

DIGITACIÓN Y OFIMÁTICA BÁSICA



Identificamos necesidades o problemas factibles de atender aplicando software de ofimática

Ayacucho



TERCERA UNIDAD

IDENTIFICAMOS NECESIDADES O PROBLEMAS FACTIBLES DE ATENDER APLICANDO SOFTWARE DE OFIMÁTICA



En la presente unidad desarrollaremos las competencias y capacidades del área de Educación para el Trabajo.

COMPETENCIA	CAPACIDADES	DESEMPEÑOS
Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social	<ul style="list-style-type: none"> • Crea propuesta de valor. • Aplica habilidades técnicas. • Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Selecciona en equipo necesidades o problemas de un grupo de usuarios sobre el diseño y elaboración de documentos y productos informáticos, utilizando el procesador de texto de su entorno para mejorarlo o resolverlo a partir de su campo de interés. Determina los principales factores que los originan utilizando información obtenida a través de la observación y entrevistas grupales estructuradas. • Elabora documentos informáticos utilizando adecuadamente las herramientas del procesador de texto.

Esta unidad tiene una duración de 4 semanas y comprende las siguientes actividades:

Actividad de aprendizaje	Propósitos de aprendizaje	Ejecución
Conceptualizamos la forma y contenido del flyer, tríptico y afiche que se utilizará para la sensibilización y publicidad para evitar la propagación de la COVID-19.	Realizar el proceso de conceptualización de folletos (flyer, tríptico y afiche) para sensibilizar sobre la propagación de la COVID-19.	Novena semana
Elaboramos el boceto de un afiche.	Elaborar el boceto de un afiche.	Decima semana



Elaboramos el boceto de un Flyer o volante.	Elaborar el boceto de un Flyer o volante.	Onceava semana
Elaboramos el boceto de un tríptico.	Elaborar el boceto de un tríptico.	Doceava semana



Oficina de Lima
Registración en Perú



tarea

GUÍA METODOLÓGICA Nº 9

Conceptualizamos el producto solución a las necesidades y problemas del cliente

NOVENA SEMANA

ACTIVIDAD: CONCEPTUALIZAMOS EL PRODUCTO
SOLUCIÓN A LAS NECESIDADES Y PROBLEMAS DEL
CLIENTE

GUÍA METODOLÓGICA N° 9

Hola, bienvenidos!

Estimado estudiante, la presente guía metodológica te brindará orientaciones y una secuencia de acciones a realizar para desarrollar las actividades de aprendizaje programadas para la quinta semana de desarrollo del módulo formativo: "Computación". Además de la presente guía, cuentas con la Hoja de Información N° 9 y la Hoja de Actividad N° 9. Asimismo, contarás con el apoyo del profesor del área y de tus familiares para desarrollar las actividades.



Imagen: Internet

Propósitos de aprendizaje que alcanzaremos en la semana

- Conceptualizar el producto solución que satisficará la necesidad o solucionará el problema del cliente.
- Aplicar técnicas para conceptualizar el producto solución de necesidades y problemas del cliente.

Producto (evidencia de aprendizaje) que elaboraremos en esta semana

El producto que elaboraremos esta semana está constituido por organizadores visuales:

- Matriz para proponer alternativas de solución a la necesidad o problema del cliente
- Matriz para evaluar y determinar los productos que solucionaran la necesidad o problema
- Conceptualización del producto solución

Las orientaciones específicas para la elaboración de los productos las encontrarás en la Hoja de Actividad N° 9. Los productos que elabores deben ser enviados al profesor del área más tardar al finalizar la semana (viernes). Toma una foto del producto y envíalo al e-mail o al WhatsApp del profesor.

¿Cómo se realizará la evaluación?

La evaluación es un proceso que te permitirá, con el acompañamiento del profesor, identificar las dificultades que encontrarás durante el desarrollo de las actividades, así como recibir apoyo para superarlos y poder alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Durante el desarrollo de las actividades, el profesor se comunicará contigo, mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Podrás comunicarle tus avances, realizar preguntas, comunicar las dificultades que has tenido y recibir las orientaciones que te ayuden alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante correo electrónico o WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste. El profesor lo revisará y te lo devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. Después de mejorar tus productos debes volver a enviárselos al profesor para su revisión correspondiente.

Actividades que realizaremos para alcanzar los propósitos de aprendizaje

1. **Revisa la Hoja de Actividad N° 9.** En ella encontrarás las actividades que debes realizar, así como el esquema de los productos. La información que necesitarás para desarrollar las actividades propuestas la encontrarás en la Hoja de Información N° 9.
2. **Realiza las actividades de la sección "Activando nuestros saberes previos" de la Hoja de Información N° 9.** Estas actividades tienen por finalidad reconocer cuánto conoces y cuánto conocen tus familiares sobre cómo se selecciona el producto que satisficará la necesidad o solucionará el problema del cliente. Para ello, te sugerimos lo siguiente:
 - Lee de qué tratan las actividades que te proponemos realizar en esta sección.
 - Dialoga con tus padres, hermanos u otros familiares que se encuentren en tu domicilio sobre las actividades.
 - Responde las actividades en los espacios correspondientes.
3. **Lee la información de la sección "Buscamos y exploramos información" de la Hoja de Información N° 9.** En esta sección te presenta información sobre el producto solución y los procesos para seleccionarlo y conceptualizarlo. Te sugerimos que orientes la lectura a identificar la información que requieras para desarrollar las actividades, puedes utilizar la técnica del subrayo, del sumillado u otra técnica que conozcas.
4. **Realiza las actividades de la Hoja de Actividad.** Esta sección te presenta actividades que reflexivamente te permitirán construir aprendizajes sobre la descripción del producto solución, así como definir el producto solución que satisfaga las necesidades del cliente.
5. **Envía y/o guarda las evidencias de tu aprendizaje.** La Hoja de Actividad desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios, envíala por correo electrónico o WhatsApp a tu profesor. En caso de no tener acceso, archívala en un tu portafolio personal (fólder) y preséntala cuando inicien las sesiones presenciales o cuando lo indique el profesor.

Programa el momento de la semana en el que desarrollarás las actividades de aprendizaje.

Para desarrollar las actividades del proyecto requieres establecer un espacio en el cual realizarás tus actividades académicas. Asimismo, debes organizarte y programar los días y horas en los que desarrollarás las actividades y enviarás tu producto (evidencia) al profesor del área. Para ello, te sugerimos elaborar un cronograma de actividades y cumplir lo programado para evitar la acumulación de actividades o realizarlas de manera apresurada a última hora.

	Actividad	Fecha	Hora
1.	Revisión de la Hoja Actividad N° 9		
2.	Revisión de la Hoja de Información N° 9		
3.	Desarrollo de la Hoja de Actividad N° 9		
4.	Envío del producto al profesor del área		

HOJA DE INFORMACIÓN N° 9



Imagen: iStock

Partiendo de nuestra experiencia

Para iniciar la sesión te presentamos las siguientes actividades. Debes darles respuesta dialogando con los familiares de tu casa.

Actividad N° 1

En la actualidad nos encontramos enfrentado la pandemia por la COVID-19. Todavía no se ha encontrado una medicina o una vacuna, por lo que las familias para no enfermar buscan formas de protegerse del ingreso del virus al organismo. Menciona y describe dos accesorios de protección personal que vienen adquiriendo o confeccionado las personas para protegerse del contagio por la COVID-19.

1.
.....
.....
.....
2.
.....
.....
.....

Actividad N° 2

Si tuvieras que diseñar en un afiche, volante o tríptico que informe del contagio por COVID-19, ¿qué información incluirías? Descríbela.

1.
.....
.....
.....
2.
.....
.....
.....



Imagen: Internet

Buscamos y exploramos información

Estimado estudiante:

El día de hoy conoceremos y reflexionaremos sobre la conceptualización de productos que permitan solucionar problemas o necesidades de las personas. Lee la información que te presentamos tratando encontrar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es un producto solución?
- ¿Qué elementos tiene el producto solución?
- ¿Cuáles son los procesos para conceptualizar un producto solución?

LA CONCEPTUALIZACION DEL PRODUCTO SOLUCIÓN

1. ¿Qué entendemos por producto solución?

El producto solución es el bien o servicio que satisface la necesidad o soluciona el problema del cliente. Tiene atributos tangibles (producto físico) e intangibles (marca, prestigio, servicios asociados).

El bien es un objeto físico o tangible que se puede percibir por los sentidos (ver, tocar, oler y/o saborear) y se puede trasladar de un lugar a otro para o durante su consumo. Estos pueden ser, por ejemplo, bienes duraderos. En la especialidad técnica computación e informática, los productos solución pueden ser catálogos, revistas, textos, folletos, tarjetas, etc.

Los servicios son esfuerzos humanos aplicados a personas o cosas que no se pueden almacenar o trasladar de un lugar a otro para ser consumidos. Se producen y consumen al mismo tiempo, por lo que el consumidor no es propietario del producto, ya que después de consumido el producto ya no existe. Por ejemplo, en la especialidad computación e informática: servicio de mantenimiento de computadoras, el servicio de pago de un servicio por internet, etc.

2. Elementos del producto solución.

En la especialidad computación e informática, en la opción ocupacional del diseño gráfico y diseño editorial (diseño de impresos), los bienes tienen los siguientes elementos:

- Producto básico
- Marca
- Etiqueta
- Empaque
- Valor agregado

2.1. Producto básico. Es el objeto que satisface la necesidad funcional del cliente. Brinda el beneficio esencial que espera el cliente al consumir el producto. Por ejemplo: si se tiene la necesidad de brindar información para sensibilizar a los ciudadanos para disminuir y evitar el contagio por COVID-19 en la segunda ola (necesidad de información), el producto básico impreso (folletos de sensibilización: flyers, trípticos o afiches) le debe brindar información y sensibilizar para que tome las medidas de prevención conocimiento de las causas y consecuencias para evitar contagiarse por COVID-19, Si el producto básico no cumple su función esencial entonces no satisface la necesidad o no soluciona el problema que tiene el cliente.



Imagen: Internet

2.2. Marca

La marca puede definirse como un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño o la combinación de ellos, que sirve para identificar los bienes y servicios que ofrece un vendedor y diferenciarlos de sus competidores. Generalmente la marca suele estar compuesta por dos elementos:

- El nombre de marca, que es la parte de la marca que puede pronunciarse (formada por una palabra, números, letras, siglas, etc.).
- El logotipo, que es la parte de la marca que no puede pronunciarse, pero que se reconoce visualmente (un símbolo, unos colores, un diseño, etc.).



Imagen: Internet

2.3. Etiqueta

Por etiqueta entendemos toda leyenda, marca, imagen u otro elemento descriptivo o gráfico, escrito, impreso, estampado, litografiado, marcado, adherido o sujeto al envase o al propio producto. Su función principal es la de informar sobre las características del producto, su modo de uso, advertencias sobre posibles peligros, composición, etc. De manera general, los requisitos legalmente exigidos en cuanto al etiquetaje son los siguientes:

- Nombre o denominación del producto
- Identificador del fabricante, envasador, transformador o vendedor
- Composición
- Contenido del producto (peso, volumen, unidades, etc.).



- Características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, consejos, o recomendaciones sobre su uso y condiciones de seguridad para su traslado
- Lugar de procedencia

2.4. Valor agregado

El valor agregado es la característica o servicio adicional que se le da producto, el cual genera un beneficio extra a su función principal. Esta característica genera mayor valor y hace más atractivo el producto. Generalmente se trata de una característica que no tiene o es poco usado por la competencia por lo que aporta cierta diferenciación con los productos de la competencia.

- El valor agregado puede ser una característica del producto. Ejemplo: el material ecológico (papel reciclado y tinta de impresión ecológica, productos personalizados a la identidad y necesidad del cliente y del usuario final).
- El valor agregado puede ser un servicio. Ejemplo: entrega gratuita del producto a domicilio, créditos, pago por internet. etc.
- El valor agregado puede ser un producto adicional. Ejemplo: por un millar de trípticos se agrega gratuitamente 500 unidades de volantes y un afiche en tamaño a A2, etc.

3. Procesos para diseñar el producto solución

Para seleccionar el producto solución se realizan los siguientes procesos:



3.1. Recuperación del perfil del cliente y de las necesidad o problema priorizados en la unidad anterior

Los productos son consumidos por un grupo de clientes quienes tienen la misma necesidad y características comunes que se expresan en el perfil del cliente. Por lo tanto, antes de definir qué producto se va a diseñar e imprimir para solucionar un problema o satisfacer una necesidad, previamente se define la necesidad y el perfil del cliente.

En el proyecto que estamos realizando, como parte de las actividades de aprendizaje en la semana N° 6, definimos la necesidad y perfil del cliente. Para poder diseñar el producto solución debemos recuperarlos. A continuación, te presentamos el perfil del cliente y la necesidad que hemos recuperado.

Necesidad	Usuario (perfil del cliente)	Revelación
Requieren información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable.	"Los usuarios son ciudadanos del centro poblado de Incaraccay quienes están siendo afectados por la pandemia de la COVID-19, en muchos casos, de manera grave y moderada. Algunos ciudadanos buscan información confiable sobre el tratamiento y prevención en diferentes medios que están a su alcance, y otros no aplican los protocolos de	Requieren contar información escrita amigable sobre la COVID-19 que permita difundir información sobre la enfermedad y los protocolos de prevención, así como sensibilizar a la población

	<p>seguridad o están bajo la guardia de los cuidados que se tenían en la primera ola. Son varones y mujeres de entre 35 a 70 años de edad. La mayoría son quechua hablantes, tiene educación primaria y educación secundaria, y se dedican generalmente a la agricultura (siembra de papas y a la extracción y comercialización de los derivados de eucalipto). Utilizan con poca frecuencia el internet debido a que tiene muchas interferencias y es muy lento. Sus costumbres y tradiciones más significativas son: el yarqa aspiy (limpieza de la acequia o canal de agua) y la fiesta costumbrista de la Virgen del Carmen, patrona de Incahuasi. En la comunidad se ha perdido progresivamente la vestimenta tradicional y los ciudadanos utilizan las prendas de vestir convencionales. Tienen gran afición por la crianza de caballos de carrera.</p>	<p>que no aplica el protocolo de seguridad.</p>
--	---	---

3.2. Análisis de la necesidad o problema para plantear soluciones

Para diseñar el producto solución se debe analizar la necesidad para poder comprender a profundidad de qué trata, cuáles son sus características, sus efectos, etc. Para el ejemplo que estamos siguiendo, la necesidad que tienen los usuarios es: "Requieren información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable".

En la necesidad definida se identifican las unidades de análisis (son elementos o situaciones que forman parte de la descripción de la necesidad o problema) que permitan buscar y organizar información para conocer y comprender a profundidad la necesidad o problema del cliente o usuario. Por ejemplo:

Necesidad	Unidades de análisis
<p>"Requieren información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19, para evitar el contagio, sobre todo, entre la población vulnerable"</p>	<p>Unidad de análisis N° 1: Información confiable Unidad de análisis N° 2: Tratamiento y prevención contra la COVID-19</p>
	<p>Unidad de análisis: Población vulnerable</p>

A partir de las unidades de análisis identificadas se formulan preguntas que permitan orientar la búsqueda y organización de la información para comprender a profundidad el problema o necesidad. Por ejemplo:

Necesidad	Unidades de análisis	Preguntas
<p>"Requieren información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19, para evitar"</p>	<p>Unidad de análisis N° 1: Información confiable Unidad de análisis N° 2: Protegerse para</p>	<p>¿Qué es información confiable? ¿Quiénes brindan información confiable? ¿Qué es la COVID-19? ¿Cómo se propaga la COVID-19?</p>

el contagio, especialmente, entre la <u>población vulnerable.</u> "	evitar contagiarse de COVID-19	¿Cuáles son las consecuencias del contagio por COVID-19? ¿Cuál es el tratamiento para la COVID-19? ¿Cómo se evita el contagio por COVID-19?
	Unidad de análisis N° 3: Población vulnerable	¿Qué es ser vulnerable contra la COVID-19? ¿Quiénes son vulnerables?

