



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

PROPUESTA DE DISEÑO DE UN SERVICIO DE HISTORIAS INMERSIVAS  
PARA FORMAR HÁBITOS LECTORES EN NIÑOS DE 8 A 10 AÑOS

AUTOR

Francis Daniel Alvarez Barrionuevo

AÑO  
2020



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

PROPUESTA DE DISEÑO DE UN SERVICIO DE HISTORIAS INMERSIVAS  
PARA FORMAR HÁBITOS LECTORES EN NIÑOS DE 8 A 10 AÑOS

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Licenciado en Diseño Gráfico e  
Industrial

Profesor Guía

Mtr. Oscar Andrés Cuervo Monguí

Autor

Francis Daniel Alvarez Barrionuevo

Año

2020

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, propuesta de diseño de un servicio de historias inmersivas para formar hábitos lectores en niños de 8 a 10 años, a través de reuniones periódicas con el estudiante Francis Daniel Alvarez Barrionuevo, en el semestre 202010, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



---

Oscar Andrés Cuervo Mongui

Máster en Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible

CC: 175825968-1

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR**

“Declaro haber revisado este trabajo, propuesta de diseño de un servicio de historias inmersivas para formar hábitos lectores en niños de 8 a 10 años, a través de reuniones periódicas con el estudiante Francis Daniel Alvarez Barrionuevo, en el semestre 202010, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



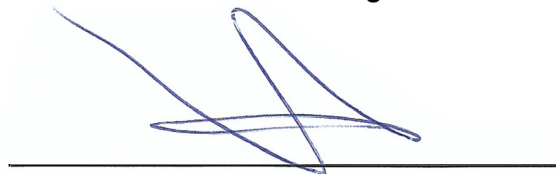
Susana Isabel Oviedo Marcillo

Máster in Fine Arts

CC: 171344275-2

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above a horizontal line.

Francis Daniel Alvarez Barrionuevo

CI: 172407633-4

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mis hermanos mayores por sus grandes enseñanzas que me han llevado a ser lo que soy ahora. A mi madre por su apoyo a lo largo de mi carrera. A Nathali Macas por darme siempre la motivación de seguir adelante. A mis docentes Óscar Cuervo y Susana Oviedo por ser mis guías en este proyecto, en todo momento me brindaron su conocimiento, apoyo y respaldo.

## **DEDICATORIA**

Dedico mi trabajo de titulación a mi padre Edgar Alvarez quien partió antes de poder ver terminado mi proyecto, pero sé que ahora me cuida desde el cielo y sigue orgulloso. A mis hermanos Diego y Gonzalo, quienes fueron mis modelos a seguir desde que tengo memoria y a quienes les debo todo.

## Resumen

Este proyecto de tesis surge de la problemática que existe hoy en día en los niños, la cual nos dice que buscan otros medios alternos a los libros impresos para aprender sobre su realidad y el mundo que los rodea, ya sean estos medios el internet o la tecnología en general. Es por esto que el objetivo de este proyecto es diseñar un nuevo medio que conecte al usuario y al objetivo de la lectura, ya que el libro es la manera actual de llegar al mencionado aprendizaje, todo con el propósito de que la actividad resulte más atractiva.

Los conceptos sobre los que se apoya este proyecto es el *Transmedia Storytelling* y el planteamiento de escenarios futuros, conceptos que sirvieron para proyectar la actividad hacia el futuro y generar un servicio que sea adaptativo para el usuario. En la fase de diagnóstico se realizaron varias investigaciones de conceptos para determinar los objetivos que busca cumplir una lectura tradicional, además de realizar actividades con niños dentro del rango de edad establecido, así como sus padres de familia, para entender sus intereses y problemáticas. Con todo lo anterior se realizaron conclusiones de absolutamente cada punto que se iba descubriendo, lo cual sirvió para realizar el brief de diseño y plasmar dichos puntos como requerimientos de diseño que debe cumplir el servicio.

En la fase de desarrollo es donde nació el servicio de historias inmersivas, el cual es un servicio que brinda una experiencia personalizada a cada usuario, se puede elegir la historia que uno desea experimentar, con la particularidad de poder elegir sobre qué plataforma hacerlo, y qué aspecto cognitivo desea desarrollar, pudiendo intercambiar entre cada uno en tiempo real y sin perder ningún progreso.

El servicio se apoya en la inteligencia artificial y la holografía para brindar una experiencia única, por lo que se adaptará de mejor manera a los hábitos y gustos de cada usuario a medida que lo vaya utilizando.



## **Abstract**

This thesis project arises from the problem that exists today in children, which tells us that they are looking for other alternative means to printed books to learn about their reality and the world around them, whether they are the internet or the media. technology in general This is why the objective of this project is to design a new medium that connects the user and the purpose of reading, since the book is the current way to reach the aforementioned learning, all with the purpose of making the activity more attractive .

The concepts on which this project is based is the Transmedia Storytelling and the approach of future scenarios, concepts that served to project the activity into the future and generate a service that is adaptive for the user. In the diagnostic phase several investigations of concepts were carried out to determine the objectives that a traditional reading seeks to fulfill, in addition to carrying out activities with children within the established age range, as well as their parents, to understand their interests and problems. With all of the above, conclusions were drawn from absolutely every point that was being discovered, which served to carry out the design brief and translate those points as design requirements that the service must meet.

In the development phase is where the immersive stories service was born, which is a service that provides a personalized experience to each user, you can choose the story that one wishes to experience, with the particularity of being able to choose on which platform to do it, and what cognitive aspect you want to develop, being able to exchange between each one in real time and without losing any progress.

The service relies on artificial intelligence and holography to provide a unique experience, so it will adapt better to the habits and tastes of each user as they use it.

## ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....                                    | 1  |
| 2. JUSTIFICACIÓN.....  | 2  |
| 3. OBJETIVOS .....   | 3  |
| 3.1. Objetivo General.....   | 3  |
| 3.2. Objetivos Específicos .....                                       | 3  |
| 4. MARCO TEÓRICO .....   | 4  |
| 4.1. Antecedentes.....   | 4  |
| 4.1.1. Porcentaje de Lectura en Ecuador .....                          | 4  |
| 4.1.1.1. Cantidad de libros comprados al año por una institución ..... | 4  |
| 4.1.1.2. Promedio de libros leídos al año por un ecuatoriano .....     | 4  |
| 4.1.1.3. Índice de lectura del Ecuador vs otros países.....            | 4  |
| 4.1.2. Características socio culturales del lector ecuatoriano .....   | 4  |
| 4.1.2.1. Ciudades del ecuador que más leen.....                        | 4  |
| 4.1.2.2. Tipos de lectores que existen .....                           | 5  |
| 4.1.3. Mercado actual .....  | 5  |
| 4.1.3.1. Librerías que se dedican a la lectura infantil .....          | 5  |
| 4.1.3.2. Mercado infantil .....  | 5  |
| 4.1.3.3. Ingreso generado por la literatura infantil al año .....      | 6  |
| 4.1.3.4. Tipos de lectura infantil que existen.....                    | 6  |
| 4.1.4. Lectura en diferentes edades .....                              | 7  |
| 4.1.4.1. Edades en las que leen más.....                               | 7  |
| 4.1.4.2. Tipo de lectura según la edad.....                            | 7  |
| 4.2. Aspectos de referencia.....                                       | 8  |
| 4.2.1. Proyectos de fomento a la lectura en Ecuador .....              | 8  |
| 4.2.1.1. Estrategias de <i>retailing</i> aplicadas a una librería..... | 8  |
| 4.2.1.2. Proyecto didáctico para incentivar la lectura en niños.....   | 8  |
| 4.2.2. Proyectos exitosos de fomento a la lectura en el mundo.....     | 9  |
| 4.2.2.1. Biblioteca itinerante de colsubsidio .....                    | 9  |
| 4.2.2.2. <i>Piccola Biblioteca Libera</i> .....                        | 10 |
| 4.3. Aspectos Conceptuales.....  | 11 |
| 4.3.1. Pedagogía .....   | 11 |

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| 4.3.1.1. | Cómo se aplica en el caso la pedagogía infantil .....                | 11        |
| 4.3.2.   | Juego como aprendizaje.....  | 11        |
| 4.3.2.1. | Qué es un juego de aprendizaje .....                                 | 11        |
| 4.3.2.2. | Ludificación de actividades.....                                     | 11        |
| 4.3.3.   | Diseño .....   | 12        |
| 4.3.3.1. | Diseño de actividades infantiles usando <i>Design Thinking</i> ..... | 12        |
| 4.3.3.2. | Qué transmite un libro .....   | 13        |
| 4.3.3.3. | Criterios de diseño infantil que se pueden aplicar.....              | 13        |
| 4.3.3.4. | Aplicación del DCU (diseño centrado en el usuario) .....             | 14        |
| 4.3.3.5. | Pautas para diseñar un espacio de aprendizaje activo .....           | 15        |
| 4.3.3.6. | Aplicación de las TIC.....   | 16        |
| 4.3.3.7. | Aplicación de <i>Transmedia Storytelling</i> .....                   | 17        |
| 4.3.3.8. | Principios de la relación Enseñanza - Aprendizaje .....              | 17        |
| 4.3.4.   | Reglas de literatura infantil .....                                  | 18        |
| 4.3.4.1. | Tipos de recursos usados en libros infantiles.....                   | 18        |
| 4.4.     | Aspectos Teóricos .....  | 18        |
| 4.4.1.   | Desarrollo infantil.....   | 18        |
| 4.4.1.1. | Beneficios del uso del juego como aprendizaje .....                  | 18        |
| 4.4.1.2. | Capacidades cognitivas que se desarrollan con la lecto-escritura ..  | 19        |
| 4.4.1.3. | Beneficio en su desarrollo.....                                      | 19        |
| 4.4.2.   | Impedimentos .....   | 20        |
| 4.4.2.1. | Cómo perjudica a un niño no aprender la lecto-escritura .....        | 20        |
| 4.4.2.2. | Cómo afecta la lectura pasiva en los niños.....                      | 20        |
| 4.4.2.3. | Las instituciones vuelven aburrida la lectura.....                   | 21        |
| 4.4.3.   | Beneficios de la lectura como actividad grupal .....                 | 21        |
| 4.4.3.1. | Beneficio para los niños el leer en grupo .....                      | 21        |
| 4.5.     | Aspectos Legales .....   | 22        |
| 4.5.1.   | Incentivos a la lectura.....   | 22        |
| 4.5.1.1. | Planes de fomento para la lectura .....                              | 22        |
| 4.5.2.   | Organizaciones.....  | 22        |
| 4.5.2.1. | Quiénes regulan la publicación de libros.....                        | 22        |
| 5.       | <b>DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>                                      | <b>23</b> |
| 5.1.     | Tipo de Investigación.....   | 23        |
| 5.2.     | Población .....  | 23        |

|   |           |
|---|-----------|
| 5.3. Muestra.....   | 23        |
| 5.4. Variables.....   | 24        |
| <b>6. DIAGNÓSTICO .....</b>                                       | <b>26</b> |
| 6.1. Entrevista con Padres de Familia .....                       | 26        |
| 6.2. Observación no participativa con los niños (29/sep/2019) ..  | 29        |
| 6.3. Recolección de información por medio de dibujos .....        | 30        |
| 6.3.1. Elementos o conceptos relevantes .....                     | 32        |
| 6.3.2. Elementos o conceptos relevantes .....                     | 33        |
| 6.3.3. Elementos o conceptos relevantes .....                     | 34        |
| 6.4. Investigación de conceptos útiles .....                      | 35        |
| 6.4.1. ¿Cuál es la función principal de la lectura? .....         | 35        |
| 6.4.2. ¿Cómo ayuda a un niño la lectura? .....                    | 35        |
| 6.5. Conclusiones .....   | 35        |
| 6.6. <i>Targeting</i> .....                                       | 36        |
| 6.6.1. Tipo 1 – Lectores formados .....                           | 36        |
| 6.6.2. Tipo 2 – Lectores casuales .....                           | 36        |
| 6.6.3. Tipo 3 – Sin hábitos de lectura .....                      | 37        |
| 6.7. Retos de Diseño .....  | 37        |
| 6.8. Lista de ideas .....   | 37        |
| 6.9. Matriz de Evaluación de ideas .....                          | 38        |
| 6.9.1. Conclusiones .....   | 39        |
| 6.10. Análisis de adaptaciones de una obra literaria famosa ..... | 39        |
| 6.10.1. Conclusiones .....  | 42        |
| 6.11. Planteamiento de escenarios .....                           | 42        |
| 6.11.1. Antecedentes.....   | 42        |
| 6.11.2. Pregunta Estratégica .....                                | 42        |
| 6.11.3. Macro Tendencias .....                                    | 42        |
| 6.11.4. Micro Tendencias .....                                    | 42        |
| 6.11.5. Matriz de Escenarios – Macro Tendencias.....              | 43        |
| 6.11.6. Matriz de Escenarios – Micro Tendencias .....             | 44        |
| 6.11.7. Escenario Seleccionado – Supuesto III – Ideal.....        | 45        |
| 6.11.7.1. “2040, Postmodernidad Liquida” .....                    | 45        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>7. DESARROLLO .....</b>                                     | <b>46</b> |
| 7.1. Brief de Diseño .....                                     | 46        |
| 7.1.1. Resumen del Problema .....                              | 46        |
| 7.1.2. Target .....  | 46        |
| 7.1.3. Posibles Requisitos de Diseño .....                     | 46        |
| 7.2. Análisis en Retrospectiva .....                           | 47        |
| 7.3. Generación de Propuestas.....                             | 48        |
| 7.3.1. Matriz de Ideas .....                                   | 48        |
| 7.3.1.1. Descripción Detallada.....                            | 49        |
| 7.3.1.2. Evaluación de Ideas con Matriz Pugh.....              | 50        |
| 7.4. Propuesta Final .....                                     | 51        |
| 7.4.1. “Anfitrión” (Servicio/Virtual/Presencial) .....         | 51        |
| 7.4.2. Moodboards de inspiración.....                          | 53        |
| 7.4.3. Storytelling de Anfitrión.....                          | 54        |
| 7.5. Diseñando a Anfitrión con UI & UX.....                    | 59        |
| 7.5.1. UX Design.....  | 60        |
| 7.5.1.1. Service Blueprint .....                               | 60        |
| 7.5.1.2. Definiendo las Categorías y su Objetivo .....         | 62        |
| 7.5.1.3. Ejemplo de Actividad por Capitulo .....               | 63        |
| 7.5.1.4. Anfitrión como Herramienta de Aprendizaje.....        | 66        |
| 7.5.1.5. Taxonomía y Arquitectura de la Información.....       | 68        |
| 7.5.1.6. Mapa de Navegación de Anfitrión .....                 | 69        |
| 7.5.2. UI Design.....  | 72        |
| 7.5.2.1. Estilo Gráfico para Anfitrión .....                   | 72        |
| 7.5.2.2. Proyección del Estilo Gráfico al Futuro .....         | 73        |
| 7.5.2.3. Propuestas de Logotipo y Selección con Usuarios ..... | 75        |
| 7.5.2.4. Proceso de Creación del Logotipo Seleccionado.....    | 77        |
| 7.5.2.5. Evolución de La Navegación .....                      | 78        |
| 7.5.2.6. Bocetos de Interfaz para Anfitrión.....               | 79        |
| 7.5.2.7. Interfaces Definitivas .....                          | 80        |
| 7.5.2.8. Escenario en 3 <sup>ra</sup> Persona .....            | 82        |
| 7.6. Proyecto de Diseño .....                                  | 83        |
| 7.6.1. Mercado.....  | 83        |

|           |   |            |
|-----------|---|------------|
| 7.6.1.1.  | ¿Quiénes Usarán Anfitrión?.....                     | 83         |
| 7.6.1.2.  | ¿Cuántos Usarán Anfitrión?.....                     | 83         |
| 7.6.2.    | Factibilidad.....                                   | 84         |
| 7.6.2.1.  | Business Model Canvas de Anfitrión .....            | 84         |
| 7.6.2.2.  | Tecnología para Anfitrión.....                      | 85         |
| 7.6.2.3.  | Management Team de Anfitrión.....                   | 86         |
| 7.6.2.4.  | Proceso de Creación de Contenido .....              | 88         |
| 7.6.2.5.  | Tipos de Historias.....                             | 89         |
| 7.6.2.6.  | Tipos de Suscripciones de Anfitrión.....            | 89         |
| 7.6.3.    | Viabilidad .....                                    | 90         |
| 7.6.3.1.  | Presupuesto Para Anfitrión .....                    | 90         |
| 7.6.3.2.  | Ganancias de Anfitrión .....                        | 92         |
| 7.6.3.3.  | Punto de Equilibrio .....                           | 93         |
| 7.6.4.    | Comunicación Estratégica .....                      | 95         |
| 7.6.4.1.  | Comunicación para Corporativos.....                 | 95         |
| 7.6.4.2.  | Comunicación para Creadores .....                   | 96         |
| 7.6.4.3.  | Comunicación para Clientes .....                    | 97         |
| <b>8.</b> | <b>VALIDACIÓN.....</b>                              | <b>99</b>  |
| 8.1.      | Validación con Usuarios.....                        | 99         |
| 8.1.1.    | Retroalimentación para Uso Y Propuesta.....         | 101        |
| 8.1.2.    | Validación de Estética con Realidad Aumentada ..... | 106        |
| 8.1.3.    | Conclusión de Validación con Usuarios.....          | 108        |
| 8.2.      | Validación con Experto.....                         | 108        |
| <b>9.</b> | <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>         | <b>111</b> |
| 9.1.      | Conclusiones .....                                  | 111        |
| 9.2.      | Recomendaciones.....                                | 112        |
|           | <b>REFERENCIAS .....</b>                            | <b>113</b> |
|           | <b>ANEXOS .....</b>                                 | <b>120</b> |

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Leer es una actividad que involucra diversos elementos, la lectura forma al individuo, le proporciona hábitos tales como concentración, análisis, comprensión a demás de entretener; con ella se consiguen objetivos variados tales como perfeccionar el lenguaje y aumentar el vocabulario, mejorar ortografía, despertar aficiones, etc.

Para un niño, la lectura es más importante en su proceso de crecimiento y desarrollo, esto les contribuye a mejorar el pensamiento reflexivo y analítico, incrementar la creatividad, optimizar la capacidad de concentración, etc.

En Ecuador, los niños de 8 a 10 años, aprenden hábitos lectores de manera obligada, ya que como menciona una estadística del INEC, el principal motivo que tienen los jóvenes para leer es por obligación académica, mas no por iniciativa propia.

Esto se debe principalmente a que, la lectura en Ecuador aun es un hábito en desarrollo como menciona la Cámara Ecuatoriana del Libro, si bien si existe una población lectora en escuelas y colegios según el Ministerio de Educación, aun son relativamente recientes las soluciones que se están planteando.

Según Anabel Morocho, estamos ignorando un recurso importante en el cual se enfoca la mayoría de la población, la tecnología, vivimos en un mundo que se vuelve más tecnológico y por ende, la juventud se ha vuelto más conocedora de la misma porque es lo que les interesa, pero lastimosamente vemos a la tecnología como un distractor mas no como una herramienta.

Por lo que deberíamos preguntarnos, ¿se puede lograr diseñar una sinergia entre tecnología y educación para lograr ese impulso que necesitan los niños para alimentar sus hábitos en la lectura?

## 2. JUSTIFICACIÓN

Enfocándonos en la lectura dentro de los países de habla hispana, el que se encuentra en primer lugar es España con un índice de lectura de 10.3 libros por persona cada año, mientras que en Latinoamérica el país que se encuentra en primer lugar es Argentina con 5.5 libros leídos al año por persona. Mientras que la razón más grande que tienen los españoles es leer por placer, en Latinoamérica encontramos que las personas leen por exigencia académica.

Ecuador se encuentra en el puesto más bajo de Latinoamérica en cuanto a índice de lectura, una encuesta del INEC reveló que el país lee en promedio medio libro por año. Las personas lectoras solo lo hacen cuando les encargan una tarea. Además de que más de la mitad de los usuarios lectores, lo hacen en instituciones educativas, desde escuela hasta universidades.

Es momento de entender que el viejo método ya no funciona, la enseñanza de hábitos lectores se ve rodeado de tendencias como TICs, aulas virtuales, realidad aumentada, y un largo etc. Es hora de que se empiece a pensar en el futuro de la lectura, no exactamente qué vamos a leer, sino el cómo lo vamos a hacer y aprender.

Los niños lo que buscan en todas las edades es divertirse, aprender, etc. Y qué mejor combinación que hacer que aprendan con un método diferente, los métodos de aprendizaje actuales son un medio anticuado que busca un objetivo, pero ¿qué tal si se buscara un camino distinto al actual, pero conservando el mismo objetivo?; se necesita cambiar un paradigma, hacer de la lectura una actividad más no una tarea.

Si este proyecto se lleva a cabo, los principales usuarios beneficiados serían los mismos niños, al brindarles una solución que los incentive a la lectura, que realmente cumpla con el objetivo que buscan y los requerimientos que necesitan.



### 3. OBJETIVOS

#### 3.1. Objetivo General

**Diseñar** un servicio de historias inmersivas para niños de 8 a 10 años, para así lograr formar los hábitos lectores.

#### 3.2. Objetivos Específicos

**Estudiar** los intereses actuales con una muestra de niños de 8 a 10 años, y así identificar los posibles problemas de los métodos pedagógicos actuales, para establecer las herramientas y actividades del nuevo servicio que los reemplazará.

**Desarrollar** una serie de actividades y herramientas que formen parte del servicio, para incrementar el interés en hábitos lectores.

**Validar** la eficacia del servicio mediante pruebas con niños y padres de familia, para conocer la percepción que tienen los usuarios acerca del proyecto.

