Para establecer el costo de elaboración del material informativo impreso (afiches), es necesario tomar en cuenta que el diseñador gráfico en una Agencia de Publicidad tiene un salario mensual promedio de Q5,000.00.

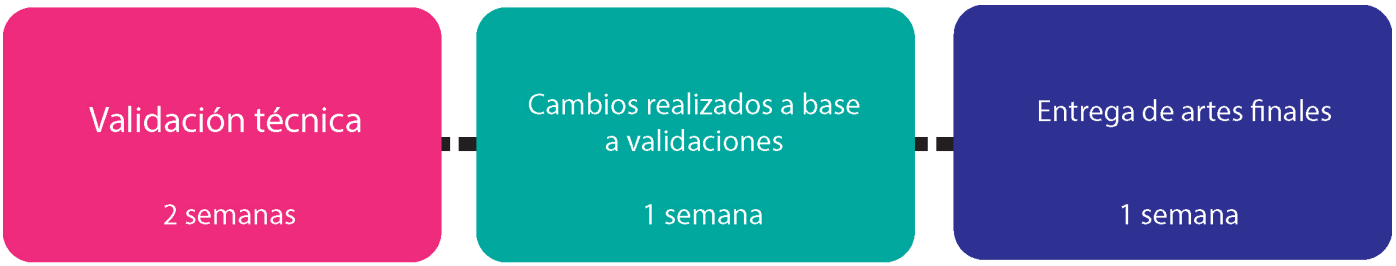
Tomando como base que el salario diario es de Q100.00, la hora tendría un valor de Q12.50

- Precio total de horas trabajadas Q12.50 x 490 hrs: Q6,125.00

Esta lleva a establecer que el costo total de la elaboración del material informativo impreso (Afiches) es de Q 6,125.00

10.2 Plan de costos de producción

Los costos de producción para el material informativo impreso (Afiches), está conformado por los siguientes puntos:



- Total de semanas trabajadas: 4 semanas
- Total de días trabajados: 20 días
- Total de horas trabajadas: 160 horas

Precio total de horas trabajadas Q 12.50 x 160 horas: Q 2,000.00

Esto lleva a establecer que el costo total de producción del material informativo impreso (Afiches), es de Q 3,200.00.

Plan de costos de elaboración Q 6,125.00 más el plan de costos de producción Q 2,000.00, el total de horas trabajadas en el proyecto es de Q 8,125.00

10.3 Plan de costos de reproducción

Se cotizaron a distintos proveedores de los que proporcionaron las siguientes cotizaciones: (Ver anexo 06, Cotizaciones de proveedores, páginas #182-184).

- 100 afiches de 11 x 17, full color



10.4 Plan de costos de distribución

En relación a los costos de distribución, será distribuido de la siguiente manera:

- Afiches: serán distribuidos dentro de las instalaciones de los centros educativos Tecnikids..
- Los afiches serán colocados por los catedráticos de cada salón.
- La distribución del material no tendrá ningún costo, ya que será entregado directamente a los catedráticos de cada salón, en los centros educativos Tecnikids.

10.5 Cuadro de resumen de costos

Etapa	Costo
Producción	Q 8,125.00
Reproducción	Q 1,030.00
Distribución	Q 00.00
Total	Q 9,155.00

Capitulo XI

Conclusiones y Recomendaciones

Capítulo XI

Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se diseñaron materiales impresos para informar a los niños de 4 a 12 años de edad, acerca del Reglamento de Uso en los Laboratorios de los colegios afiliados de Tecnikids.

11.1.2 Se investigaron los temas relacionados con diseño editorial, que permita la correcta elaboración del materiales impresos, para los centros educativos Tecnikids.

11.1.3 Se recopiló información acerca de los cursos que imparte Tecnikids, para implementar la información en los materiales impresos.

11.1.4 Se realizaron los dibujos de los materiales impresos, para atraer la atención de los niños de los centros educativos Tecnikids.

11.1.5 Diagramar los formatos de los materiales impresos, que facilite la comprensión del reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados de Tecnikids.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Utilizar materiales como husky o PVC para una mejor visualización de los artes finales.

11.2.2 Se propone un tiempo vigente de un bimestre para cada afiche, asimismo ir actualizando los materiales o cambiarlos por otros materiales conforme al tiempo de vigencia.

11.2.3 Se aconseja cambiar los personajes conforme a la tendencia actual o según el tema que se lleve a cabo durante el bimestre.

11.2.4 Se propone realizar un estudio de tendencias sobre tipografía, personajes y temas acerca de softwares para la mejor presentación del material expuesto.

11.3.5 Se sugiere que el diseñador tenga estudios universitarios y que tenga experiencia acerca de los temas a exponer en los materiales.

Capitulo XII

Conocimiento general

Capitulo XII

12.1 Conocimiento general

La licenciatura en comunicación y Diseño Gráfico comprende diferentes áreas de formación profesional, las cuales son fundamentales para llevar a cabo el proyecto de diseño de material impreso para informar a los niños de 4 a 12 años de edad, acerca del reglamento de uso en los laboratorios de los colegios afiliados de Tecnikids. Ya que por medio de la correcta utilización de diferentes herramientas de diseño y comunicación, se logro diagramar un afiche que cumpliera con las especificaciones dadas por Tecnikids, y a su vez fuera útil y comprensible para el grupo objetivo.

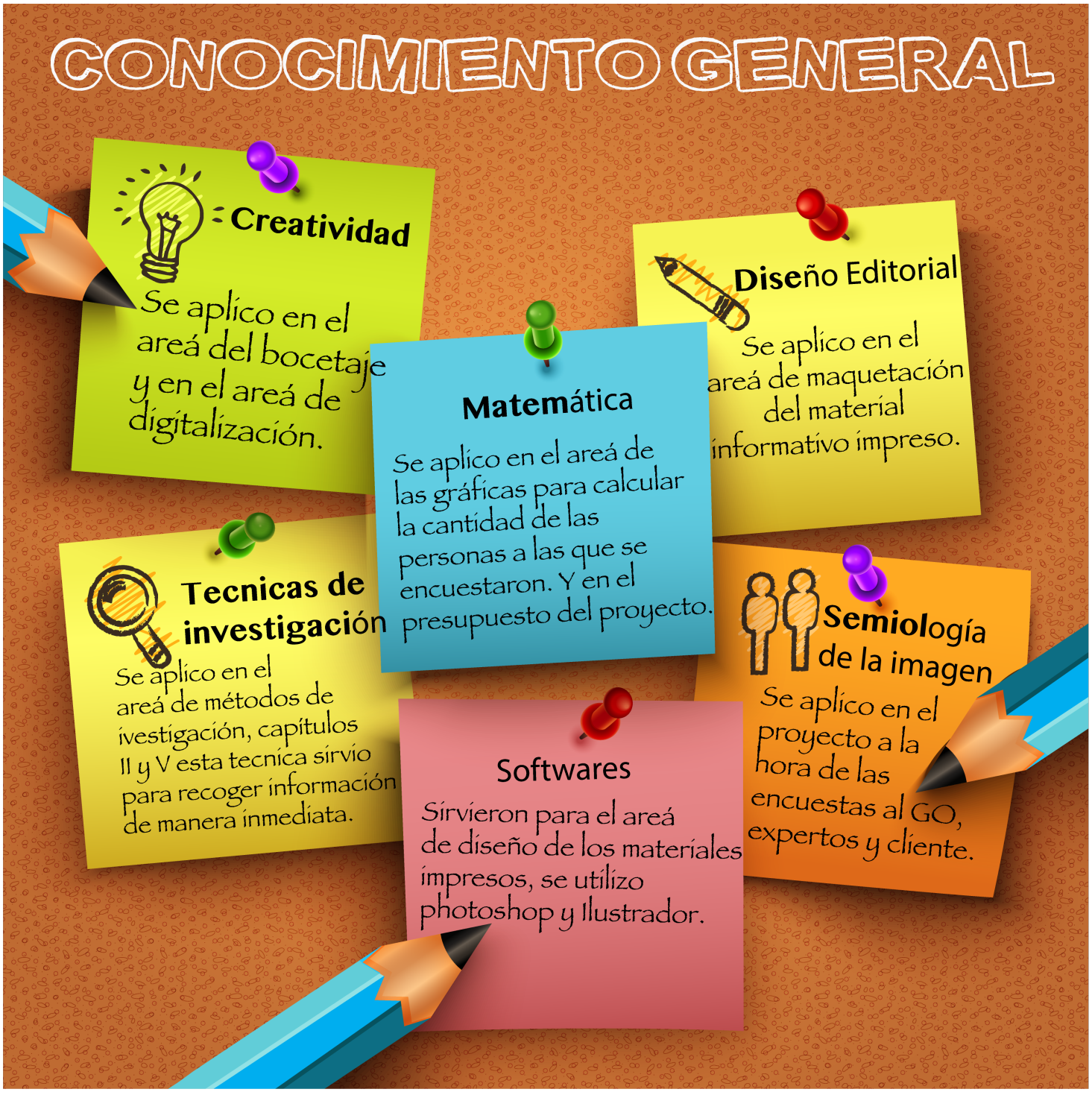
Para verificar aspectos como la viabilidad del proyecto, el grupo objetivo y sus perfiles, se pusieron en practica las técnicas de estudio de mercado, manejo de campañas sociales, entre otras, las cuales forman parte de los conocimientos del área de formación profesional.

El proyecto, inicio apoyándose en los conocimientos adquiridos en el área de visualización, ya que fue necesario elaborar bocetos a mano y variedad de afiches, que más adelante servirían de base para la diagramación final del proyecto.

La utilización de Ilustrador, la cual forma parte de los conocimientos adquiridos en el área de software, fue la herramienta que permitió digitalizar la información, y llevar a cabo una diagramación dinámica y atractiva.

CONOCIMIENTO GENERAL




CONOCIMIENTO GENERAL
Creatividad
Se aplico en el areá del bocetaje y en el areá de digitalización.
Diseño Editorial
Se aplico en el areá de maquetación del material informativo impreso.
Matemática
Se aplico en el areá de las gráficas para calcular la cantidad de las personas a las que se encuestaron. Y en el presupuesto del proyecto.
Tecnicas de investigación
Se aplico en el areá de métodos de ivestigación, capítulos II y V esta tecnica sirvio para recoger información de manera inmediata.
Semiología de la imagen
Se aplico en el proyecto a la hora de las encuestas al GO, expertos y cliente.
Softwares
Sirvieron para el areá de diseño de los materiales impresos, se utilizo photoshop y Ilustrador.

Capitulo XIII

Referencias

Capítulo XIII

13.1 Referencias

13.1.1 Libros

- A -

- (Ambrose & Harris, 2003)
- Almenara, J. C. (1999). Tecnología Educativa. En J. C. Almenara, *Tecnología Educativa.* España: Síntesis.

- C –

- C Forero, J. (1978). *La Psicología del consumidor* (Vol. 10). Colombia, Bógota: Fundación Universitaria Konrad Lorenz.

- E -

- (Equipo Fénix, 1997). Primera Edición, Diseño Gráfico, Editorial CIMS 97 S.L.
- (Ernst, 1975) Sociología Conceptos y problemas fundamentales, Editorial Herder, 1975.

- G -

- Guiraud, P. (1972). *La Semiología.* Mexico : Siglo XXI.

- L -

- (Lupton & Cole Phillips, 2009). Diseño Gráfico Nuevos Fundamentos, Jacobson, Clare. 2009.