Luego de formular las preguntas, se busca y organiza información en textos especializados, páginas de web, o se realizan entrevistas a expertos, profesionales, usuarios o a la misma competencia para explicar y comprender de qué trata el problema o necesidad.

3.3. Información sobre la COVID-19 e identidad cultural

A continuación, te presentamos información (resumida) que permite dar respuesta a las preguntas planteadas. Sin embargo, te sugerimos buscar información en otras fuentes para profundizar el conocimiento del problema o necesidad.

¿Qué es información confiable?

Es la información que es resultado de la investigación científica y emitida por las instituciones del estado, instituciones internacionales, instituciones científicas autorizadas y de probada experiencia académica e investigación científica.

Se debe tener especial cuidado en tomar información de internet, puesto que existe información que no se basa en fuentes confiables.

¿Quiénes brindan información confiable?

En materia de salud a nivel mundial es la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS). A nivel nacional el Ministerio de Salud (MINSA) y las universidades nacionales que realizan y publican investigaciones científicas en materia de salud.

¿Qué es la COVID-19?

"La COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019" (OMS, 2020). Actualmente la COVID-19 es una pandemia que afecta a la población de nuestro país y de muchos países de todo el mundo.

COVID-19 significa "enfermedad por coronavirus 2019". La causa de la enfermedad es un virus llamado SARS-CoV-2. Las personas que padecen COVID-19 pueden tener fiebre, tos, dificultad para respirar y otros síntomas. Los problemas para respirar aparecen cuando la infección afecta a los pulmones y causa neumonía. Esta enfermedad puede causar desde síntomas leves, moderados y graves e incluso en algunos casos produce la muerte.

¿Cómo se propaga la COVID-19?

"Entender cómo, cuándo y en qué situaciones el SARS-CoV-2 se transmite de persona a persona es fundamental para prevenir e interrumpir las cadenas de transmisión.

- Los datos científicos de los que se dispone actualmente señalan que se transmite principalmente de persona a persona por medio del contacto directo, indirecto o estrecho (cercano) con personas infectadas, y a través de secreciones infectantes, por ejemplo, saliva y secreciones respiratorias, o por medio de gotículas respiratorias que se expulsan cuando una persona infectante tose, estornuda, habla o canta.
- En entornos cerrados donde existe hacinamiento es posible que el virus se transmita mediante aerosoles asociados a la transmisión por medio de gotículas, por ejemplo, durante los ensayos de los coros, en los restaurantes o en las clases de deportes.
- Las gotículas respiratorias provenientes de personas infectadas pueden contaminar objetos, lo que produce superficies contaminadas. Las personas también puedan infectarse si tocan esas superficies y, posteriormente, se tocan los ojos, la nariz o la boca sin haberse limpiado las manos.
- También pueden contagiar las personas que nunca presentan síntomas, aún no se tiene certeza sobre la frecuencia con la que esto ocurre y es necesario realizar más trabajos de investigación al respecto."¹



¿Cuál es el tratamiento para la COVID-19?

"Aunque algunas soluciones de la medicina occidental o tradicional o remedios caseros pueden resultar reconfortantes y aliviar los síntomas leves de la COVID-19, hasta ahora ningún medicamento ha demostrado prevenir o curar esta enfermedad. La OMS no recomienda automedicarse con ningún fármaco, incluidos los antibióticos, para prevenir o curar la COVID-19. Sin embargo, hay varios ensayos clínicos en marcha, tanto de medicamentos occidentales como tradicionales. (...)

Las formas más eficaces de protegerse a uno mismo y a los demás frente a la COVID-19 son:

- Lavarse las manos a fondo y con frecuencia.
- Evitar tocarse los ojos, la boca y la nariz.
- Cubrirse la boca con el codo flexionado o con un pañuelo cuando se tose o estornuda. Si se utiliza un pañuelo, hay que desecharlo inmediatamente después de su uso y lavarse las manos.
- Mantener una distancia de al menos un metro con las demás personas."
(Organización Mundial de la Salud, 2020)

¹ Adaptado de Organización Mundial de salud, (julio 2020), Transmisión del SARS-CoV-2: repercusiones sobre precauciones en materia de prevención de infecciones, Reseña científica, tomado el 30/11/220 de https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/333390/WHO-2019-nCoV-Sci_Brief-Transmission_modes-2020.3-spa.pdf?

¿Cómo se evita el contagio por COVID-19?

Hay varias precauciones que se pueden adoptar para reducir la probabilidad de contraer o propagar la COVID-19:

- Lavarse las manos a fondo y con frecuencia usando un desinfectante a base de alcohol con agua y jabón.
¿Por qué? Lavarse las manos con agua y jabón o con un desinfectante a base de alcohol mata los virus que pueda haber en las manos.
- Mantener una distancia mínima de un metro con las demás personas.
¿Por qué? Cuando alguien tose, estornuda o habla despiden por la nariz o la boca unas gotículas de líquido que pueden contener el virus. Si la persona que tiene la enfermedad tose, estornuda o habla cerca de otra persona, se puede respirar las gotículas y con ellas el virus de la COVID-19.
- Evitar ir a lugares concurridos.
¿Por qué? Cuando hay aglomeraciones, hay más probabilidades de que se entre en contacto estrecho (cercano) con alguien que tenga COVID-19 y es más difícil mantener una distancia física de un metro.
- Evitar tocarse los ojos, la nariz y la boca.
¿Por qué? Las manos tocan muchas superficies y pueden recoger virus. Una vez contaminadas, las manos pueden transferir el virus a los ojos, la nariz o la boca. Desde allí, el virus puede entrar al cuerpo y causar la enfermedad.
- Mantener una buena higiene respiratoria. Eso significa cubrirse la boca y la nariz con el codo flexionado o con un pañuelo al toser o estornudar. Desechar de inmediato el pañuelo usado y lavarse las manos.
¿Por qué? Los virus se propagan a través de las gotículas. Al mantener una buena higiene respiratoria se protege del virus del resfriado, la gripe y la COVID-19 a las personas que nos rodean.
- Usar las mascarillas.
- Permanecer en casa y aislarse incluso si presenta síntomas leves como tos, dolor de cabeza y fiebre ligera hasta recuperarse. Pedir a alguien que traiga las provisiones. Si se tiene que salir de casa, ponerse una mascarilla para no infectar a otras personas.
¿Por qué? Evitar el contacto con otras personas protege de posibles infecciones por el virus de la COVID-19 u otros.
- Si se tiene fiebre, tos y dificultad para respirar, buscar atención médica, pero en la medida de lo posible llamar por teléfono con antelación y seguir las indicaciones de la autoridad sanitaria local.
¿Por qué? Las autoridades nacionales y locales dispondrán de la información más actualizada sobre la situación en las zonas de residencia. Llamar con antelación permitirá que el personal de salud indique ir rápidamente hacia el centro de salud adecuado. Esto no solo protege a las personas, sino que también ayuda a prevenir la propagación de virus y otras infecciones.

¿Quiénes son las personas vulnerables al COVID-19?

La vulnerabilidad es la cualidad de ser susceptible de ser lastimado o herido ya sea física o moralmente, en el caso de la COVID-19, es ser susceptible a infectarse y enfermar gravemente, e incluso perder la vida. En el Perú, el Ministerio de Salud

(MINSA) ha considerado a los siguientes grupos como las personas más vulnerables ante esta enfermedad:

- Mayores a 60 años de edad, en especial que sufran de enfermedades crónicas como diabetes, hipertensión arterial, cáncer, entre otras.
- Aquellas personas con enfermedades cardiovasculares, diabetes u obesidad, lo que los obliga a requerir atención hospitalaria.
- Quienes sufran de cáncer, tengan un órgano trasplantado o reciban tratamiento de quimioterapia; es decir, tengan debilitado su sistema inmunológico.
- Pacientes con patologías respiratorias crónicas, como asma, bronquitis crónica o enfisema pulmonar.



3.4. Planteamiento de productos solución que podrían satisfacer la necesidad o problema del cliente

Este proceso consiste proponer productos como posibles alternativas de solución a la necesidades o problemas que tienen los usuarios. Para proponer un producto solución se debe considerar el tipo de producto, sus características (forma, función, presentación externa, materiales y elementos que lo conforman) y la forma en que los utilizarán. Estos rasgos deben permitir satisfacer la necesidad o solucionar el problema del cliente.

Para realizar las propuestas de solución se puede utilizar la siguiente matriz:

MATRIZ PARA PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Necesidad del cliente										
"Requieren información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable"										
N° propuesta	Tipo		Función	Forma	Tamaño	Color	Material	Tipografía	Idioma	Logotipo
Propuesta 1 Folletos impresos	Tríptico		Brindar información científica sobre que la COVID-19, su propagación y prevención en lenguaje sencillo.	Rectangular de tres cuerpos	A4	A todo color y con colores institucionales (línea grafica)	Papel couché de 120 gramos	Recomendadas: Futura, Garamond, Arial, Times New Roman, Helvética, Gil Sans, Bodoni o Franklin Gothic.	Español / quechua	Imagotipo (imagen y texto)
	Volantes		Brindar información sobre protocolos de prevención en diferentes situaciones y lugares.	Rectangular impreso a doble cara	A5					
	Afiches		Llamar la atención y generar reflexión para prevenir y ser solidario.	Rectangular	A2					
Propuesta 2	Banner digitales	Banner integrado / rectangular horizontal	Llamar la atención para prevenir y ser solidarios.	Rectangular para ser publicado en internet	300 a 600 pixeles	A todo color	Digital		Español / quechua	Imagotipo (imagen y texto)
Propuesta 3	Videos	Video informativo/ testimoniales	Brindar información sobre protocolos de prevención y testimonios que generen reflexión para prevenir y ser solidarios.	Formato para ser publicado en YouTube	640 x 360 pixeles	A todo color	Digital		Español / quechua	Imagotipo (imagen y texto)
Propuesta 4	Revistas	Informativas	Brindar información amplia sobre ¿qué es?, ¿cómo se propaga?, ¿cómo se evita?, etc.	Formato A4	A4	A todo color y colores institucionales	90 gramos		Español / quechua	Imagotipo (imagen y texto)



Oficina de Lima
Representación en Perú



3.5. Definir el producto solución que satisficará la necesidad o solucionarán el problema del cliente

Para definir el o los productos solución que satisficarán la necesidad o solucionarán el problema, se debe considerar como criterio:

La satisfacción de la necesidad del cliente: la necesidad del cliente expresa la carencia o privación de algo y el problema es el suceso que no permite o dificulta el normal funcionamiento de los objetos y/o el normal desarrollo de las actividades o procesos que realiza el cliente. Para determinar si el producto solución satisface la necesidad se compara las características o elementos que contiene el producto propuesto con la necesidad del cliente.

Si el producto solución propuesto contiene elementos o características que cubren la carencia entonces se habrá satisfecho la necesidad, y si contienen elementos que permiten el normal funcionamiento de los objetos y el normal desarrollo de las actividades en la que tenían dificultades (problemas), entonces se habrá resuelto el problema.

Por ejemplo:

NECESIDAD DEL CLIENTE		PRODUCTO PROPUESTO PARA SOLUCIONAR LA NECESIDAD								
Necesidad	Revelación	Tipo	Función	Forma	Tamaño	Color	Material	Topografía	Idioma	Logotipo
Requieren información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable.	Requieren contar con información amigable sobre la COVID-19 que cumpla con lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Conocer a la enfermedad, protocolos de prevención y quienes son las personas de alto riesgo. • Con lenguaje sencillo y amigables comprensible para la mayoría de la población y quienes son bilingües. • Sensibilice y genere reflexión en la población que no aplica el protocolo de seguridad. • Accesible, ya que la cobertura del internet es muy deficiente. • Entendible, puesto que la mayoría de población es adulta mayor. 	Tríptico	Brindar información científica y en lenguaje sencillo sobre la COVID-19, su propagación, tratamiento y prevención.	Rectangular de tres cuerpos	A4	A todo color y con colores institucionales	Papel couche 120 gramos	Recomendadas: Futura, Garamond, Arial, Times New Roman, Helvética, Gil Sans, Bodoni o Franklin Gothic.	Español / quechua	Imagotipo (imagen y texto)
		Volante	Brindar información sobre protocolos de prevención en diferentes situaciones y lugares.	Rectangular impreso a doble cara	A5					
		Afiches	Llamar la atención y generar reflexión para prevenir y ser solidario	Rectangular	A2					
		<p>CONCLUSIÓN: Los folletos (tríptico, volantes y afiches) brindan información confiable sobre la propagación, tratamiento y prevención de la COVID-19, está redactado en lenguaje sencillo en idioma español/quechua, y está orientado para la población en contextos donde el internet tiene muchas dificultades y deficiencias. POR TANTO, EL PRODUCTO TIENE CARACTERISTICAS QUE SATISFACERAN LA NECESIDAD DEL CLIENTE.</p>								



Para evaluar varias propuestas y determinar cuáles de ellas se constituirán en el producto solución, se sugiere utilizar la siguiente matriz. En ella, utilizando los criterios se califica "si satisface la necesidad" de cada una de las propuestas.

Matriz para evaluar y determinar los productos que solucionarán la necesidad o problema

NECESIDAD								
"Requieren información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable "								
PRODUCTOS PROPUESTOS PARA SOLUCIONAR EL PROBLEMA								
Tipo	Función	Forma	Tamaño	Color	Material	Topografía	Idioma	Logotipo
Tríptico	Brindar información científica sobre la COVID-19, su Propagación y prevención en lenguaje sencillo.	Rectangular de tres cuerpos	A4	A todo color y con colores institucionales	Papel couché 120 gramos	Recomendadas: Futura, Garamond, Arial, Times New Roman, Helvética, Gil Sans, Bodoni o Franklin Gothic.	Español / quechua	Imagotipo (imagen y texto)
Volantes	Brindar información sobre protocolos de prevención en diferentes situaciones y lugares.	Rectangular impreso a doble cara	A5					
Afiches	Llamar la atención y generar reflexión para prevenir y ser Solidario.	Rectangular	A2					

CRITERIOS PARA DETERMINAR SI SOLUCIONA LA NECESIDAD O PROBLEMA (revelación)		
Presenta información sobre la enfermedad, protocolos de prevención y quienes son las personas vulnerables (de alto riesgo)	Sensibiliza y genera reflexión a la población que no aplica el protocolo de seguridad.	Propone lenguaje sencillo y amigables en idioma español / quechua y para la mayoría de la población y que no utiliza con frecuencia el internet
Sí	Sí	Sí

Elaboración: Brey Rojas



Oficina de Lima
Representación en Perú



tarea

Banner	Llamar la atención	Rectangular	300 a 600	A todo color	Digital		Español /	Imagotipo		SÍ	SÍ	NO
digital	para prevenir y ser solidarios.	para ser publicado en internet	pixeles					(imagen y texto)				
Videos	Brindar información sobre protocolos de prevención y testimonios que generen reflexión para prevenir y ser solidarios.	Formato para ser publicado en YouTube	640 x 360 pixeles	A todo color	Digital		Español / quechua	Imagotipo (imagen y texto)		SÍ	SÍ	No
Revistas	Brindar información amplia y científica sobre ¿qué es?, ¿cómo se propaga?, ¿Cómo se evita?, etc.	Formato A4	A4	A todo color y colores institucionales	90 gramos		Español / quechua	Imagotipo (imagen y texto)		SÍ	No	No
CONCLUSIÓN:												
<p>CONCLUSIÓN: Los folletos (tríptico, volantes y afiches) brindan información confiable sobre la propagación, tratamiento y prevención de la COVID-19, está redactado en lenguaje sencillo en idioma español/quechua, y está orientado para la población en contextos donde el internet tiene muchas dificultades y deficiencias. POR TANTO, EL PRODUCTO TIENE CARACTERÍSTICAS QUE SATISFACERAN LA NECESIDAD DEL CLIENTE.</p>												

3.6. Conceptualización de los elementos del producto solución

Este proceso consiste en idear creativa e innovadoramente las características de los diversos elementos que comprende el producto solución que será proporcionado al cliente. Para su elaboración se debe considerar el perfil del cliente y las características de los productos similares de la competencia.