## **4. MARCO TEÓRICO**

### **4.1. Antecedentes**

#### **4.1.1. Porcentaje de Lectura en Ecuador**

##### **4.1.1.1. Cantidad de libros comprados al año por una institución**

UNESCO publicó un informe en el año 2010 reveló que en promedio, los ecuatorianos leen una alarmante cantidad de medio libro al año, colocándonos como el país con el índice más bajo de lectura de toda Latinoamérica.

Ante las alarmantes cifras, se han iniciado campañas e iniciativas que logren cautivar a los ecuatorianos, intentando sumergirlos en el mundo de la literatura; dichos intentos han dado frutos, ya que según La Cámara Ecuatoriana del Libro, se presentó un alza de entre doscientos a trescientos libros más, cada año.

##### **4.1.1.2. Promedio de libros leídos al año por un ecuatoriano**

Como se mencionaba antes, el promedio de libros que lee un ecuatoriano al año es de tan solo 0.5 libros, un estudio de la revista ekos, reveló que en 2010, el 26,9%, lee un libro completo, cifra que evolucionó desde 1995 donde solo el 19,7% lo hacía.

##### **4.1.1.3. Índice de lectura del Ecuador vs otros países**

En Latinoamérica es Chile el que cuenta con el índice más alto con 5,4 libros, mientras que traduciéndolo a países de habla hispana, el país que lleva la delantera es España con 10,3 libros, mientras que si nos alejamos un poco y vemos la situación mundial, son Noruega, Suecia, China y Finlandia los países con el índice de lectura más grande de todo el mundo, con 47 libros al año.

#### **4.1.2. Características socio culturales del lector ecuatoriano**

##### **4.1.2.1. Ciudades del Ecuador que más leen**

Un censo publicado por el INEC en 2012, reveló entre otras cosas, los porcentajes de lectura que tienen diferentes ciudades del Ecuador. En primer

lugar, tenemos a Guayaquil y Ambato con un porcentaje de 77% de la población, seguido por Machala con un 76%, mientras que en tercer lugar se encuentra Quito con un 70% y finalmente Cuenca con un 68%.

Así mismo, en Guayaquil la principal razón para leer es para conocer más información sobre algún tema en específico.

#### **4.1.2.2. Tipos de lectores que existen**

El mismo censo del INEC dice que los ecuatorianos se interesan en diferentes tipos de lectura, siendo periódicos y libros los principales medios, con 31% y 28% de personas que escogieron dicha opción respectivamente. Mientras que tan solo el 6% de las personas menciona al internet como un medio para la lectura.

Por otro lado si dividimos en hombre y mujer las estadísticas, tenemos que el 76% de los hombres le dedican al menos una hora de lectura al día, mientras que el 72% de las mujeres lo hacen.

#### **4.1.3. Mercado actual**

##### **4.1.3.1. Librerías que se dedican a la lectura infantil**

En Quito tenemos varias librerías dedicadas específicamente a la literatura infantil, en primer lugar tenemos una llamada El Oso Lector, librería dirigida por Carolina Bastidas, la cual posee una maestría en literatura infantil.

También, otra librería que ha adoptado esta iniciativa, es la Librería Carlos Fuentes, la cual se encuentra en El Fondo de Cultura Económica, donde podemos encontrar libros clásicos así como nuevas ediciones dedicadas a este segmento.

##### **4.1.3.2. Mercado infantil**

Una publicación realizada en 2017 por El Comercio DATA, indicó que la lectura infantil se mantiene en primer lugar de producción de libros, con un 7% de tasa de crecimiento anual, de igual manera, en la publicación podemos encontrar que se producen 3 libros por cada 10.000 habitantes.

De igual manera se ve un alza en el sector de las editoriales, hoy en día contamos con 605 mientras que en 2012 la cantidad era de 425. En Ecuador existen más de 1500 establecimientos dedicados a la impresión y venta de libros

#### **4.1.3.3. Ingreso generado por la literatura infantil al año**

Mientras que si hablamos de dinero, en 2017 se generó USD 38 millones en el área de la lectura, cifra inferior si comparamos al pico de 2013 el cual llegó a generar USD 40 millones.

#### **4.1.3.4. Tipos de lectura infantil que existen**

Dentro de la sección de literatura infantil podemos englobar los libros no por su género, sino más bien por la enseñanza que buscan causar en el pequeño lector, por lo que tenemos libros que:

- Buscan enriquecer su imaginación, los cuales buscan llevarlos por aventuras y exploraciones que solo podrían ver en sus sueños.
- Presenten grupos de personas de la manera más inclusiva, alejándose de los estereotipos, esto para alimentar el entendimiento, la empatía y la amistad.
- Les hablen de su historia étnica, para que conozcan su procedencia, sus orígenes, sus antepasados, etc.
- Causan preocupación del planeta donde viven, les enseñen cual es la realidad actual, cómo deben afrontarla y ayudar a un cambio positivo.
- Alimenten su curiosidad por conocer más, que sean incentivados a continuar leyendo y adentrarse cada vez más en diferentes libros y adquiriendo mas conocimiento.
- Despierten su interés en el futuro, cual va a ser el camino que quieran recorrer, que aprendan de diferentes profesiones, como se diferencian unas de otras y por qué son necesarias.
- Amplíen su conocimiento sobre problemas de otras personas en el mundo, que les brinden una nueva visión de su vida y la de los demás.

- Exploren sus emociones, que las exploten, que aprendan diferentes sensaciones; estos libros los hacen reír, tener miedo, emocionarse, llorar, frustrarse, entre muchas otras cosas.

#### **4.1.4. Lectura en diferentes edades**

##### **4.1.4.1. Edades en las que leen más**

El censo realizado por la INEC mencionado anteriormente, indica las siguientes cifras, donde podemos ver en qué edades se posee hábitos de lectura:

- De 16 - 24 años tenemos la proporción de 83% de personas con hábitos lectores.
- De 25 - 34 años tenemos la proporción de 74% de personas con hábitos lectores.
- De 35 - 44 años tenemos la proporción de 72% de personas con hábitos lectores.
- De 45 - 54 años tenemos la proporción de 71% de personas con hábitos lectores.
- De 55 - 64 años tenemos la proporción de 72% de personas con hábitos lectores.
- De más de 65 años tenemos la proporción de 62% de personas con hábitos lectores.

##### **4.1.4.2. Tipo de lectura según la edad**

Al momento de escoger un libro para un niño, hay que tener en cuenta que dependiendo de la edad, la lectura busca causar diferentes estímulos tanto físicos como cognitivos, por lo tanto podemos clasificar las lecturas de la siguiente manera:

- 2 a 5 años: el vocabulario del niño aumenta con gran velocidad en esta etapa, su lenguaje hablado empieza a tomar forma y adquiere un sentido de narración, estas lecturas ayudan a identificar letras, colores, formas, objetos, etc.
- 6 a 8 años: en estas edades es cuando la imaginación del niño empieza a desarrollar, las lecturas se vuelven más complejas, pero siendo claras

y unidireccionales, separadas por capítulos, las historias no tienen muchos personajes para que el niño no se distraiga y siempre suelen transmitir felicidad con un final positivo.

- 9 a 11 años: aquí el niño ya acepta que las palabras pueden tener diferentes interpretaciones, las lecturas ya empiezan a contar con reflexiones para que el lector analice, las ilustraciones empiezan a escasear para incentivarlo a imaginar lo que está pasando.
- Más de 12 años: aquí ya se ha pasado la fase de las ilustraciones, ya no juegan un papel importante en el libro, en cambio la lectura empieza a tratar temas más complicados, por lo que los libros que hablen de temas tabú son ideales, ya que les ayudan a comprender la realidad como, violencia, drogas, sexo, delincuencia, etc.

## **4.2. Aspectos de referencia**

### **4.2.1. Proyectos de fomento a la lectura en Ecuador**

#### **4.2.1.1. Estrategias de *retailing* aplicadas a una librería**

En Guayaquil, unos alumnos de la universidad católica, realizaron un proyecto llamado “Estrategias de *Retailing* aplicadas a una librería para incrementar los hábitos de lectura en la ciudad”.

La propuesta de los estudiantes está planificada para establecerse en Libri Mundi, la cual trata de que, la librería va a brindar un espacio fuera de lo común, donde los clientes puedan ver e interactuar con personajes literarios para que les cuenten sus historias.

#### **4.2.1.2. Proyecto didáctico para incentivar la lectura en niños**

Una alumna de la Universidad Internacional de Loja presentó su proyecto de titulación en el año 2017, el cual se trata de un proyecto didáctico para incentivar la lectura en niños de 2º de primaria.

El proyecto trata diferentes actividades a lo largo de 6 sesiones semanales donde se busca despertar interés por la lectura en los niños:

1. Lectura Corta: aquí se busca desarrollar la lectura grupal con la ayuda de cuentos cortos, a demás de enriquecer el lenguaje y la pronunciación.
2. Juego de Biblioteca: se realiza una simulación de la realidad de cómo se trabaja dentro de una biblioteca, tratándolo como un juego.
3. Compartir mi Lectura: compartir la lectura favorita de cada niño, incentivando a desarrollar una opinión propia a demás de practicar la escucha activa.
4. Las Fábulas: crear un debate sobre las diferentes interpretaciones que se puedan realizar sobre las fabulas, ayudando al niño a expresarse y a aceptar diferentes opiniones.
5. La Lectura Silenciosa: con este método lo que se busca es desarrollar una mayor concentración en el niño ya que este tipo de lectura está sujeta a ello.
6. Cuento Personalizado: los niños trabajaran en grupos para crear un cuento para que se sientan parte de la historia, fomentando la creatividad y trabajo en equipo.

#### **4.2.2. Proyectos exitosos de fomento a la lectura en el mundo**

##### **4.2.2.1. Biblioteca itinerante de colsubsidio**

Cuervo, R. (2018), alumno de la Universidad de la Salle, realizo un proyecto que consiste en pequeños talleres de lectura donde se realizan diferentes actividades:

- En el primer taller se lee el cuento “La historia del pequeño Bábachi”. Los niños comentaran lo que les gustó y disgustó al final de la lectura, mientras se sirven galletas preparadas tal y como lo hacia la madre del protagonista del cuento. Posterior a eso se les hará preguntas acerca del cuento a los niños, a demás de pedirles que ilustren diferentes elementos del mismo.
- El segundo taller consta de realizar grupos de lectura donde se les tomará el tiempo que requirió cada grupo para completar el cuento “Daniel y Las Palabras Mágicas”, el objetivo del taller es que cada niño dentro del grupo lea por turnos, de igual manera se les realizará preguntas al finalizar.

- Para el tercer taller, a los niños se les entregara un texto donde deberán encontrar las palabras perdidas, el objetivo es hacer que los niños aprendan a trabajar en equipo así como enriquecer el lenguaje en caso de que uno sepa una palabra y otro miembro del grupo no.
- En el cuarto taller, a los niños se les entrega un dispositivo con acceso a internet, donde habrá una página web preestablecida en donde tendrán que escoger un cuento y navegar por él, al finalizar, deberán escoger un personaje que les haya gustado y describirlo.
- Finalmente para el quinto taller, los niños deberán personificar de manera teatral un cuento, esto para observar su nivel de comprensión lectora, ayudar a expresarse en público y formar vínculos con otros niños.

#### **4.2.2.2. *Piccola Biblioteca Libera***

Llamada también la PiBiLi, ubicada en Milán, es un proyecto de una biblioteca con un toque distinto a las normales, está ubicada al aire libre y permite al usuario leer, trabajar, estudiar, comer, etc.

El usuario está en la total libertad de llevarse cualquier libro, evidentemente si lo devuelve después; esto alimenta los hábitos de lectura en las personas, brindándoles un espacio que los haga sentir en casa, como si el librero estuviese ubicado en su patio, pueden sentarse en los bancos de madera, leer, estudiar o trabajar en las mesas y relajarse.

A demás de que el espacio se puede volver un buen lugar no solo para tomarse su espacio personal sino también para compartir en grupo, la PiBiLi no es solo una biblioteca, es un espacio interactivo que ayuda a desarrollar diferentes capacidades y adoptar diferentes costumbres, aparte de innovar y cambiar el concepto de la gente en cuanto a las bibliotecas tradicionales. (*Redazione Il Librario*, 22 de septiembre del 2017)



### **4.3. Aspectos Conceptuales**

#### **4.3.1. Pedagogía**

##### **4.3.1.1. Cómo se aplica en el caso la pedagogía infantil**

Una publicación de Bordón, Revista de Pedagogía, hace énfasis en que la pedagogía moderna trata al juego como un recurso educativo, cuando se piensa en nuestra infancia, todos recordamos un juego que quedó anclado en nuestra mente ya que dicho juego nos brindó diferentes experiencias y emociones que nos hizo crecer como personas.

Podría decirse que el juego es la manera que tienen los niños de acercarse al mundo real, aprenden las reglas, normas, problemas, etc.

Por eso es tan importante el juego en la infancia, porque crea cultura colectiva, ayuda a relacionarse y crear vínculos, a demás de encontrarle un nuevo enfoque a la vida. En el ámbito educativo el juego debería ser primordial, ya que cualquier actividad se vuelve más atrayente si es divertido, por eso es que hay niños que vuelven un juego cualquier tarea, ya que esta “ludificación” les ayuda a concentrarse mejor en la tarea y hasta realizarla de manera más efectiva.

#### **4.3.2. Juego como aprendizaje**

##### **4.3.2.1. Qué es un juego de aprendizaje**

Los juegos educativos o de aprendizaje se diferencian de un juego normal ya que tienen como objetivo el desarrollo de habilidades con la particularidad de usar la ludificación de ciertas actividades para captar el interés del niño.

Un juego de aprendizaje puede ser utilizado para desarrollar habilidades como: dibujo, letras, números, etc. Y gracias a este método, los niños dejan el pensamiento de que el aprendizaje es una actividad aburrida.

##### **4.3.2.2. Ludificación de actividades**

Un proyecto de la Universidad Pedagógica de El Salvador, habla de cómo el juego y las actividades ludificadas son cruciales en niños ya que les ayuda a

desarrollar sensopercepciones, por lo que una vez más se vuelve a hablar del juego como método educativo.

¿Por qué a los niños les aburre algunas tareas del hogar y escuela? Porque no llaman su atención y no le encuentran sentido, prefieren desviar su atención hacia otros medios como la televisión y los videojuegos, lo cual entorpece su desarrollo.

Por lo que este proyecto lo que trata de explicar es que la solución no es simplemente sacar a los niños a un patio y hacerlos jugar, no es lo correcto, hace falta saber qué juego y en qué les va a ayudar el realizarlo.

Lo que se busca es crear un ambiente donde los niños exploren el mundo que les rodea a través de sus sentidos, ya que aprender cómo éstas funcionan es el primer paso al desarrollo cognitivo.

### **4.3.3. Diseño**

#### **4.3.3.1. Diseño de actividades infantiles usando *Design Thinking***

- **Empatizar:** Cuando hablamos de la creación de actividades, siempre se debe tener presente el usuario final al que va dirigido, enfocar de manera correcta la naturaleza de la actividad mediante un estudio de tendencias, esto para lograr una buena investigación etnográfica que nos facilite definir la temática del juego.
- **Definir:** Lo principal es la metáfora que le va a dar vida a la actividad, su concepto, qué harán los participantes y porqué lo hacen, esto dará paso a la estética de la actividad, será colorido, será con temática futurista, deberán resolver misterios, deberán superar pruebas, es aquí donde se establece todo eso.
- **Idear:** Aquí es donde se establecen los detalles, los objetivos, reglamentos, participantes, etc. Todo lo necesario para que la metáfora establecida anteriormente se pueda visualizar de manera clara.
- **Prototipar:** En esta etapa es donde se construye un modelo que permita simular todo lo mencionado anteriormente, no es necesario un modelo de alta fidelidad, con todos los colores, diseño y acabados, basta con algo que permita realizar un simulacro del juego.
- **Probar:** Esta es la etapa final antes del diseño, donde se realiza un primer acercamiento al juego, en esta etapa es donde se evalúan falencias, errores y demás fallos, todo lo necesario para dar paso al diseño final.

#### **4.3.3.2. Qué transmite un libro**

Como dice Zappaterra, Y. (2014) en su libro, el diseño editorial lo que busca principalmente esta profesión es transmitir de manera organizada y clara texto e ilustraciones, una idea o narración.

Un material editorial tiene como función transmitir conocimiento, entretener al lector, mantener la atención de la persona en la narración y despertar su interés en más lecturas similares.

#### **4.3.3.3. Criterios de diseño infantil que se pueden aplicar**

Bautista Vallejo (2001), de la Universidad de Huelva, habla en su proyecto de diseño de juegos para la educación infantil, que la principal característica para crear una actividad lúdica educativa es enfocarse en juegos de coordinación y manipulación.

Un gran número de juegos ayuda a desarrollar la capacidad intelectual de los infantes, ya que involucran fuerza, interacción con objetos, coordinación motriz, sentido del equilibrio, etc.

A demás, al momento de pensar en diseñar un juego infantil, teniendo en cuenta lo anterior, se debe tener como prioridad lo siguiente:

- Debe ser innovador: el error que cometen muchas de las instituciones educativas es no explorar nuevos materiales, y con esto no se refiere a algo físico, sino al medio por el cual se logra el objetivo, que es enseñar. Se encierran en la rutina, por lo que siguen la misma receta que aplicaron hace años y que hoy en día, quizás ya no tenga el mismo resultado.
- Debe ser motivador: se debe presentar una estrategia que capte el interés de los alumnos, ya que tomando en cuenta el punto anterior, las actividades rutinarias se usan mas como un método para “quemar tiempo” más que una verdadera planificación de un método educativo.
- Debe estructurar la realidad: las escuelas y colegios caen en el error de falsear o disfrazar la realidad, presentando como la única válida y

existente, lo que necesitan los niños es conocer lo que les rodea, más allá, fuera del molde predeterminado.

- Debe mediar las relaciones alumnos – materiales: otro error muy común es pensar que la tecnología es la culpable de todo; no tiene por qué serlo si se enfoca de la manera correcta, no importa el medio que se utilice siempre y cuando se asegure el aprendizaje y conocimiento del estudiante.
- Debe controlar los contenidos de enseñanza: darle un enfoque lúdico a la enseñanza es fundamental. Ya que los niños se enfocan mas en quien juega que en el contenido a enseñar.
- Debe ser una guía metodológica: actualmente se encuentra desfasadas el medio y el uso, en otras palabras, existen formas lúdicas que no son aplicadas correctamente ya que los docentes no tienen las habilidades o el conocimiento.
- Debe formar el aprendizaje: lo que buscan los medios es transmitir información y una visión del mundo, de manera clara y pausada, ya que contienen mensajes directos, explícitos, así como mensajes subliminales en los que hay menos incidencia.
- Debe ser depósito de la profesionalidad: volviendo a hablar de la rutina, algunas prácticas educativas son usadas de determinada manera, cuando debería proponerse nuevos medios y materiales.
- Debe ser un producto que se pueda comprar y vender: las enseñanzas, juegos y tecnologías educativas no están libres del mercado.

#### **4.3.3.4. Aplicación del DCU (diseño centrado en el usuario)**

La Revista CS (2016), enfocada en la difusión de conocimientos en humanidades y ciencias sociales, publicó un artículo que habla de cómo diseñar espacios de aprendizaje para que los niños desarrollen competencias.

El artículo brinda aspectos metodológicos sobre el diseño y enriquecimiento de espacios de aprendizaje, la calidad del desarrollo cognitivo y social está ligada a las prácticas en las que participe un niño, por lo tanto se debe tener en cuenta las siguientes consideraciones.

- Los niños desde que nacen ya cuentan con competencias innatas, por lo que el entorno debe explotar estas competencias, ya que las usan para el desarrollo de nuevas, esto para aprender a resolver problemas del mundo real.
- Los niños son conscientes del rol que desempeñan, todo lo que hacen, pueden hacerlo por iniciativa propia, aprender, pensar, explorar, conocer, etc. Incluso son capaces de regresar las veces que haga falta a algo que ya conocían, solo para comprender el asunto de mejor manera y generar una nueva forma de interactuar con él.
- El proceso de desarrollo en los niños no está marcado por un inicio y un final, por lo que no dependen de la edad para adquirir ciertas habilidades, pueden socializar en un entorno con personas de todas edades, así como la vida misma.
- Los niños no se desarrollan de manera solitaria, deben pertenecer a un grupo donde creen y fortalezcan vínculos, esto ayuda a la construcción tanto de su personalidad como su identidad, a demás de cómo son diferentes del resto.
- Un espacio educativo debe incentivar al niño a manipular objetos, hacer preguntas, interactuar en grupo, entre otras cosas. Esto ayuda a observar de manera clara el desempeño de ellos dentro de las tareas que se les proponga.

#### **4.3.3.5. Pautas para diseñar un espacio de aprendizaje activo**

Es crucial que éste tipo de espacio aplique lo que se conoce como aprendizaje activo. El aprendizaje activo es la forma de direccionar la concentración del niño hacia una tarea, elevando su grado de participación, lo que despierta su curiosidad y habilidad de superar retos.

Para diseñar un espacio de aprendizaje activo se debe tener en cuenta lo siguiente:

- El espacio debe ser dinámico, poder adaptar el mobiliario a las necesidades que se requieran, ya sea trabajos grupales, individuales, actividades o juegos, etc.

- Debe tener acceso a tecnología e internet, así como recursos para estudiar de manera autónoma y tomar apuntes.
- De igual manera el espacio debe fortalecer las relaciones entre los alumnos, darles un espacio donde puedan compartir de manera fácil y cómoda.
- Los humanos somos seres visuales, ya que es un recurso que nos ayuda a expresarnos y entendernos de mejor manera, por lo que el espacio debe contar con un lugar donde puedan expresar sus pensamientos e ideas de manera ilustrada.
- El entorno debe incentivar al dialogo entre los participantes, debe ser un espacio donde todos puedan ser escuchados y tratados de manera igualitaria.