- M -

- (Munari, Bruno, 1985). Diseño y comunicación visual, Editorial Gustavo Gili, S.A. 1985.

- Manuel Martín Serrano, J. L. (1982). Teoría de la comunicación. En J. L. Manuel Martín Serrano, *Teoría de la comunicación.* España, Madrid: A. Corazón.

- P -

- PALLARES VILLEGAS, Z., ROMERO BUJ, D., & HERRERA HERRERA, M. (2005). *Hacer Empresa: Un Reto* (1ra edición marzo de 1990, 2da edición noviembre de 1991, 3ra edición agosto de 1993 ed.). (A. E. Cardenas, Ed.) Colombia, Bogota: Fondo Editorial Nueva Empresa.

- V -

- VIDAL ESCANDELL, MARIA VICTORIA . (2005). *LA COMUNICACION.* España, MADRID: GREDOS.

13.1.2 Sitios Web

- A -

- ABC, D. (2007). *Definición ABC*. Obtenido de http://www.definicionabc.com/economia/servicio.php
- ABC, D. (2007). *Definición ABC*. Recuperado el 2015, de http://www.definicionabc.com/social/colegio.php
- ABC, D. (2007). *Definición ABC*. Recuperado el 2015, de http://www.definicionabc.com/general/planos.php
- ABC, D. (2007). *Definición ABC*. Recuperado el 2015, de http://www.definicionabc.com/social/colegio.php
- ABC, D. (2007). *Definición ABC*. Obtenido de http://www.definicionabc.com/economia/servicio.php
- Aprendizaje. (2015). *Aprendizaje*. Recuperado el 26 de julio de 2015, de http://www.aprendizaje.com.mx/TeoriaSistemas/Cibernetica/cibernetica.htm

- aprendizaje, T. d. (2011). *Teorias del aprendizaje*. Recuperado el 1 de agosto de 2015, de Teorias del aprendizaje: http://teoriadaprendizaje.blogspot.com/p/gestalt.html

- B -

- Bramble, L. (26 de julio de 2015). *eHow en español*. Recuperado el 26 de julio de 2015, de http://www.ehowenespanol.com/diferencia-empresa-publica-empresa-privada-sobre_454032/
- Bramble, L. (26 de julio de 2015). *eHow en Español*. Recuperado el 26 de julio de 2015, de http://www.ehowenespanol.com/diferencia-empresa-publica-empresa-privada-sobre_454032/
- Banrepcultural. (2000). *Banrepcultural*. Recuperado el 25 de julio de 2015, de Banrepcultural: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los_medios_de_comunicacion

- C -

- Comunicadores. (2015). *Comunicadores*. Recuperado el junio de 2015, de Comunicadores: http://www.comunicadores.org/2013/01/definicion-de-semiologia-en-la-comunicacion/
- Comunicación, P. (2001). *Portal de la comunicación*. (N. C. UAB, Editor, & I. d. comunicación, Productor) Recuperado el 18 de julio de 2015, de Portal de la comunicación: http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23

- Colegios, M. (2004). *Mejores Colegios*. Recuperado el 23 de julio de 2015, de Mejores Colegios: http://www.mejorescolegios.es/la-diferencia-entre-colegios-publicos-colegios-concertados-y-colegios-privados/
- color, P. d. (2014). *Psicología del color*. Recuperado el 18 de julio de 2015, de http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/
- Chromaflo. (2014). *Chromaflo*. Recuperado el 1 de agosto de 2015, de Chromaflo: http://www.chromaflo.com/es-ES/Liderazgo-Industrial/Teor%C3%ADa-Del-Color/C%C3%ADrculo-Cromático.aspx

- D –

- Datosmacro. (s.f.). *Datosmacro*. Recuperado el 2015 de 05 de 14, de Datosmacro.com: http://www.datosmacro.com/acerca-de
- DeConceptos. (2015). Obtenido de DeConceptos: http://deconceptos.com/arte/boceto
- Definición. (16 de Junio de 2015). *Definición*. Obtenido de http://definicion.mx/ninos/
- Definición.De. (2008). *Definición.De*. Recuperado el 16 de 06 de 2015, de http://definicion.de/ensenanza/
- Definición.De. (2008). Recuperado el 20 de 06 de 2015, de Definición.De: http://definicion.de/proceso-de-aprendizaje/
- Datosmacro. (s.f.). *Datosmacro*. Recuperado el 2015 de 05 de 14, de Datosmacro.com: http://www.datosmacro.com/acerca-de
- Dinamico, A. (2001). *ArteDinamico*. Recuperado el 2015, de ArteDinamico: http://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=243&

- DeConceptos. (2015). *DeConceptos*. Recuperado el 28 de julio de 2015, de http://deconceptos.com/general/tecnologia
- Definición.De. (2008). Recuperado el 30 de julio de 2015, de Definición.De: http://definicion.de/proceso-comunicativo/
- Definición ABC. (2007). *Definiciónabc*. Recuperado el 30 de julio de 2015, de http://www.definicionabc.com/general/grafico.php
- Dialnet. (2001). Recuperado el 31 de julio de 2015, de Dialnet: http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=299428
- Dialnet. (2001). Obtenido de Dialnet: http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=299428
- Didacticos, W. R. (2009). *Wiki Recursos Didacticos*. Recuperado el 31 de julio de 2015, de Wiki Recursos Didacticos: http://recursosdidacticosgrupotres.wikifoundry.com/page/Materiales+impresos
- Definición. (2015). Recuperado el 31 de julio de 2015, de Definición: http://definicion.mx/afiche/
- Definición. (2008). *Definición.De*. Recuperado el 1 de agosto de 2015, de Definición.De: http://definicion.de/semiotica/

- E -

- Edukative. (2015). Obtenido de EDUKATIVE: http://www.edukative.es/definicion-robotica-educativa/
- Elergonomista. (2009). Obtenido de Elergonomista: http://www.elergonomista.com/comunicacionformas.html

- Enríquez, X. (5 de 03 de 2015). *CONTRAPODER*. Recuperado el 14 de 05 de 2015, de CONTRAPODER: http://contrapoder.com.gt/2015/03/05/ranking-de-colegios-2014/
- ergonomista, E. (2009). Recuperado el 23 de junio de 2015, de ELERGONOMISTA: http://www.elergonomista.com/comunicacionformas.html
- Eucured. (2015). *Eucured*. Recuperado el 1 de agosto de 2015, de Eucured: http://www.ecured.cu/index.php/Teor%C3%ADa_del_color
- Equipo Fénix. (1997). *El diseño Gráfico* (Primera edición ed.). Barcelona, España: CIMS 97 S.L.

- F -

- FOTONOSTRA. (2015). Obtenido de FOTONOSTRA: http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm
- FIDBA. (2013). *FIDBA.* Recuperado el 26 de julio de 2015, de http://www.fidba.com.ar/prensas/piezas-graficas/
- Fotonostra. (2015). *Fotonostra*. Recuperado el 31 de julio de 2015, de Fotonostra: http://www.fotonostra.com/grafico/lasformas.htm
- Fotonostra. (2015). *Fotonostra*. Recuperado el 1 de agosto de 2015, de Fotonostra: http://www.fotonostra.com/grafico/maquetacion.htm
- Fotonostra. (2015). Recuperado el 1 de agosto de 2015, de Fotonostra: http://www.fotonostra.com/grafico/estilosytendencias.htm
- Fotonostra. (2015). Obtenido de Fotonostra: http://www.fotonostra.com/grafico/estilosytendencias.htm

- G -

- GESTIOPOLIS. (2000). Recuperado el 2015, de GESTIOPOLIS: http://www.gestiopolis.com/que-es-un-docente/
- GALEON. (2015). *GALEON*. Recuperado el 23 de julio de 2015, de http://eduardoummma.galeon.com/cvitae1770562.html
- Gráfica, R. (13 de 09 de 2013). *Red Gráfica*. Recuperado el 31 de julio de 2015, de http://redgrafica.com/El-punto-y-la-linea
- Galeon. (2015). *Logotipo*. Obtenido de Galeon: http://presentaciosociologi.galeon.com/productos2268705.html
- Guatecad. (2015). *Guatecad*. Obtenido de https://guatecad.wordpress.com/2011/06/28/todas-las-zonas-de-la-ciudad-de-guatemala/

- H -

- Herrera, J. S. (2010). *Nuevas Tendencias en Comunicación.* España, Madrid: Esic Editorial.

- I -

- Impresos, D. p. (4 de Marzo de 2011). Obtenido de Diseño para medios impresos: http://sumamaeshorrible.blogspot.com/2011/03/que-es-maquetacion-y-diagramacion.html

- L -

- Lexicoon. (2015). *Lexicoon*. Recuperado el 18 de junio de 2015, de Lexicoon: http://lexicoon.org/es/diagramacion

- Landivar, U. R. (2015). *Biblio.* Recuperado el 17 de julio de 2015, de Biblio3.url: http://biblio3.url.edu.gt/Libros/didactica_general/1.pdf

- M –

- MINEDUC. (2010). *MINEDUC*. Obtenido de http://www.mineduc.edu.gt/recursoseducativos/descarga/digecur/metodologia_del_aprendizaje.pdf
- Molinedo. (2012). *Wikiguate*. Recuperado el 27 de 2 de 2015, de Wikiguate: http://wikiguate.com.gt/zona-11-de-la-ciudad-de-guatemala/
- Mejores, C. (2004). *Colegios Mejores*. Recuperado el 23 de julio de 2015, de Colegios Mejores: http://www.mejorescolegios.es/la-diferencia-entre-colegios-publicos-colegios-concertados-y-colegios-privados/
- Moreno, Luciano. (23 de 10 de 2003). *DesarrolloWeb*. Recuperado el 23 de julio de 2015, de DesarrolloWeb: http://www.desarrolloweb.com/articulos/1277.php
- Miron, A. (2010). *Aledesing*. Recuperado el 2015, de Aledesing: http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/diseno-editorial.html
- Mora, M. A. (2015). *Academia.edu.* Recuperado el 31 de julio de 2015, de Academia: http://www.academia.edu/2130225/Conceptos_generales_de_la_sociolog%C3%ADa_de_la_educación

- Martínez Guevara, Antonio . (2015). *ugr.* Recuperado el 16 de julio de 2015, de ugr.es: http://www.ugr.es/~aguevara/SOCIOLOGIAso_archivos/Tema2.pdf

- N –

- Netdisseny. (2015). Obtenido de Netdisseny : http://reposital.cuaed.unam.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/1901/1/teoria-del-color.pdf

- P –

- PALABRA, E. A. (2011). *EL ARTE DE LA PALABRA*. Recuperado el 25 de junio de 2015, de https://zunymartha.wordpress.com/la-comunicacion/tipos-de-comunicacion/
- Pedagogía. (2015). *Pedagogía*. Recuperado el 31 de julio de 2015, de http://pedagogia.mx/concepto/

- Q –

- Quees. (2013). *Quees*. Recuperado el 25 de junio de 2015, de Quees: http://www.quees.info/que-es-la-informatica.html

- R –

- Recursos.cnice.mec.es. (25 de 07 de 2007). *Recursos.cnice.mec.es*. Recuperado el junio de 2015, de http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm

- S –

- Significados. (2013). *Significados*. Recuperado el 2015, de http://www.significados.com/tecnologia/

- T –

- TECNIKIDS. (2015). Obtenido de Tecnikids: http://tecnikids.com

- V –

- Valencia, V. (28 de 10 de 2014). Recuperado el Junio de 2015, de Entornos visuales de información: http://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA6.wiki?1