Conceptualización del producto básico

Componente del producto solución	Tipo	Forma	Características	
Producto básico	Tríptico	Rectangular de tres cuerpos	Función	Brindar información científica sobre la COVID-19, su propagación y prevención en lenguaje sencillo
			Identidad institución al del cliente	<ul style="list-style-type: none"> Colores institucionales del cliente (municipalidad) Logotipo del cliente Identidad cultural Iconografía
			Contenido	Caratula. Presentación Información <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué es la COVID-19? ¿Cómo se propaga? ¿Cómo se evita el contagio? ¿Cómo es el tratamiento? ¿Son las personas vulnerables? Bibliografía
			Tamaño	A4
			Color	<ul style="list-style-type: none"> Contenido: a todo color Línea gráfica: colores: Institucionales (verde)
			Material	Papel couché de 120
			Tipografía	Futura y Garamond
			Idioma	Español / quechua
	Volante	Rectangular impreso a doble cara	Función	Brindar información sobre protocolos de prevención en diferentes situaciones y lugares.
			Identidad institución al del cliente	Colores institucionales del cliente (municipalidad)
			Contenido	<ul style="list-style-type: none"> Protocolos para evitar el contagio Imágenes que llamen la atención y generen reflexión
			Tamaño	A5
			Idioma	Castellano y quechua
			Color	<ul style="list-style-type: none"> Contenido: a todo color Línea gráfica: colores Institucionales (verde)
Afiche	Rectangular	Material	Papel cuche de 120	
		Tipografía	Futura y Garamond,	
			Idioma	

Conceptualización de la marca (logotipo) empresa de diseño e impresiones

Componente del producto solución	Denominación	logotipo	Material en el cual está elaborado
Marca	Diseños Incarraccay	Con la imagen de Basilio Auqui Huaytalla	Impreso en papel adhesivo. Ubicado en el empaque. Impreso en la parte inferior final del tríptico, volante o afiche.

Conceptualización del envase

Componente del producto solución	Envase primario	Envase secundario	Cantidad de unidades por envase primario
Envase	Un sobre de papel reciclado. En la cara debe llevar el logotipo y una etiqueta con código de barras conectado a la página web de la empresa.		500 unidades de trípticos por sobre. 1000 unidades de volantes por sobre. 100 unidades de afiches por sobre.

Conceptualización de la etiqueta

Componente del producto solución	Información que contendrá	Material en el que está elaborado
Etiqueta	<ul style="list-style-type: none"> El logotipo de la marca Tipo de producto Cantidad de producto Orientaciones para el transporte Código de barras conectado a la empresa de diseño para verificar las características técnicas y el servicio de post venta 	Impreso en papel autoadhesivo en negro y blanco.



Oficina de Lima
Representación en Perú



Tarea

HOJA DE ACTIVIDADES Nº 9



Imagen: Internet

Después de leer y dialogar con tu familia sobre la información que te presentamos y las experiencias que tienen, realiza las siguientes actividades.

ACTIVIDAD Nº 1

En relación a los productos que serán elaborados, describe la necesidad y el perfil del cliente.

NECESIDAD	PERFIL DEL CLIENTE	REVELACIÓN



ACTIVIDAD N° 2

A partir de la necesidad recuperada en la actividad anterior y de la investigación realizada sobre la necesidad o problema, plantea cuatro alternativas de solución en la matriz.

MATRIZ PARA PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Necesidad del cliente										
N° propuesta	Tipo		Función	Forma	Tamaño	Color	Material	Tipografía	Idioma	Logotipo



Oficina de Lima
Representación en Perú



ACTIVIDAD Nº 3

De las alternativas que propusiste en la actividad anterior selecciona el producto para satisfacer la necesidad o solucionar el problema del cliente. Para ello, utiliza la siguiente matriz, la cual te permitirá comparar el producto solución con los criterios para determinar la factibilidad del producto.

MATRIZ PARA EVALUAR Y DETERMINAR LOS PRODUCTOS QUE SOLUCIONARÁN LA NECESIDAD O PROBLEMA

NECESIDAD

PRODUCTOS PROPUESTOS PARA SOLUCIONAR EL PROBLEMA

CRITERIOS PARA DETERMINAR SI SOLUCIONA LA NECESIDAD O PROBLEMA (revelación)

Tipo	Función	Forma	Tamaño	Color	Material	Topografía	Idioma	Logotipo	Presenta información sobre la enfermedad, protocolos de prevención y quiénes son las personas vulnerables (de alto riesgo)	Sensibiliza y genera reflexión a la población que no aplica el protocolo de seguridad.	Propone lenguaje sencillo y amigables en idioma español / quechua y para la mayoría de la población que no utiliza con frecuencia el internet



Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Oficina de Lima
Representación en Perú



Tarea

CONCLUSIÓN:



ACTIVIDAD N° 4

Considerando el producto que seleccionaste como producto solución para la necesidad del cliente, de manera creativa e innovadora, conceptualiza (idealiza) los principales elementos que lo conformarán.

CONCEPTUALIZACIÓN DEL PRODUCTO BÁSICO

Componente del producto solución	Tipo	Modelo	Características	

CONCEPTUALIZACION DE LA MARCA (logotipo)

Componente del producto solución	Denominación	logotipo	Material en el cual está elaborado

CONCEPTUALIZACION DE LOS ENVASES

Componente del producto solución	Envase primario	Envase secundario	Cantidad de unidades por envase primario

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ETIQUETA

Componente del producto solución	Información que contendrá	Material en el que está elaborado
	•	

GUÍA METODOLÓGICA N° 10

Elaboramos el boceto de un afiche



Oficina de Lima
Representación en Perú



Horizontes
Programa de Mejoramiento Educativo

Tarea

DECIMA SEMANA

ACTIVIDAD: ELABORAMOS EL BOCETO DE UN AFICHE

GUÍA METODOLÓGICA N° 101

Hola, bienvenidos!

Estimado estudiante, la presente guía metodológica te brindará orientaciones y una secuencia de acciones a realizar para desarrollar las actividades de aprendizaje programadas para la décima semana de desarrollo del módulo formativo: "Digitación y Ofimática Básica". Además de la presente guía, cuentas con la Hoja de Información N° 10 y la Hoja de Actividad N° 10. Asimismo contarás con el apoyo del profesor del área y de tus familiares para desarrollar las actividades.



Imagen: Internet

Propósitos de aprendizaje que alcanzaremos en la semana

- Elaborar un organizador de información que explicita y describa los procedimientos que se realizan para elaborar el boceto de un afiche.
- Identificar las necesidades y/o problemas que tienen los clientes, así como conceptualizar el producto solución.
- Elaborar el boceto del afiche que responda a las necesidades del cliente, a la conceptualización del producto solución y las orientaciones de la hoja de información.

Producto (evidencia de aprendizaje) que elaboraremos en esta semana

El producto que elaboraremos esta semana está constituido por:

- Organizador de información que explicita y describa los procedimientos que se realizan para elaborar el boceto de un afiche
- Boceto del producto solución identificado para satisfacer la necesidad o solucionar el problema del cliente

Las orientaciones específicas para la elaboración de los productos las encontrarás en la Hoja de Actividad N° 10. Los productos que elaboras deben ser enviados al profesor del área más tardar al finalizar la semana (viernes). Toma una foto del producto y envíalo al e-mail o al WhatsApp del profesor.

¿Cómo se realizará la evaluación?

La evaluación es un proceso que te permitirá, con el acompañamiento del profesor, identificar las dificultades que encontrarás durante el desarrollo de las actividades, así como recibir apoyo para superarlos y poder alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Durante el desarrollo de las actividades, el profesor se comunicará contigo, mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Podrás comunicarle tus avances, realizar preguntas, comunicar las dificultades que has tenido y recibir las orientaciones que te ayuden alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante correo electrónico o WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste. El profesor lo revisará y te lo devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. Después de mejorar tus productos debes volver a enviárselos al profesor para su revisión correspondiente.

Actividades que realizaremos para alcanzar los propósitos de aprendizaje.



1. **Revisa la Hoja de Actividad N° 10.** En ella encontrarás las actividades que debes realizar, así como el esquema de los productos. La información que necesitarás para desarrollar las actividades propuestas lo encontrarás en la Hoja de Información N° 10.
2. **Realiza las actividades de la sección "Partiendo de nuestra experiencia" de la Hoja de Información N° 10.** Estas actividades tienen por finalidad reconocer cuánto conoces y cuánto conocen tus familiares sobre la elaboración del boceto de un afiche. Para ello, te sugerimos lo siguiente:
 - Lee de qué tratan las actividades que te proponemos realizar en esta sección.
 - Dialoga con tus padres, hermanos u otros familiares que se encuentren en tu domicilio sobre las actividades.
 - Responde las actividades en los espacios correspondientes.
3. **Lee la información de la sección "Buscamos y exploramos información" de la Hoja de Información N° 10.** Esta sección te presenta información sobre los procedimientos para elaborar el boceto de un afiche. Te sugerimos que orientes la lectura a identificar la información que requieres para desarrollar las actividades. Puedes utilizar la técnica del subrayado, del sumillado u otra técnica que conozcas.
4. **Realiza las actividades de la hoja de actividades.** Las actividades propuestas en esta sección constituyen el producto que debes entregar al profesor y son los resultados de tu aprendizaje. Para desarrollarlas, utiliza la información que seleccionaste durante la lectura mediante la técnica del subrayado o sumillado.
5. **Envía y/o guarda las evidencias de tu aprendizaje.** La Hoja de Actividad desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios, envíala por correo electrónico o WhatsApp a tu profesor. En caso de no tener acceso, archívala en un tu portafolio personal (fólder) y preséntala cuando inicien las sesiones presenciales o cuando lo indique el profesor.

Programa el momento de la semana en el que desarrollarás las actividades de aprendizaje

Para desarrollar las actividades del proyecto requieres establecer un espacio en el cual realizarás tus actividades académicas. Asimismo, debes organizarte y programar los días y horas en los que desarrollarás las actividades y enviarás tu producto (evidencia) al profesor del área. Para ello, te sugerimos elaborar un cronograma de actividades y cumplir lo programado para evitar la acumulación de actividades o realizarlas de manera apresurada a última hora.

	Actividad	Fecha	Hora
1.	Revisión de la Hoja Actividad N° 10		
2.	Revisión de la Hoja de Información N° 10		
3.	Desarrollo de la Hoja de Actividad N° 10		
4.	Envío del producto al profesor del área		

HOJA DE INFORMACIÓN N.º 10



Imagen: Internet

PARTIENDO DE NUESTRA EXPERIENCIA

Para iniciar la sesión, te presentamos las siguientes actividades. Debes darle respuesta dialogando con los integrantes de tu familia.

Actividad N° 1

Observa las figuras que te presentamos. En los espacios en blanco escribe qué tipo de producto es y explica brevemente para que casos se utiliza.



Imagen: Internet



Imagen: Internet



Imagen: Internet

--	--	--

Actividad N° 2

Describe brevemente los procedimientos que se realizan para diseñar afiches.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Imagen: Internet

Buscamos y exploramos información

Estimado estudiante

El día de hoy conoceremos y reflexionaremos sobre los dibujos de las cintas y la figura humana en las tablas de Sarhua. Lee la información que te presentamos, tratando encontrar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es un afiche?
- ¿Para qué sirve el afiche?
- ¿Cómo diseñamos afiches utilizando el procesador de texto?

DISEÑO DE AFICHES

1. ¿Qué es el afiche?

El **afiche** es un texto por medio del cual se difunde un mensaje con intención de promover un servicio o producto, o bien, para invitar a participar en alguna actividad o actuar de cierta forma. El objetivo es convencer al lector de algo determinado. Se caracteriza por que puede ser leído rápidamente capturando la atención del lector. Es capaz de cumplir varias funciones logrando, a través de él, interactuar y comunicarnos con el exterior.

¿Para qué sirve?

Un cartel, afiche o póster es una lámina de papel, cartón u otro material que sirve para anunciar o dar información sobre algo o sobre algún evento. En particular, los afiches incluyen imágenes pensadas y diseñadas para enunciar algo, para hacer público un mensaje y para difundirlo.

1.1 Formatos normalizados para realizar afiches

Los afiches se realizan en variedad de tamaños, utilizando diversos formatos normalizados. Los más usados son los formatos del sistema DIN (A4), así como también en el tamaño carta.

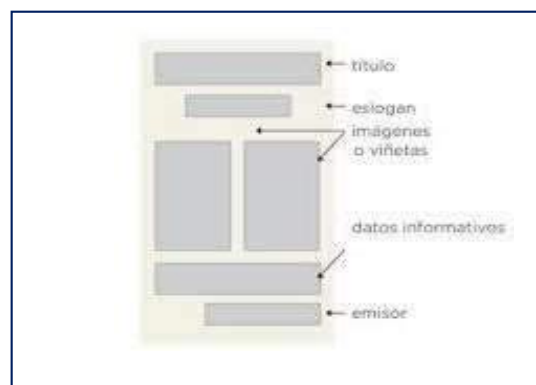
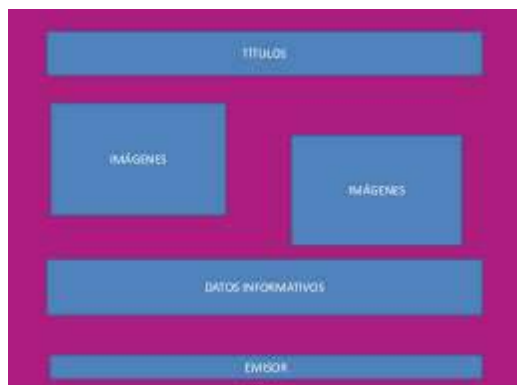


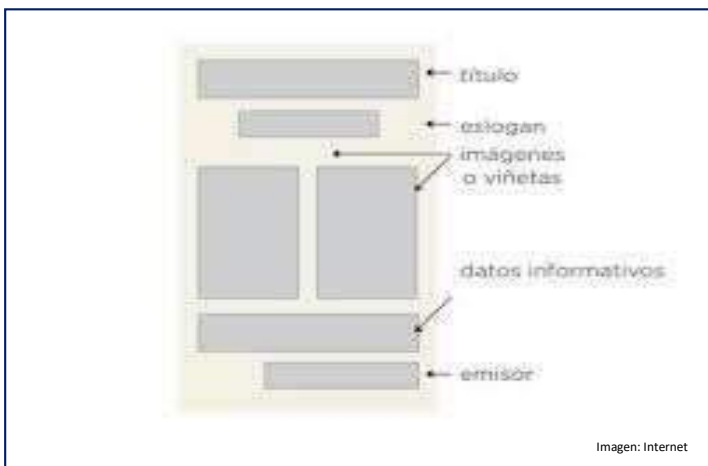
Imagen: Internet

1.2 Tipos de afiches

Los afiches pueden ser de diferentes tipos. Las siguientes clasificaciones son las más comunes:

- **Afiches políticos**
Esta variedad de afiches tiene como principal finalidad afianzar o modificar el pensamiento político de las personas con la intención de que se inclinen hacia una determinada ideología. Su uso es muy común en tiempos electorales y campañas políticas en virtud de que sirven para popularizar a los candidatos o partidos.
- **Afiches deportivos**
Los afiches deportivos están destinados a promover cualquier tipo de actividad relacionada con el mundo de los deportes. Estos carteles pueden proporcionar información asociada con un evento, juego, competencia o también comunicar mensajes publicitarios sobre una marca de ropa, zapatos o artículos deportivos.
- **Afiches sociales**
La característica principal de los afiches sociales es su orientación hacia temas que son de importancia para las comunidades o sociedades. Por lo tanto, su contenido suele ser informativo y de prevención, casi siempre se realizan con la finalidad de dar a conocer una enfermedad y sus causas, tipos de adicciones o algún tipo de contagio por contacto sexual.
- **Afiches didácticos**
Este tipo de afiches tiene el objetivo de enseñar o transmitir un mensaje educativo sobre un tema determinado. Su diseño debe ser estructurado de tal manera que el contenido sea fácil de entender y así pueda ser asimilado en su totalidad por el público que lo percibe.
- **Afiches ecológicos**
Los afiches ecológicos son aquellos que cumplen con la función de informar sobre el medio ambiente y proporcionan herramientas para su conservación. El objetivo principal es despertar conciencia para el mantenimiento y cuidado de todos los elementos que conforman la naturaleza.
- **Afiches publicitarios**
Los afiches publicitarios son aquellos que dan a conocer un producto o servicio con la intención de que el público los conozca y luego lo consuma. Esta variedad de afiches es una de las más comunes y lo que persigue es elevar las ventas y ganancias económicas a través de las compras.