#### **4.3.3.6. Aplicación de las TIC**

¿Qué son las TIC?, básicamente la abreviación para tecnologías de información y comunicación, en otras palabras, se podría decir que es la aplicación de diferentes recursos electrónicos para enseñar, comunicar y transmitir conocimiento; este recurso es excelente para facilitar a los usuarios acceder a la información así como también la clasificación y almacenamiento de la misma.

Díaz Barriga, F. (2005) realizó una publicación en la revista Tecnología y comunicación educativas donde entre varias cosas, habla de cómo se puede aplicar las TIC en un entorno de aprendizaje para potenciarlo y lograr un resultado más fructífero.

Los beneficios que se puede rescatar de este tipo de entornos son los siguientes:

- Formalismo: se puede planificar y regular las actividades.
- Interactividad: crea un vínculo más directo y personalizado entre el estudiante y la información.
- Dinamismo: permite trabajar en situaciones simuladas pero apegadas a la realidad, experimentando y explorando diferentes resultados.

- Multimedia: este tipo de entorno se basa en la integración de diferentes medios orales, escritos, ilustrados, audiovisuales.
- Hipermedia: relación de lo anterior mencionado junto con un lenguaje de hipertexto, creando una convergencia de tecnologías que envuelven al usuario para que éste pueda explorar con total libertad.
- Conectividad: crea una posibilidad de despertar un instinto de colaboración y de trabajo en equipo, no solo entre estudiantes sino también con el docente.

#### **4.3.3.7. Aplicación de *Transmedia Storytelling***

La llamada narrativa de transmedia, es una herramienta que se utiliza para contar una historia en varios medios o plataformas, siendo todas estas complementarias.

Es decir el contenido se ve segmentado y se esparce por estos medios, por lo que de faltar uno, no se entendería la historia o el mensaje; a demás se aprovechan las características de cada medio, haciéndolos cada parte de la historia única en su clase, pero necesarios para completar algo más complejo.

Lo que se busca con este concepto es involucrar de manera más activa al espectador, haciendo que la narrativa lo envuelva con todos los medios disponibles.

Así que en retrospectiva, la narrativa transmedia no es nada más que una historia contada en distintas plataformas, para lograr una participación más activa e interactiva del usuario.

#### **4.3.3.8. Principios de la relación Enseñanza - Aprendizaje**

En la publicación mencionada en el punto anterior también se habla de los principios que debe seguir un entorno donde se busque una correcta correlación entre aprendizaje y enseñanza:

- El aprendizaje es una forma de fabricar conocimientos mientras que la enseñanza es el medio por el que se lo logra.
- Una instrucción debe ser clara y concisa pero debe permitir tomar diferentes caminos, perspectivas, opiniones, etc.
- El aprendizaje debe darse en un entorno acorde, ya que el conocimiento que se vaya a adquirir depende del contexto donde se lo ejecute.

- Siempre se debe buscar compartir el aprendizaje por diferentes herramientas, signos y recursos humanos.
- La adquisición de aprendizaje se considera una actividad social y de relaciones.
- El proceso está ligado al contexto, cultura y actividad donde sea desarrollado.
- Aprender no solo se trata de adquirir conocimiento, sino de construir una comunidad social y participativa.
- Una de las principales metas debe ser la reflexión y práctica de estrategias.

#### **4.3.4. Reglas de literatura infantil**

##### **4.3.4.1. Tipos de recursos usados en libros infantiles**

Cervera, J. (1979) habla en su libro sobre como la literatura infantil es un conjunto de actividades, donde se aplica de manera consciente la voluntad del autor y qué es lo que busca causar en el lector; esto no siempre puede estar de manera implícita, ya que estos recursos pueden tratar, en el buen sentido, la manipulación y el adoctrinamiento.

La literatura infantil pretende presentar al niño, pequeñas pinceladas de lo que es el mundo real, concientizándolo en lo que puede alcanzar o lograr y lo que no, por lo general con una recurrencia a la fantasía, para captar el mayor interés del lector en la narrativa, sin ser consciente de que en realidad, está adquiriendo y desarrollando su propia visión del mundo.

#### **4.4. Aspectos Teóricos**

##### **4.4.1. Desarrollo infantil**

###### **4.4.1.1. Beneficios del uso del juego como aprendizaje**

El empleo de estos métodos logran una manera de enseñar mucho menos forzada, como ya se ha mencionado antes, se logra el efecto contrario cuando se trata de imponer algo a un niño.

A parte, un juego de aprendizaje se sale de los paradigmas establecidos, buscando un método alternativo de enseñanza volviéndola una manera nueva y poco convencional.



Una vez más, mencionemos que los niños aprenden mediante el juego, ¿pero qué es exactamente lo que desarrollan?, a continuación un listado:

- **Memorización:** los juegos de esta naturaleza se valen de actividades que requiere que se memoricen letras, números, patrones, secuencias, frases, etc. Lo que estimula el cerebro del niño.
- **Concentración:** al tener que centrarse en resolver diferentes actividades, los niños empiezan a prestar más atención a la tarea que deben realizar.
- **Paciencia:** ponen a prueba la paciencia, ya que suelen necesitar repetir la misma tarea varias veces hasta terminar el juego.
- **Creatividad:** al utilizar un método poco convencional al que no están acostumbrados, empiezan a explorar otras maneras de resolver las actividades sin la carga emocional de frustración que ofrece un método común en un aula de clase.
- **Autoestima:** no existe mejor recompensa para el cerebro que una tarea cumplida con éxito, lo que hace sentir bien al niño por haber logrado algo, lo que aumenta su seguridad para posteriores actividades.

#### **4.4.1.2. Capacidades cognitivas que se desarrollan con la lecto-escritura**

En una publicación de la Universidad de Málaga, se habla que hay darle un acercamiento a los niños a los textos, ya que les ayuda a desarrollar habilidades tales como: la relación entre el habla y la escritura, que los textos transmiten información, así mismo, que pueden interpretarse de varias formas, que escribir y leer es una actividad cotidiana; también pueden aprender a sostener un libro, periódico o revista de manera correcta así como pasar paginas.

De igual manera, ya se mencionó con anterioridad los diferentes objetivos que busca desarrollar la lectura en diferentes edades, alimentar la imaginación, enriquecer el lenguaje, crear vínculos, aprender sobre el mundo, entre otras cosas.

#### **4.4.1.3. Beneficio en su desarrollo**

La investigación de la Fundación Educacional Arauco, hecha en 2007, revela el desempeño que tienen los niños en el aprendizaje, cuando poseen un dominio lector.

La habilidad para leer se construye a partir de la lengua, lo que implica aprender un orden secuencial de palabras y oraciones, sintaxis, fonología, etc. Los alumnos que poseen dichas aptitudes desarrollan un buen desenvolvimiento en el lenguaje oral auditivo.

Por lo tanto la lectura se empieza a convertir en un recurso de experiencias lingüísticas, al aprender la lectura, contribuye a adquirir nuevos conocimientos sobre palabras, fonética, y ortografía en general.

Por lo que no solo se debe aprender la lectura y escritura, sino dominarla hasta desarrollar un gusto por la lectura.

#### **4.4.2. Impedimentos**

##### **4.4.2.1. Cómo perjudica a un niño no aprender la lecto-escritura**

Como se mencionaba antes, el dominio de la lectura influye ampliamente en otros ámbitos académicos, con la lectura nos adentramos a un vasto mundo de información, ayuda a desarrollar capacidades mentales esenciales para un correcto desempeño.

Como menciona la publicación de El Ideal Gallego, es importante incentivar a los niños en la lectura, ya que el promedio de éxito escolar está relacionado de manera directa a la capacidad de un niño no solo para leer sino para entender lo que lee.

##### **4.4.2.2. Cómo afecta la lectura pasiva en los niños**

Lastimosamente en la actualidad, leer es algo que para un niño es considerado aburrido, totalmente desligado a sus intereses, ya que como se ha dicho con anterioridad, los centros educativos tratan a la lectura como una tarea impuesta que debe ser cumplida por una calificación, por lo que muchos niños no le encuentran un verdadero placer por lo que prefieren evitarla.

En parte, la culpa la tienen los adultos, tanto docentes como padres, ya que o bien no se preocupan por el tipo de lectura que les interese a los niños o simplemente buscan una excusa para poner una calificación.

Anteriormente se habló de cómo la ludificación de una tarea ayuda en gran medida a despertar el interés de un niño en cierta actividad ya que, como se mencionaba, leer es una actividad aburrida y lo que los niños buscan siempre es jugar, levantarse, estar activos, por lo tanto, si se impone la lectura por obligación, solo se logrará el resultado totalmente opuesto al que se busca.

#### **4.4.2.3. Las instituciones vuelven aburrida la lectura**

A pesar de lo dicho, hay niños que están interesados en la lectura, pero es el sistema educativo el que acaba con ese entusiasmo porque eliminan la parte lúdica y la transforman en una tarea que debe ser cumplida.

Esto pasa porque en las escuelas la lectura se fomenta como una tarea pasiva que no tiene un objetivo más allá de terminar el libro y hacer un ensayo, entonces ¿qué pasaría si hicieran lo mismo con otras actividades?, ir al cine a ver una película que no nos guste y tener que entregar un reporte escrito.

Por lo que es crucial replantearse el método que utilizan las escuelas, ya que los docentes por lo general expresan un sentimiento de superioridad y obligatoriedad ante las tareas, lo que causa a los niños que repelan la lectura, en lugar de interesarse.

#### **4.4.3. Beneficios de la lectura como actividad grupal**

##### **4.4.3.1. Beneficio para los niños el leer en grupo**

La lectura compartida influye en gran medida al desarrollo del niño como ya se ha mencionado antes. Además de crear vínculos y construir una identidad, les ayuda a expresarse y aceptar opiniones diferentes a las suyas.

Además la lectura compartida ayuda a generar debate y discusión de la misma, lo que incide en una mejor comprensión de lo que se está leyendo, un niño siempre va a querer que alguien le explique lo que acaba de leer, ya que por más que se trate de hacer la lectura clara y lineal, siempre habrá temas que no se entiendan del todo.

Como ya se hablaba en puntos anteriores, la lectura compartida ayuda a comprender de mejor manera un texto, creando un conocimiento colectivo donde todos los participantes aportan su idea y opinión.

La lectura compartida influye en un futuro gusto por la lectura a demás de elevar el rendimiento académico como ya se ha dicho, un niño motivado, es un niño que tendrá un mejor desenvolvimiento.

#### **4.5. Aspectos Legales**

##### **4.5.1. Incentivos a la lectura**

###### **4.5.1.1. Planes de fomento para la lectura**

En el año 2017 se creó un plan de lectura, el cual lleva el nombre del escritor guayaquileño, José de la Cuadra, donde se reconoce que existe la necesidad de impulsar las conductas lectoras y consumos de la misma, para, según la Ley Orgánica de Cultura, promover una sociedad equitativa y soberana (artículos 120 y 126).

El Plan de Lectura José de la Cuadra consta de 3 ámbitos: estimular al lector, fortalecer al bibliotecario y fomentar el sector editorial. El primero se orienta a la promoción de la lectura, para que todos gocen de manera efectiva sus derechos constitucionales. El segundo está orientado a las bibliotecas y cómo estas deben ser espacios de prácticas lectoras y de acceso a la lectura. Finalmente el tercero, está orientado a crear un sector editorial con capacidades sólidas de producir y distribuir contenidos, ya que sin esto no se podría pensar en creación de hábitos lectores.

##### **4.5.2. Organizaciones**

###### **4.5.2.1. Quiénes regulan la publicación de libros**

Los encargados de la publicación de libros es la Cámara Ecuatoriana del Libro instituida en 1978, los cuales reúnen diferentes organismos tales como editores, distribuidores, revisteros, entre otros.

Desde su año de fundación, esta asociación se ha encargado de enriquecer y promover el sector editorial mediante el ejercicio de diferentes leyes, así como también servicios como ferias para el libro, y organización de eventos internacionales para contar con la presencia de editoriales ecuatorianas.

El CEL-NP es el principal representante del país en eventos internacionales, dándose a conocer este grupo como Grupo Iberoamericano de Editores (GIE), también es sabido que los que se encargan de las estadísticas de los libros en el país es la agencia ISBN Ecuador, por supuesto, contando también con la ayuda de CERLALC el cual ya se ha mencionado con anterioridad.

## **5. DISEÑO METODOLÓGICO**

El proyecto tomará como base el planteamiento de escenarios, ésta metodología se define como la conceptualización de una situación en un futuro, y que se compone de 5 etapas: diagnóstico de la situación actual, definición de la situación futura más pertinente, estimar los riesgos y falencias que pueden surgir por el azar, establecer el horizonte temporal y finalmente el planteamiento de la situación a donde se quiere llegar.

### **5.1. Tipo de Investigación**

Será tanto cualitativa como cuantitativa. En la parte cuantitativa se aplicarían encuestas a los niños para conocer sus hábitos de lectura y gustos relacionados con la misma, por qué no leen, etc. Así mismo, durante la etapa de validación se realizarán encuestas a alumnos y docentes para validar la eficacia de la solución. En cuanto a lo cualitativo, se trabajarán con sesiones de grupos focales donde se trabajará con los alumnos y sus respectivos docentes, en actividades de observación y participación en las clases para detectar posibles problemas conectados con la educación de la lectura.

### **5.2. Población**

La población para la que se va a diseñar es extremadamente amplia, ya que en el Ecuador hay una población de 519.992 niños en la edad de 8 a 10 años, representando el 12% de la población infantil total del país.

### **5.3. Muestra**

La muestra para el estudio poblacional, se calcula con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

*Figura 1.* Fórmula para calcular muestra.

El resultado para el muestreo sería de **180** después de usar la fórmula, debido a limitaciones como los recursos, el tiempo para realizar el proyecto, etc. No se podrá trabajar con la población total, por lo que se trabajará con los alumnos, docentes y padres de familia de 3ro a 5to de básica del Instituto Educativo Shyris Valdivia.

De igual manera para la validación del proyecto se trabajará con todos los estudiantes y profesores. La validación se realizará por 2 semanas para poder rediseñar el resultado a los cambios que surjan y obtener el producto/servicio final.

#### **5.4. Variables**

Para diseñar la actividad de fomento a la lectura, se tomarán en cuenta 3 variables principales: usuario, actividad y diseño, entendiendo que cada una abarca sus respectivas variables secundarias.

Estudiar al **usuario** asegura una correcta satisfacción de las necesidades, cubriendo todos los aspectos que se requieran para el proyecto. A demás, estudiar la **metodología** de enseñanza actual ayuda a averiguar las falencias en el método para así poder actualizar y desarrollar los elementos que formarán parte del servicio de lectura interactiva. Finalmente, analizar el **diseño** ayudará a establecer el camino creativo por donde se va a ir construyendo la actividad con el pasar de las semanas hasta llegar al resultado final.

Tabla 1

*Variables*

| Variable                     | Definición  | Tipo de variable | Posible valor  |
|------------------------------|---|------------------|--|
| <b>Usuario</b>               |   |                  |  |
| Edad                         | Tiempo de vida del individuo  | cuantitativo     | 8 a 10 años  |
| Sexo                         | Si es género masculino o femenino   | cuantitativo     | Niño o niña  |
| Condición física o cognitiva | Cuántos individuos poseen una limitación física o una condición cognitiva | cuantitativo     | 1 a 2 personas   |
| Miembros de la familia       | Cuáles son las personas con las que más interactúa el individuo           | cualitativo      | Padre, madre, hermanos/as, etc.                                |
| Tipos de lectura             | Qué género de lectura le interesa al individuo                            | cualitativo      | Fantástica, aventura, misterio, educativo, etc.                |
| Tipos de actividades         | Que tipos de juegos realizan los niños                                    | cualitativo      | De actividad física, de roles, deportivos, interpretación, etc |
| <b>Metodología</b>           |   |                  |  |
| Enseñanza                    | La manera de enseñar hábitos lectores                                     | cualitativo      | Participativamente, pasivamente, tradicionalmente, etc         |
| Entorno                      | En qué lugar el usuario aprende estos hábitos                             | cualitativo      | Escuela, hogar, patio de juegos, etc                           |
| Facilitadores                | Quien es el encargado de enseñarle al usuario                             | cualitativo      | Docente, padre de familia, tutor, etc.                         |
| <b>Diseño</b>                |   |                  |  |

|                      |   |              |   |
|----------------------|---|--------------|---|
| Herramientas         | Los elementos que van a formar parte del juego                    | cualitativo  | Modelo físico, reglamento, materiales de dibujo, packaging, tablero, etc. |
| Elementos Visuales   | Los elementos que van a estar impresos en el modelo, empaque, etc | cualitativo  | Formas, colores, fotografías, ilustraciones, etc.                         |
| Dimensiones          | Medidas del o los prototipos                                      | cuantitativo | 30 a 60 cm  |
| Colores              | Cromática apropiada para un los elementos                         | cualitativo  | Azul, rojo, verde, amarillo, anaranjado, violeta, etc.                    |
| Materiales           | Cuántos tipos de materiales se pueden aplicar                     | cualitativo  | Madera, cartón, papel, metal, plástico, etc.                              |
| Cantidad de personas | Cuántas personas van a participar en el juego                     | cuantitativo | 4 a 12 personas   |

## 6. DIAGNÓSTICO

### 6.1. Entrevista con Padres de Familia

Para la primera parte se realizó una entrevista rápida con una familia que se ajuste a los requerimientos del proyecto, por lo que las respuestas más relevantes están citadas a continuación

- **¿Ustedes leen?**

“Si leo, no necesariamente libros, sino también revistas o cualquier impreso”

- **¿Cuál es el motivo por el que leen?**

“Me gusta leer todo lo relacionado a mi profesión”

“Leo los temas que me interesan sobre todo para aprender más”



- **¿Cómo alimentan el hábito en sus hijos?**

“Les incentivamos comprándoles libros no necesariamente de literatura, sino cosas que les interesen, cómics, revistas, etc.”

“Siempre tratamos de leer en familia, y al pequeño le gusta cuando el mayor le lee”.

“Primero les enseñamos a que aprendan a manejar la computadora, si es que necesitan buscar algo ya lo saben hacer, las cosas que le van gustando lo vamos fomentando con la tecnología”.

“En la escuela hacen lectura comprensiva, comparten sus experiencias oralmente”.

“Al menor lee cualquier cosa que se le cruza entonces le hacemos leer siempre sea lo que sea”.

- **¿Cómo vuelven dinámica la lectura?**

“Le hacemos a la lectura graciosa, no les leemos tal cual es, sino que hacemos caras, gestos, les gusta que sea más una obra de teatro”.

“Leemos en grupo, comentamos lo que acabamos de leer, le hacemos divertida”.

“Cada ciertos párrafos paramos y les preguntamos qué entendió”.

“Le enseñamos cosas para que se enamore de la lectura sin que sea una obligación, antes lo veía peor que un deber, como un castigo”.

- **¿Cómo es el ambiente de lectura en el hogar?**

“No hay un sitio específico, en el jardín, en el sofá, en la cama, en el carro, es donde ellos se sientan cómodos”.

“Si no luego se hace más aburrido, porque ellos se sienten obligados a estar en un solo lugar, lo ven como un juego no como una obligación”.

- **¿Existe otro medio de lectura además de libros?**

“Tienen juegos dinámicos para que vayan reconociendo letras, personajes, para que vayan complementando lo que leyeron”.

“En el celular cuando abren un videojuego saben leer instrucciones, saben buscar instrucciones, cuando les gusta un personaje, van lo buscan lo imprimen y lo decoran, hacen dedicatorias para una tarjeta por ejemplo”.

“Lo van implementando en su vida diaria, ya no es solo lectura y escritura sino cuando quieren hacer algún detalle, todos los medios están disponibles”.

- **¿Los niños han desarrollado sus propios intereses y preferencias?**

“Claro que sí, no les obligamos a un tipo de lectura, lo importante es lo que a ellos les gusta”.

“Empezó con un libro de chistes y decíamos no importa siempre y cuando que lean y aprendan, así empieza el gusto a la lectura”.

“Tampoco les obligamos a que terminen un libro, si les gusto lo terminan, si no, no hay problema”.

- **¿Cómo ha observado que la lectura influyó en sus hijos?**

“Les ayudó a desenvolverse solos, antes preguntaban como se escribe esto, como se pronuncia esto, ahora ya ni preguntan, cada uno se ha vuelto independiente”.

“Ahora cada uno busca lo que les gusta, la primera herramienta que tienen es el internet”.

“les controlamos mucho los programas que ven pero si dejamos que investigue”.

- **¿Desde su punto de vista, cómo cree que sería la lectura en el futuro? sin limitaciones de recursos, tecnología u otros**

“En el futuro vamos a tener acceso a todo, no solo las cosas que nos dan en la escuela, la gente va a poder acceder a todo tipo de información vía internet, celular o lo que exista en esa época”.

“Seguirá siendo tanto profesional como por ocio, ya no va a ser restringido la información”.

“Todo seria a través de internet, en el que todos tengan acceso a cualquier tipo de lectura”.

“Podrás hacerlo en cualquier momento del día, ya sea al caminar, en el autobús, tomando un café o cosas así sin necesidad de utilizar tus manos o algo palpable”.

- **¿Creen que la tecnología les impide el desarrollo?**

“La tecnología hay que saberla utilizar, si la utilizas bien es una herramienta”.

“Si le das un celular para que juegue videojuegos le haces más mal que bien, la clave ahí está en supervisarle”.

- **¿Qué les parece la idea de la lectura como una actividad grupal?**

“Me parece espectacular, porque una de las actividades en familia que se pueda aprovechar, no solo para aprender sino también para compartir”.