- W –

- Wikipedia. (22 de junio de 2006). *Wikipedia*. Recuperado el 29 de abril de 2015, de Wikipedia(la enciclopedia libre): http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad_de_Guatemala
- Wikipedia. (8 de 02 de 2014). *Wikipedia*. Obtenido de La enciclopedia libre: https://es.wikipedia.org/wiki/Educación

- Waarket. (2014). Recuperado el 1 de agosto de 2015, de Waarket: http://www.waarket.com/las-7-tendencias-del-diseno-grafico-en-2015/
- Waarket. (2014). Recuperado el 1 de agosto de 2015, de Waarket: http://www.waarket.com/tendencias-tipograficas-para-el-2015/

Capítulo XIV

Anexos

Capítulo XIV

Anexos

14.1 Anexo 01

14.1.1 Brief del cliente

FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación

BRIEF

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

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Alba Ester Palacios Sánchez

No. de Carné: 12002390 Celular: 59222181

Email: alba_eps@hotmail.com

Proyecto: Catálogo de productos

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Tecnikids

Dirección: 4ta calle 32-79 Utatlan 2, zona 11

Email: guatemala@tecnikids.com Tel: 23892323

Contacto: Jaime Morales Celular: 55108339

Antecedentes: Es un programa educativo integral dirigido a estudiantes de todos los niveles, que incorpora las tecnologías de la información y comunicación(TIC) en el plan de estudios, con el objetivo de colaborar en el desarrollo de competencias en los diferentes campos formativos y en la adquisición de habilidades relacionadas con la tecnología por medio de la aplicación de una metodología probada por más de 20 años y una serie de actividades y recursos didácticos para escuela y casa, diseñados para apoyar el proceso de enseñanza aprendizaje.

Oportunidad identificada:

Robótica educativa, como un nuevo grupo de conocimientos y como un complemento tecnológico para las aulas, consiste en crear un ambiente de aprendizaje dinámico y multidisciplinario.

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Somos una empresa GUATEMALTECA orientada a brindar soluciones en materia de tecnología educativa. A través de asesoría y servicio personalizado con talento humano de excelencia.

Visión: Ser la empresa líder que brinde asesorías y soluciones integradas a nuestros clientes en Guatemala, El Salvador, Honduras, Panamá y México; en programas de educación y tecnología.

Delimitación geográfica: Centroamerica

Grupo objetivo: Jovenes adolecentes de 10 a 17 años

Principal beneficio al grupo objetivo: Enseñar a travez de un metodó más tecnológico

Competencia:

Posicionamiento: Su producto se puede integrar y adaptarse a cualquier tecnología e infraestructura disponible

Factores de diferenciación: Pizarras digitales interactivas, que surgen de dotar de tecnología táctil multi-touch a pantallas LED de alta definición.

Objetivo de mercadeo: Como institución vender a más colegios sobre el programa de informática y tecnología, así mismo abrir nuestro campo a mas instituciones.

Objetivo de comunicación: El aprendizaje ya que a través de ello se instruye a los jovenes para lograr alcanzar sus objetivos.

Mensajes claves a comunicar: El aprendizaje es experiencia, el aprendizaje es innovación.

Estrategia de comunicación: Medios masivos para darse a conocer más a fondo.

Reto del diseño y trascendencia: Lograr un diseño interactivo, innovador que atraiga a más clientes.

BRIEF

Materiales a realizar: Redes sociales, catálogo interactivo, material didactico

Presupuesto:

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Rojo, azul, amarillo y verde

Tipografía: Infantil formada con figuras

Forma: Llamativa para niños

LOGOTIPO



Fecha: 24/02/2014

14.2 Anexo 02

14.2.1 Tabla Multivex



Definición de Niveles Socio Económicos

(Aéreas Urbanas, Zona Metropolitana)

	Nivel Alto AB (4.3%)	Nivel Medio-Alto C1 (5.1%)	Nivel Medio-Bajo C2 (12.7%)	Nivel Bajo D (18.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los Q49,600 al mes.	Ingresos familiares medios en un promedio de Q22,500 al mes.	Ingreso familiar medio en un promedio de Q10,500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados.	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Escolaridad incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, panaderías, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida buscante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales. Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, cuadro de actividades especializadas, obreros de especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con más de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales.	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 6 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas.	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.

Multivex Signo Dos Guatemala

Definición de Niveles Socio Económicos

(Aéreas Urbanas, Zona Metropolitana)

	Nivel Alto AB (4.3%)	Nivel Medio-Alto C1 (5.1%)	Nivel Medio-Bajo C2 (12.7%)	Nivel Bajo D (18.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Aparatos eléctricos	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de modelo, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, casas televisor y radio.
Servicio doméstico	2 o más. Servicio doméstico	1 mínimo. Servicio doméstico	1 o no tiene servicio doméstico	No	No
Vehículos	Poseen más de 2 automóviles de alta precios y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior	No
Educación Hijos	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
Viajes al Exterior	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No

14.3 Anexo 03

14.3.1 Encuesta realizada para conocer el perfil Psicográfico y conductual del grupo objetivo

Encuesta Tecnikids

A través, de este proyecto se esta realizando dicha encuesta, la cual su objetivo es diseñar materiales informativos impresos; para promover los servicios que presta TECNIKIDS en los centros educativos de la ciudad de Guatemala.
Esto ayudará a mejorar y a priorizar los servicios para los colegios. La encuesta solo le tomará cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.
Instrucciones: A continuación se le presentan las siguientes preguntas, por favor responda con toda sinceridad.

*Obligatorio

***** Selecciona tu género *Marca solo un óvalo.*

Masculino
Femenino

1. ¿Selecciona en que grado estas? * *Marca solo un óvalo.*

Pre primaria
Primaria

2. ¿Qué actividades realizas durante la semana? * *Marca solo un óvalo.*

Practicas las lecciones del día en tu casa
Haces tus tareas
Salir a jugar
Leer
Dibujar y pintar

3. ¿Qué actividades para divertise realizan en el colegio? * *Selecciona todos los que correspondan.*

Excursiones
Manualidades
Juegos deportivos
Películas
Juegos en clase
Otro:

4. ¿Cómo calificas la educación en tu colegio? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente
Buena
Regular
Mala

5. ¿Cómo te sientes en el colegio? * En la casilla otro, puedes poner como te sientes. *Marca solo un óvalo.*

Te gusta
No te gusta
Otro:

6. ¿Cómo calificas los cursos que imparte TECNIKIDS? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente
Buena
Regular
Mala

7. ¿Cómo ves la decoración que TECNIKIDS coloca en los laboratorios? * En la casilla otro, si tu respuesta es no, explica el por que no te gustan *Marca solo un óvalo.*

Te gustan
No te gustan
Otro:

8. ¿Crees que es necesario que utilicen herramientas de apoyo para los laboratorios? * Si tu respuesta es NO explica en otro el por qué. *Marca solo un óvalo.*

Si
No
Otro:

9. ¿Qué tipos de personajes te gustaría que tuvieran las herramientas de apoyo? * *Marca solo un óvalo.*

Robots
Personajes de televisión
Niños
Animales
Otro:

10. ¿Te gustan los personajes de TECNIKIDS o te gustaría algo nuevo?