1.3 Partes del afiche



2. Fases para diseñar afiches

Fase preliminar Revisar las necesidades o problemas que tiene el cliente y las características (especificaciones) establecidas en la conceptualización del producto solución.	Revisar las necesidades o problemas que tiene el cliente.
	Revisar las características (especificaciones) establecidas en la conceptualización del producto solución.
Fase creativa Elaborar el boceto de afiches.	Investigar sobre el contenido o mensaje que publicitará el afiche.
	Investigar modelos de afiches.
	Elaborar el boceto.
Desarrollo y validación de afiches.	Elaborar afiches con el computador.
	Validar las propuestas de afiches con el cliente.
Fase de producción Impresión del afiche.	Organizar el proceso de impresión.
	Impresión de producción.

2.1. Revisar las necesidades que tiene el cliente y las características (especificaciones) establecidas en la conceptualización del producto

El punto de partida para elaborar un flyer o volante es la necesidad o problema que tiene el cliente y la descripción del producto solución (especificaciones). En las semanas anteriores se identificó las necesidades del cliente y se conceptualizó el producto solución. Ahora debemos recuperarlo.

Necesidad del cliente		Producto solución																						
Necesidad	Revelación	Producto básico	Tipo	Características																				
Requieren información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable.	<p>Requieren contar con información amigable sobre la COVID-19 que cumpla con lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer a la enfermedad, protocolos de prevención y quienes son las personas de alto riesgo. • Con lenguaje sencillo y amigables comprensible para la mayoría de la población y quienes son bilingües. • Sensibilice y genere reflexión en la población que no aplica el protocolo de seguridad. • Accesible, ya que la cobertura del internet es muy deficiente. • Entendible, puesto que la mayoría de población es adulta mayor. 	Afiche	Rectangular	<table border="1"> <tr> <td>Función</td> <td>Brindar información para poner en práctica los protocolos de prevención de la COVID-19 en diferentes situaciones y lugares.</td> </tr> <tr> <td>Objetivo</td> <td>Sensibilizar a la población para poner en práctica los protocolos De prevención de la COVID-19.</td> </tr> <tr> <td>Usuario Objetivo</td> <td>Población adulta del centro poblado de Incaaccay.</td> </tr> <tr> <td>Identidad institucional del cliente</td> <td>Logotipo, bandera institucional, lema de gestión, y recurso significativo.</td> </tr> <tr> <td>Contenido</td> <td>Mensaje (mediante imagen y texto) que llame la atención y genere reflexión. Protocolos para evitar el contagio en lugares específicos (en el mercado, bus de transporte público, en las motocars de transporte público, etc.) mediante imagen y texto.</td> </tr> <tr> <td>Tamaño</td> <td>A4, impreso a doble cara.</td> </tr> <tr> <td>Idioma</td> <td>Español y quechua.</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>Colores institucionales.</td> </tr> <tr> <td>Material</td> <td>Papel couché de 120 gramos.</td> </tr> <tr> <td>Tipografía</td> <td>Futura /Garamond</td> </tr> </table>	Función	Brindar información para poner en práctica los protocolos de prevención de la COVID-19 en diferentes situaciones y lugares.	Objetivo	Sensibilizar a la población para poner en práctica los protocolos De prevención de la COVID-19.	Usuario Objetivo	Población adulta del centro poblado de Incaaccay.	Identidad institucional del cliente	Logotipo, bandera institucional, lema de gestión, y recurso significativo.	Contenido	Mensaje (mediante imagen y texto) que llame la atención y genere reflexión. Protocolos para evitar el contagio en lugares específicos (en el mercado, bus de transporte público, en las motocars de transporte público, etc.) mediante imagen y texto.	Tamaño	A4, impreso a doble cara.	Idioma	Español y quechua.	Color	Colores institucionales.	Material	Papel couché de 120 gramos.	Tipografía	Futura /Garamond
Función	Brindar información para poner en práctica los protocolos de prevención de la COVID-19 en diferentes situaciones y lugares.																							
Objetivo	Sensibilizar a la población para poner en práctica los protocolos De prevención de la COVID-19.																							
Usuario Objetivo	Población adulta del centro poblado de Incaaccay.																							
Identidad institucional del cliente	Logotipo, bandera institucional, lema de gestión, y recurso significativo.																							
Contenido	Mensaje (mediante imagen y texto) que llame la atención y genere reflexión. Protocolos para evitar el contagio en lugares específicos (en el mercado, bus de transporte público, en las motocars de transporte público, etc.) mediante imagen y texto.																							
Tamaño	A4, impreso a doble cara.																							
Idioma	Español y quechua.																							
Color	Colores institucionales.																							
Material	Papel couché de 120 gramos.																							
Tipografía	Futura /Garamond																							

Elaboración: Brey Rojas

2.2. Elaborar el boceto del afiche

Se trata de una guía **que** permite volcar y exhibir sobre un papel una idea general antes de arribar al trabajo **que** arrojará un resultado final. Por lo general, un **boceto** (definido **como** layout en idioma inglés) es una ilustración esquemática **que** carece de detalles y, en la mayoría de los casos, no posee terminaciones.

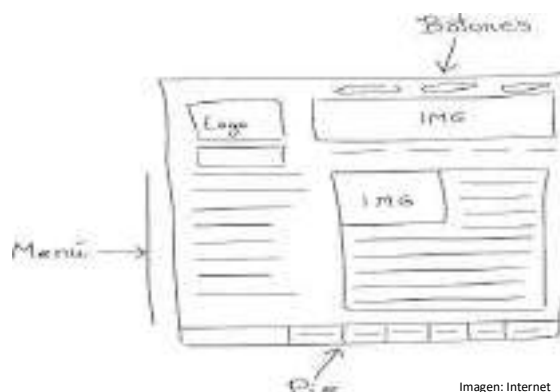


Imagen: Internet

2.3. Principios para diseñar bocetos

Es importante considerar los principios básicos del diseño en el boceto del afiche:

- **Balance/equilibrio**

Se trata de que los elementos que conforman el producto publicitario mantengan un equilibrio entre sí. El equilibrio es la distribución visual del peso de las imágenes, textos, colores y espacio en el diseño del producto publicitario, se rige por relaciones de fuerza basadas en el tamaño, ubicación y la saturación de las formas. El equilibrio puede ser simétrico o asimétrico: el equilibrio simétrico tendría un elemento en un lado y el mismo elemento en el otro lado. En cambio, con un equilibrio asimétrico podría tener un elemento grande en un lado y varios elementos más pequeños en el otro lado.

- **Contraste**

Podríamos definirlo como la diferenciación entre elementos, que facilita tanto la visualización y comprensión de los mismos como la relación entre ellos. Para contrastar dos elementos podemos utilizar colores, tramas o texturas, posiciones o tamaños, formas o direcciones.

- **Alineación**

Se usa para crear conexiones visuales entre los elementos, o entre grupos de elementos. Ayuda a unificar los elementos en una página creando una conexión visual entre ellos. Incluso si esos elementos no están muy cerca el uno del otro, cuando se alinea se crea una línea invisible (tanto en el ojo como en la mente) que los conecta. Un ejemplo claro es la alineación de las tipografías. Dos textos colocados sucesivamente pueden diferenciarse de manera clara al primer golpe de vista si uno está alineado a la izquierda y otro a la derecha.

- **Proximidad**

Este principio busca organizar los elementos que conforman el diseño del producto publicitario, creando grupos visuales en función de su cercanía. Cuando varios elementos se ubican cerca unos de los otros se convierten en

una unidad visual. La proximidad permite organizar la información, reduce el desorden y da al lector un sentido de estructura.

- **Repetición**

Refuerza la relación y consistencia entre elementos, además de su peso dentro del conjunto. Con ella se crean también patrones que genere unidad y continuidad entre todas las páginas de un mismo documento o entre varios documentos que tienen la misma finalidad o corresponden a una misma institución. Se pueden repetir colores, formas, texturas, fuentes, tamaños, conceptos, etc.

- **Espacio**

Los espacios entre elementos pueden modificar la percepción de un conjunto de manera sustancial, además de dotarlo de sensaciones asociadas. El espacio en blanco es importante porque proporciona un espacio de respiración visual para el ojo, haciendo que la página se sienta menos apretada.

2.4. Procesos para elaborar el boceto de un afiche

a) Investigar sobre el contenido o mensaje que publicitará el afiche

Este proceso consiste buscar y organizar información en diversas fuentes para conocer a profundidad el tema o asunto que se quiere comunicar a través del afiche.

El contenido es la información que debe comunicar mediante afiches, el cual se presentará de manera explícita o implícita utilizando imágenes, textos, colores y formas. El contenido del afiche debe llamar la atención, brindar información que permita comprender, justificar explicar el asunto o tema que se quiere comunicar.

El contenido a investigar se encuentra explicitado en las necesidades o problemas que tiene el cliente. Para identificarla debemos preguntarnos: ¿Qué información están buscando? o ¿qué información necesitan comunicar? La respuesta a esta pregunta será el contenido que se debe investigar.

Ejemplo:

Pregunta	Necesidad	Respuesta a la pregunta (contenido a investigar)
¿Qué información están buscando?	"En la actualidad, en la comunidad de Incaraccay, la población está siendo afectada duramente por la pandemia de la COVID-19 y requiere información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable ".	Sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable.

Para facilitar la búsqueda y organización de la información que se investiga se sugiere realizar algunas preguntas.

Ejemplo:

- ¿Qué es la COVID-19?
- ¿Cómo se propaga la COVID-19?
- ¿Cuáles son las consecuencias de la COVID-19?
- ¿Cuál es el tratamiento para la COVID-19?
- ¿Cómo se evita el contagio de la COVID-19?
- ¿Cuáles son los protocolos?
- ¿Qué es ser vulnerable para la COVID-19?
- ¿Quiénes son vulnerables?, etc.

b) Investigar modelos de Afiches:

Este proceso tiene por finalidad buscar ideas y modelos de afiches que otras empresas o instituciones han elaborado, plantillas gratuitas del web, plantillas que tiene el software Word, etc. No se trata de encontrar la plantilla ideal para copiarla, sino la de encontrar ideas que te permitan crear un modelo que responda a las características del cliente y a la tendencia publicitaria del momento.

Ejemplo:

Plantillas del software Word.



Imagen: Internet

Plantillas gratuitas de la web



Imagen: Internet

c) Elaborar el boceto

c.1 Establecer la línea grafica de un afiche

Se denomina línea gráfica al conjunto de características que distinguen e identifican a la marca y al producto gráfico que utilizas para publicitar o comunicar algo. Está constituido por los colores y la composición gráfica del producto publicitario. Para determinar la línea gráfica se requiere:

- **Establecer los colores:** los colores identifican a la marca y/o una institución. Estos colores se encuentran explicitados en los símbolos institucionales (logotipo, insignia, bandera, etc.) o se pueden obtener de los colores de los productos que se produce o de los recursos que se gestiona.

Ejemplos:

<p>EsSalud Seguridad Social para todos</p>	
<p>Logotipo</p>	<p>Afiches que recoge los colores del logotipo institucional</p>

<p>Recurso que gestiona</p>	<p>Tríptico que recoge los colores del producto que gestiona.</p>

Para el afiche que estamos realizando, los colores se pueden establecer a partir de la insignia de la institución educativa o de los colores del eucalipto, el cual es un recurso significativo de la comunidad de Incaraccay.

<p>Establecimiento del color a partir de la insignia de la institución educativa.</p>	<p>Establecimiento del color a partir del eucalipto, el cual es un recurso significativo para la comunidad.</p>
---	---

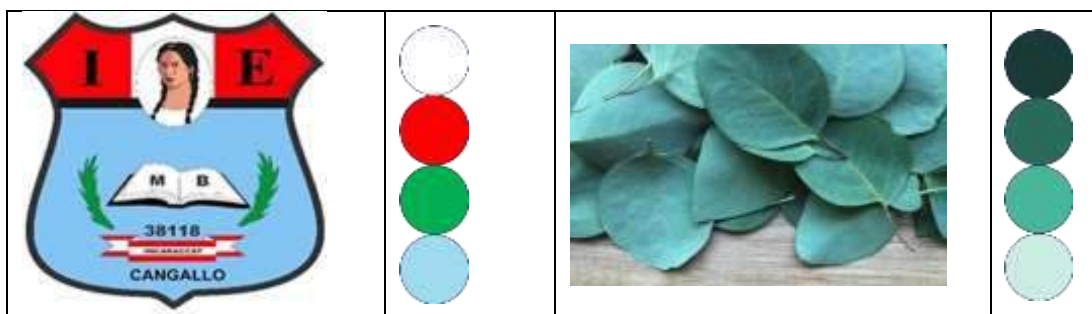


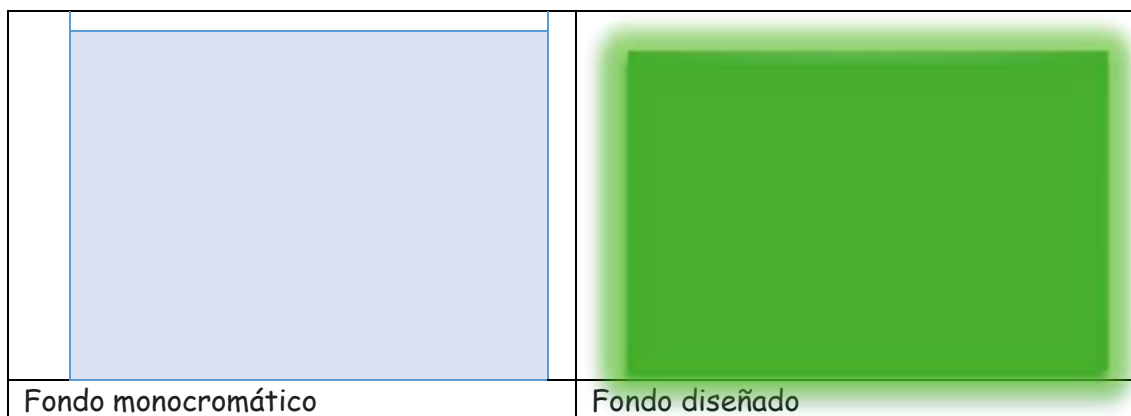
Imagen: Internet

Imagen: Internet

- **Establecer la composición gráfica:** la composición es la distribución o ubicación de los elementos de diseño del afiche (imagen, forma, color, tipografía y textura) que componen la propuesta en el formato de trabajo. Para establecer la composición grafica se realizan dos procesos: se elabora el boceto del fondo del afiche y el boceto de la distribución de los contenidos.