“Todo lo que es en familia les encanta, siempre es hagamos, pero hagamos todos, juguemos, pero juguemos todos, veamos televisión, pero todos”.

“Si es un momento que te diviertes y encima aprendes, entonces genial”

## **6.2. Observación no participativa con los niños (29/sep/2019)**

Se estuvo junto a los niños como una visita cualquiera, pero se realizó un proceso de observación del momento clave y se descubrió lo siguiente:

- **Momento del día en el que leen**

No existe un horario al parecer, pero en esta ocasión se inició la actividad alrededor de las 20h00 una vez terminaron con los deberes.

- **¿Con quién lo hacen, quienes son los involucrados en la actividad o si lo hacen solos?**

Al hermano mayor le compraron un libro de *Gravity Falls*, por lo que tenía la curiosidad de leerlo, el hermano menor fue detrás de él, cada que había algo interesante se lo comentaban al papá o la mamá, invitándolos a que lean junto a ellos, el hermano menor siempre preguntaba qué dice en tal parte.

- **¿Quién decide qué leer, los padres o los hijos?**

En esta ocasión empezaron los 2 niños, ya que como se comentaba antes, tenían un libro nuevo de al parecer su caricatura favorita y querían leerlo lo antes posible.

- **¿Cómo se desenvuelve la actividad, intervienen recursos como actuar, entonación de voz, cambiar la historia original?**

En un momento ocurrió algo en el libro que le hizo decir al mayor, “*digamos que yo era este personaje y tu este otro*” por lo que pausaron la lectura y empezaron a jugar simulando a los personajes, quizás imaginando lo que acababan de leer, mencionaban los lugares de la serie, nombres de personajes, entre otras cosas, en un momento dado, los padres también se unieron al juego y trataban de actuar como los personajes, imaginando sus voces.

- **¿Siempre buscan seguir la historia o los participantes se pueden inventar su propia historia?**

En esta visita al parecer los niños optaron por leer hasta cierto punto y después actuar una especie de continuación no establecida dentro de la narrativa del libro.

- **¿Se involucra algún recurso tecnológico en el proceso?**

Esta lectura al parecer despertó una especie de sentimiento de compartirla con los presentes, por lo que me empezaron a preguntar si conocía a tal personaje, si había visto la serie, y claro me puse a buscar videos acerca del tema.

- **¿Qué hacen al finalizar la actividad, se realiza una discusión, moraleja, o similar?**

Los padres preguntaron sobre qué se trataba el libro, qué pasaba en la historia, qué hacían los personajes, qué pasó después y cosas de ese estilo, la detallada descripción que dieron me lleva a decir que sí entendieron toda la historia, quizás porque fue sobre algo que a ellos les gusta.

### **6.3. Recolección de información por medio de dibujos**

En esta actividad se pidió a los niños realizar dibujos siguiendo las instrucciones descritas a continuación:

**Nota:** los niños pidieron que los padres también participen por lo que ellos también realizaron un dibujo, pero diferente al que se pidió a los niños.

- **Dibujar cómo sería el entorno ideal en el que quieran leer, qué elementos debe tener, quiénes deben participar, cómo se debería realizar la actividad.**

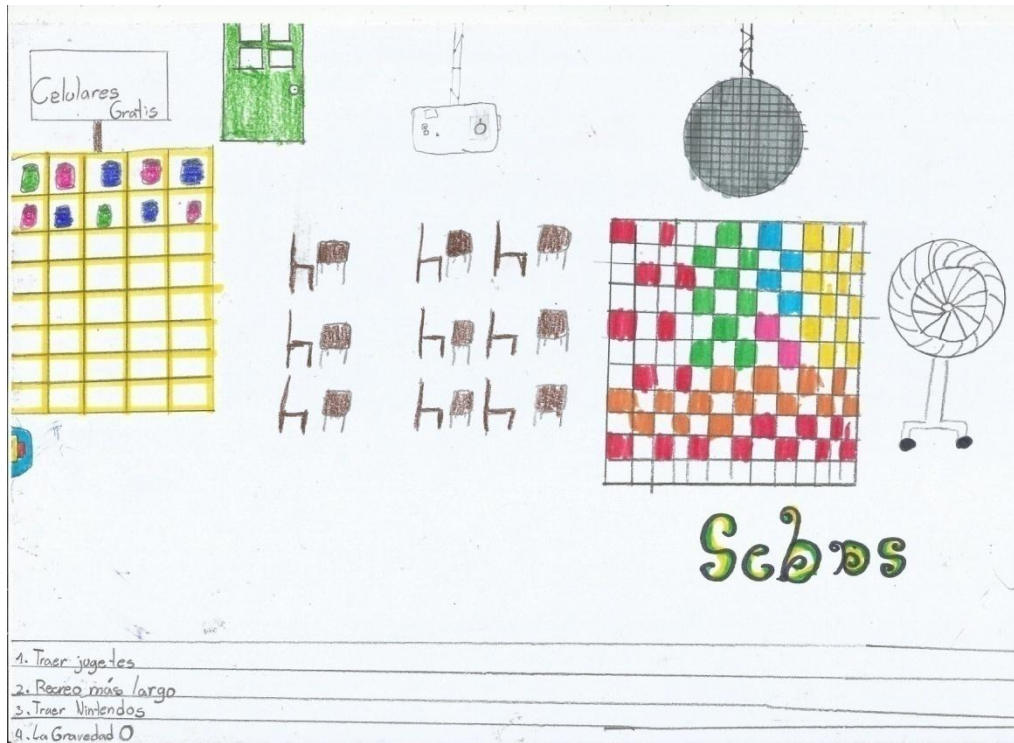


Figura 2. Dibujo 1-1.

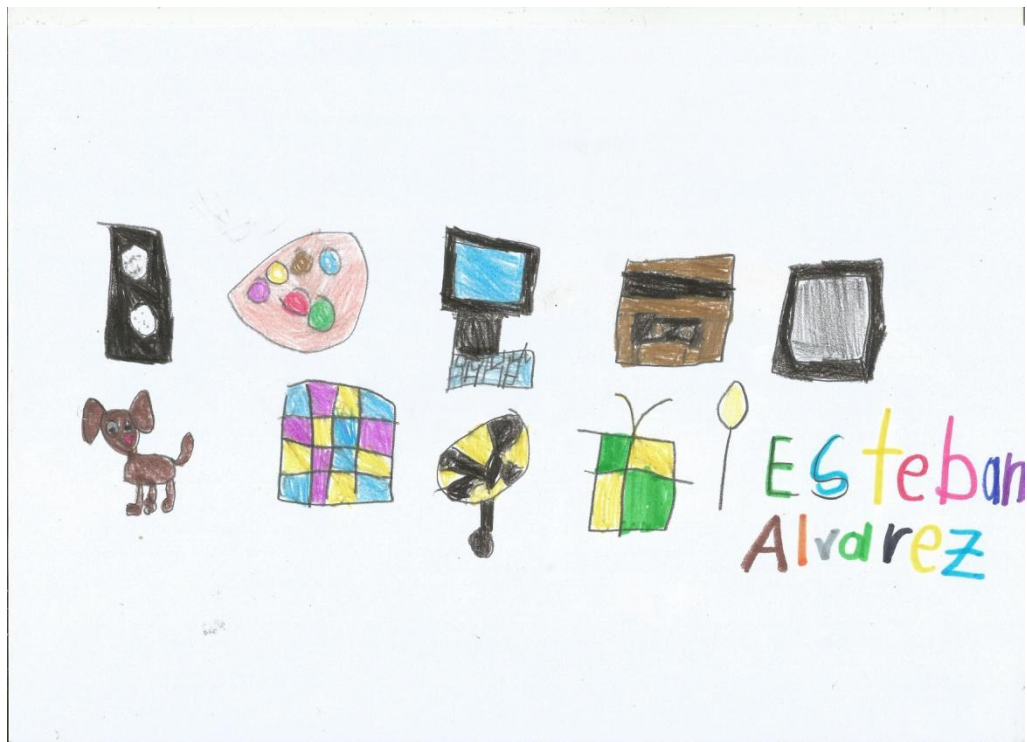


Figura 3. Dibujo 2-1.

### 6.3.1. Elementos o conceptos relevantes

1. En ambos dibujos los niños siempre mencionaban la presencia de celulares, que deben estar ahí porque les gusta buscar cosas y es más fácil de manejar que una computadora.
  2. Ambos mencionaban que debería haber un espacio de recreación donde ellos puedan jugar, bailar o hacer cualquier otra actividad física.
  3. En el caso del segundo dibujo, el niño dibujó un parlante, y porque dijo que debería ser un lugar donde haya sonidos, música, ese tipo de cosas.
  4. El mismo hecho de realizar la actividad fue algo que les gustó, querían seguir dibujando aun concluida la actividad, querían seguir utilizando los lápices de colores, marcadores y todo el material que se les brindó.
  5. En el caso del primer dibujo, el niño realizó una pequeña lista de los elementos que no podía dibujar o conceptualizar de manera gráfica, donde hago énfasis en el “traer juguetes”, por lo que me contó, le gusta utilizar sus juguetes como parte del juego.
  6. Los colores utilizados también son importantes, ya que cuando se les preguntó por que utilizan mas el color amarillo, verde o azul, respondieron *“porque son los colores que mas vemos”* jerarquizándolos por sobre sus colores favoritos.
  7. La manera en que decoraron sus nombres, ya que no simplemente los escribieron, sino que trataron de incorporarlo a la línea visual de lo que dibujaron, como si se tratase de una “marca personal”.
- **Dibujar cómo sería su libro ideal, qué funciones debe tener, de qué debe tratar, qué forma debe tener, etc.**



Figura 4. Dibujo 1-2.

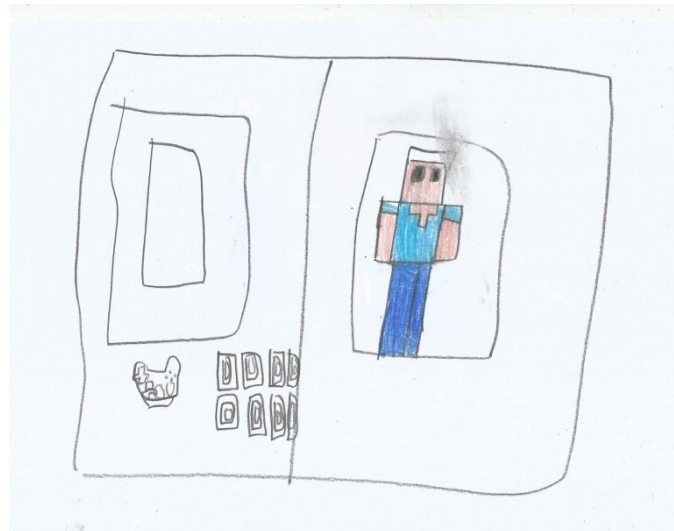


Figura 5. Dibujo 2-2.

### 6.3.2. Elementos o conceptos relevantes

1. En este caso ambos siguieron dibujando lo que ellos entienden como libro, un elemento cuadrado que se abre de un lado a otro.
  2. Al no saber cómo dibujar sus ideas optaron por contármelas, en ambos casos hablaron de que el libro debía ser un juego, que al momento de abrirlo uno pueda jugar con él.
  3. Un elemento destacable es los personajes que dibujaron, los cuales vienen del videojuego *Minecraft*, por lo que es evidente que es un juego que les gusta, pero la pregunta no es ¿por qué les gusta el videojuego? Si no ¿por qué decidieron incluirlo en su dibujo? A lo que contestaron que *“es un juego donde puedes hacer lo que quieras y como tú quieras”*.
- **Dibujar/describir cómo sería la actividad de lectura en 50 años hacia el futuro.**

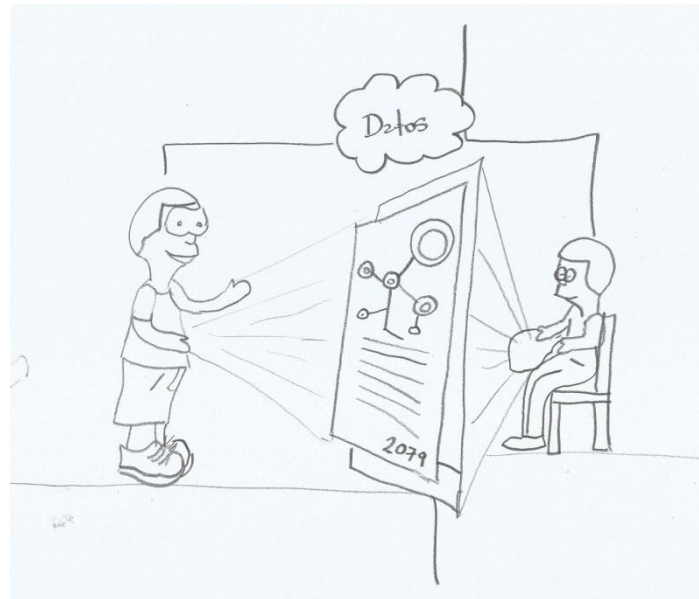


Figura 6. Dibujo 1-3.

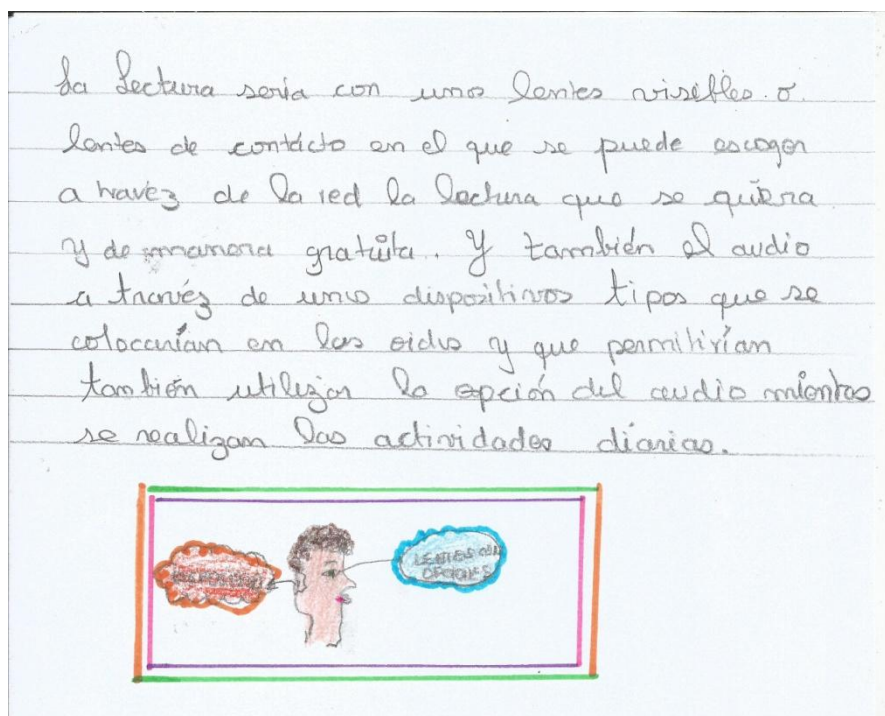


Figura 7. Dibujo 2-3.

### 6.3.3. Elementos o conceptos relevantes

1. Para el caso de los padres, los niños fueron los que los animaban a dibujar, ya que no querían ser los únicos que dibujaron.
2. En ambos casos los padres mencionan que la lectura ya no va a necesitar de un medio impreso o palpable.
3. En el segundo dibujo, la madre al inicio trató de explicar su idea con palabras, pero para que se entienda mejor lo que estaba tratando de explicar, optó por realizar un pequeño dibujo.



## 6.4. Investigación de conceptos útiles

### 6.4.1. ¿Cuál es la función principal de la lectura?

La lectura dicha de manera simple, busca transmitir un mensaje del autor hacia el lector a través de un medio que utilice un código común para ambos, llámese lenguaje.

Dicho mensaje que busca es que el lector enfrente la lectura de forma crítica e inquisitiva, que comprenda que la lectura lo está enriqueciendo en conocimiento, vocabulario y lenguaje.

### 6.4.2. ¿Cómo ayuda a un niño la lectura?

Como asegura Luis Arocha Mariño, la lectura es la actividad que mas enciende el cerebro de un niño, ya que desarrolla su creatividad e imaginación al hacer que imaginen personajes, mundos y situaciones.

Otro beneficio es el fortalecimiento de vínculos, se ha comprobado por el Centro Médico del Hospital de Niños de Cincinnati, Estados Unidos, que una lectura en familia activa los lóbulos parietales del cerebro del niño, sitios encargados del lenguaje, esto dicho de otra manera, los niños descubren nuevas palabras para nombrar al mundo, descubren la realidad y comienzan a entender de mejor manera lo que están escuchando.

En resumen, La lectura en voz alta desarrolla la capacidad de atención, también mejora su creatividad, incrementa la actividad en los lóbulos parietales del cerebro, aumenta el nivel de serotonina y dopamina, dos importantes neurotransmisores.

## 6.5. Conclusiones

Tabla 2.

*Conclusiones*

| Nº | Conclusiones  | Importancia |
|----|---|-------------|
| 1  | La lectura desarrolla 6 aspectos esenciales: imaginación, creatividad, lenguaje, conocimiento, comprensión y memoria.               | Alta        |
| 2  | A los niños les gusta más, cuando la actividad involucra a varios participantes.  |             |
| 3  | La lectura debe ser dinámica, hacer que no solo se active la mente sino también el cuerpo.  |             |
| 4  | La tecnología no entorpece su desarrollo si se les enseña que es una herramienta, bien empleada, les ayuda a ser más independientes |             |

|    |  |       |
|----|--|-------|
| 5  | Diferentes medios tecnológicos están presentes en el entorno del niño, por lo que en lugar de alejarlos hay que aprovecharlos.   | Media |
| 6  | Es posible emplear diferentes objetos paralelamente a la actividad, tales como dispositivos electrónicos, juguetes, material de dibujo, entre otros. Ya que esto ayudaría en investigación, comprensión lectora, debates, etc. |       |
| 7  | Es más fácil que les interese la lectura, si se trata de un tema que ellos conozcan o que les guste.   |       |
| 8  | A los niños les gusta cuando ellos tienen un cierto control de la actividad.   |       |
| 9  | La cultura de lectura nace desde el hogar con los padres.  |       |
| 10 | La lectura en voz alta beneficia altamente al desarrollo cognitivo del niño.   |       |
| 11 | Imponerle algo que no le interese a un niño logra el efecto contrario al que se quiere llegar.   | Baja  |
| 12 | Tener un espacio designado para la actividad no es tan necesario, ya que realmente podrían hacerlo en cualquier sitio.   |       |
| 13 | Al igual que con el lugar, la lectura no está necesariamente ligada a una hora específica del día, puede llevarse a cabo en cualquier momento.   |       |
| 14 | El dibujo es un excelente recurso para plasmar ideas y que el resto las entienda.  |       |

## 6.6. Targeting

Aquí se clasificó en macro grupos, los distintos tipos de usuario que se contemplan para el proyecto, abarcando todas las posibilidades de preferencias y hábitos.

### 6.6.1. Tipo 1 – Lectores formados

Es el usuario ideal, los niños que tienen hábitos lectores desarrollados, conocen sus gustos y buscan alimentarlo en todo momento. Entre sus principales problemas se encuentra la monotonía de una lectura tradicional en un libro.

### 6.6.2. Tipo 2 – Lectores casuales

El usuario que se encuentra en el medio sin llegar a ningún extremo, los niños que se interesan en la lectura pero no la han desarrollado o alimentado al punto del primer tipo. El principal problema en este segmento es encontrar la manera

de cautivarlos con la lectura ya que se encuentran en una fase de exploración y no encuentran su incentivo.

### 6.6.3. Tipo 3 – Sin hábitos de lectura

El ultimo tipo de usuario, los niños que no ven la adquisición de hábitos lectores como una necesidad, lo cual no es un punto de vista negativo, porque se interesan en otro tipo de actividades. El principal problema de este segmento es similar al del tipo 2, cautivarlos hacia el mundo de la lectura, pero no del modo tradicional el cual ya han rechazado en un inicio.

### 6.7. Retos de Diseño

Después de identificar usuarios, tendencias, conceptos y demás, queda por enlistar los posibles retos que va a enfrentar el proyecto en las siguientes etapas hasta su culminación.

- Siempre tener presente la lectura y su creación de hábito.
- Fácil Comprensión de uso.
- Hacer la actividad simple pero novedosa
- Estimule cuerpo y mente de los participantes.
- Logre captar la atención de los usuarios.
- Aceptación por parte de los usuarios.
- Que la actividad no esté ligada a un sitio específico.
- Lograr desarrollar los 6 aspectos esenciales.
- Involucrar a varios participantes al mismo tiempo.
- Paralelamente involucrar el uso de tecnología como herramienta.

### 6.8. Lista de ideas

Teniendo en cuenta los retos anteriores, se realizó una lista de posibles ideas para dar solución a algunos de los problemas y retos mencionados con anterioridad.

Tabla 3.