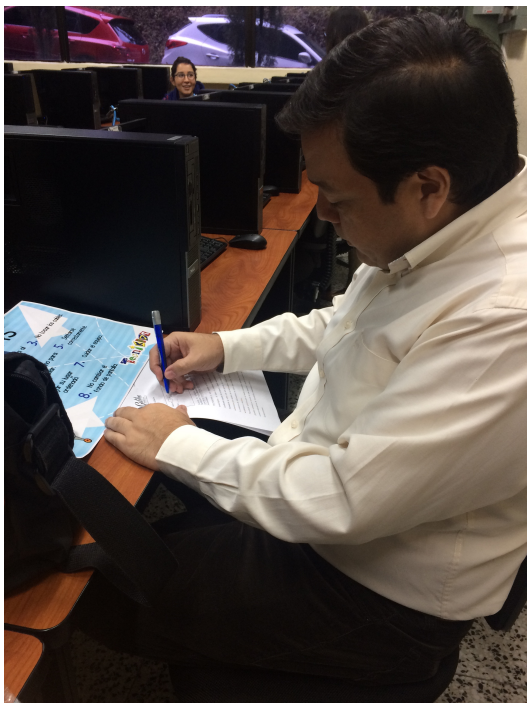
Si me gustan No me gusta

14.4 Anexo 04

14.4.1 Evidencia Fotográfica del proceso de validación

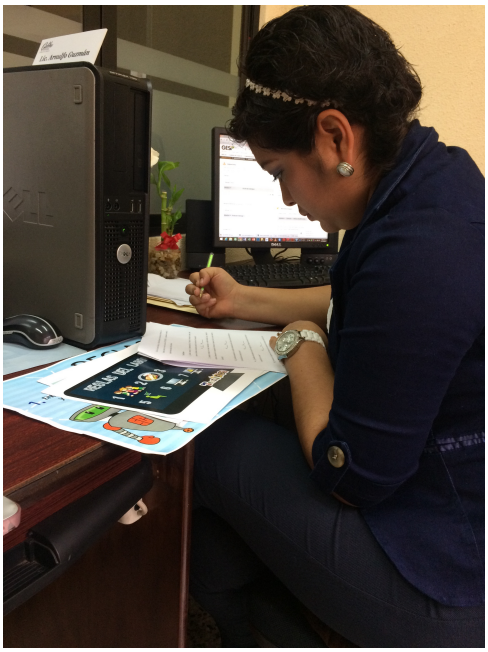
Expertos y Cliente





Licenciado Rolando Barahona





Licenciada Karla López





Licenciado Guillermo Letona



Director de Tecnikids

14.5 Anexo 05

14.5.1 Evidencia Fotográfica del proceso de validación (Grupo objetivo)

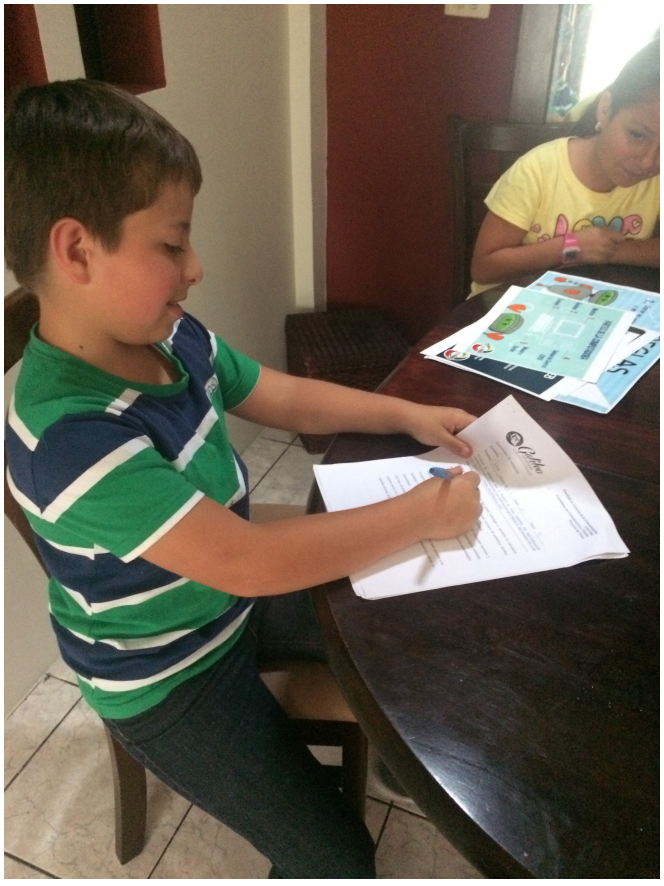


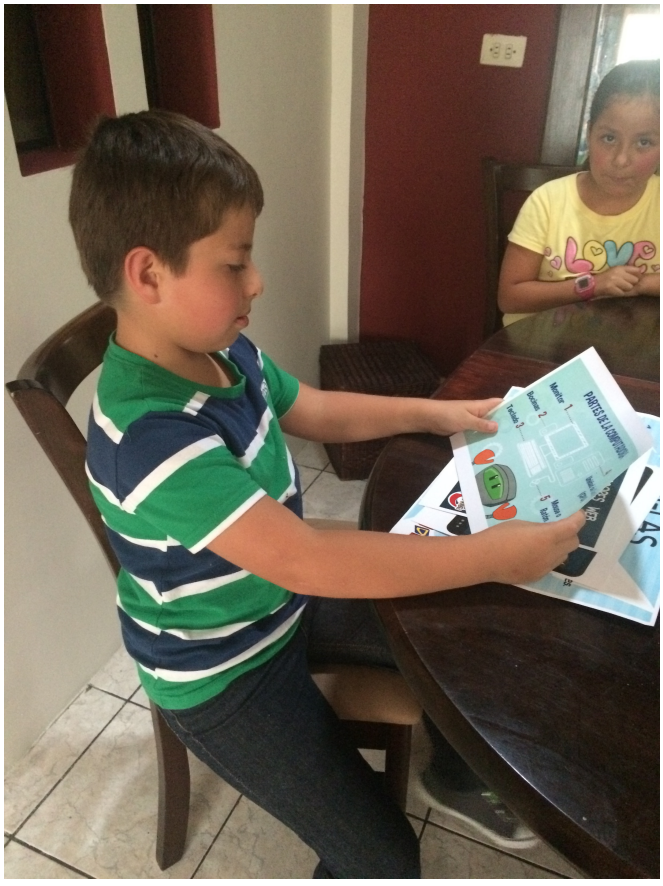


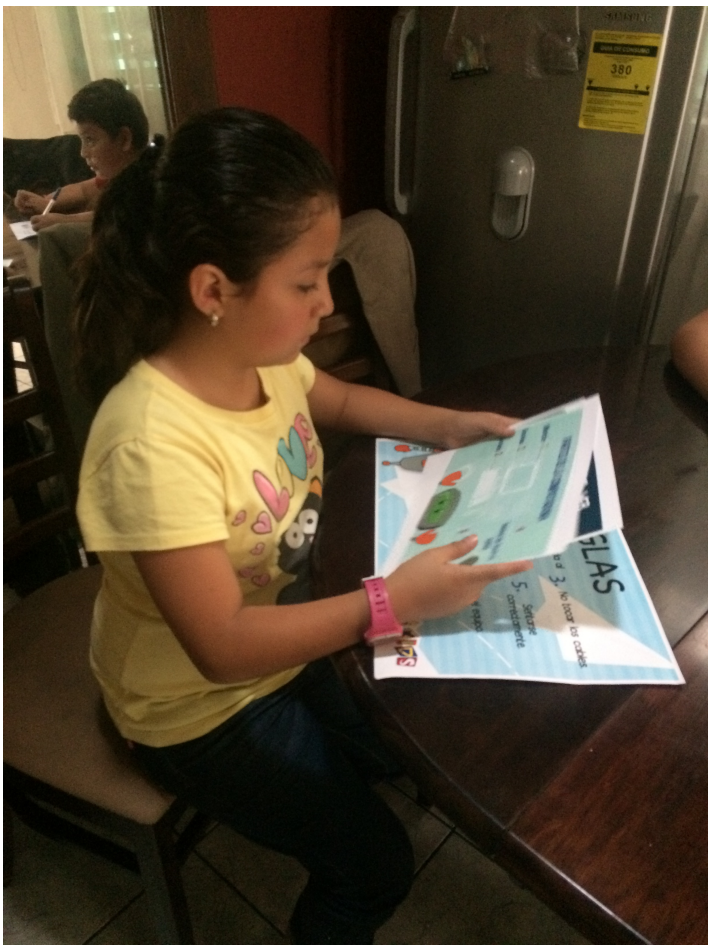





REGLAS

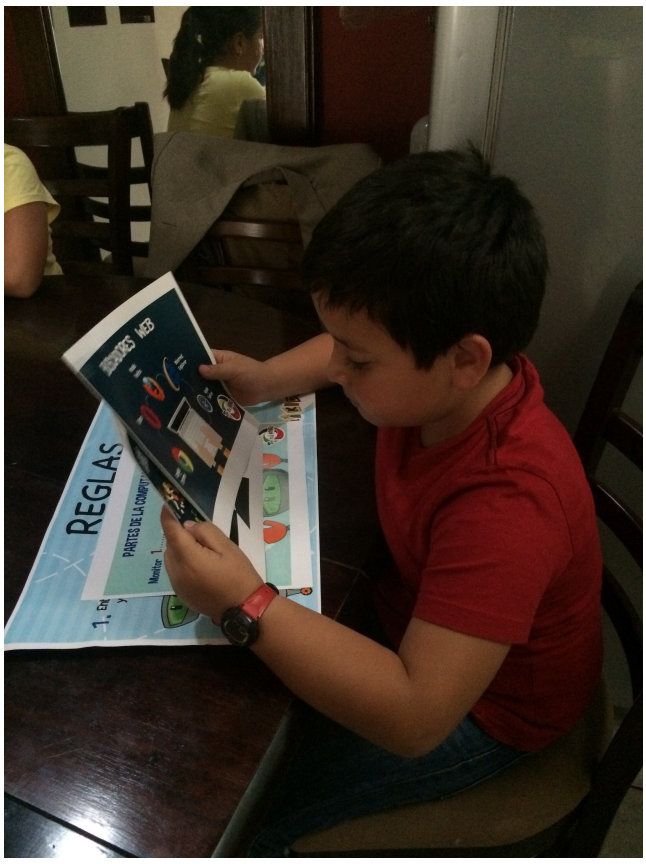











REGLAS

14.6 Anexo 06

14.6.1 Cotizaciones



LITO PREMIUM´S

De todo en impresión

6a. Avenida 11-15, Zona 1
San Juan Sacatepéquez
litopremiums@gmail.com
Tel.: 6630-2881

CLIENTE
Tecnikids Guatemala

Día	Mes	Año
09	11	2015

Cantidad	Descripción	Precio
100	**IMPRESION DE AFICHES** Tamaño de 11x17" impresas a full color, tiro en papel Opalina 85 gr.	**Q. 1,250.00**
100	**IMPRESION DE AFICHES** Tamaño de 11x17" impresas a un color, tiro en papel Opalina 85 gr.	**Q. 950.00**
	TOTAL	**Q. 000.00**

FECHA DE ENTREGA: A convenir
FORMA DE PAGO: 50% anticipo - 50% contra entrega
NOTA: El cliente proporsiona artes finales

Cliente

Basilio Siquiej
Lito Premium´s

Guatemala,
9 de noviembre de 2015
SC-644-2015

Señorita
Alba Palacios
TECNIKIDS GUATEMALA alba_eps@hotmail.com
Presente

Estimada señorita Palacios

Esperamos que todas sus labores se realicen con éxito. Tenemos el agrado de presentar a su consideración la cotización solicitada:

CANTI	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
	AFICHES		
100	Unidades, en texcote c-12, tamaño 11*17, plgs, impresión digital tiro a full color	**Q 10.300**	**Q1,030.00**
			Q 4.60
Cliente entrega arte final.			

*****Precio Incluye I.V.A.*****
********Condiciones de pago: A convenir*

Agradecemos su amable atención, y espero contar con su respuesta favorable.

Atentamente,

Leslie de López
Asesora de Ventas
Cel. 55516188

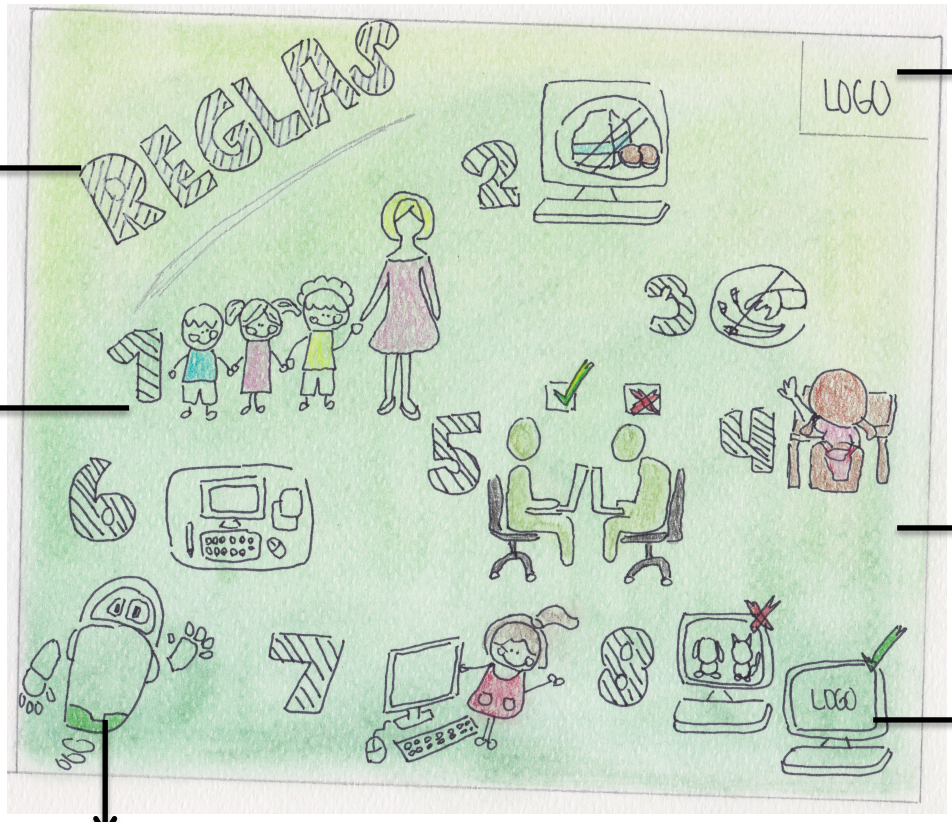
12 Avenida 6-80, Zona 11 Colonia Roosevelt
PBX: 2485-7541 E-mail: **ventas@lito-imagen.com**

14.7 Anexo 07

14.7.1 Propuestas de Bocetaje realizado previo a validación

Boceto a crayón (Opción 1)

Reglas del Laboratorio Pre-primaria



Título
Letra:
KG
Second
Chances
Sketch

Numeración

Logo

Fondo

Reglas

Ilustraciones



Cotización No.
A 2767

Fecha:
03/11/2015

Cotización válida por:
7 días hábiles

Preparada por:
Javier Najarro

Contáctenos, S. A. NIT. 4436888-7

Cliente:	Tecnikids Guatemala	Teléfono:	
E-mail:	alba_eps@hotmail.com	Celular:	

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
100	Afiches, impresión digital full color solo tiro, de tamaño 11 x 17" en papel texcote.	Q13.50	Q1,350.00
	Tiempo de entrega: 1 a 2 días hábiles despúes de aprobada la cotización. La variación del trabajo pueder ser de un 5%, la forma de pago es 50% anticipo y 50% contra entrega.	TOTAL	Q1,350.00

NOTA: el valor de esta cotización está sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas.