Elaboración del boceto del fondo del afiche.

El fondo es el espacio sobre el cual se distribuye y ubica las imágenes textos y formas que contienen la información que se quiere comunicar. Los fondos pueden ser monocromáticos, llamados también fondos en blanco, o fondos estructurados.



El boceto del fondo es un esquema realizado a mano alzada de la cara de un afiche. Se recomienda elaborarlo con lápiz de color.

Ejemplo de boceto de fondo



Imagen: Internet

c.2. Elaboración del boceto de la distribución del contenido

El boceto de distribución del contenido es un esquema realizado a mano alzada en el cual se distribuye las imágenes y textos que contienen la formación que se pretende comunicar. Para decidir la imagen y los textos que contendrá el afichese debe utilizar la información que se buscó y organizó en la fase de la investigación. En este procedimiento se consideran los siguiente:

- Todavía no se busca o dibuja la imagen. En este momento se describe de qué tratará la imagen. Esta información nos permitirá dibujar o tomar una fotografía o buscar en la red la imagen que necesitamos para realizar la comunicación. No se trata de adecuar lo que pretendemos comunicar con la imagen que encontremos, sino se trata de producir una imagen que comunique lo que se pretende comunicar.
- Asimismo, en este momento se realiza propuesta de textos los cuales deben ser cortos, concretos, contextualizados y con un lenguaje que responda a las características de la población objetivo (población a quien se dirige la comunicación).

Ejemplo:

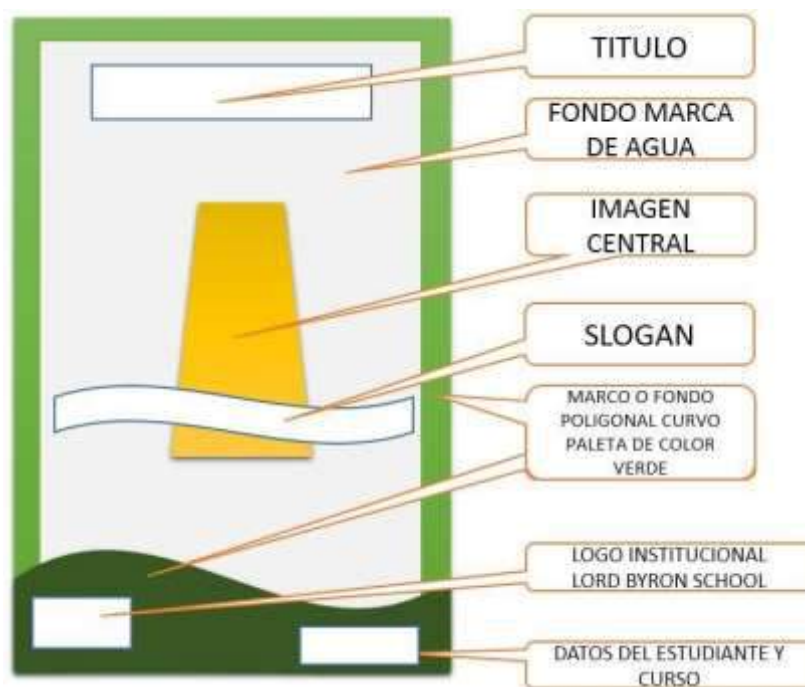


Imagen: Internet

HOJA DE ACTIVIDADES N.º 10



Imagen: Internet

Después de leer y dialogar con tu familia sobre la información que te presentamos y las experiencias que tienen, realiza las siguientes actividades.

ACTIVIDAD N.º 1

Elabora un organizador información que explicita y describa los procedimientos que se realizan para elaborar un afiche.

ACTIVIDAD N° 2

En las semanas anteriores identificamos las necesidades y/o problemas que tienen los clientes. Asimismo, conceptualizamos el producto solución. Recupera esta información en el siguiente organizador.

Necesidad del cliente	
Necesidad	Revelación

Producto Solución		
Producto básico	Características	
	Función	
	Objetivo	
	Usuario Objetivo	
	Identidad institucional del cliente	
	Contenido	
	Tamaño	
	Idioma	
	Color	
	Material	
	Tipografía	



ACTIVIDAD N.º 3

Elabora un afiche, considerando que responda a las necesidades del cliente, a la conceptualización del producto solución y las orientaciones de la hoja de información N.º 10.



Oficina de Lima
Representación en Perú



Horizontes
Programa de Mejoramiento Educativo



ONCEAVA SEMANA

ACTIVIDAD: ELABORAMOS EL BOCETO DE UN FLYER
(VOLANTE)

GUÍA METODOLÓGICA N° 11

¡Hola, bienvenidos!

Estimado estudiante, la presente guía metodológica te brindará orientaciones y una secuencia de acciones a realizar para desarrollar las actividades de aprendizaje programadas para la décima semana de desarrollo del módulo formativo: "Digitación y Ofimática Básica". Además de la presente guía, cuentas con la Hoja de Información N° 11 y la Hoja de Actividad N° 11. Asimismo, contarás con el apoyo del profesor del área y de tus familiares para desarrollar las actividades.



Imagen: Internet

Propósitos de aprendizaje que alcanzaremos en la semana

- Elaborar un organizador de información que explicita y describa los procedimientos que se realizan para elaborar el boceto de un flyer.
- Identificar las necesidades y/o problemas que tienen los clientes, así como conceptualizar el producto solución.
- Elaborar el boceto del flyer (volante) que responda a las necesidades del cliente, a la conceptualización del producto solución y las orientaciones de la hoja de información.

Producto (evidencia de aprendizaje) que elaboraremos en esta semana

El producto que elaboraremos esta semana está constituido por:

- Organizador de información que explicita y describa los procedimientos que se realizan para elaborar el boceto de un flyer
- Boceto del producto solución identificado para satisfacer la necesidad o solucionar el problema del cliente

Las orientaciones específicas para la elaboración de los productos las encontrarás en la Hoja de Actividad N° 11. Los productos que elaboras deben ser enviados al profesor del área más tardar al finalizar la semana (viernes). Toma una foto del producto y envíalo al e-mail o al WhatsApp del profesor.

¿Cómo se realizará la evaluación?

La evaluación es un proceso que te permitirá, con el acompañamiento del profesor, identificar las dificultades que encontrarás durante el desarrollo de las actividades, así como recibir apoyo para superarlos y poder alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Durante el desarrollo de las actividades, el profesor se comunicará contigo, mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Podrás comunicarle tus avances, realizar preguntas, comunicar las dificultades que has tenido y recibir las orientaciones que te ayuden alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante correo electrónico o WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste. El profesor lo revisará y te lo devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. Después de mejorar tus productos debes volver a enviárselos al profesor para su revisión correspondiente.

Actividades que realizaremos para alcanzar los propósitos de aprendizaje.

1. **Revisa la Hoja de Actividad N° 11.** En ella encontrarás las actividades que debes realizar, así como el esquema de los productos. La información que necesitarás para desarrollar las actividades propuestas la encontrarás en la Hoja de Información N° 11.
2. **Realiza las actividades de la sección "Partiendo de nuestra experiencia" de la Hoja de Información N° 11.** Estas actividades tienen por finalidad reconocer cuánto conoces y cuánto conocen tus familiares sobre la elaboración del boceto de un flyer o volante. Para ello, te sugerimos lo siguiente:
 - Lee de que tratan las actividades que te proponemos realizar en esta sección.
 - Dialoga con tus padres, hermanos u otros familiares que se encuentren en tu domicilio sobre las actividades.
 - Responde las actividades en los espacios correspondientes.
3. **Lee la información de la sección "Buscamos y exploramos información" de la Hoja de Información N° 11.** Esta sección te presenta información sobre los procedimientos para elaborar el boceto de un flyer o volante. Te sugerimos que orientes la lectura a identificar la información que requieres para desarrollar las actividades. Puedes utilizar la técnica del subrayado, del sumillado u otra técnica que conozcas.
4. **Realiza las actividades de la hoja de actividades.** Esta sección te presenta actividades que reflexivamente te permitirán construir aprendizajes sobre los procedimientos para elaborar el boceto de un flyer o volante.
5. **Envía y/o guarda las evidencias de tu aprendizaje.** La Hoja de Actividad desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios, envíala por correo electrónico o WhatsApp a tu profesor. En caso de no tener acceso, archívala en un tu portafolio personal (fólder) y preséntala cuando inicien las sesiones presenciales o cuando lo indique el profesor.

Programa el momento de la semana en el que desarrollarás las actividades de aprendizaje

Para desarrollar las actividades del proyecto requieres establecer un espacio en el cual realizarás tus actividades académicas. Asimismo, debes organizarte y programar los días y horas en los que desarrollarás las actividades y enviarás tu producto (evidencia) al profesor del área. Para ello, te sugerimos elaborar un cronograma de actividades y cumplir lo programado para evitar la acumulación de actividades o realizarlas de manera apresurada a última hora.

	Actividad	Fecha	Hora
1.	Revisión de la Hoja Actividad N° 11		
2.	Revisión de la Hoja de Información N° 11		
3.	Desarrollo de la Hoja de Actividad N° 11		
4.	Envío del producto al profesor del área		

HOJA DE INFORMACIÓN Nº 11



Imagen: iStock

PARTIENDO DE NUESTRA EXPERIENCIA

Para iniciar la sesión te presentamos las siguientes actividades, debes darle respuesta dialogando con los integrantes de tu familia.

ACTIVIDAD Nº 1

Observa las figuras que te presentamos, en los espacios en blanco escribe su nombre y explica brevemente para qué casos se utiliza.

 <p>RESPETEMOS EL DISTANCIAMIENTO SOCIAL EN EL SERVICIO DE TAXI</p> <p>Imagen: Internet</p>	 <p>EMERGENCIAS PEDIÁTRICAS Y NEONATALES EN LA AMBULANCIA COVID-19</p> <p>Imagen: Internet</p>	 <p>COVID-19</p> <p>Imagen: Internet</p>
<p> </p>	<p> </p>	<p> </p>
<p> </p>	<p> </p>	<p> </p>

Actividad Nº 2

Describe brevemente los procedimientos que se realizan para diseñar volantes (flyers).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Imagen: Internet

Buscamos y exploramos información

Estimado estudiante:

El día de hoy conoceremos y reflexionaremos el dibujo de las cintas y la figura humana en las tablas de Sarhua. Lee la información que te presentamos, tratando encontrar respuesta a las siguientes preguntas.

- ¿Qué es el flyer?
- ¿Cuáles son las fases para diseñar folletos?
- ¿Qué es un boceto?
- ¿Cuáles son los procesos para elaborar el boceto del flyer?
- ¿Qué formatos se utilizan para hacer flyer?

ELABORAMOS EL BOCETO DEL FLYER O VOLANTE

1. ¿Qué es el flyer?

Un **volante** (también conocido como **flyer**) es un papel impreso de tamaño variable que se emplea para publicitar un producto o servicio, o para informar sobre situaciones, eventos o actividades que se producen en la comunidad, etc. **Tiene un mensaje breve, concreto y directo que llama la atención de quien está leyendo, le genera una emoción y lo orientada a realizar una acción.** Se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles, en los coches, establecimientos públicos, etc., lo cual permite que el público vea el contenido o al menos reconozca a la marca. Puede tener diversos fines: publicitario, propagandístico, informativo, médico, institucional, etc.

¿Para qué sirve un flyer?

Un flyer sirve, sobre todo, para conseguir los objetivos de una compañía a nivel publicitario y para comunicar situaciones, eventos, actividades a los pobladores de una comunidad. Su eficacia, más que probada, lo avala, además, como un recurso más que útil cuando se quiere promocionar un producto o un servicio y dejar constancia de ello entre los consumidores.

A su favor tiene el ser de tamaño reducido y poder darse con facilidad, algo que augura unos costes bajos para la compañía. Del mismo modo, asegura que el público vea el contenido o al menos reconozca a la marca, ya que se entrega de forma directa. Así, ayuda a dar visibilidad, sea del servicio, del producto o de la propia empresa.

2. Formatos para hacer flyer

Se utilizan diferentes formatos para elaborar los flyers o volantes, generalmente se utilizan formatos normalizados de la serie A del sistema DIN: A4, A5, A6, A7 y A8.

Formato DIN	
FORMATO	TAMANHO EM MM
A0	841 x 1189
A1	594 x 841
A2	420 x 594
A3	297 x 420
A4	210 x 297
A5	148 x 210
A6	105 x 148
A7	74 x 105
A8	52 x 74

Imagen: Internet

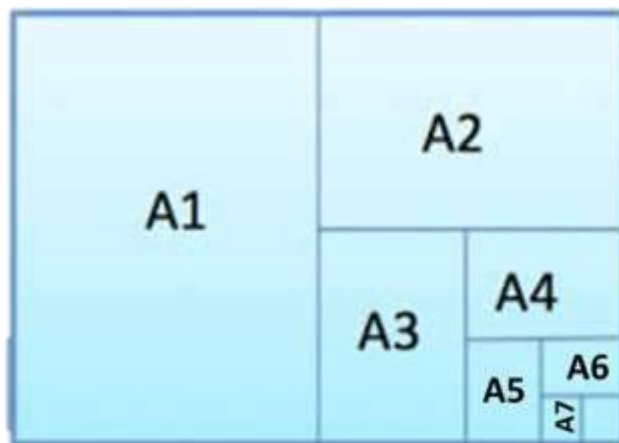


Imagen: Internet

3. Fases para diseñar el flyer

FASES	PROCESOS
Fase preliminar: esta fase consiste en revisar las necesidades o problemas que tiene el cliente y las características (especificaciones) establecidas en la conceptualización del producto Solución.	Revisar las necesidades o problemas que tiene el cliente.
	Revisar las características (especificaciones) establecidas en la conceptualización del producto solución.
Fase creativa: esta fase comprende dos momentos: <ul style="list-style-type: none"> Elaborar a mano alzada el boceto del flyer. Desarrollar en el computador y validar del flyer. 	Investigar sobre el contenido o mensaje que publicitará el flyer.
	Investigar modelos de flyer.
	Elaborar el boceto.
	Elaborar el flyer con el computador.
	Validar las propuestas de flyer con el cliente.
Fase de producción: esta fase consiste realizar la producción del flyer utilizando impresoras o imprentas.	Realiza la impresión producción.

4. Revisar las necesidades que tiene el cliente y las características (especificaciones) establecidas en conceptualización del producto.

El punto de partida para elaborar un flyer o volante es la necesidad o problema que tiene el cliente y la descripción del producto solución (especificaciones). En las semanas anteriores se identificó las necesidades del cliente y se conceptualizó el producto solución, ahora debemos recuperarlo.