*Lista de Ideas*

| Nº | Idea   |
|----|--|
| 1  | Implementación de TIC's en el libro.                                       |
| 2  | Utilizar libros con realidad aumentada.                                    |
| 3  | Gymkana de actividades.  |
| 4  | Lectura separada en actividades, un fragmento actuado, otro dibujado, etc. |
| 5  | Crear tu propia historia y compartirla.                                    |

|           |   |
|-----------|---|
| <b>6</b>  | Aplicación para celular tipo videojuego de lectura.                   |
| <b>7</b>  | Videos interactivos de cuentos e historias populares.                 |
| <b>8</b>  | Nombrar la mayor cantidad de personajes siguiendo una característica. |
| <b>9</b>  | Dibujar tu propio personaje e implementarlo a una historia existente. |
| <b>10</b> | Crear una historia siguiendo las letras del abecedario.               |
| <b>11</b> | Teléfono dañado con frases de cuentos, títulos, personajes.           |
| <b>12</b> | Realidad virtual con ambientes de cuentos/historias populares.        |
| <b>13</b> | Crear una historia con juguetes y diferentes materiales.              |
| <b>14</b> | Actividad competitiva tipo “basta” o “párame la mano”.                |
| <b>15</b> | Desordenar una historia y encontrar el orden correcto.                |
| <b>16</b> | Juego de equipos y que cada uno actúe un fragmento de un cuento.      |
| <b>17</b> | Contar una historia solo con sonidos, música y similares.             |
| <b>18</b> | Libro que involucre a los participantes en la narrativa.              |
| <b>19</b> | Libros virtuales con actividades en internet.                         |
| <b>20</b> | Adivina la historia describiendo al protagonista personaje.           |

### **6.9. Matriz de Evaluación de ideas**

Aquí se ordena las ideas anteriores en una matriz que evalúa su impacto y su factibilidad.

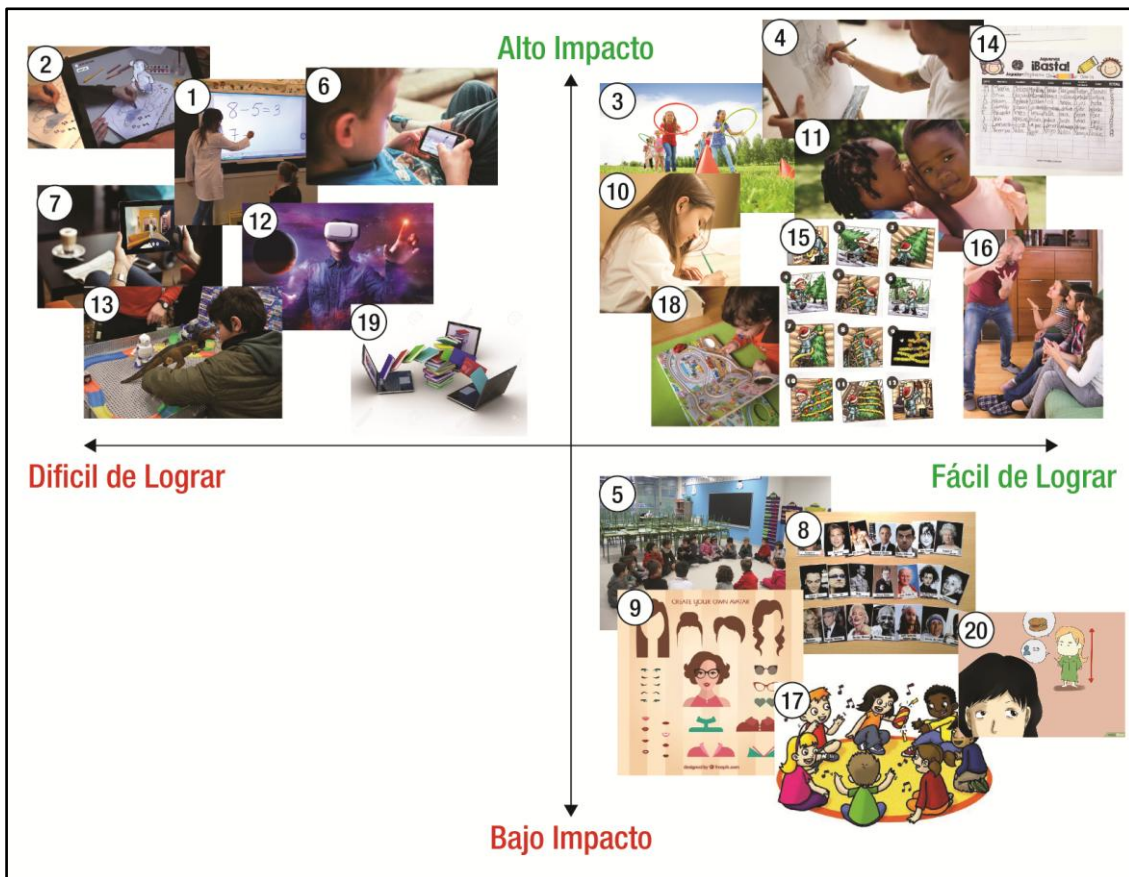


Figura 8. Matriz de evaluación de ideas.

### 6.9.1. Conclusiones

- Las actividades del proyecto deberían usar como base al cuadrante de alto impacto y fácil de lograr, ya que en su mayoría son actividades que desarrollan gran parte de los 6 aspectos esenciales: imaginación, creatividad, comprensión y memoria.
- Como complemento a lo anterior, las actividades del cuadrante fácil de lograr pero con bajo impacto pueden usarse para lograr una actividad grupal que desarrolle algún aspecto faltante como lenguaje y conocimiento
- Las actividades del cuadrante de alto impacto, pero difícil de lograr son las que involucran un elemento más tecnológico, si bien por tiempo no se podría lograr todos, se podría simplificar en una o dos actividades que implementen realidad aumentada y un dispositivo electrónico.




### 6.10. Análisis de adaptaciones de una obra literaria famosa

Para el análisis se trabajó con la obra Harry Potter de la autora británica *J. K. Rowling*, explorando las diferentes adaptaciones que ha tenido y por ende, encontrar las ventajas y desventajas de aplicar cada fórmula en el proyecto.

Tabla 4.

## Análisis de Harry Potter

| Adaptación  | Ventaja   | Desventaja  |
|---|---|---|
| <p style="text-align: center;"><b>Libros</b></p>  <p style="text-align: center;">Saga principal, bestias fantásticas, librería de Hogwarts</p> | <p>Una lectura siempre es buena para alimentar diferentes aspectos cognitivos como ya se ha mencionado antes.</p> <p>Se puede aplicar una lectura al proyecto para alimentar la comprensión de la actividad.</p>  | <p>Si bien la lectura tiene su parte buena, también puede jugar en contra para el proyecto si la hacemos muy extensa, causando que quizás la actividad no quede clara para los participantes.</p> |
| <p style="text-align: center;"><b>Películas</b></p>  <p style="text-align: center;">Saga principal y bestias fantásticas</p>                 | <p>Es un recurso para explicar y transmitir de manera más clara un mensaje, las personas al ser más gráficas, entendemos más con dibujos, fotos y símbolos, que leyendo solo palabras.</p> <p>A demás de ser un medio que se puede repetir indefinidamente hasta comprender el mensaje.</p> | <p>Es fácil caer en la monotonía al hacer un material audiovisual.</p> <p>Debe lograr ser llamativo y lo suficientemente claro.</p>   |
| <p style="text-align: center;"><b>Obra de teatro</b></p>  <p style="text-align: center;">Harry Potter y El Legado Maldito</p>                | <p>Caracterizar un personaje junto a un grupo de personas alimenta la creatividad y la imaginación.</p> <p>A demás de mejorar la autoconfianza y el desarrollo personal.</p>  | <p>Si bien es un excelente recurso para el proyecto, no todas las personas cuentan con la misma energía o imaginación.</p>  |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <p style="text-align: center;"><b>Videojuegos</b></p>  <p style="text-align: center;">Harry Potter Wizards Unite</p>   | <p>Una excelente manera de implementar la tecnología de los celulares como una herramienta.</p> <p>Mezclarlo con realidad aumentada llamaría la atención de cualquier persona.</p>   | <p>Realizarlo requiere de un tiempo relativamente largo, a demás de lograr una coherencia con el proyecto, que no se lo vea como algo innecesario u opcional.</p>  |
| <p style="text-align: center;"><b>Parques de Atracciones</b></p>  <p style="text-align: center;">The Wizarding World of Harry Potter, Harry Potter the Exhibition, The making of Harry Potter</p> | <p>Simular un espacio es un recurso muy bueno para involucrar a los participantes aun más en la actividad.</p> <p>Va de la mano con la actuación y personificación.</p>  | <p>Implementar algo como esto en el proyecto es complicado.</p> <p>Es difícil lograr una buena fidelidad al momento de recrear un espacio, ¿este sería imaginario, fabricado, dibujado en las paredes?</p> |
| <p style="text-align: center;"><b>Conciertos</b></p>  <p style="text-align: center;">Harry Potter Film Concert Series</p>  | <p>La actividad de escuchar música libera químicos relajantes en el cerebro, a demás de estimularnos físicamente.</p> <p>La inclusión de sonidos, música y demás recursos auditivos es excelente para lograr transmitir emociones.</p> | <p>Al igual que otros puntos hablados, incluir este medio requiere de una coherencia, que no se vea como algo agregado a la fuerza, debe ser un complemento de lo que sea que se busque lograr.</p>        |

### 6.10.1. Conclusiones

- Envolver al usuario en un entorno, ya sea físico, virtual o imaginario, hace que este se vuelva parte del mismo, activando su mente y cuerpo también.
- Desarrollar o interpretar un personaje fomenta la creatividad, ya que la persona se ve obligada a interactuar con situaciones, entornos y otros personajes, que requieren un alto requerimiento creativo.
- Los recursos auditivos son buenos no solo para mejorar aspectos cognitivos, sino también estimularnos físicamente y lograr una experiencia más inmersiva.
- No importa el medio que se emplee, todas están ligados a generar emociones.
- Compartir una actividad en grupo nos obliga a compartir nuestro punto de vista y así mismo escuchar y aceptar el de los demás, esto ayuda a formar criterio y comprensión.
- Leer o visualizar un medio nos ayuda en la agilidad mental, recordar ciertos detalles para conectarlos con otros más adelante.
- Utilizar el cuerpo para ciertas actividades mejora las habilidades psicomotrices, descubriendo nuevos movimientos, maneras de coordinar cuerpo y mente, a demás de generar una experiencia más fácil de recordar.

### 6.11. Planteamiento de escenarios

Se realiza un análisis de macro y micro tendencias en base a diferentes variables, teniendo en cuenta el arquetipo de libro, para plantear posibles escenarios futuros que nos ayudará a desarrollar la propuesta del proyecto.

#### 6.11.1. Antecedentes

- **Objeto:** Libro
- **Dónde lo utiliza:** Hogar, escuela, biblioteca, medios de transporte, parques, centros comerciales.
- **Necesidades:** transmitir información y conocimiento, desarrollar imaginación, creatividad, lenguaje, comprensión y memoria.

#### 6.11.2. Pregunta Estratégica

¿Cómo será la lectura en 20 años?

#### 6.11.3. Macro Tendencias

Político, Ambiental, Económica, Social y Demográfica.

#### 6.11.4. Micro Tendencias

Educación, Tecnológico y Actividad.



## 6.11.5. Matriz de Escenarios – Macro Tendencias

Tabla 5.

### Macro Tendencias

| Variable         | Escenario Pesimista  | Escenario Tendencial   | Escenario Ideal  | Escenario Optimista   | Referencia  |
|------------------|--|--|--|---|---|
| <b>Político</b>  | Se mantienen los nacionalismos y gracias al carente desempeño de los gobiernos, se dará lugar a una marcada desconfianza e insatisfacción pública que causarán disturbios y protestas en todo el mundo.  | Los gobiernos nacionales se dan cuenta de que se quedan muy pequeños para los problemas que son cada vez más mundiales, por lo que se empieza a buscar formar organismos que gobiernen múltiples naciones.   | La dinámica multilateral se ampliará a medida que las instituciones internacionales formales trabajen más estrechamente con empresas, organizaciones de la sociedad civil y gobiernos locales para abordar los desafíos  | Se logra consolidar la unión entre gobiernos, empresas y demás instituciones en muchos países, los lugares que emplean este método empiezan a notar una clara mejora en calidad de vida, economía y demás ámbitos.  | <a href="https://www.dni.gov/files/documents/nic/GT-Full-Report.pdf">https://www.dni.gov/files/documents/nic/GT-Full-Report.pdf</a>   |
| <b>Ambiental</b> | Los países utilizan hidrocarburos en una cantidad cada vez más alta, lo que aumenta en enorme medida los gases del efecto invernadero, causando grandes olas de calor que resulten en sequías permanentes, acabando con plantaciones, una de las principales fuentes de alimento, lo que desemboca en migraciones masivas, desencadenando disturbios sociales. | Gracias a la deforestación, urbanización, industrialización y demás procesos, dentro de 20 años la temperatura del planeta incrementará, lo que causará que se incrementen las sequías y las olas de calor, afectando fuentes de alimento en tierra y océano, causando que sea cada vez más difícil recurrir a la pesca y agricultura. | La geoingeniería o ingeniería climática, empieza a dejar la fase teórica y experimental y se empieza a aplicar en diferentes países, gracias a esto se comienza a controlar el cambio climático, aunque la temperatura siga aumentando, ya no lo hará en gran medida como antes, retrasando los impactos que eso significa | Gracias a la ingeniería climática, ahora todos los procesos que eran perjudiciales para el planeta, como la pesca y agricultura, son más sostenibles, así mismo las nuevas prácticas urbanas e industriales han ayudado a mitigar el problema, la temperatura ya no aumenta descontroladamente con el paso del tiempo, haciendo que se reduzca la frecuencia de catástrofes climáticas. | <a href="https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/MinofDef_Global%20Strategic%20Trends%20-%20202045.pdf">https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/MinofDef_Global%20Strategic%20Trends%20-%20202045.pdf</a> |
| <b>Económica</b> | Los daños de la crisis financiera de 2008 siguen presentes, los países afectados por la Gran Recesión experimentan reducción de la fuerza laboral y la disminución de las ganancias de productividad.  | A pesar de los remanentes de la crisis, el mundo busca mantener su progreso reciente en la erradicación de la pobreza extrema e integran rápidamente a las poblaciones en edad de trabajar en sus economías.   | Los países empiezan a utilizar la tecnología y la automatización en el sector laboral, y capacitan a los nuevos trabajadores en el mantenimiento, esto causa un impulso en productividad.  | Los avances tecnológicos en el sector laboral, ya implementados totalmente ayudan al mundo a salir de su período de estancamiento y se aprovecha todo el potencial productivo de los países desarrollados y en desarrollo, las economías empiezan a crecer rápidamente  | <a href="https://www.dni.gov/files/documents/nic/GT-Full-Report.pdf">https://www.dni.gov/files/documents/nic/GT-Full-Report.pdf</a>   |

|                    |  |  |  |  |   |
|--------------------|--|--|--|--|---|
| <b>Social</b>      | Se genera un choque entre la sociedad líquida y la sociedad sólida, por un lado existe incertidumbre por la liquidez y por otro, rechazo por el dogmatismo de lo sólido, la fragmentación social aumenta el riesgo de inestabilidad.   | La modernidad sólida y líquida conviven a la par con sus pros y sus contras, pero en un mundo que está sometido a un cambio constante, el no encontrar un camino que nos beneficie a todos, podríamos caer en inestabilidad.                                   | Si bien la sociedad líquida tiene sus contras, se logra estabilizar los problemas que trae consigo, la sociedad poco a poco deja de ser individualista y tratan de encontrar el bien común.  | El mundo en su gran mayoría se ha acostumbrado a los constantes cambios, por lo que la gente cambia con eficacia y siempre tratando de funcionar unitariamente para el desarrollo global.  | <a href="https://www.redalyc.org/pdf/181/18101917.pdf">https://www.redalyc.org/pdf/181/18101917.pdf</a>   |
| <b>Demográfica</b> | La población aumenta sin control, sobretodo en países no desarrollados, donde se registran los índices más altos de natalidad, el planeta no puede abastecer a todas las personas, por lo que algunos países sufrirían de una falta de recursos extrema, ocasionando una demanda insostenible. | Mientras países no desarrollados aumentan su población, en países desarrollados será distinto, los cuales en su lugar comenzarán a experimentar una caída en su población, lo que causaría una desestabilidad social, causando migraciones en masa repentinas. | El problema ahora se ha vuelto una oportunidad, en algunos países se aprovecha el incremento de inmigrantes en busca de trabajos, brindándoles los recursos y el conocimiento para lograr un alza significativa en la producción y la economía de esos países. | Se logra controlar y estabilizar la natalidad en la mayoría de países, si bien la población será mucho más grande en 20 años, se lo toma como una oportunidad de ganar fuerza de trabajo, muchos países comparten recursos para convertir a la gran cantidad de personas en trabajadores multitarea. | <a href="https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/MinofDef_Global%20Strategic%20Trends%20-%202045.pdf">https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/MinofDef_Global%20Strategic%20Trends%20-%202045.pdf</a> |

### 6.11.6. Matriz de Escenarios – Micro Tendencias

Tabla 6.

#### Micro Tendencias

| Variable           | Escenario Pesimista   | Escenario Tendencial   | Escenario Ideal  | Escenario Optimista  | Referencia  |
|--------------------|---|--|--|--|---|
| <b>Tecnológico</b> | Aunque el desarrollo tecnológico sea un hecho, muchas instituciones, editoriales y autores se niegan a adoptar el cambio, prefiriendo seguir la fórmula tradicional que les ha traído éxito en estos años, ignorando que esta fórmula dejará de ser efectiva en algún momento, lo que los llevará a la ruina. | La narrativa interactiva o hipertextual gana cada vez más terreno, pero de momento existe un equilibrio entre el libro impreso y el digital. | Los medios impresos comienzan a desaparecer, lo que da paso a un crecimiento de medios digitales para la lectura, ahora la narrativa hipertextual se comienza a estandarizar, trayendo consigo cambios en todo el contexto, editoriales, autores, bibliotecas, y demás involucrados. | Las imprentas son centros de digitalización, lo que se hacía sobre un papel se hace sobre una pantalla, las editoriales son productoras de actividades inmersivas, las bibliotecas son centros virtuales de conocimiento y los autores ahora son creadores de contenido digital. | <a href="https://hipertextual.com/2016/06/tecnologia-habitos-de-lectura">https://hipertextual.com/2016/06/tecnologia-habitos-de-lectura</a> |

|                  |  |   |   |  |   |
|------------------|--|---|---|--|---|
| <b>Educación</b> | Se mantiene el modelo original que se ha venido utilizando durante décadas, ocasionando que los nuevos profesionales no estén preparados para enfrentar un mercado laboral tan cambiante.                | Al vivir en un mundo que cambia a pasos agigantados, las instituciones están optando por una educación más formal, que sea a distancia y personalizado.                         | Empieza la llegada de los espacios virtuales, se comienza a adoptar un modelo de simulación, donde los docentes ahora son asesores de aprendizaje, causando que los estudiantes naveguen en el aprendizaje de manera personalizada. | Con la de los espacios de simulación y demás medios virtuales, ahora la educación es de más fácil acceso para una gran parte del planeta, pudiendo llevarse a cabo en cualquier lugar y siendo moldeable a las capacidades de cada persona.        | <a href="https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/MinofDef_Global%20Strategic%20Trends%20-%202045.pdf">https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/MinofDef_Global%20Strategic%20Trends%20-%202045.pdf</a> |
| <b>Actividad</b> | La lectura mantiene su naturaleza unidimensional, debido a que los actores involucrados se niegan a aceptar la influencia de la tecnología, haciendo que la lectura se mantenga como siempre lo ha sido. | Aunque la lectura tradicional se mantenga, la gente empieza a optar por medios digitales, en consecuencia, la actividad comienza a evolucionar según las diferentes necesidades | La lectura tradicional es un concepto que evoluciona, ahora se vuelve multidimensional , viene acompañada de diferentes medios que envuelven al usuario, la creación del hábito se vuelve más interactiva.                          | La lectura ahora es una actividad más flexible y más personalizada, el protagonismo de los lectores cambia, ya no son solo espectadores, sino que son parte de la narrativa, están sometidos a no solo estimular su mente, sino también su cuerpo. | <a href="https://www.lavanguardia.com/cultura/20180926/452033746441/como-sera-libro-futuro-brl.html">https://www.lavanguardia.com/cultura/20180926/452033746441/como-sera-libro-futuro-brl.html</a>   |

## 6.11.7. Escenario Seleccionado – Supuesto III – Ideal

### 6.11.7.1. “2040, Postmodernidad Líquida”

Para el año 2040, muchos aspectos mundiales se encuentran en camino a mejorar notablemente si es que ya no lo han hecho ya, esto gracias al trabajo en conjunto de gobiernos, empresas y demás instituciones, que han logrado implementar con éxito la multilateralidad en muchos países.

Estos países han notado una enorme mejoría en fuerza laboral, economía, calidad de vida e igualdad de oportunidades en la población, todo esto se ve reflejado en el desarrollo de nuevas tecnologías.

De igual manera, esto ha causado que el mundo se adapte a la misma velocidad del mundo en constante cambio, logrando una nueva era de modernidad líquida combinada con avances tecnológicos.

Varios ejemplos de estos avances son la automatización de procesos, la geoingeniería, la creación de espacios virtuales, entre otros. Pero el ejemplo que nos compete es la lectura del futuro, la pregunta no será ¿qué leemos? Sino ¿Cómo lo hacemos?

Ahora la lectura no es una actividad unidimensional, es decir, ya no se limita a un solo formato y a una sola manera de llevarla a cabo, sino que se basa en el concepto de *transmedia storytelling* para envolver al usuario en una narrativa que abarca muchos medios, el internet, música, dispositivos electrónicos,

realidad aumentada, interactividad donde antes no la había, es grupal y compartida, se puede llevar a cabo en cualquier sitio, pero lo más importante, se mantiene el desarrollo de los mismos aspectos cognitivos, pero de una forma mejorada.

## **7. DESARROLLO**

### **7.1. Brief de Diseño**

Tomando las conclusiones de la primera etapa, se procede a realizar el brief donde se establece los lineamientos para empezar con el proceso de diseño.

#### **7.1.1. Resumen del Problema**

Los niños buscan otras maneras distintas a la lectura convencional, para aprender acerca de su realidad, la actividad poco a poco se ha ido desligando de sus intereses actuales, debido a diferentes factores, tecnológicos, culturales, sociales, etc.