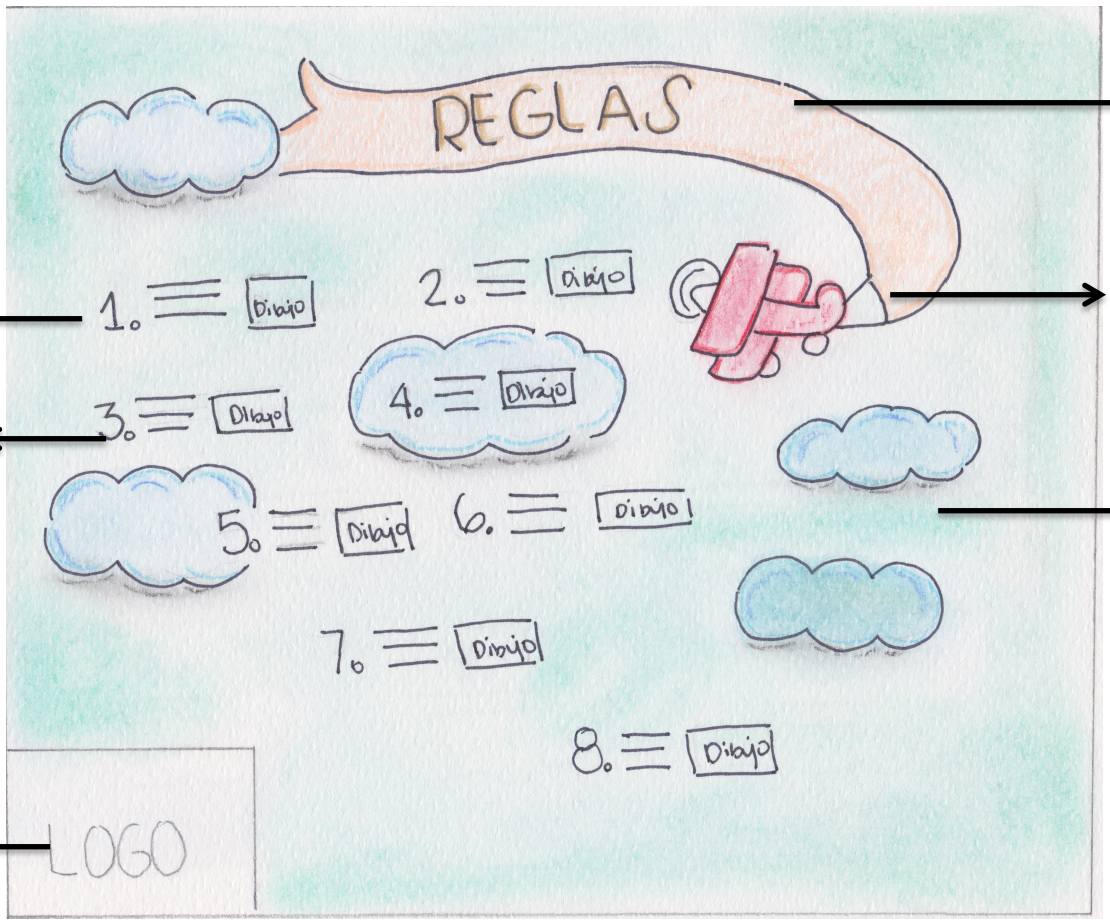
Firma de Aceptado / Fecha

El cliente acepta los diseños como artes finales, en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.

2384 0888 / 4740 6809
@cotizaciones@lastminute.net.gt
www.lastminute.net.gt

Boceto a crayón (Opción 1)

Reglas del Laboratorio Primaria



Título
Letra:
Chalkboard

Ilustración

Reglas

Numeración

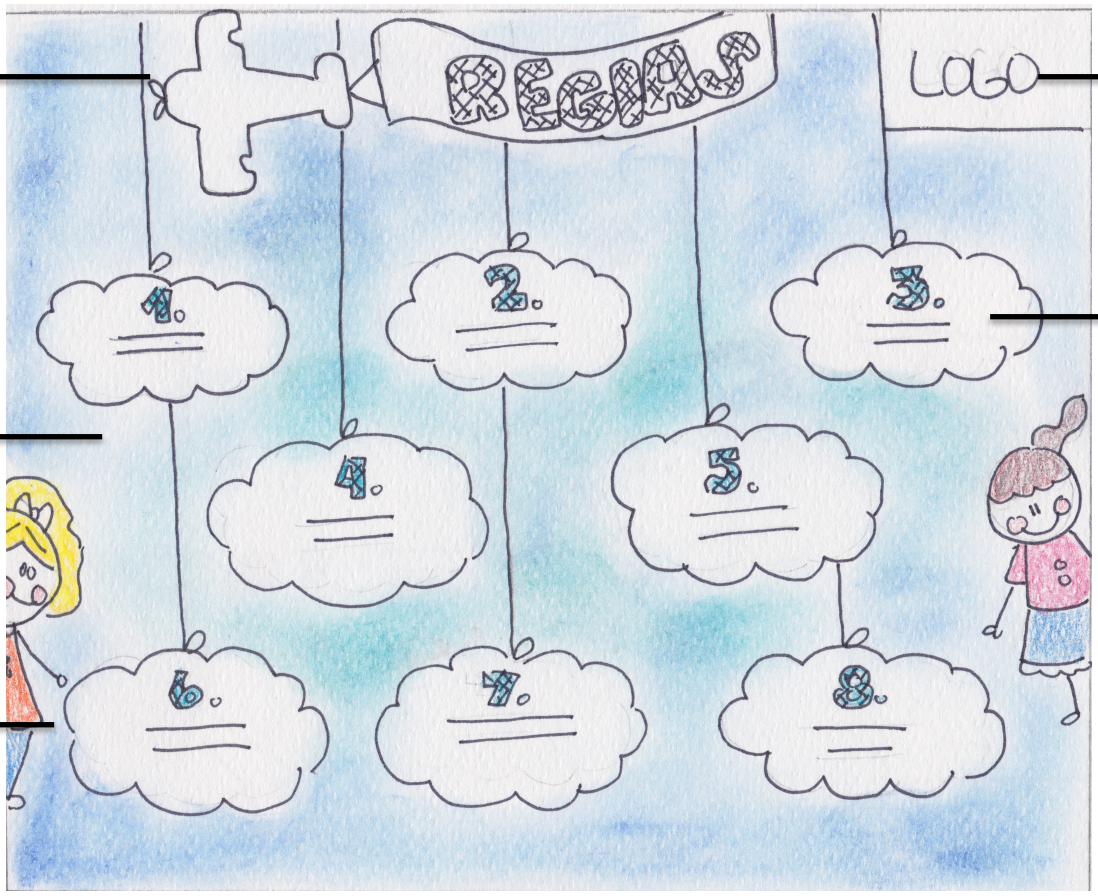
Fondo

Logo

Boceto a crayón (Opción 2)

Reglas del Laboratorio Primaria

Título
Letra:
Action of
the Time
UPPER
CASE



Logo

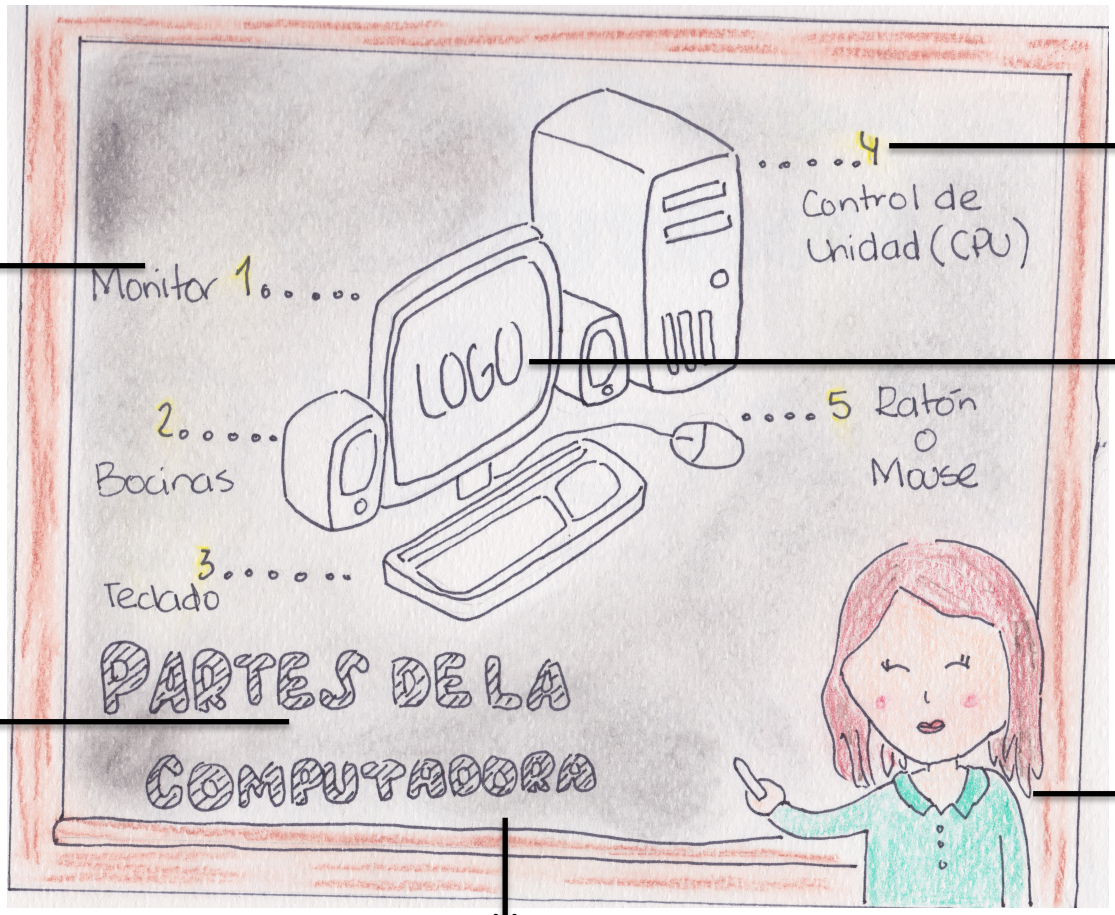
Reglas

Fondo

Ilustraciones

Boceto a crayón (Opción 1)

Partes de la computadora (Pre-primaria, Primaria)



Partes De la omputadora

Numeración

Logo

Título
Letra:
Mf Sippin On
Sunshine

Ilustración

Fondo

Boceto a crayón (Opción 2)

Partes de la computadora (Pre-primaria, Primaria)