Necesidad del cliente		Producto solución																							
Necesidad	Revelación	Producto básico	Tipo																						
Requieren información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable.	<p>Requieren contar con información amigable sobre la COVID-19 que cumpla con lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer a la enfermedad, protocolos de prevención y quienes son las personas de alto riesgo. • Con lenguaje sencillo y amigables comprensible para la mayoría de la población y quienes son bilingües. • Sensibilice y genere reflexión en la población que no aplica el protocolo de seguridad. • Accesible, ya que la cobertura del internet es muy deficiente. <p>☐ Entendible, puesto que la mayoría de población es adulta mayor.</p>	Flyer / volante	Rectangular																						
			<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Características</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Función</td> <td>Brindar información para poner en práctica los protocolos de prevención contra la COVID-19 en diferente situaciones y lugares.</td> </tr> <tr> <td>Objetivo</td> <td>Sensibilizar a la población para poner en práctica los protocolos de prevención contra la COVID-19</td> </tr> <tr> <td>Usuario Objetivo</td> <td>Población adulta del centro poblado de Incahuasi</td> </tr> <tr> <td>Identidad institucional del cliente</td> <td>Logotipo, bandera institucional, lema de gestión, y recurso significativo.</td> </tr> <tr> <td>Contenido</td> <td>Mensaje (mediante imagen y texto) que llame la atención y genere reflexión. Protocolos para evitar el contagio en lugares específicos (en el mercado, bus de transporte público, en las motocars de transporte público, etc.) mediante imagen y texto.</td> </tr> <tr> <td>Tamaño</td> <td>A5, impreso a doble cara</td> </tr> <tr> <td>Idioma</td> <td>Español y quechua</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>Colores institucionales</td> </tr> <tr> <td>Material</td> <td>Papel couché de 120 gramos</td> </tr> <tr> <td>Tipografía</td> <td>Futura /Garamond</td> </tr> </tbody> </table>	Características		Función	Brindar información para poner en práctica los protocolos de prevención contra la COVID-19 en diferente situaciones y lugares.	Objetivo	Sensibilizar a la población para poner en práctica los protocolos de prevención contra la COVID-19	Usuario Objetivo	Población adulta del centro poblado de Incahuasi	Identidad institucional del cliente	Logotipo, bandera institucional, lema de gestión, y recurso significativo.	Contenido	Mensaje (mediante imagen y texto) que llame la atención y genere reflexión. Protocolos para evitar el contagio en lugares específicos (en el mercado, bus de transporte público, en las motocars de transporte público, etc.) mediante imagen y texto.	Tamaño	A5, impreso a doble cara	Idioma	Español y quechua	Color	Colores institucionales	Material	Papel couché de 120 gramos	Tipografía	Futura /Garamond
Características																									
Función	Brindar información para poner en práctica los protocolos de prevención contra la COVID-19 en diferente situaciones y lugares.																								
Objetivo	Sensibilizar a la población para poner en práctica los protocolos de prevención contra la COVID-19																								
Usuario Objetivo	Población adulta del centro poblado de Incahuasi																								
Identidad institucional del cliente	Logotipo, bandera institucional, lema de gestión, y recurso significativo.																								
Contenido	Mensaje (mediante imagen y texto) que llame la atención y genere reflexión. Protocolos para evitar el contagio en lugares específicos (en el mercado, bus de transporte público, en las motocars de transporte público, etc.) mediante imagen y texto.																								
Tamaño	A5, impreso a doble cara																								
Idioma	Español y quechua																								
Color	Colores institucionales																								
Material	Papel couché de 120 gramos																								
Tipografía	Futura /Garamond																								

5. Elaborar el boceto del flyer.

Un boceto para elaborar un producto publicitario es un dibujo sencillo o una composición gráfica de carácter esquemático que incluye los elementos básicos de un producto publicitario y esboza las primeras ideas para plasmar el concepto creativo. Generalmente se realiza a mano alzada utilizando papel y lápiz, aunque también es posible iniciar el trabajo desde el ordenador (computadora) con la ayuda de tableta digitalizadora y lápiz óptico. El boceto no presta especial atención a los detalles y se centra en definir las líneas generales y la composición de una pieza gráfica.



Imagen: Internet

5.1. Principios para el diseño gráfico. Es importante considerar los siguientes principios básicos del diseño en el boceto del flyer:

- **Balance / equilibrio**

Se trata de que los elementos que conforman el producto publicitario mantengan un equilibrio entre sí. El equilibrio es la distribución visual del peso de las imágenes, textos, colores y espacio en el diseño del producto publicitario, se rige por relaciones de fuerza basadas en el tamaño, ubicación y la saturación de las formas. El equilibrio puede ser simétrico o asimétrico:

El equilibrio simétrico tendría un elemento en un lado y el mismo elemento en el otro lado. En cambio, con un equilibrio asimétrico podría tener un elemento grande en un lado y varios elementos más pequeños en el otro lado.

- **Contraste**

Podríamos definirlo como la diferenciación entre elementos, que facilita tanto la visualización y comprensión de los mismos como la relación entre ellos. Para contrastar dos elementos podemos utilizar colores, tramas o texturas, posiciones o tamaños, formas o direcciones.

- **Alineación**

Se usa para crear conexiones visuales entre los elementos, o entre grupos de elementos. Ayuda a unificar los elementos en una página creando una conexión visual entre ellos. Incluso si esos elementos no están muy cerca el uno del otro, cuando se alinea se crea una línea invisible (tanto en el ojo como en la mente) que los conecta. Un ejemplo claro es la alineación de las tipografías. Dos textos colocados sucesivamente pueden diferenciarse de manera clara al primer golpe de vista si uno está alineado a la izquierda y otro a la derecha.

- **Proximidad**

Este principio busca organizar los elementos que conforman el diseño del producto publicitario, creando grupos visuales en función de su cercanía. Cuando varios elementos se ubican cerca unos de los otros se convierten en una unidad visual. La proximidad permite organizar la información, reduce el desorden y da al lector un sentido de estructura

- **Repetición**

Refuerza la relación y consistencia entre elementos, además de su peso dentro del conjunto. Con ella se crean también patrones que genere unidad y continuidad entre todas las páginas de un mismo documento o entre varios documentos que tienen la misma finalidad o corresponden a una misma institución. Se pueden repetir colores, formas, texturas, fuentes, tamaños, conceptos, etc.

- **Espacio**

Los espacios entre elementos pueden modificar la percepción de un conjunto de manera sustancial, además de dotarlo de sensaciones asociadas. El espacio en blanco es importante porque proporciona un espacio de respiración visual para el ojo haciendo que la página se sienta menos apretada.

5.2. Procesos para elaborar el boceto de un flyer

- a) **Investigar sobre el contenido o mensaje que publicitara el flyer:** estos procesos consisten en conocer a profundidad que es lo que se quiere comunicar a través del flyer.

El contenido es la información que debe se debe comunicar mediante el Flyer, el cual se presentará de manera explícita o implícita utilizando imágenes, textos, colores y formas. El contenido del flyer debe llamar la atención, generar o despertar una emoción y brindar orientaciones para realizar una acción. Para lograr construir los mensajes que se va a comunicar se necesita conocer a profundidad que es lo que se requiere comunicar. En este sentido, se debe estudiar de qué trata para, a partir de ese conocimiento, se pueda generar mensajes que se quiere comunicar.

El contenido a investigar se encuentra explicitado en las necesidades o problemas que tiene el cliente. Para identificarla debemos preguntarnos: ¿Qué información están buscando? o ¿qué información necesitan comunicar? La respuesta a esta pregunta será el contenido que se debe investigar.

Ejemplo:

Pregunta	Necesidad	Respuesta a la pregunta (contenido a investigar)
¿Qué información están buscando?	"En la actualidad en la comunidad de Incañacay la población está siendo afectada duramente por la pandemia por COVID-19 y requiere información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable".	Requiere información confiable sobre el tratamiento y prevención contra la COVID-19 para evitar el contagio, especialmente, entre la población vulnerable.

Para facilitar la búsqueda y organización de la información que se investiga se sugiere realizar algunas preguntas.

Ejemplo:

- ¿Qué es la COVID-19?
- ¿Cómo se propaga la COVID-19?
- ¿Cuáles son las consecuencias de la COVID-19?
- ¿Cuál es el tratamiento para la COVID-19?
- ¿Cómo se evita el contagio de la COVID-19?
- ¿Cuáles son los protocolos?
- ¿Qué es ser vulnerable para la COVID-19?
- ¿Quiénes son vulnerables?, etc.

b) Investigar modelos de flyer:

Este proceso tiene por finalidad buscar ideas y modelos de tríptico que otras empresas o instituciones han elaborado, plantillas gratuitas del web, plantillas que tiene el software Word, etc. No se trata de encontrar la plantilla ideal para copiarla, sino la de encontrar ideas que te permitan crear un modelo que responda a las características del cliente y a la tendencia publicitaria del momento.

Ejemplo:

Ejemplos modelos flyer encontrados en la web:



Imágenes: Internet

c) Elaborar el boceto

c.1. Establecer la línea grafica del flyer

Se denomina línea gráfica al conjunto de características que distinguen e identifican a la marca y al producto gráfico que utilizas para publicitar o comunicar algo. Está constituido por los colores y la composición gráfica del producto publicitario. Para determinar la línea gráfica se requiere:

- **Establecer los colores:** Los colores identifican a la marca y/o una institución. Estos colores se encuentran explicitados en los símbolos institucionales (logotipo, insignia, bandera, etc.) o se pueden obtener de los colores de los productos que se produce o de los recursos que se gestiona.

Ejemplos:

<p>Imagen: Internet</p>	<p>Imagen: Internet</p>
<p>Logotipo</p>	<p>Flyer que recoge los colores del logotipo institucional.</p>
<p>Imagen: Internet</p>	<p>Imagen: Internet</p>
<p>Recurso que gestiona</p>	<p>Flyer que recoge los colores del producto que gestiona.</p>

Para el proyecto tríplico que estamos realizando los colores se pueden establecer a partir de la insignia de la institución educativa o de los colores del eucalipto, el cual es un recurso significativo de la comunidad de Incaraccay.

<p>Establecimiento del color a partir de la insignia de la institución educativa.</p>	<p>Establecimiento del color a partir del eucalipto, el cual es un recurso significativo para la comunidad.</p>

- **Establecer la composición gráfica**

La composición es la distribución o ubicación de los elementos de diseño del flyer (imagen, forma, color, tipografía y textura) que componen la propuesta en el formato de trabajo. Para establecer la composición grafica se realizan dos procesos: se elabora el boceto del fondo del tríptico y el boceto de la distribución de los contenidos.

Elaboración del boceto del fondo del flyer

El fondo es el espacio sobre el cual se distribuye y ubica las imágenes textos y formas que contienen la información que se quiere comunicar. Los fondos pueden ser monocromáticos, llamados también fondos en blanco o fondos estructurados, o diseñados

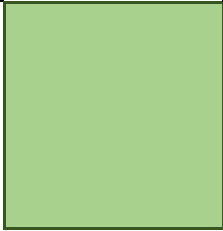
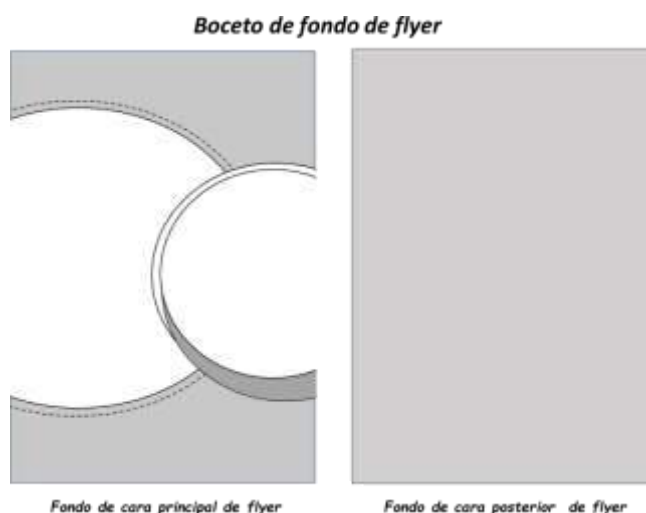
	
Fondo monocromático (de un solo color)	Fondo diseñado (combina formas y colores armónicamente)

Imagen: Internet

El boceto del fondo es un esquema realizado a mano alzada de ambas caras del flyer. Se recomienda elaborarlo con lápiz de color para visualizar el programa de color establecido.

Ejemplo de boceto de fondo:

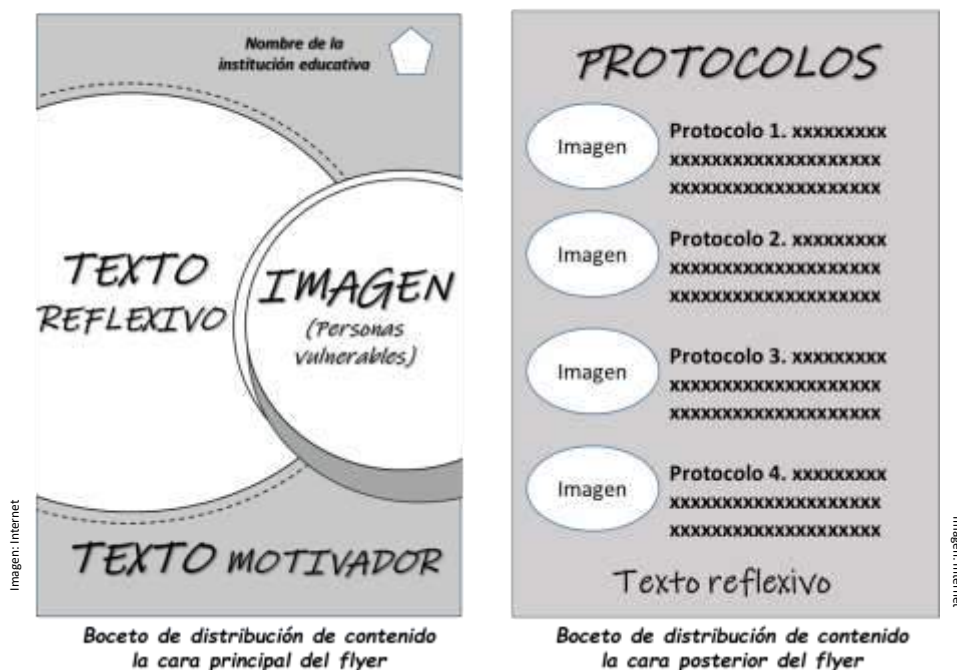


Elaboración del boceto de la distribución del contenido

El boceto de distribución del contenido es un esquema realizado a mano alzada en el cual se distribuye las imágenes y textos que contendrá el flyer. En este momento todavía no se requiere las imágenes específicas, solo se determina esquemáticamente la ubicación y la cantidad de imágenes y los textos que contendrá el flyer.

Ejemplo:

Boceto de la distribución del contenido



c.2. Establecer los contenidos del flyer

Considerando el boceto de distribución de contenidos, se describe el contenido que tendrá las imágenes y la propuesta de textos. Para decidir la imagen y los textos que contendrá el flyer se debe utilizar la información que se buscó y organizó en la fase de la investigación. En este procedimiento se consideran los siguiente:

- Todavía no se busca o dibuja la imagen, en este momento se describe de que tratará la imagen. Esta información nos permitirá dibujar o tomar una fotografía o buscar en la red la imagen que necesitamos para realizar la comunicación. No se trata de adecuar lo que pretendemos comunicar con la imagen que encontremos, sino se trata de producir una imagen que comunique lo que se pretende comunicar.
- Asimismo, en este momento se realiza propuesta de textos los cuales deben ser cortos, concretos, contextualizados y con un lenguaje que responda a las características de la población objetivo (población a quien se dirige la comunicación).