#### **7.1.2. Target**

- Principal: niños de 8 a 10 años dentro del tipo de usuario n°2, con hábitos de lectura en formación.
- Secundario: niños de 8 a 10 dentro del grupo n°1 y n°3, es decir con hábitos lectores formados y sin hábitos, respectivamente.
- Secundario: padres de familia de cada usuario (sujeto).

#### **7.1.3. Posibles Requisitos de Diseño**

1. Desarrollar los 6 aspectos esenciales de la lectura: imaginación, creatividad, lenguaje, conocimiento, comprensión y memoria a manera de actividades separadas para cada aspecto, que el usuario sea capaz de elegir sobre cual quiere trabajar cada que inicie.
2. La actividad debe funcionar tanto de forma presencial como de forma virtual con un grupo de participantes ya sea entre familia o un grupo de amigos.
3. Utilizar dinámicas tipo juegos que hagan que el usuario trabaje su mente y cuerpo.
4. Dirigirse al usuario con hábitos de lectura en creación (tipo 2), pero sin excluir a los otros 2 tipos de usuario, ni a los padres de familia, es decir todos deben poder participar.
5. Poder funcionar en distintas plataformas, ya sea celulares, computadoras o televisores.

6. Utilizar el *transmedia storytelling* haciendo que la actividad se divida en una combinación de distintos medios como celulares, computadores, televisión y que todos sean necesarios para completarla.
7. Evidenciar el escenario planteado, entendiendo que en el futuro ideal, el proyecto está dentro de un entorno donde todo es adaptable.
8. Poder llevarse a cabo en cualquier lugar y a cualquier hora.
9. Como el target son niños, el funcionamiento debe ser de fácil entendimiento, escoger e iniciar las actividades, las instrucciones y explicaciones deben ser simples y no extensas.
10. La actividad debe poder repetirse las veces que se desee, pero cada dinámica no debe ser demasiado extensa para no aburrir al usuario, un aproximado de 10 minutos por dinámica es suficiente para mejorar los aspectos mencionados.
11. Involucrar al usuario, que no sea un simple espectador similar a ver un video o una película, la actividad debe hacerlo participe.
12. Incluir las ideas del cuadrante de alto impacto/fácil de lograr de la matriz de evaluación de ideas, es decir utilizar la actuación, el dibujo, la creación de historias y personajes, reconocimiento de historias o personajes y aplicar condiciones especiales, reglas o limitantes para más dificultad.
13. Debe utilizar un estilo gráfico infantil y alegre en todo el diseño de colores, personajes, y demás elementos para que resulte atractivo para el usuario y acorde a los gustos comprendidos en esa edad.
14. El usuario debe tener un control parcial sobre la actividad, debe poder escoger entre distintas actividades, escoger el número de participantes, si es grupal o es individual, debe poder escoger sobre que plataforma llevarla a cabo.

## 7.2. Análisis en Retrospectiva

Para poder llegar a un primer grupo de propuestas proyectadas 20 años en el futuro, se debe analizar cómo evolucionó la actividad y su contexto desde hace 20 años, es decir desde el 2000 hasta la actualidad.

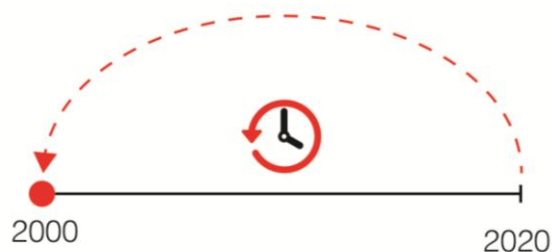


Figura 9. Análisis en retrospectiva

- **Año 2000:** Se publicó el primer libro en formato 100% electrónico, se trata de *Riding The Bullet* del Autor Stephen King.
- **Año 2001:** La empresa Apple inventa el *iPod*, lo que dio paso a un boom en audio libros.
- **Año 2005:** Se lanza la plataforma *YouTube* por Steve Chen, Chad Hurley y Jawed Karim, la cual se convertiría en el sitio más importante para compartir contenido audiovisual.
- **Año 2007:** La empresa Amazon lanza por primera vez el *Kindle*, el principal dispositivo para leer libros electrónicos.
- **Año 2013:** La impresión 3D permite la materialización de un objeto a partir de un archivo digital.
- **Año 2015:** Microsoft lanza su tecnología *HoloLens*, lentes de realidad aumentada que pueden ser aplicados a la ciencia, arquitectura, videojuegos, etc.
- **Año 2016:** Apple lanza sus *AirPods*, audífonos que cuentan con lo último en tecnología inalámbrica y portátil.
- **Año 2018:** La impresora *Vulcan 3-D* es capaz de crear estructuras de viviendas básicas, permitiendo materializar una casa en menos de 24 horas.

### 7.3. Generación de Propuestas

Después de haber analizado la evolución pasada, se conoce los posibles alcances a los que puede llegar el proyecto en 20 años.

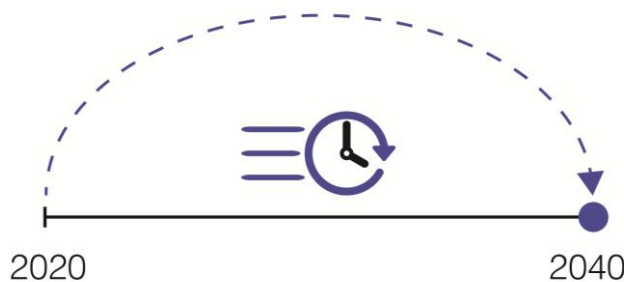


Figura 10. Proyección al futuro.

#### 7.3.1. Matriz de Ideas

Se toman los requisitos de diseño para generar 4 propuestas ubicadas en los cuadrantes de una matriz de generación de ideas, la cual va desde lo objetual hasta el servicio y desde lo virtual hasta lo presencial.

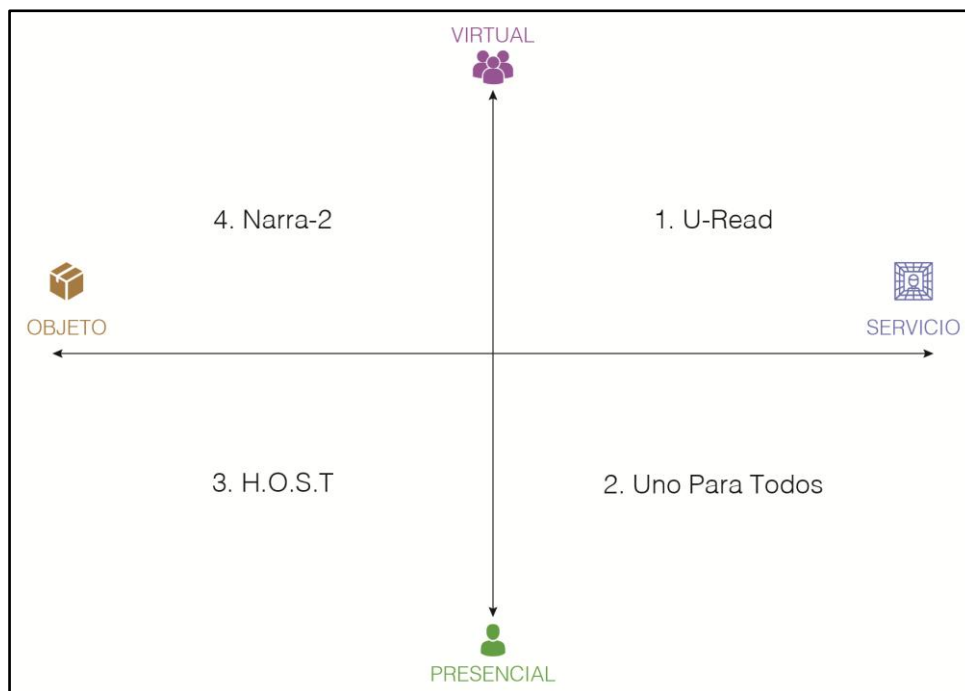


Figura 11. Matriz de ideas

### 7.3.1.1. Descripción Detallada

1. U-Read – Virtual/Servicio: El usuario contrata un servicio que ofrece diferentes tipos de historias clasificadas dentro de cada uno de los 6 aspectos esenciales, el usuario puede elegir la historia, en qué dispositivo reproducirla, ya sea portátil, fijo, inmersivo, auditivo y demás, cuantos participantes tendrá ese momento la actividad y el método en el que lo hará; es decir, suponiendo que el niño escoge participar junto a sus padres los participantes, eligen un cuento, elige el audio narrado, y elige desarrollar la memoria y para los padres la imaginación. Por lo que el niño al final deberá responder preguntas sobre la historia, los personajes y demás datos relevantes, mientras que los padres deberán hacer ejercicios de dibujo, recreación y actuación para mejorar su imaginación; y así se les dará una puntuación y un porcentaje de mejora de antes y después de iniciar la actividad. Así mismo, el usuario puede editar las características en cualquier momento, por ejemplo hasta cierto punto tener la historia narrada y cambiar al modo visual dentro de un dispositivo portátil junto con realidad aumentada, o pasar al video interactivo en un dispositivo fijo, todo en el mismo punto donde se quedó, sin tener que tener que repetir la historia.
2. Uno Para Todos – Presencial/Servicio: Los usuarios descargan una aplicación que funciona de manera sencilla, simplemente se inicia y se elige entre 6 aspectos esenciales a desarrollar, cada uno cuenta con su propia dinámica única, con la peculiaridad que la aplicación se adapta al número de participantes y de dispositivos enlazados disponibles, por

ejemplo, 2 personas eligen participar en el juego dentro de la sala del hogar, y cuentan con la aplicación en 2 dispositivos móviles y en un dispositivo fijo, la aplicación modificará las dinámicas para que se aproveche todas las plataformas.

Las instrucciones de cada actividad se desplegarían en un dispositivo fijo, y los participantes deban utilizar sus dispositivos móviles como herramienta para completar las dinámicas.

3. H.O.S.T – Presencial/Objeto: Los usuarios adquieren un objeto con forma de prisma de 6 caras, el prisma funciona a modo de Anfitrión de un juego, para que funcione simplemente hay que decirle cuantos participantes habrá de ahí el Anfitrión hará el resto, cada cara contiene una dinámica específica destinada a desarrollar un aspecto esencial, se decidirá al azar cada dinámica y la plataforma donde realizarla.

Por lo que, suponiendo que el Anfitrión asigna a un participante la creatividad, podría decirle que en ese momento dibuje un personaje con una lista de palabras en específico, o si hay muchos participantes, el Anfitrión podría asignar equipos y decir que desarrollarán el lenguaje, por lo que en su celular deberán anotar la mayor cantidad de palabras siguiendo alguna condición.

Al finalizar el juego, el Anfitrión no solo dictará el ganador sino que le dirá a cada participante en que aspecto obtuvo mejor desempeño y cuanto se desarrolló.

4. Narra-2 – Objeto/Virtual: Un dispositivo tipo consola de videojuegos que conecta a todos los usuarios que la compren dentro de una sala de actividades, dentro de la sala los usuarios pueden elegir participar en distintas dinámicas, cada dinámica está separada en cada uno de los aspectos esenciales de la lectura, cada aspecto tiene su propio conjunto de juegos dependiendo de lo que se quiera desarrollar, se puede encontrar actuación, dibujo, nombrar personajes, reconocer historias, entre muchas más, cada una requerirá de distintos dispositivos portátiles, fijos, de audio, etc. Además de poder crear sus propias salas privadas para conectar con amigos o familiares desde sus propias casas y por último, cada usuario puede crear su perfil en línea para compartir sus resultados de aprendizaje y su desempeño en cada aspecto.

### **7.3.1.2. Evaluación de Ideas con Matriz Pugh**

Para elegir la mejor propuesta se utiliza la matriz *Pugh* evaluando los que deberían ser los criterios más importantes que debería poseer cada una, es decir, aquellas características que son vitales.



Tabla 7

## Matriz Pugh

|                  |                             | Propuesta  |                |            |          | Grado de relevancia |
|------------------|-----------------------------|------------|----------------|------------|----------|---------------------|
|                  |                             | U-Read     | Uno Para Todos | H.O.S.T    | Narra-2  |                     |
| Criterios        | Innovador                   | 1          | 1              | 1          | 1        | 40                  |
|                  | Fácil de entender           | 0          | 1              | 1          | 0        | 20                  |
|                  | Funciona en Cualquier Lugar | 1          | 1              | 0          | 0        | 20                  |
|                  | Personalización             | 1          | 1              | 0          | 1        | 30                  |
|                  | Transmedia Storytelling     | 1          | 1              | 1          | 1        | 40                  |
|                  | Establecido en 2040         | 1          | 1              | 1          | 1        | 40                  |
|                  | <b>Total</b>                | <b>5</b>   | <b>6</b>       | <b>4</b>   | <b>4</b> |                     |
| <b>Ponderado</b> | <b>170</b>                  | <b>190</b> | <b>140</b>     | <b>150</b> |          |                     |

Como se puede observar dentro de la matriz, la segunda propuesta, con 190 puntos, fue la que obtuvo el mayor puntaje en los criterios evaluados, la primera propuesta, con 170 puntos, se encuentra en segundo lugar y finalmente la tercera y cuarta propuesta, con 140 y 150 puntos respectivamente, se encuentran en tercer lugar.

#### 7.4. Propuesta Final

Después de evaluar la mejor idea, se pasa a realizar la propuesta final tratando de rescatar ciertos elementos destacables del resto de ideas para lograr una sola propuesta sólida y llamativa.

##### 7.4.1. “Anfitrión” (Servicio/Virtual/Presencial)

- **¿Qué es?:** Un servicio que ofrece diferentes historias con la cualidad de poder alternarlas entre distintas plataformas y modos de interactuar con ellas, Anfitrión se adapta a cada usuario y le ofrece una experiencia personalizada desde el primer momento.
- **¿Cómo funciona?:** Los usuarios cuando adquieren el servicio deberán de hablar con Anfitrión el cual hará un registro sonoro de su voz haciendo que esta sea la manera de registrarse, de igual manera, Anfitrión les ofrece un avatar que podrán personalizar a su gusto y es

con el cual interactuarán dentro de la interfaz, una vez dentro, tienen acceso a distintas historias las cuales han sido adaptadas al formato que se propone, existen 6 maneras de interactuar con las historias, cada una ligada a cada aspecto esencial de la lectura y se puede intercambiar entre una u otra en cualquier momento, así mismo se puede intercambiar entre dispositivos dependiendo de la situación, sin perder ningún progreso.

De igual manera, al terminar cada historia, se le brindará al usuario un porcentaje de mejora con respecto a su habilidad y experiencia previa la cual se almacenará en su perfil, pudiendo ver su nivel de mejora tras cada sesión. Por último se pueden organizar actividades o sesiones en grupo donde Anfitrión preparará y notificará a cada usuario invitado.

Por último, al ser un servicio adaptable, la interfaz de interacción principal se adecuará a cada usuario, por lo que no perderá tiempo encontrando opciones, botones o menús.

- **¿Cómo se empieza?:** Inicialmente se elige la historia que se desee, una vez dentro de cada historia se puede elegir 2 caminos, realizar la sesión completa es decir, pasar todos los capítulos disponibles, o irlos eligiendo de uno en uno, cada actividad dura un aproximado de 10 – 15 min. Así mismo, se puede elegir el método en el que se llevará a cabo el capítulo o la historia, se podrá elegir entre: imaginación, creatividad, lenguaje, conocimiento, comprensión y memoria.
- **¿Qué pasa al final?:** Cuando se termine la historia, Anfitrión le asignará un puntaje a cada participante dependiendo de su desempeño en la misma, estos resultados se verán reflejados en su perfil y así el usuario sabrá cuáles aspectos son su fortaleza y en cuál aspecto debe mejorar. Aparte, Anfitrión ofrece diferentes retos o desbloqueables que el usuario puede ir consiguiendo a modo de trofeos.
- **¿El servicio crea las historias?:** La empresa creadora de Anfitrión adapta historias al particular formato que ofrece, cada vez que se agregue una nueva historia a la biblioteca, se notificará al usuario dependiendo si está relacionada con sus intereses previos.

#### 7.4.2. Moodboards de inspiración

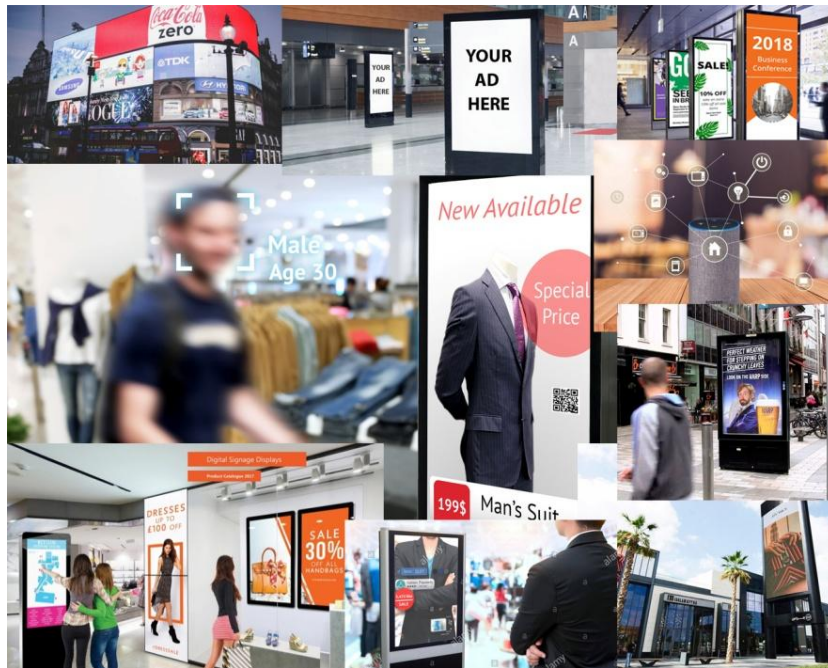


Figura 12. Moodboard 1.

El primer moodboard sirve para ejemplificar como funcionaria la publicidad del escenario futuro, donde se destaca la capacidad de adaptar cada una a los diferentes usuarios, como se puede observar, los anuncios tendrán la capacidad de escanear al usuario al detectar coincidencias con un perfil de usuario ideal previamente establecidas, para que de esta manera, se muestre una publicidad más ligada a los diferentes intereses.



Figura 13. Moodboard 2.

En este segundo moodboard podemos ver de manera más clara como sería el funcionamiento de Anfitrión en un ambiente familiar, haciendo uso de

tecnología como realidad aumentada, holograma, ambientación audiovisual y proyección para crear un verdadero ambiente interactivo que envuelva a los usuarios y que no sean espectadores, sino también partícipes de la actividad.



Figura 14. Moodboard 3

En el último moodboard podemos ver como sería el funcionamiento transmedia de Anfitrión, la persona podría estar en un momento en su vehículo mientras Anfitrión le cuenta de forma auditiva la historia, y al llegar a casa, con presionar un botón, Anfitrión tendrá la capacidad de cambiar al modo visual, proyectado a forma de hologramas, sin tener que empezar desde el inicio la historia.

### 7.4.3. Storytelling de Anfitrión

Emanuel y Rebecca son unos niños de 10y 8 años que viven en pleno 2040, Emanuel es bastante curioso, por lo que siempre está investigando y preguntándose todo, mientras que Rebecca es más activa, le encanta las actividades que la dejen cansada, por lo que en consecuencia, siempre están buscando formas de aprender sobre su entorno y realidad mientras se divierten.

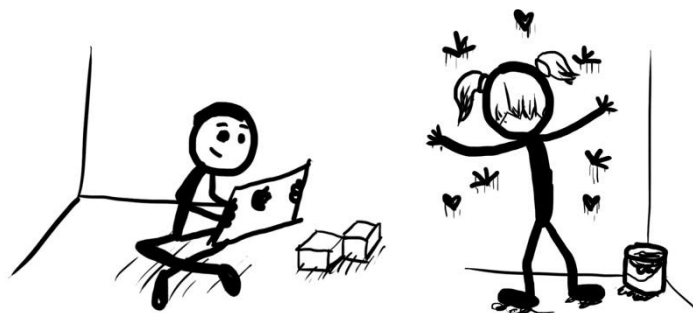


Figura 15. Niños.

La parte mala es que sus padres casi nunca pasan con ellos, debido a que sus agendas son bastante apretadas, todo el día reciben llamadas por lo que viven encerrados en la oficina conectándose con clientes, distribuidores, socios y demás personas a través de una sala virtual, o se la pasan saliendo de casa a atender asuntos, por lo que los niños solo los tienen para ellos en las noches, donde siempre quieren contarles sobre su día y convivir.



Figura 16. Problema.

Un día mientras caminaban por la calle todos en familia, algo les llamaba la atención a los pequeños, cuando pasaban delante de cada publicidad, esta cambiaba y se dirigía a ellos directamente, las vallas, los letreros y los anuncios sabían quiénes eran, a Emanuel le mostraban publicidades sobre dispositivos y programas de televisión, a Rebecca le mostraban deportes, juguetes y videojuegos, mientras que a sus padres les mostraban aplicaciones, cursos, ofertas de asistentes y demás. Pero en un momento dado, algo extrañó a todos, cuando se pararon frente a un anuncio, los 4 vieron exactamente lo mismo, en la pantalla se leía: ¡Familia!, Adquieran su Anfitrión.