Título
Letra:
sketch

Partes
De la
ɔmputadora

Numeración

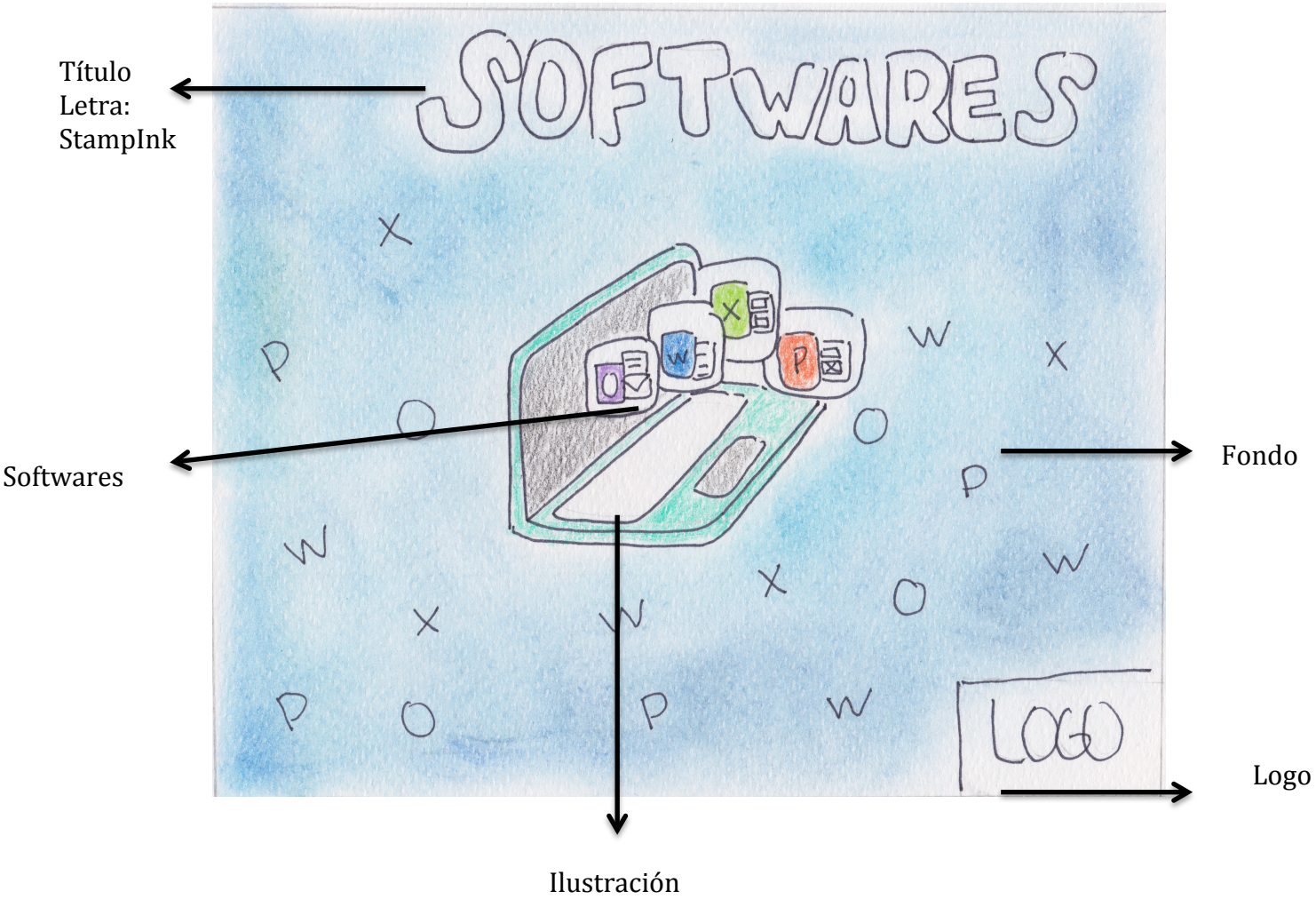
Logo

Ilustración

Fondo

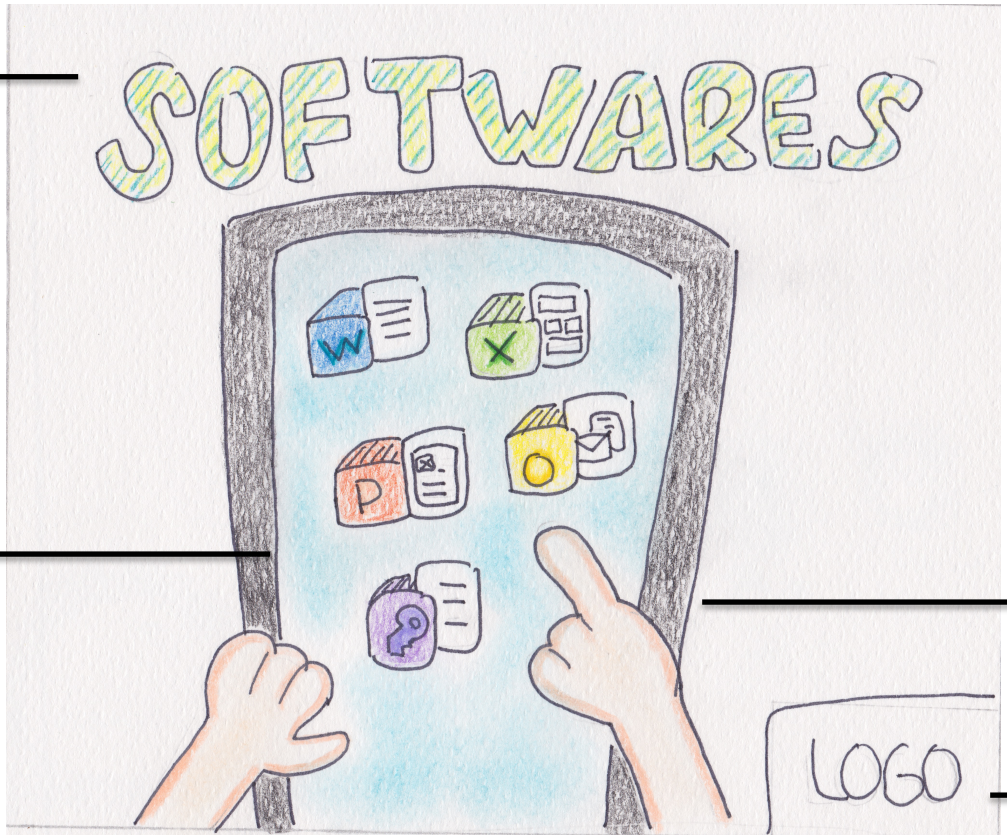
Boceto a crayón (Opción 1)

Softwares (Pre-primaria, Primaria)



Boceto a crayón (Opción 2)

Softwares (Pre-primaria, Primaria)



Título
Letra
Educated

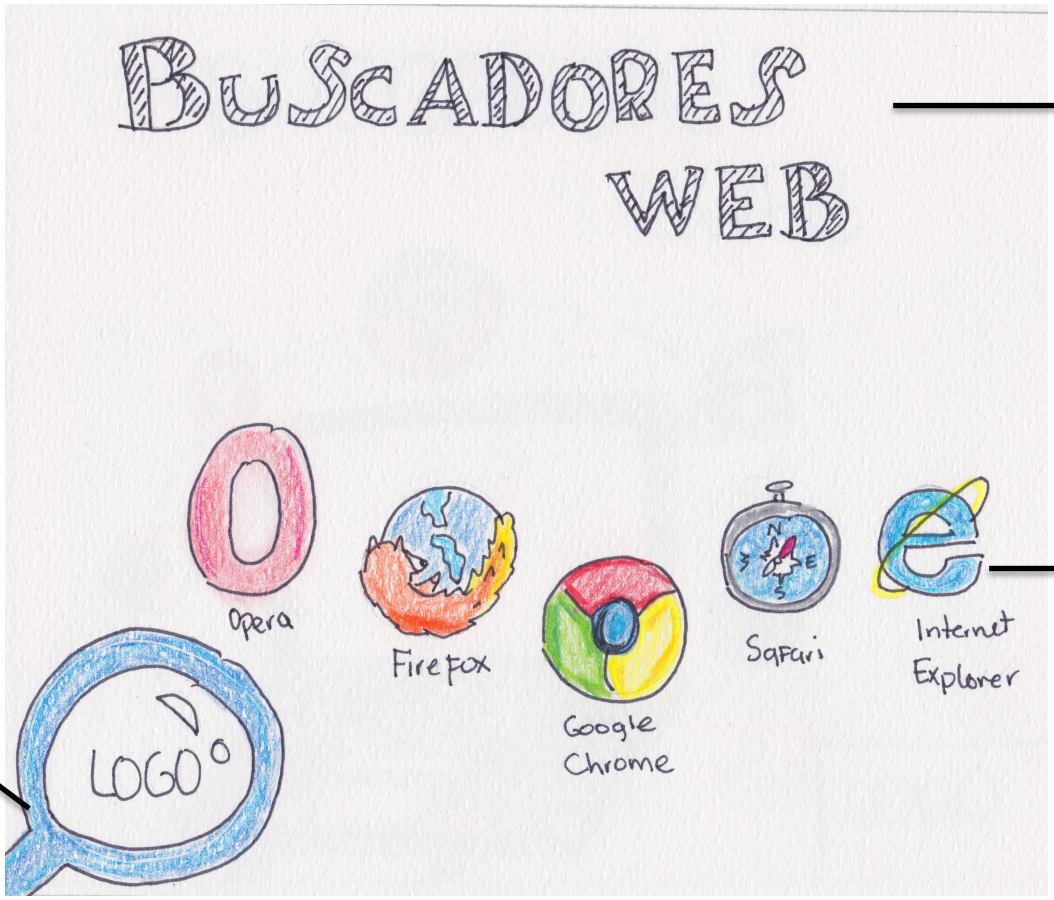
Softwares

Ilustración

Logo

Boceto a crayón (Opción 1)

Buscadores Web (Pre-primaria, Primaria)



Título
Letra:
COCOGOOSE
LETTERPRE

Softwares

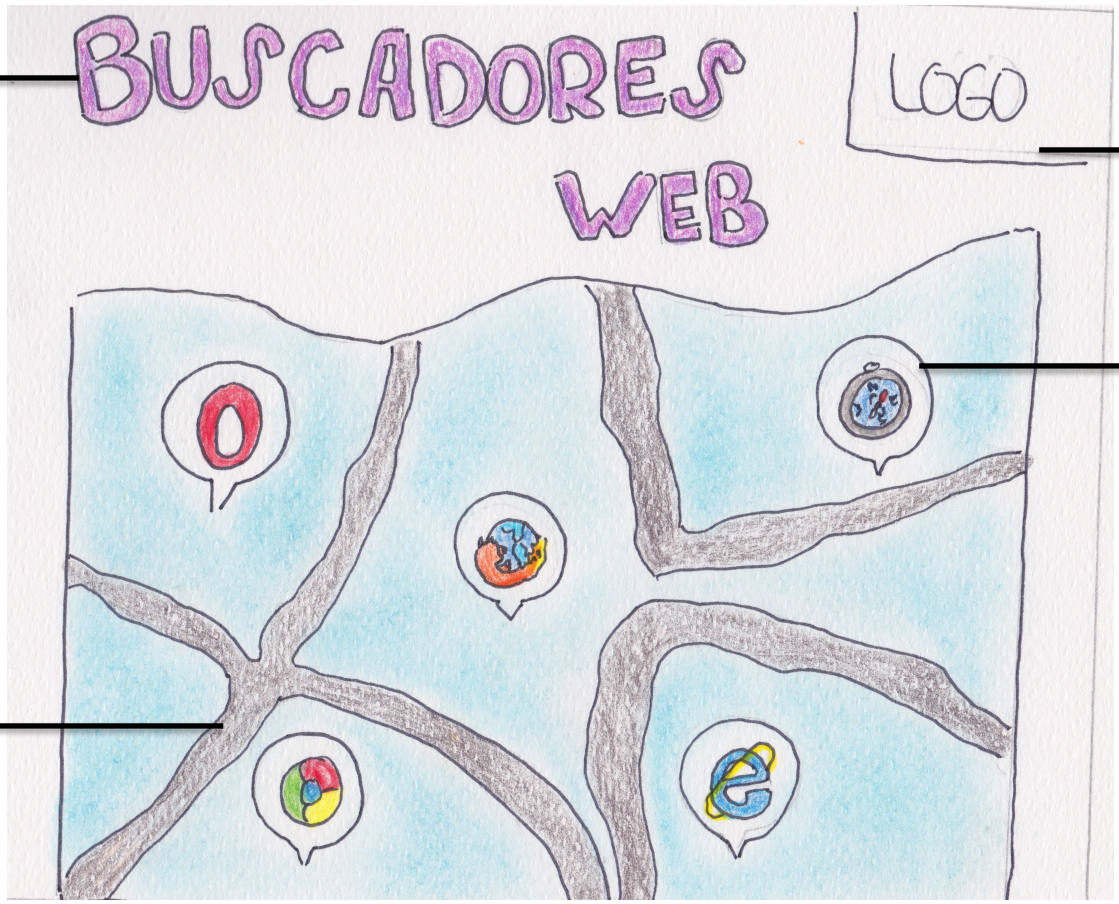
ustración

Logo

Boceto a crayón (Opción 2)