Ejemplo:

HOJA DE ACTIVIDADES N° 11



Imagen: Internet

Después de leer y dialogar con tu familia sobre la información que te presentamos y las experiencias que tienen, realiza las siguientes actividades.

ACTIVIDAD N° 1

Elabora un organizador de información que explicita y describa los procedimientos que se realizan para elaborar el boceto de un flyer.



ACTIVIDAD Nº 2

En las semanas anteriores identificamos las necesidades y/o problemas que tienen los clientes. Asimismo, conceptualizamos el producto solución. Recupera esta información en el siguiente organizador.

Necesidad del cliente	
Necesidad	Revelación

Producto Solución		
Producto básico	Características	
	Función	
	Objetivo	
	Usuario Objetivo	
	Identidad institucional del cliente	
	Contenido	
	Tamaño	
	Idioma	
	Color	
	Material	
	Tipografía	

ACTIVIDAD N° 3

Elabora el boceto del flyer, considerando que responda a las necesidades del cliente, a la conceptualización del producto solución y las orientaciones de la hoja de información N° 11.

GUÍA METODOLÓGICA N° 12

Elaboramos el boceto de un Tríptico



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Oficina de Lima
Representación en Perú



Horizontes
Programa de Mejoramiento Educativo

Tarea

DOCEAVA SEMANA

ACTIVIDAD: ELABORAMOS EL BOCETO DE UN
TRIPTICO

GUÍA METODOLÓGICA N° 12

¡Hola, bienvenidos!

Estimado estudiante, la presente guía metodológica te brindará orientaciones y una secuencia de acciones a realizar para desarrollar las actividades de aprendizaje programadas para el desarrollo del módulo formativo: "Digitación y Ofimática Básica". Además de la presente guía, cuentas con la Hoja de Información N° 12 y la Hoja de Actividad N° 12. Asimismo, contarás con el apoyo del profesor del área y de tus familiares para desarrollar las actividades.



Imagen: Internet

Propósitos de aprendizaje que alcanzaremos en la semana

- Elaborar un organizador de información que explicita y describa los procedimientos que se realizan para elaborar el boceto de un tríptico.
- Identificar las necesidades y/o problemas que tienen los clientes, así como conceptualizar el producto solución.
- Elaborar el boceto del tríptico que responda a las necesidades del cliente, a la conceptualización del producto solución y las orientaciones de la hoja de información.

Producto (evidencia de aprendizaje) que elaboraremos en esta semana

El producto que elaboraremos esta semana está constituido por:

- Organizador de información que explicita y describa los procedimientos que se realizan para elaborar el boceto de un tríptico
- Boceto del producto solución identificado para satisfacer la necesidad o solucionar el problema del cliente

Las orientaciones específicas para la elaboración de los productos las encontrarás en la Hoja de Actividad N° 12. Los productos que elaboras deben ser enviados al profesor del área más tardar al finalizar la semana (viernes). Toma una foto del producto y envíalo al e-mail o al WhatsApp del profesor.

¿Cómo se realizará la evaluación?

La evaluación es un proceso que te permitirá, con el acompañamiento del profesor, identificar las dificultades que encontrarás durante el desarrollo de las actividades, así como recibir apoyo para superarlos y poder alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Durante el desarrollo de las actividades, el profesor se comunicará contigo, mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Podrás comunicarle tus avances, realizar preguntas, comunicar las dificultades que has tenido y recibir las orientaciones que te ayuden alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante correo electrónico o WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste. El profesor lo revisará y te lo devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. Después de mejorar tus productos debes volver a enviárselos al profesor para su revisión correspondiente.

Actividades que realizaremos para alcanzar los propósitos de aprendizaje.

1. **Revisa la Hoja de Actividad N° 12.** En ella encontrarás las actividades que debes realizar, así como el esquema de los productos. La información que necesitarás para desarrollar las actividades propuestas la encontrarás en la Hoja de Información N° 12.
2. **Realiza las actividades de la sección "Partiendo de nuestra experiencia" de la Hoja de Información N° 12.** Estas actividades tienen por finalidad reconocer cuánto conoces y cuánto conocen tus familiares sobre la elaboración del boceto de un tríptico o volante. Para ello, te sugerimos lo siguiente:
 - Lee de qué tratan las actividades que te proponemos realizar en esta sección.
 - Dialoga con tus padres, hermanos u otros familiares que se encuentren en tu domicilio sobre las actividades.
 - Responde las actividades en los espacios correspondientes.
3. **Lee la información de la sección "Buscamos y exploramos información" de la Hoja de Información N° 12.** Esta sección te presenta información sobre los procedimientos para elaborar el boceto de un tríptico. Te sugerimos que orientes la lectura a identificar la información que requieres para desarrollar las actividades. Puedes utilizar la técnica del subrayado, del sumillado u otra técnica que conozcas.
4. **Realiza las actividades de la hoja de actividades.** Esta sección te presenta actividades que reflexivamente te permitirán construir aprendizajes sobre los procedimientos para elaborar el boceto de un tríptico.
5. **Envía y/o guarda las evidencias de tu aprendizaje.** La Hoja de Actividad desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios, envíala por correo electrónico o WhatsApp a tu profesor. En caso de no tener acceso, archívala en un tu portafolio personal (fólder) y preséntala cuando inicien las sesiones presenciales o cuando lo indique el profesor.

Programa el momento de la semana en el que desarrollarás las actividades de aprendizaje.

Para desarrollar las actividades del proyecto requieres establecer un espacio en el cual realizarás tus actividades académicas. Asimismo, debes organizarte y programar los días y horas en los que desarrollarás las actividades y enviarás tu producto (evidencia) al profesor del área. Para ello, te sugerimos elaborar un cronograma de actividades y cumplir lo programado para evitar la acumulación de actividades o realizarlas de manera apresurada a última hora.

	Actividad	Fecha	Hora
1.	Revisión de la Hoja Actividad N° 12		
2.	Revisión de la Hoja de Información N° 12		
3.	Desarrollo de la Hoja de Actividad N° 12		
4.	Envío del producto al profesor del área		

HOJA DE INFORMACIÓN Nº 12



Imagen: iStock

PARTIENDO DE NUESTRA EXPERIENCIA

Para iniciar la sesión, te presentamos las siguientes actividades. Debes darle respuesta dialogando con los integrantes de tu familia.

ACTIVIDAD Nº 1

Observa las figuras que te presentamos. En los espacios en blanco escribe su nombre y explica brevemente para qué casos se utiliza.

 <p>Imagen: Internet</p>	 <p>Imagen: Internet</p>	 <p>Imagen: Internet</p>

Actividad Nº 2

Describe brevemente los procedimientos que se realizan para diseñar trípticos.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Imagen: Internet

Buscamos y exploramos información

Estimado estudiante:

El día de hoy conoceremos y reflexionaremos sobre la elaboración del tríptico. Lee la información que te presentamos tratando encontrar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es el tríptico?
- ¿Para qué sirve el tríptico?
- ¿Qué formatos se utilizan para hacer un tríptico?

DISEÑO DE TRÍPTICO

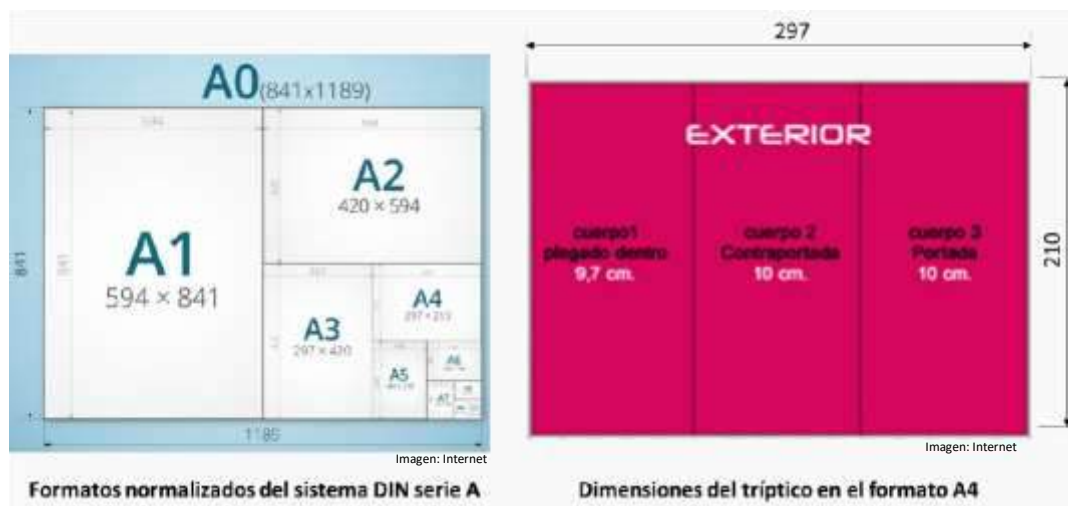
I. ¿Qué es el tríptico?

Un **tríptico** es un documento impreso dividido en tres secciones o paneles que sirve para promocionar alguna información que una organización o persona quiera divulgar, así como para promover y promocionar productos, servicios, eventos, etc. A diferencia del resto de recursos gráficos utilizados en marketing y publicidad, el tríptico contiene ideas, datos y contenido en general, expresado en un lenguaje acorde al público objetivo a quien se dirige. El tríptico no apela tanto a las emociones, sino a brindar información sintetizada para comprender, justificar, y tener razones fundamentadas. De esta manera, se utiliza el espacio disponible en las dos caras del folleto para mostrar información y datos que la persona puede consultar una y otra vez, como si fuese un pequeño manual.

Formatos normalizados para realizar trípticos

Los trípticos poseen una variedad de tamaños y utilizan diversos formatos normalizados. Los más usados son los formatos del sistema DIN (A3, A4 y A5) y el tamaño carta.

El formato A4 es el más utilizado en la publicidad impresa. Abierto mide 297 mm x 210 mm y plegado mide 100 mm x 21 mm.

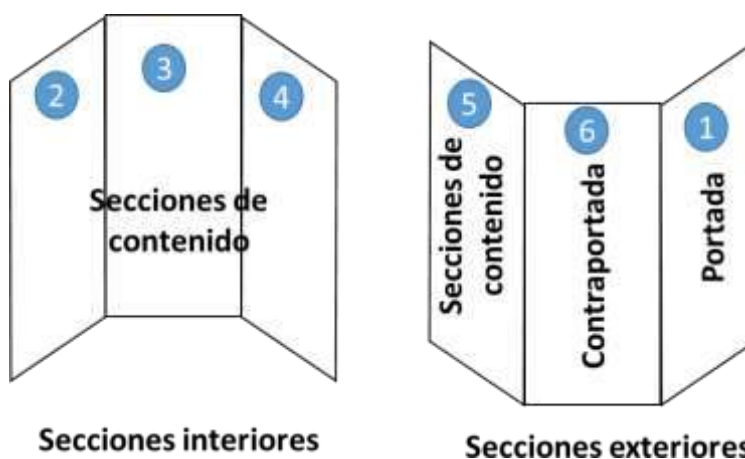


Tipos de trípticos:

1. **Trípticos publicitarios.** Estos trípticos son normalmente usados para las conferencias, tele ventas, eventos, entre otros. Se basan en dar a conocer algún producto o algún servicio de alguna determinada marca.
2. **Turísticos.** Generalmente se utilizan para dar a conocer los distintos y variados lugares turísticos de alguna zona o región, también se usan para que los turistas puedan tener una guía práctica y sencilla para así poder trasladarse por los diferentes puntos turísticos de dicha zona. Este un tipo de tríptico recomendable para todos los estudiantes de turismo.
3. **Trípticos educativos.** En las universidades, y también en las escuelas, este tipo de herramienta es muy usado por los docentes y los alumnos para poder expresar distintas informaciones acerca de variados temas para ser comprendidos con una mayor facilidad.
4. **Informativos.** Son de naturaleza informativa. Los utilizan diferentes instituciones, ya sean públicas o privadas. Estos tipos de trípticos no buscan vender o negociar algo, el único objetivo que poseen es el poder anunciar alguna información al público a quienes se les han repartido dichos trípticos en base a un tema en específico.

Partes del tríptico.

El tríptico está formado por una portada, contraportada y secciones interiores o de contenido.



II. Fases para diseñar el tríptico

Fase preliminar:	Revisar las necesidades o problemas que tiene el cliente
-------------------------	--

Revisar las necesidades o problemas que tiene el cliente y las características (especificaciones) establecidas en la conceptualización del producto solución.	Revisar las características (especificaciones) establecidas en la conceptualización del producto solución
Fase creativa <i>Elaborar el boceto del tríptico</i>	Investigar sobre el contenido o mensaje que publicitará el tríptico
	Investigar modelos de trípticos
	Elaborar el boceto
<i>Desarrollo y validación del tríptico</i>	Elaborar el tríptico con el computador
	Validar las propuestas de tríptico con el cliente
Fase de producción <i>Impresión del tríptico</i>	Organiza el proceso de impresión
	Impresión y producción

2.1. Revisar las necesidades que tiene el cliente y las características (especificaciones) establecidas en la conceptualización del producto

El punto de partida para elaborar un tríptico es la necesidad que tiene el cliente y la descripción del producto solución (especificaciones). En las semanas anteriores se identificó las necesidades del cliente y se conceptualizó el producto solución. Ahora debemos recuperarlo.

Necesidad del cliente		Producto solución																						
Necesidad	Revelación	Producto básico	Tipo	Características																				
Requieren información confiable sobre el tratamiento y prevención de la COVID-19 para evitar contagiarse especialmente, la población vulnerable.	<p>Requieren contar información amigable sobre la COVID-19 que permita:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer a la enfermedad, protocolos de prevención y la población de alto riesgo. • Con lenguaje sencillo y amigable, comprensible para la mayoría de la población y quienes son bilingües. • Sensibilizar y generar reflexión en la población que no aplica el protocolo de seguridad. • La cobertura del internet es muy deficiente en la zona donde viven los clientes • La mayoría de población es adulta mayor 	Tríptico	Informativo	<table border="1"> <tr> <td>Función</td> <td>Brindar información sobre la COVID-19 que permita a la población comprender qué es, sus síntomas, su propagación y prevención.</td> </tr> <tr> <td>Objetivo</td> <td>Sensibilizar a la población para evitar o disminuir la propagación de la COVID-19.</td> </tr> <tr> <td>Usuario Objetivo</td> <td>Población adulta del centro poblado de Incaracay</td> </tr> <tr> <td>Identidad institucional del cliente</td> <td>Logotipo, insignia institucional y lema de gestión</td> </tr> <tr> <td>Contenido</td> <td>¿Qué es el virus SARS-CoV-2 y qué enfermedad causa? ¿Cuáles son los síntomas de la enfermedad? ¿Cómo se propaga? ¿Cómo se evita el contagio? ¿Qué hacer si me contagio? ¿Quiénes son las personas más vulnerables?</td> </tr> <tr> <td>Tamaño</td> <td>A4</td> </tr> <tr> <td>Idioma</td> <td>Español y quechua</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>Colores institucionales</td> </tr> <tr> <td>Material</td> <td>Papel cuché de 120 gramos</td> </tr> <tr> <td>Tipografía</td> <td>Futura /Garamond</td> </tr> </table>	Función	Brindar información sobre la COVID-19 que permita a la población comprender qué es, sus síntomas, su propagación y prevención.	Objetivo	Sensibilizar a la población para evitar o disminuir la propagación de la COVID-19.	Usuario Objetivo	Población adulta del centro poblado de Incaracay	Identidad institucional del cliente	Logotipo, insignia institucional y lema de gestión	Contenido	¿Qué es el virus SARS-CoV-2 y qué enfermedad causa? ¿Cuáles son los síntomas de la enfermedad? ¿Cómo se propaga? ¿Cómo se evita el contagio? ¿Qué hacer si me contagio? ¿Quiénes son las personas más vulnerables?	Tamaño	A4	Idioma	Español y quechua	Color	Colores institucionales	Material	Papel cuché de 120 gramos	Tipografía	Futura /Garamond
Función	Brindar información sobre la COVID-19 que permita a la población comprender qué es, sus síntomas, su propagación y prevención.																							
Objetivo	Sensibilizar a la población para evitar o disminuir la propagación de la COVID-19.																							
Usuario Objetivo	Población adulta del centro poblado de Incaracay																							
Identidad institucional del cliente	Logotipo, insignia institucional y lema de gestión																							
Contenido	¿Qué es el virus SARS-CoV-2 y qué enfermedad causa? ¿Cuáles son los síntomas de la enfermedad? ¿Cómo se propaga? ¿Cómo se evita el contagio? ¿Qué hacer si me contagio? ¿Quiénes son las personas más vulnerables?																							
Tamaño	A4																							
Idioma	Español y quechua																							
Color	Colores institucionales																							
Material	Papel cuché de 120 gramos																							
Tipografía	Futura /Garamond																							

2.2. Elaborar el boceto del tríptico

Un boceto para elaborar un producto publicitario es un dibujo sencillo o una composición gráfica de carácter esquemático que incluye los elementos básicos de un producto publicitario y esboza las primeras ideas para plasmar el concepto creativo. Generalmente se realiza a mano alzada utilizando papel y lápiz, aunque también es posible desde un comienzo trabajar con el ordenador (computadora) con la ayuda de tableta digitalizadora y lápiz óptico. El boceto no presta especial atención a los detalles y se centra en definir las líneas generales y la composición de una pieza gráfica.