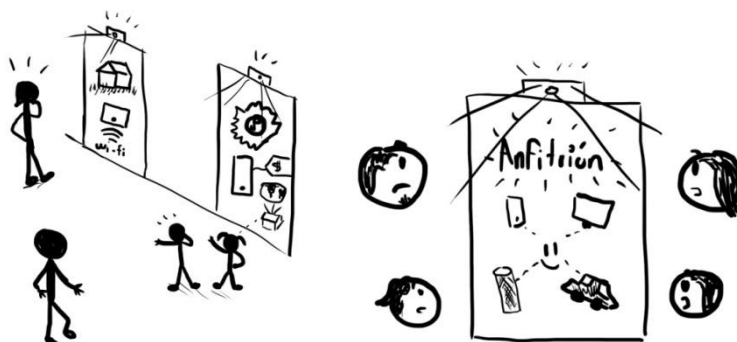


Figura 17. Publicidad.

El padre tomó su dispositivo portátil y lo apuntó a la publicidad para recibir más información al respecto, lo que lo llevó a la tienda virtual y ahí leyeron el siguiente texto:

“Anfitrión es tu compañero, él te ofrece diferentes historias con la cualidad de poder alternarlas entre distintas plataformas y modos de interactuar con ellas,

Anfitrión se adapta a cada usuario y le ofrece una experiencia personalizada desde el primer momento.”

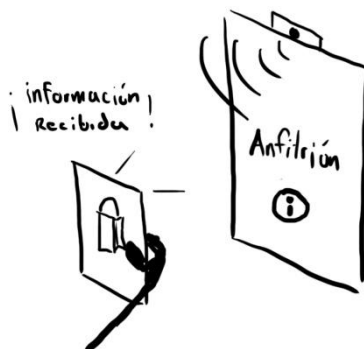


Figura 18. Información.

A lo que la madre dijo que le recordaban de cierta manera al método que utilizaban cuando ella era niña, hablaba de historias impresas en papel que formaban un bloque lleno de letras y dibujos: “les llamaban libros en aquel entonces, y no se podían borrar, eran lineales y te sentabas a leerlos”. Para Emanuel y Rebecca era extraño escuchar de ese método tan aburrido, cómo es que en ese entonces podían vivir con algo tan rígido e inmutable.



Figura 19. Recuerdos.

Cuando todos coincidieron en su curiosidad, llegaron a casa y decidieron descargar a Anfitrión, al iniciar el modo prueba, una voz se dirigió a él por su nombre:

“¡Hola Francis! Gracias por descargarme, estas en la versión de prueba por lo que solo puedo ofrecerte un demo, pero me esforzaré al máximo para impresionarte a ti, a tu esposa Nathali, y a sus hijos Emanuel y Rebecca, ¿les parece si empezamos?”

Los niños estaban sorprendidos, pero los padres estaban sin palabras, algo como eso no existía en sus tiempos, por lo que el padre con solo decir “si, empecemos”, Anfitrión abrió una pantalla donde flotaban 2 imágenes, estas

hubieran sido las portadas de aquellos libros de los que hablaba la madre, a lo que Anfitrión dijo: “solo les puedo ofrecer estas 2 historias por ahora, pero las escogí cuidadosamente solo para ustedes, créanme” una era sobre los clásicos superhéroes que todos conocían y la otra sobre Harry Potter.



Figura 20. Inicio del servicio.

La familia escogió a los superhéroes, a lo que Anfitrión mostró un menú donde se observaban los títulos de diferentes capítulos, pero les llamó la atención un hexágono que se ubicaba en la parte inferior, a lo que Anfitrión explicó:

“Ahora deberán escoger entre estos 6 aspectos para poder iniciar con la historia, por el momento solo puedo ofrecerles 3, imaginación, lenguaje y memoria, pero tendrán acceso a creatividad, comprensión y conocimiento si deciden adquirir la versión completa, no se preocupen si la elección les aburre o se cansan, puedo cambiarla a otra si desean, incluso pasarla a su monitor que tienen en la sala”.

Al escoger Memoria, empezó el primer capítulo, La historia era de Los Vengadores y a medida que avanzaba la narración, en un momento dado Anfitrión preguntó: “Rebecca, ¿Recuerdas el nombre del superhéroe con armadura roja y millonario?”, por lo que Rebecca respondió “*Iron-man*”, la respuesta fue correcta, así mismo, las preguntas iban surgiendo a medida que avanzaba el capítulo, todos respondieron al menos una vez.

Al cabo de 10 minutos terminó el primer capítulo, a lo que Anfitrión dijo: “¿Qué tal si para el siguiente cambiamos un poco? Ahora intentemos con imaginación”, la madre encendió el dispositivo de audio de la habitación mientras se escuchaba, “Nathali, deberás actuar como este personaje, ponle la voz leyendo el texto que está en tu dispositivo móvil”, y así se le fue asignando instrucciones a cada uno de los miembros de la familia los cuales completaron con éxito.



Figura 21. Actividad en curso.

Cuando finalizó la versión de prueba, Anfitrión mostró 4 círculos indicando el porcentaje de mejora en cada uno de los aspectos en los que había participado la familia, a lo que dijo:

“Pueden repetir los capítulos de esta historia cuando quieran, y pueden intentar explorar el mismo capítulo con otro aspecto, incluso cambiar de historia, pero puedo ofrecerles mucho más que solo eso, así que después de este demo les debo preguntar, ¿desean adquirir la versión completa?”.

La respuesta fue unánime, después de realizar la compra, Anfitrión cambió del modo de prueba al modo completo.

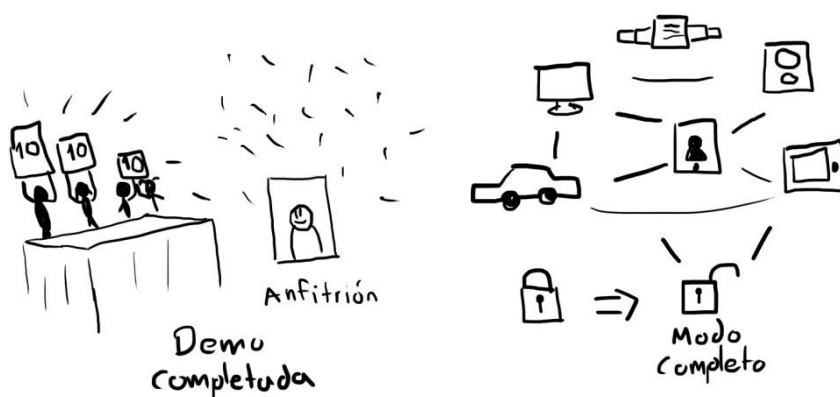


Figura 22. Demo completada.

Al cabo de unas semanas, Emanuel y Rebecca se encontraban en la sala de su casa y recibieron una notificación de Anfitrión, pero tenía una voz distinta, más aguda como de una mujer, en el monitor tenía un aspecto femenino, como una adolescente de piel morena y cabello largo, es el aspecto que le habían dado a su Anfitrión, y les decía:

“Hola Niños, esta tarde veo que cuentan con un tiempo libre, Nathali y Francis se encuentran de camino a casa y les han invitado a una sesión virtual, para el tiempo disponible les recomiendo el primer capítulo de esta nueva historia que acaba de ser agregada a la biblioteca, se trata de guerras en un mundo



*steampunk* futurista, interesante ¿verdad?, oh y van bien en todos los aspectos, excepto en Comprensión, ¿trabajamos en ello?”

Todos estaban felices, los niños lograron lo que tanto deseaban, compartir tiempo con sus padres, sin importar donde se encuentren, y tener una actividad que les enseñe todo lo relacionado a sus intereses, Anfitrión se había vuelto el puente que los conecte, se había vuelto parte de la familia.

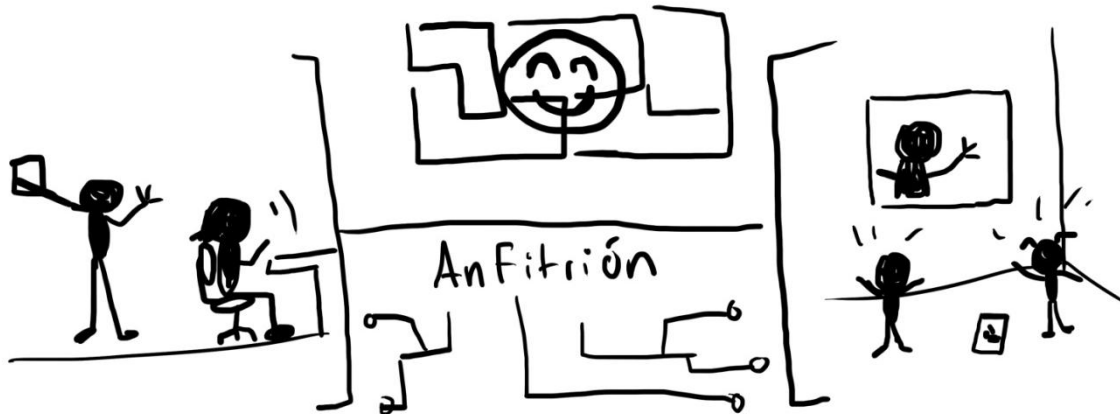


Figura 23. Problema resuelto.

## 7.5. Diseñando a Anfitrión con UI & UX

Después de haber realizado una primera explicación de Anfitrión con el *storytelling* pasamos a detallar de una manera más técnica la propuesta para entender mejor cómo funciona y cómo se verá el producto final.

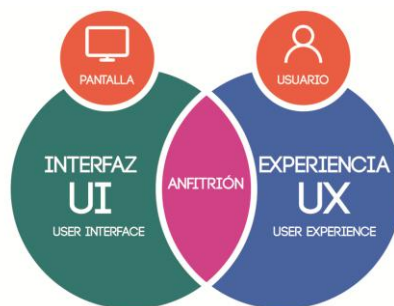


Figura 24. UI & UX.

Anfitrión nace a partir de 2 grandes conceptos del diseño de servicios y productos, la interfaz y la experiencia. Juntos, estos 2 conceptos responden a la preguntas ¿con qué interactúa el usuario? (UI) Y ¿Cómo se siente cuando lo hace? (UX).

## 7.5.1. UX Design

### 7.5.1.1. Service Blueprint

Antes – Cómo el usuario se entera de Anfitrión

Tabla 8.

#### *Service Blueprint - Antes*

|                      | 1º   | 2º                                   | 3º                    | 4º                                     | 5º                         |
|----------------------|--|--------------------------------------|-----------------------|--|----------------------------|
| Usuario              | Observa la publicidad                                    | Escanea la publicidad                | Navega y se informa   | Decide descargar el demo               | Inicia Anfitrión           |
| Evidencia Física     | Pantalla con advertisement                               | Dispositivo portátil                 | Menú de información   | Menú para descargar                    | Menú inicial de Anfitrión  |
| Empresa (visible)    | Identifica al potencial cliente y muestra una publicidad | Envía mas información al cliente     |                       | Le brinda la versión demo de Anfitrión | Anfitrión da la bienvenida |
| Empresa (no visible) | Compara el perfil del usuario con los datos previos      | Genera un vínculo a una landing page |                       |  |                            |
| Soporte o Apoyo      | Generar un perfil base                                   | Crear la landing page                | Llenar la información | Programar la versión demo              | Establecer el saludo       |

En esta primera fase, podemos observar cuál sería los pasos que el cliente podría seguir desde el momento en el que se entera de Anfitrión por medio de la publicidad adaptativa, hasta el punto en el que decide descargar el demo. A demás, podemos ver que es lo que sucede alrededor en respuesta a cada una de sus acciones.

Cuando el usuario se acerca a la publicidad, dicha pantalla ya lo escaneó y evaluó según un perfil previamente establecido.

Durante – Probar a Anfitrión

Tabla 9.

#### *Service Blueprint - Durante*

|                  | 1º                        | 2º                 | 3º                  | 4º                         | 5º                        | 6º                         | 7º                   |
|------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------|
| Usuario          | Se registra               | Navega por el menú | Inicia la actividad | Abre la biblioteca virtual | Escoge una historia       | Abre el menú de categorías | Escoge una categoría |
| Evidencia Física | Menú inicial de Anfitrión |                    |                     | Biblioteca virtual         | Menú inicial de Anfitrión | Menú de categorías         |                      |

|                             |                              |                           |  |   |                                   |  |  |
|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|--|---|-----------------------------------|--|--|
| <b>Empresa (visible)</b>    | Anfitrión registra los datos | Anfitrión guía al usuario |  | Anfitrión muestra las historias disponibles |                                   | Anfitrión muestra las categorías disponibles |  |
| <b>Empresa (no visible)</b> | Almacena todos los datos     |                           |  |   | Anfitrión guarda las preferencias |  |  |
| <b>Soporte o Apoyo</b>      | Crear un banco de datos      | Crear el tutorial         |  | Programar una historia demo                 | Crear banco de datos              | Establecer las categorías demo               |  |

| 8º   | 9º                           | 10º                             | 11º   | 12º                    | 13º                            | 14º                               |
|--|------------------------------|---------------------------------|---|------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
|  | Comienza la actividad        | Interactúa con cada capítulo    | El usuario decide cambiar de plataforma         | Se termina la historia |                                | Decide regresar al menú principal |
|  | Menú inicial de la historia  |                                 | Menú de pausa                                   |                        | Menú de categorías             |                                   |
| Anfitrión ofrece conectarse a otros dispositivos | Anfitrión explica las reglas | Anfitrión almacena el desempeño | Anfitrión mueve la actividad a otro dispositivo |                        | Anfitrión muestra el desempeño |                                   |
| Almacena las preferencias                        |                              |                                 |   |                        | Almacena el desempeño          |                                   |
|  | Establecer las reglas        | Crear banco de datos            | Adaptar la historia para distintos dispositivos |                        | Crear banco de datos           |                                   |

En la segunda fase, después de que el usuario ya descargó la versión demo, podemos ver una primera secuencia de uso, primero Anfitrión le dará la bienvenida al usuario y le hará preguntas las cuales serán registradas en una base de datos que servirá para conocer las preferencias del nuevo usuario.

De igual manera, Anfitrión, según lo anterior, le ofrecerá 2 historias para que el usuario pruebe el servicio, todo esto generará datos que Anfitrión ira almacenando para adaptarse a su usuario.

Finalmente cuando termine la historia, Anfitrión le mostrará sus estadísticas al usuario, las cuales son respuesta al desempeño dentro de la actividad y Anfitrión preguntará si quiere comprar la versión completa del servicio, desbloqueando así el acceso a toda la biblioteca virtual, a todas las categorías y demás opciones que ofrezca.

Después – Qué hace el usuario al terminar

Tabla 10.

*Service Blueprint - Después*

|                      | 1º                                 | 2º                        | 3º                        | 4º                          | 5º   | 6º   | 7º                             |
|----------------------|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|--|--|--------------------------------|
| Usuario              | Decide comprar la versión completa | Navega por el menú        | Revisa la biblioteca      | Busca y agrega amigos       | Personaliza a Anfitrión                    | Abre el menú de categorías                   | Inicia otra historia           |
| Evidencia Física     | Menú de la tienda virtual          | Menú inicial de Anfitrión | Biblioteca virtual        | Menú de amigos              | Menú para personalizar                     | Menú de categorías                           |                                |
| Empresa (visible)    | Anfitrión abre la tienda virtual   | Anfitrión guía al usuario |                           |                             | Anfitrión muestra los parámetros editables | Anfitrión muestra las categorías disponibles |                                |
| Empresa (no visible) | Realizar el cobro necesario        | Almacena las preferencias | Almacena las preferencias | Almacena la lista de amigos | Almacena los cambios                       |  | Recupera los datos almacenados |
| Soporte o Apoyo      | Crear la tienda virtual            | Crear banco de datos      | Crear banco de datos      | Crear banco de datos        | Crear distintas opciones para personalizar |  | Crear banco de datos           |

Finalmente, para la tercera y última fase, el usuario ya compró a Anfitrión y ahora tiene toda la libertad de explorar todos y cada uno de sus diferentes menús, todo mientras Anfitrión almacena toda esta información y ofrece un servicio más exacto y personalizado, en otras palabras, mientras el usuario más utilice a Anfitrión, éste más irá conociendo a su usuario.

### 7.5.1.2. Definiendo las Categorías y su Objetivo

Tabla 11.

*Categorías de Anfitrión*

|             | Definición (¿Qué Es?)   | Parámetros (¿Cómo Lograrlo?)  |
|-------------|---|---|
| Comprensión | La comprensión lectora se refiere a cuánto hemos entendido al momento de leer, aquí juega un papel importante la memoria a corto plazo. | Las actividades dentro de esta categoría deben incluir preguntas que inciten al usuario a emitir una respuesta generada desde su propio juicio y entendimiento de la situación. |

|                     |  |  |
|---------------------|--|--|
| <b>Imaginación</b>  | La imaginación es el poder de crear una representación mental de una imagen, gracias a información adquirida del exterior.   | En las actividades de esta categoría se asignará personajes y deberán actuar una escena según las instrucciones de Anfitrión.  |
| <b>Memoria</b>      | La memoria es la capacidad del ser humano para recordar y almacenar detalles.  | Las actividades de esta categoría deberán ser preguntas sobre detalles y puntos clave dentro de cada historia.   |
| <b>Conocimiento</b> | El conocimiento es toda la información almacenada en el cerebro y se adquiere gracias a distintas experiencias, aquí juega un papel importante la memoria a largo plazo.                                     | Las actividades deberán hacer preguntas sobre todo lo aprendido en la historia de turno, su contexto, relaciones, y demás.   |
| <b>Creatividad</b>  | La creatividad es la habilidad para crear conceptos e ideas gracias a lo almacenado en nuestro cerebro, por lo que se requiere una buena memoria y conocimiento.   | Las actividades de esta categoría le pedirán al usuario que realice su propia interpretación de una escena o una persona, por lo que deberá dibujar o actuar               |
| <b>Lenguaje</b>     | El lenguaje es la capacidad para expresar los pensamientos utilizando palabras, a más lenguaje, mejor capacidad de expresión se adquiere, por lo que una vez más se requiere un buen conocimiento y memoria. | Esta categoría le dará al usuario palabras vistas o escuchadas en la historia y deberá decir sinónimos, utilizarla en una oración, o tratar de representarla gráficamente. |

### 7.5.1.3. Ejemplo de Actividad por Capítulo

Para entender cómo se llevaría a cabo la actividad de lectura se utiliza el siguiente mapa de navegación:

|              | CAPITULO 1 | CAPITULO 2 | CAPITULO 3 | CAPITULO 4 | CAPITULO 5 | CAPITULO 6 |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| IMAGINACIÓN  |            |            |            |            |            |            |
| CREATIVIDAD  |            |            |            |            |            |            |
| LENGUAJE     |            |            |            |            |            |            |
| CONOCIMIENTO |            |            |            |            |            |            |
| MEMORIA      |            |            |            |            |            |            |
| COMPRESIÓN   |            |            |            |            |            |            |

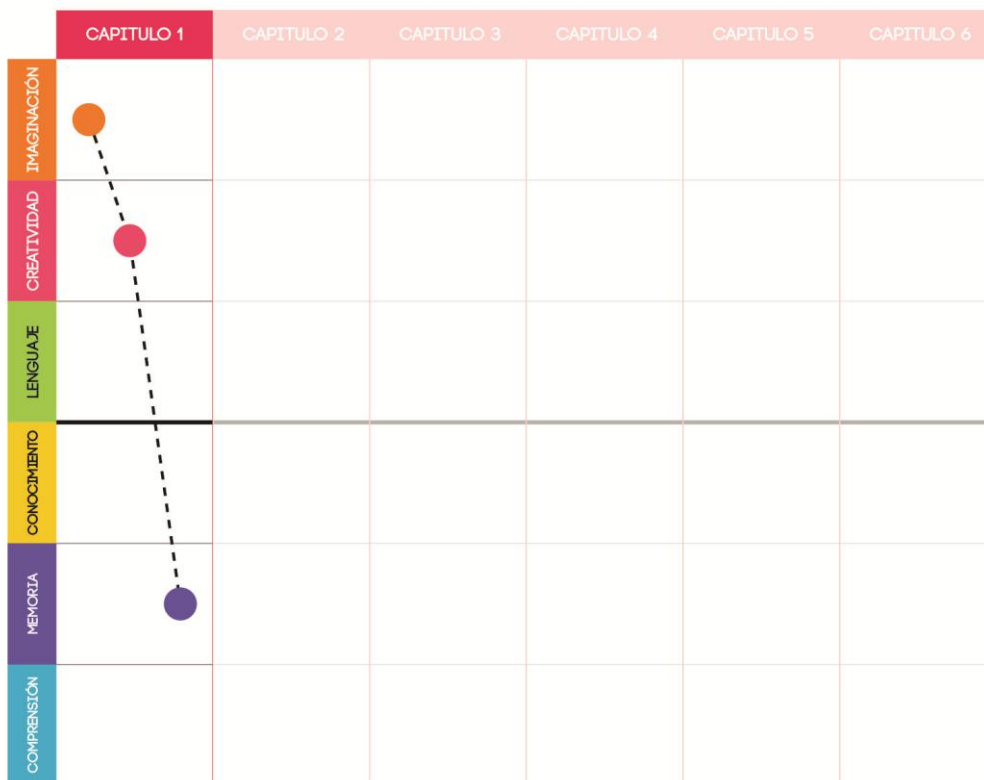
Figura 25. Mapa de saltos entre categorías.

Para un ejemplo más concreto se toma la historia de “Amelia Fang y el Baile Barbárico” de la autora Laura Ellen Anderson para realizar un simulacro acerca de la función de Anfitrión, específicamente como sería el desarrollo de la historia dentro del primer capítulo, entendiendo que cada capítulo dura un aproximado de entre 10 – 15 minutos.