Buscadores Web (Pre-primaria, Primaria)

Título
Letra:
Stencil
Std
Bold



Logo

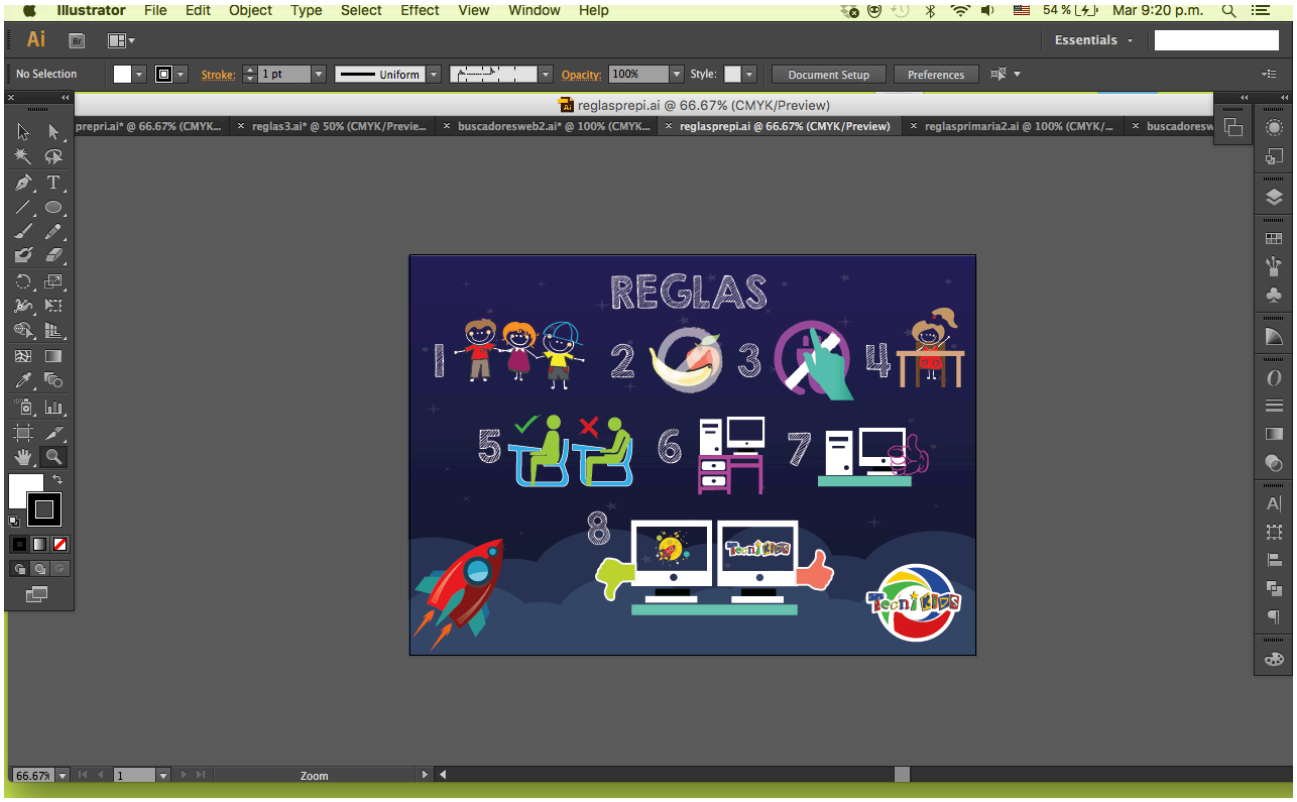
Softwares

Ilustración

14.8 Anexo 08

14.8.1 Propuestas Digital realizado previo a validación

Reglas del laboratorio (Pre primaria) Opción 1

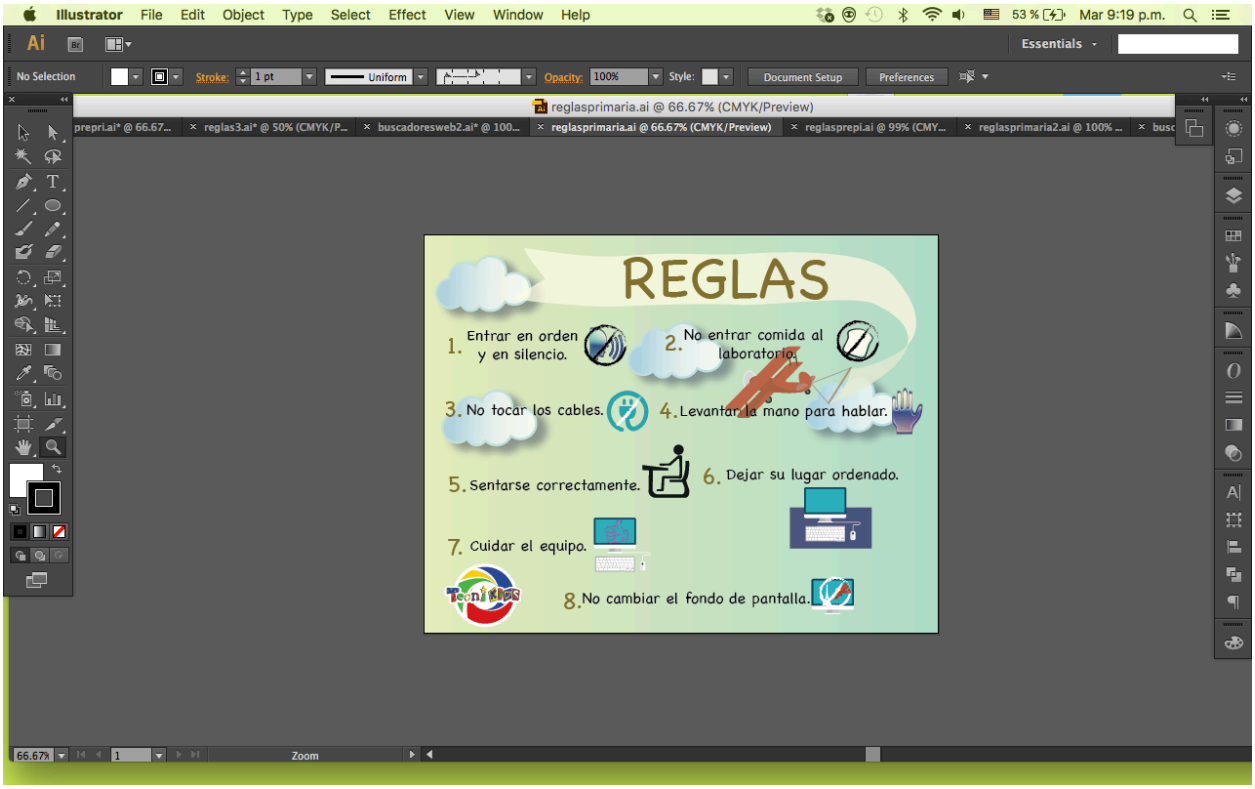


Reglas del laboratorio (Pre primaria) Opción 2



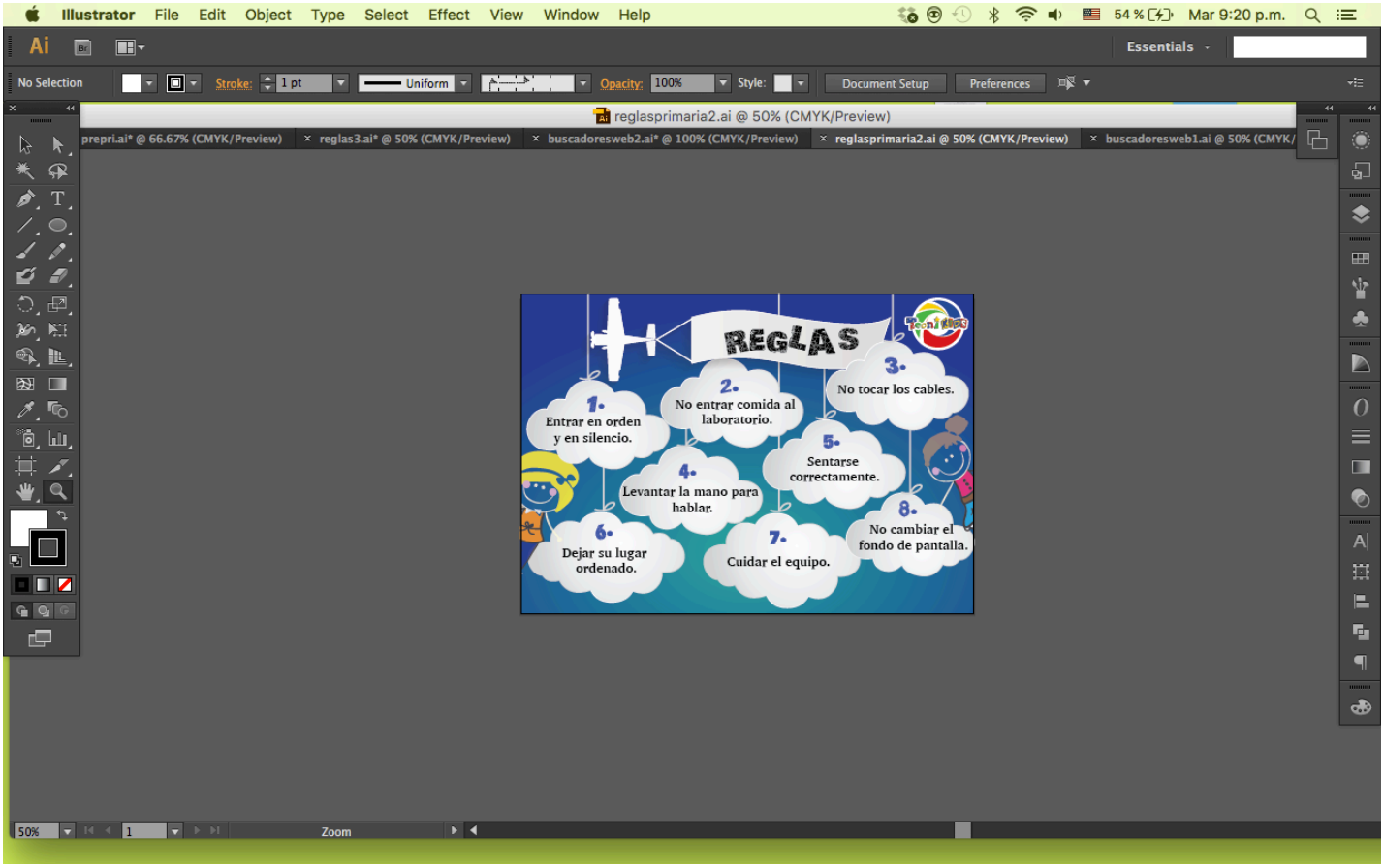
Reglas del laboratorio (Primaria)