El boceto se constituye en el modelo de referencia que se desarrollará utilizando el computador.



Principios para diseñar bocetos

Es importante considerar los principios básicos del diseño en el boceto del tríptico:

- **Balance/equilibrio**

Se trata de que los elementos que conforman el producto publicitario mantengan un equilibrio entre sí. El equilibrio es la distribución visual del peso de las imágenes, textos, colores y espacio en el diseño del producto publicitario. Se rige por relaciones de fuerza basadas en el tamaño, ubicación y la saturación de las formas. El equilibrio puede ser simétrico o asimétrico: el equilibrio simétrico tendría un elemento en un lado y el mismo elemento en el otro lado. En cambio, con un equilibrio asimétrico podría tener un elemento grande en un lado y varios elementos más pequeños en el otro lado.

- **Contraste**

Podríamos definirlo como la diferenciación entre elementos que facilita tanto la visualización y comprensión de los mismos como la relación entre ellos. Para contrastar dos elementos podemos utilizar colores, tramas o texturas, posiciones o tamaños, formas o direcciones.

- **Alineación**

Se usa para crear conexiones visuales entre los elementos, o entre grupos de elementos. Ayuda a unificar los elementos en una página creando una conexión visual entre ellos. Incluso si esos elementos no están muy cerca el uno del otro, cuando se alinea se crea una línea invisible (tanto en el ojo como en la mente) que los conecta. Un ejemplo claro es la alineación de las tipografías. Dos textos

colocados sucesivamente pueden diferenciarse de manera clara al primer golpe de vista si uno está alineado a la izquierda y otro a la derecha.

- **Proximidad**

Este principio busca organizar los elementos que conforman el diseño del producto publicitario, creando grupos visuales en función de su cercanía. Cuando varios elementos se ubican cerca unos de los otros se convierten en una unidad visual. La proximidad permite organizar la información, reduce el desorden y da al lector un sentido de estructura

- **Repetición**

Refuerza la relación y consistencia entre elementos, además de su peso dentro del conjunto. Con ella se crean también patrones que generen unidad y continuidad entre todas las páginas de un mismo documento o entre varios documentos que tienen la misma finalidad o corresponden a una misma institución. Se pueden repetir colores, formas, texturas, fuentes, tamaños, conceptos, etc.

- **Espacio**

Los espacios entre elementos pueden modificar la percepción de un conjunto de manera sustancial, además de dotarlo de sensaciones asociadas. El espacio en blanco es importante porque proporciona un espacio de respiración visual para el ojo, haciendo que la página se sienta menos apretada.

Procesos para elaborar el boceto

a) Investigar sobre el contenido o mensaje que publicitara el tríptico

Este proceso consiste buscar y organizar información en diversas fuentes para conocer a profundidad el tema o asunto que se quiere comunicar a través del tríptico.

El contenido es la información que debe se debe comunicar mediante el tríptico, el cual se presentará de manera explícita o implícita utilizando imágenes, textos, colores y formas. El contenido del tríptico debe llamar la atención, brindar información que permita comprender, justificar explicar el asunto o tema que se quiere comunicar.

El contenido a investigar se encuentra explicitado en las necesidades o problemas que tiene el cliente. Para identificarla debemos preguntarnos: ¿Qué información están buscando? o ¿qué información necesitan comunicar? La respuesta a esta pregunta será el contenido que se debe investigar.

Ejemplo:

Pregunta	Necesidad	Respuesta a la pregunta (contenido a investigar)
¿Qué información están buscando?	“En la actualidad en la comunidad de Incaraccay la población está siendo afectada duramente por la pandemia por la COVID-19 y requiere información confiable <u>sobre el tratamiento y prevención de la COVID-19, para evitar contagiarse y especialmente proteger a la población vulnerable</u> ”	Sobre el tratamiento y prevención de la COVID-19, para evitar contagiarse y especialmente proteger a la población vulnerable.

Para facilitar la búsqueda y organización de la información que se investiga se sugiere realizar algunas preguntas.

Ejemplo:

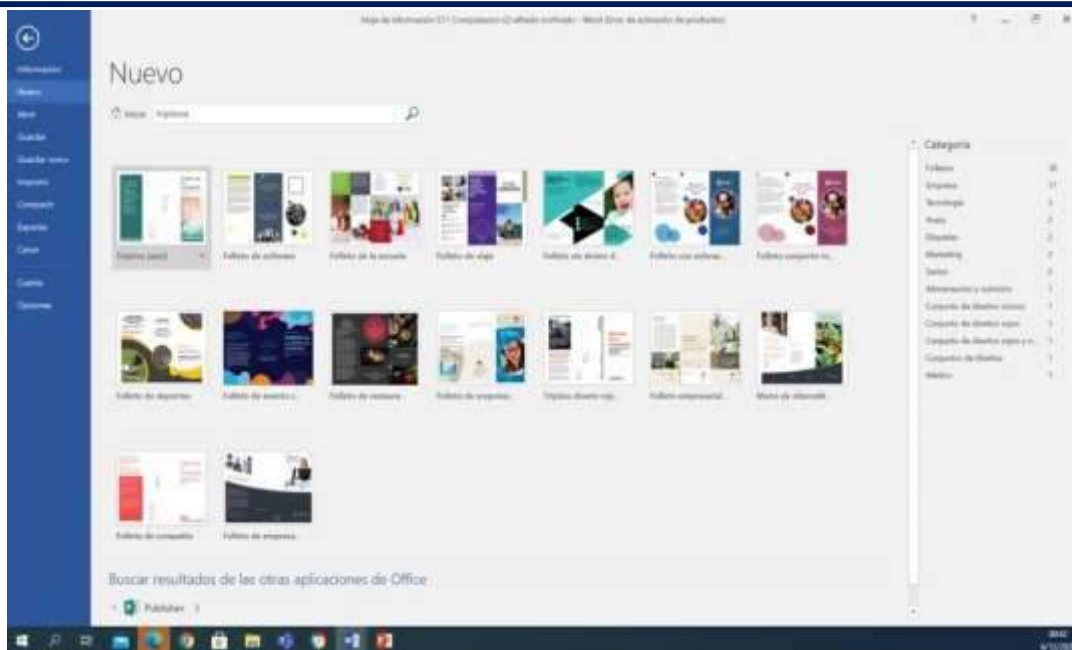
- ¿Qué es la COVID-19?
- ¿Cómo se propaga la COVID-19?
- ¿Cuáles son las consecuencias de la COVID-19?
- ¿Cuál es el tratamiento para la COVID-19?
- ¿Cómo se evita el contagio de la COVID-19?
- ¿Cuáles son los protocolos?
- ¿Qué es ser vulnerable para la COVID-19?
- ¿Quiénes son vulnerables?, etc.

b) Investigar modelos de tríptico

Este proceso tiene por finalidad buscar ideas y modelos de tríptico que otras empresas o instituciones han elaborado, plantillas gratuitas del web, plantillas que tiene el software Word, etc. No se trata de encontrar la plantilla ideal para copiarla, sino encontrar ideas que te permitan crear un modelo que responda a las características del cliente y a la tendencia publicitaria del momento.

Ejemplo:

Plantillas del software Word



Plantillas gratuitas de la web



c) Elaborar el boceto

Para elaborar el boceto del tríptico se sugiere realizar los siguientes procesos:

Establecer la línea grafica del tríptico

Se denomina línea gráfica al conjunto de características que distinguen e identifican a la marca y al producto gráfico que utilizas para publicitar o comunicar algo. Está constituido por los colores y la composición gráfica del producto publicitario. Para determinar la línea gráfica se requiere:

Establecer los colores

Los colores identifican a la marca y/o una institución. Estos colores se encuentran explicitados en los símbolos institucionales (logotipo, insignia, bandera, etc.) o se pueden obtener de los colores de los productos que se produce o de los recursos que se gestiona.

Ejemplos:

<p>Imagen: Internet</p>	<p>Imagen: Internet</p>
<p>Logotipo</p>	<p>Tríptico que recoge los colores del logotipo institucional</p>

<p>Imagen: Internet</p>	<p>Imagen: Internet</p>
<p>Recurso que gestiona</p>	<p>Tríptico que recoge los colores del producto que gestiona</p>

Para el proyecto que estamos realizando, los colores se pueden establecer a partir de la insignia de la institución educativa o de los colores del eucalipto, el cual es un recurso significativo de la comunidad de Incaray.

<p>Establecimiento del color a partir de la insignia de la institución educativa.</p>	<p>Establecimiento del color a partir del Eucalipto, el cual es un recurso significativo para la comunidad.</p>
---	---

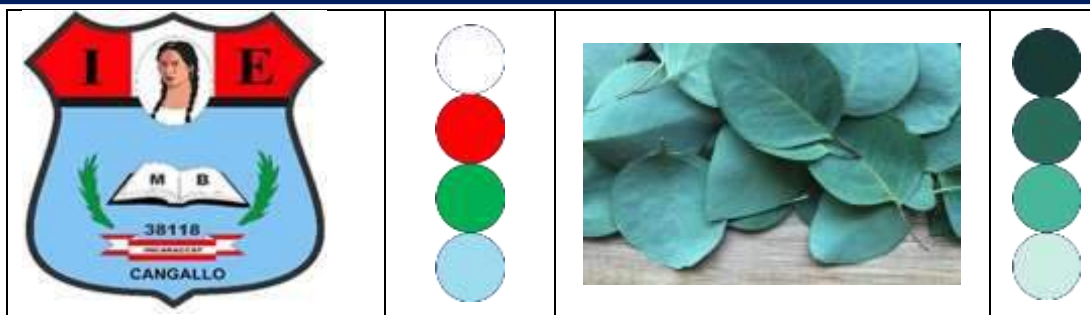


Imagen: Internet

Imagen: Internet

Establecer la composición gráfica

La composición es la distribución o ubicación de los elementos de diseño del flyer (imagen, forma, color, tipografía y textura) que componen la propuesta en el formato de trabajo. Para establecer la composición grafica se realizan dos procesos: se elabora el boceto del fondo del tríptico y el boceto de la distribución de los contenidos.

- Elaboración del boceto del fondo del tríptico

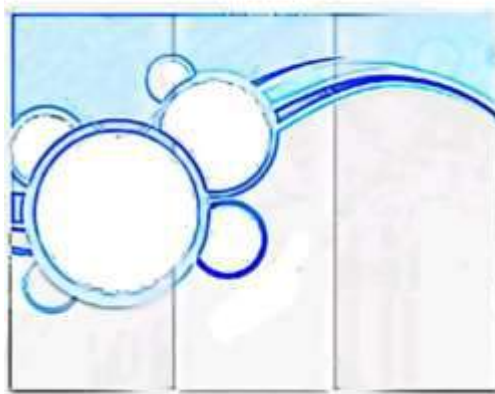
El fondo es el espacio sobre el cual se distribuye y ubica las imágenes textos y formas que contienen la información que se quiere comunicar. Los fondos pueden ser monocromáticos, llamados también fondos en blanco, o fondos estructurados



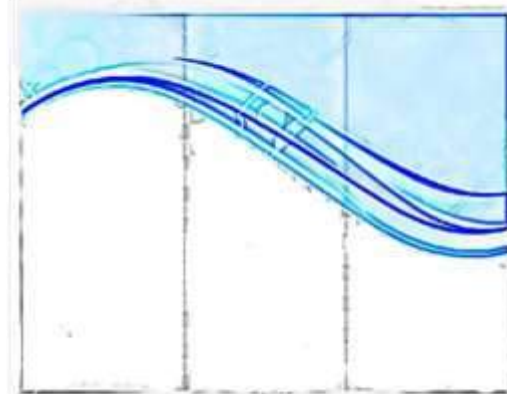
El boceto del fondo es un esquema realizado a mano alzada de la cara exterior y la cara interior del tríptico. Se recomienda elaborarlo con lápiz de color.

Ejemplo de boceto de fondo:

Boceto del fondo del tríptico



Boceto de la cara interna del tríptico



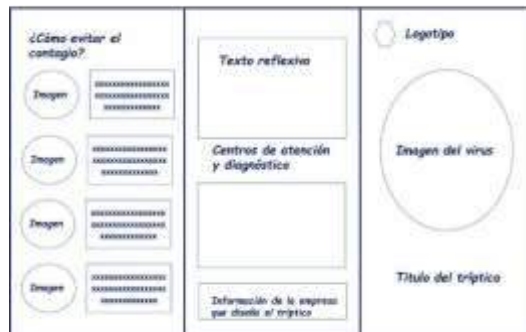
Boceto de la cara externa del tríptico

Imagen: Internet

- Elaboración del boceto de la distribución del contenido

El boceto de distribución del contenido es un esquema realizado a mano alzada en el cual se distribuyen las imágenes y textos que contienen la formación que se pretende comunicar.

Boceto de distribución del contenido



Boceto de la cara interna del tríptico



Boceto de la cara externa del tríptico

Imagen: Internet

HOJA DE ACTIVIDAD N° 12



Imagen: Internet

Después de leer y dialogar con tu familia sobre la información que te presentamos y las experiencias que tienen, realiza las siguientes actividades.

ACTIVIDAD N° 1

Elabora un organizador de información que explicita y describa los procedimientos que se realizan para elaborar el boceto de un tríptico.



ACTIVIDAD Nº 2

En las semanas anteriores identificamos las necesidades y/o problemas que tienen los clientes. Asimismo, conceptualizamos el producto solución. Recupera dicha información en el siguiente organizador.

Necesidad del cliente	
Necesidad	Revelación

Producto Solución		
Producto básico	Características	
	Función	
Objetivo		
Usuario Objetivo		
Identidad institucional del cliente		
Contenido		
Tamaño		
Idioma		
Color		
Material		
Tipografía		



ACTIVIDAD N° 3

Elabora el boceto del tríptico, considerando que responda a las necesidades del cliente, a la conceptualización del producto solución y a las orientaciones de la hoja de información N° 12