Opción 1



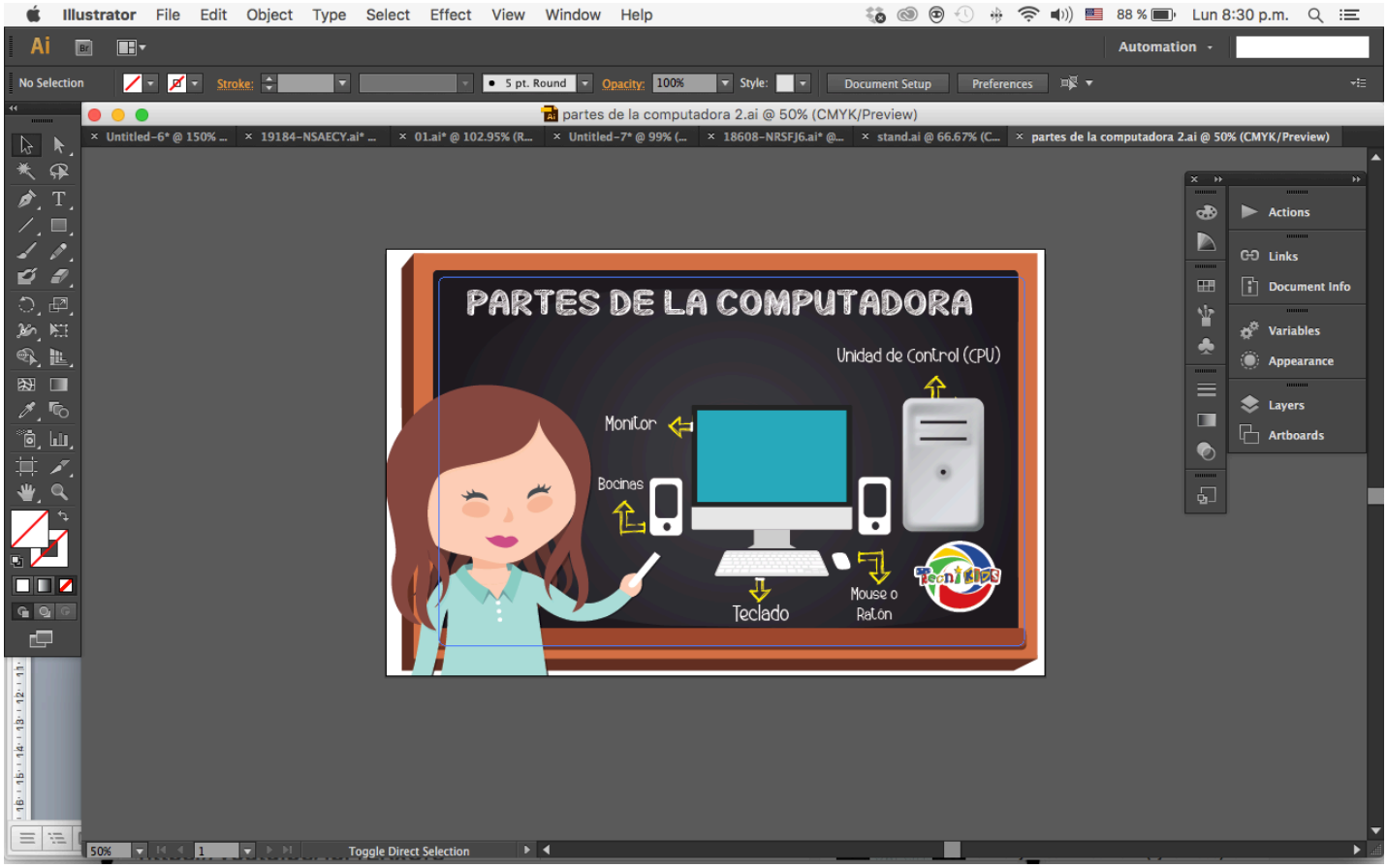
Opción 2

Reglas del laboratorio (Primaria)



Opción 1

Partes de la computadora (Pre primaria, Primaria)



Opción 2

Partes de la computadora (Pre primaria, Primaria)



Opción 1

Softwares (Primaria y Pre primaria)



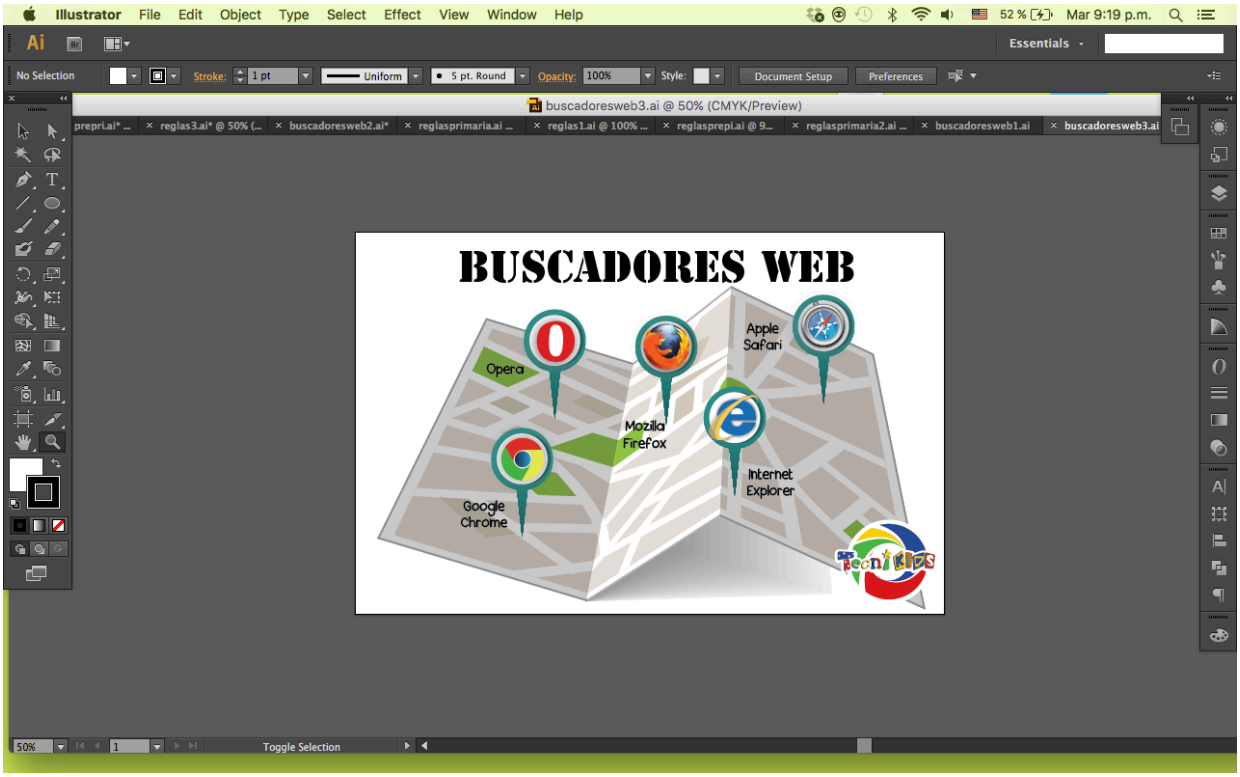
Opción 2

Softwares (Primaria y Pre primaria)



Opción 1

Buscadores Web (Pre primaria y Primaria)



Opción 2

Buscadores Web (Pre primaria y Primaria)



14.9 Anexo 09

14.9.1 Propuestas Digitales realizados previa a validación

Opción 1

Digital de Reglas del laboratorio(Pre-primaria)

11 pulg



17 pulg

Opción

Digital de Reglas del laboratorio(Pre-primaria)

11 pulg



17 pulg

Opción 1

Digital de Reglas del Laboratorio (Primaria)

11 pulg



17 pulg

Opción 2

Reglas del laboratorio (Primaria)

11 pulg



17 pulg

Opción 1

Digital de Las Partes de la Computadora

11 pulg



17 pulg

Opción 2

Digital de Las Partes de la Computadora

11 pulg



17 pulg

Opción 1

Digital de Softwares

11 pulg



17 pulg

Opción 2

Digital de Softwares

11 pulg

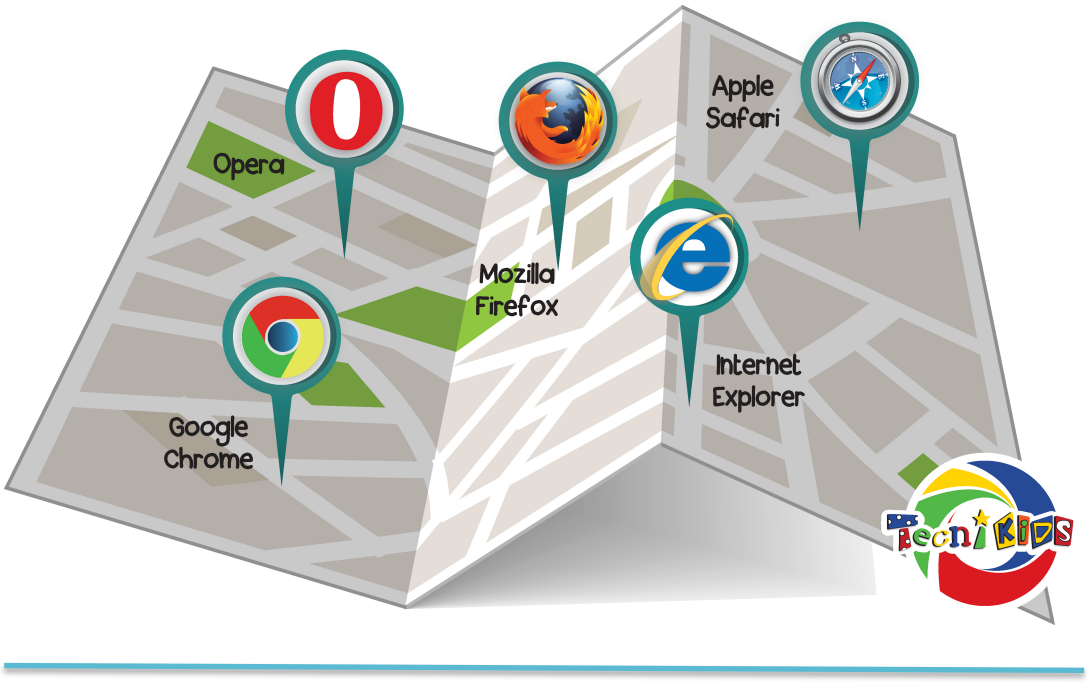


17 pulg

Opción 1

Digital de Buscadores Web

11 pulg



17 pulg

Opción 2

Digital de Buscadores Web

11 pulg



17 pulg