- Supongamos que el usuario elige empezar con imaginación, la historia empieza un miércoles por la noche y con la presentación de los personajes principales: Amelia Fang y sus padres, La Condesa Frivoleta Fang y El Conde Drack, Anfitrión empezará a describir a cada personaje, ambientando la historia a través de sonidos, en un momento dado, se le pedirá al espectador que lea una línea de algún personaje, caracterizando su voz, esto para comprobar si la descripción de Anfitrión y lo que el espectador generó en su mente están en sincronía.
- En cierto punto, el espectador decide que se ha cansado de la imaginación, y le dice a Anfitrión que cambie a creatividad, por lo que, hasta cierto punto se narrará la historia pero el usuario deberá continuar un pequeño fragmento o escena como él o ella desee.
- Finalmente, de último momento, el usuario decide que ahora quiere memoria, para el tiempo restante del capítulo, lo que hará Anfitrión es preguntar datos importantes sobre la historia para comprobar si el usuario estaba prestando atención, por ejemplo los nombres de los

protagonistas, o el apodo que le ponía la condesa Frivoletta al conde Drack, el nombre de la mascota de Amelia Fang, etc.

Con todo lo anterior, si lo trasladamos al mapa de navegación se vería de la siguiente manera:



*Figura 26.* Saltos entre categorías – Primer capítulo.

La historia empezó en la categoría “Imaginación”, al cabo de unos minutos el usuario decidió cambiar a “Creatividad” y finalmente hacia “Memoria” y terminar el primer capítulo.

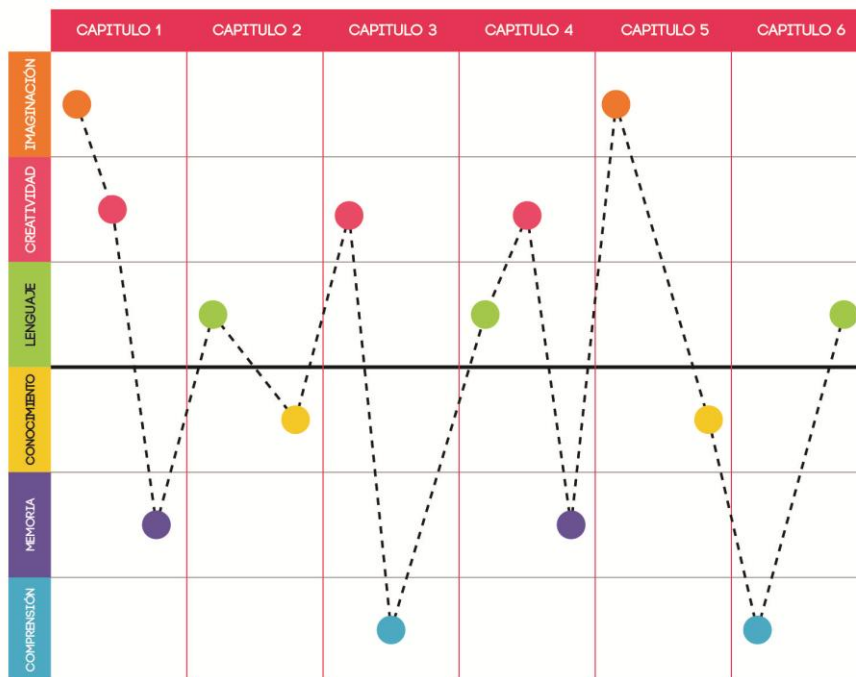


Figura 27. Saltos entre categorías – Historia Completa

Como se observa en el mapa, el objetivo es que el usuario a medida que avanza en la línea del tiempo (línea negra) pueda intercambiar en cualquier momento la categoría, ya sea dentro de un solo capítulo o para la historia completa hasta llegar al final, formando así un recorrido cambiante, volviendo a la historia una actividad moldeable.

#### 7.5.1.4. Anfitrión como Herramienta de Aprendizaje

Hay que recordar que uno de los objetivos más básicos de Anfitrión es el aprendizaje y el desarrollo cognitivo del niño por lo que, ¿Cómo se logra esto?

Anfitrión deberá tener la función de recomendar una ruta predeterminada para sacar el máximo provecho y asegurar un óptimo aprendizaje y de igual manera, esta ruta deberá ser distinta dependiendo del género de la historia.

Es importante mencionar que la característica de transmedia y personalización van a seguir presentes, por lo que el usuario contará con la opción de decidir su propio camino y explorar la historia según sus gustos o dejar que Anfitrión sea el guía y le muestre la historia de una manera más eficaz. Para entender esto, se han hecho unos ejemplos:

|             |             |         |              |             |          |
|-------------|-------------|---------|--------------|-------------|----------|
|             |             |         |              |             |          |
| comprensión | imaginación | memoria | conocimiento | creatividad | lenguaje |

Figura 28. Claves de color.



### Ruta Predeterminada: Amelia Fang y El Baile Barbárico

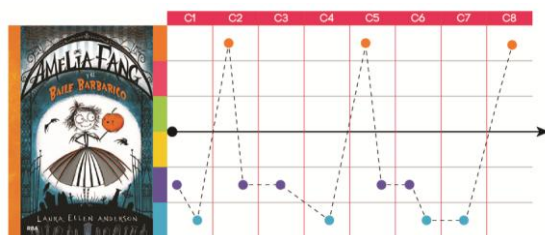


Figura 29. Ruta de Amelia Fang.

La historia de Amelia Fang es bastante descriptiva en cuanto a sus personajes y escenarios, por lo que una ruta predeterminada que explore la imaginación, la memoria y la comprensión sería lo más óptimo.

### Ruta Predeterminada: Harry Potter y La Piedra Filosofal

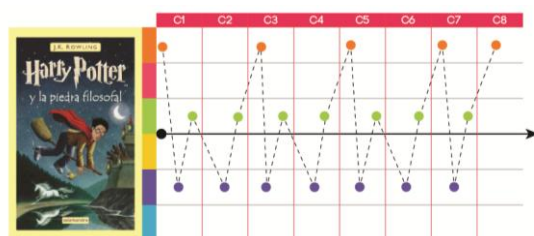


Figura 30. Ruta de Harry Potter.

La historia de Harry Potter es una historia de fantasía en la cual se involucran muchos nombres complicados ya sea de personajes, lugares, hechizos, objetos y demás, por lo que la ruta predeterminada debería explorar en primer lugar la memoria, el lenguaje y la imaginación.

### Ruta Predeterminada: Los Gatos Guerreros – En Territorio Salvaje

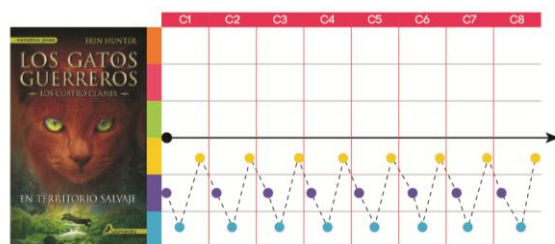


Figura 31. Ruta de Los Gatos Guerreros

Esta es una historia de aventura y conflictos pero a demás, al estar ambientada en un bosque, siempre se habla de plantas y su utilidad, por otro lado, los conflictos y la jerarquía dentro de la historia ayuda al espectador a comprender el bien y el mal y aplicarlo dentro de su propia realidad, así que se recomendaría una ruta predeterminada de memoria, comprensión y conocimiento.

### 7.5.1.5. Taxonomía y Arquitectura de la Información

#### Identificación de Contenidos:

- iniciar sesión
- crear cuenta
- configurar cuenta
- crear nombre de usuario
- edad
- contraseña
- menú de actividades
- notificaciones
- programar actividades
- menú de desempeño
- comparar estadísticas
- lista de amigos
- lista de invitaciones
- crear sala privada
- chat
- escoger actividad
- escoger dispositivos
- escoger participantes
- menú de logros y desbloqueables
- escoger historia
- programar recordatorios
- escoger otra actividad
- sesión completa de 6 actividades
- menú de historias y cuentos
- menú de personalización de avatar
- invitar amigos
- menú de ayuda
- cerrar sesión
- compartir resultados
- menú de pago
- descargar nuevas historias
- menú de desempeño personal
- historial de historias
- historial de descargas
- personalizar avatar
- control parental
- bloqueos

### 7.5.1.6. Mapa de Navegación de Anfitrión



Figura 32. Anfitrión Shop.



Figura 33. Iniciar Historia



Figura 34. Lista de Amigos



Figura 35. Mi Anfitrión.



Figura 36. Notificaciones.



Figura 37. Configuración.

Se procede a realizar un mapa de navegación para indicar la interacción del usuario con los distintos menús, debido a que el usuario clave que use a Anfitrión será un niño, se buscó simplificar lo más posible todos los menús para no saturar de información innecesaria por lo que principalmente dentro del *Home* se puede encontrar lo siguiente:

- **Anfitrión Shop:** Aquí se encuentra la biblioteca para adquirir nuevas historias y la tienda para el avatar, donde el usuario podrá comprar cosméticos para su ayudante virtual.
- **Iniciar Historia:** Por aquí el usuario podrá iniciar la actividad de aprendizaje, escogiendo la historia, la categoría y si desea hacerlo solo o con amigos, ya sea local o virtualmente.
- **Amigos:** Aquí se encuentran todas las opciones para editar la lista de amigos, ya sea agregar uno nuevo, eliminarlo, invitarlo a una sesión compartida o finalmente, iniciar una conversación virtual.
- **Mi Anfitrión:** Este es el menú donde el usuario podrá ver sus estadísticas personales, así como personalizar a su gusto su avatar.
- **Notificaciones:** Aquí aparecerán todas las novedades y noticias dirigidas hacia el usuario, invitaciones, ofertas, nuevas historias, mensajes y demás.
- **Configuración:** Este es el menú donde se encuentran las funciones de Anfitrión, aquí se puede administrar los dispositivos enlazados, los métodos de pago, la cantidad de usuarios que usan a Anfitrión en ese hogar, el control parental y salir de la plataforma.

## 7.5.2. UI Design

### 7.5.2.1. Estilo Gráfico para Anfitrión

Para la línea grafica de la propuesta se eligió trabajar con el estilo de Lauren Faust, animadora y guionista de distintas series infantiles tanto para Televisión, *Youtube*, *Netflix* y hasta videojuegos. Su estilo es bastante dinámico e impactante, utiliza colores planos y brillantes que llaman la atención desde el primer momento, mientras que las ilustraciones son bastante caricaturizadas y de proporciones exageradas, llegando incluso a asemejarse al estilo japonés.



*Figura 38.* Lauren Faust.

Tomado de (IMDb, 1990)

### 7.5.2.2. Proyección del Estilo Gráfico al Futuro

El estilo grafico está ligado a diversos factores, y es obvio que deba cambiar según la época, la plataforma, la tecnología, y demás. Por lo que se pasa a realizar un análisis de la evolución del estilo grafico de Lauren Faust desde el inicio de su carrera hasta la actualidad para poder realizar una reinterpretación del mismo estilo de dibujo pero en 2040.

- **2001 – 2004:** Las Chicas Superpoderosas



Figura 39. Bocetos – Las Chicas Superpoderosas.

Tomado de (*Comic Art Fans*, 2007)

- **2004 – 2009:** Mansión Foster Para Amigos Imaginarios



Figura 40. Bocetos – Mansión Foster.

Tomado de (*Deviantart*, 2012)

- **2010 – 2011:** *My Little Pony – La Magia De La Amistad*



Figura 41. Bocetos – *My Little Pony*.

Tomado de (*Deviantart*, 2011)

- **2019:** *DC Superhero Girls by Lauren Faust*

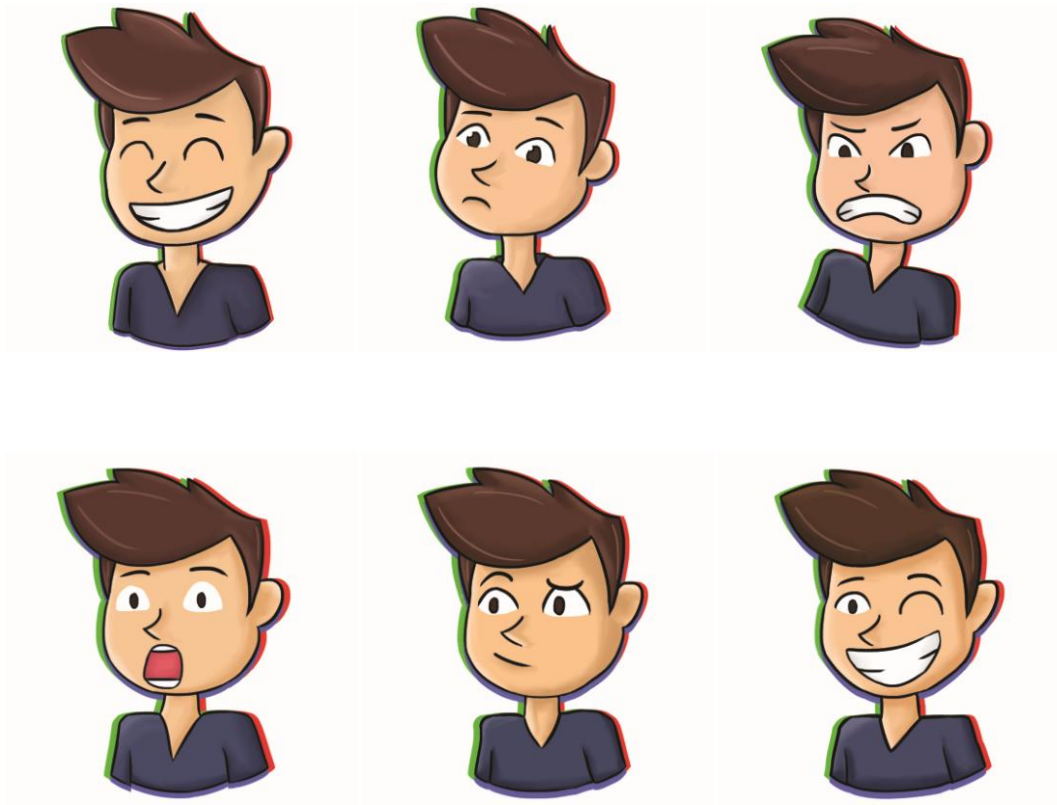


Figura 42. Bocetos – *DC Superhero Girls*.

Tomado de (*DCSHG Fandom*, 2019)



- **2040:** Avatar Para Anfitrión



*Figura 43.* Caras de Anfitrión.

El estilo gráfico de la época muestra un distintivo importante, el cual se trata de la distorsión de colores en los bordes, ya que al ser una proyección holográfica, estas se encuentran en formato RGB, por lo que toda imagen proyectada adquiere esta característica.

### **7.5.2.3. Propuestas de Logotipo y Selección con Usuarios**

Se le realizó una encuesta a 30 personas, entre ellas niños, padres de familia y estudiantes de la carrera de Diseño de la Universidad de Las Américas, donde debían elegir entre 3 propuestas de logotipo para Anfitrión. La elección se basaba en cuál propuesta reflejaba los atributos de Anfitrión, futurista, infantil, interactividad y personalización. Por lo que se arrojaron los siguientes resultados:

- Propuesta 1 con un 30% de aceptación por parte de los encuestados (9 personas)



Figura 44. Resultados primera propuesta.

- Propuesta 2 con un 56,7% de aceptación por parte de los encuestados (17 personas)

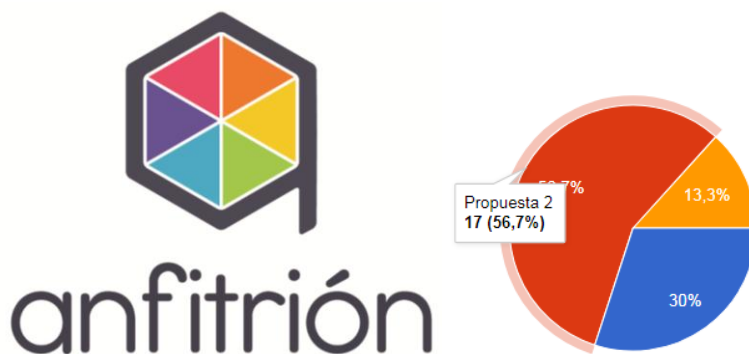


Figura 45. Resultados segunda propuesta.

- Propuesta 3 con un 13,3% de aceptación por parte de los encuestados (4 personas)

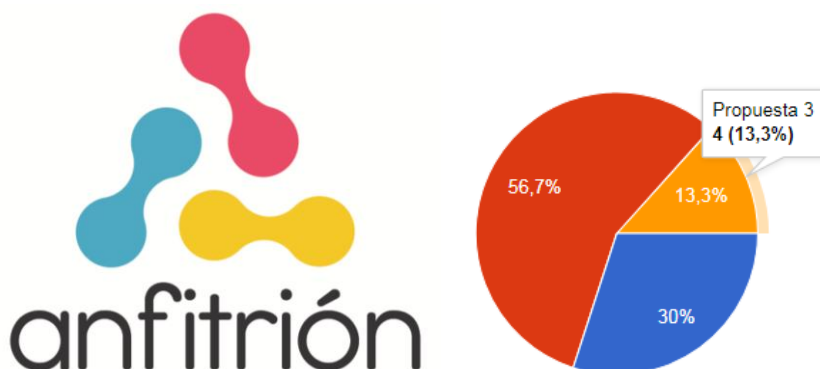


Figura 46. Resultados tercera propuesta.

#### 7.5.2.4. Proceso de Creación del Logotipo Seleccionado



Figura 47. Proceso de creación 1.

Se toman los 6 aspectos esenciales de la lectura y se les asigna un color a cada uno según lo que representa cada uno en la psicología del color, alterando la saturación de los mismos para que se ajusten al estilo gráfico planteado y se genera un hexágono, figura más representativa del número 6.



Figura 48. Proceso de creación 2.

Después se pasa a hacer una combinación de un hexágono, un cerebro y una letra "a" minúscula para generar el isotipo de la marca.

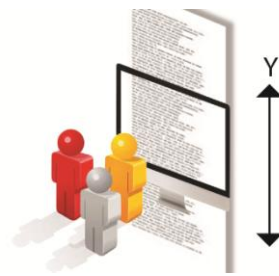


Figura 49. Proceso de creación 3

Y finalmente este es el resultado final de la combinación de todo lo anterior.

### 7.5.2.5. Evolución de La Navegación

- **Pasado:**



*Figura 50.* Navegación en el pasado.

El desplazamiento de los contenidos era lineal en el eje Y mayormente, es decir, de arriba hacia abajo como si de leer un pergamino se tratase.

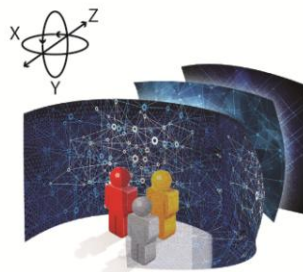
- **Presente:**



*Figura 51.* Navegación en el presente.

Aquí el desplazamiento ya explora eje X y eje Y gracias a la llegada de los dispositivos móviles, este desplazamiento se asemeja a recorrer con una lupa una superficie.

- **Futuro:**



*Figura 52.* Navegación en el futuro.

El desplazamiento no solo incluye profundidad con el eje Z, sino que gracias a la proyección y tridimensionalidad que existe, ahora tenemos una visión de casi 180°, además de poder navegar por capas por lo que, es un movimiento de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo y de adelante hacia atrás.

### 7.5.2.6. Bocetos de Interfaz para Anfitrión



Figura 53. Boceto – interfaz de inicio.



Figura 54. Boceto - navegación.

Para un mejor entendimiento de la interfaz, se realizaron unos bocetos de distintas pantallas para intentar plasmar la información previamente descrita pero de una manera gráfica.

Se pueden observar elementos tales como: una rueda de navegación que es la que permitirá al usuario intercambiar rápidamente entre menús, un ejemplo del desempeño y los consejos del avatar sobre cuál mejorar, y finalmente, un boceto del menú donde se encuentren los capítulos de distintas historias.

### 7.5.2.7. Interfaces Definitivas



Figura 55. Interfaz definitiva.

Este es un ejemplo visto en primera persona de cómo se vería la interfaz de Anfitrión con todos los elementos previos ya aplicados para entender cómo el usuario va a interactuar entre los menús.

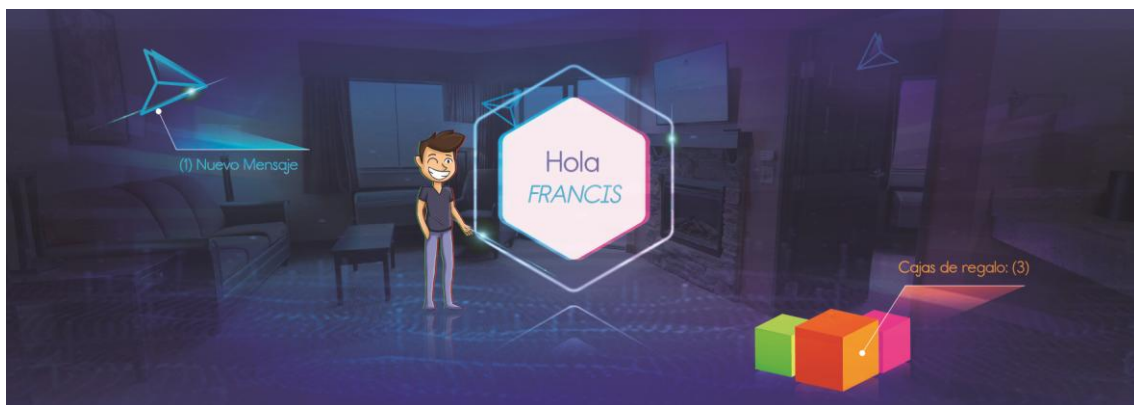


Figura 56. Pantalla de bienvenida.

Aquí se puede apreciar el menú de bienvenida de Anfitrión, en el cual se pueden apreciar elementos importantes como la apariencia de las cajas de regalo en el lado derecho (las cuales aparecerán después de comprar algo en el Anfitrión *Shop*). Por otro lado se observa en el lado izquierdo el aspecto de las notificaciones (las cuales tendrán el aspecto de un avión de papel que vuele por todo el lugar hasta que sea abierto).

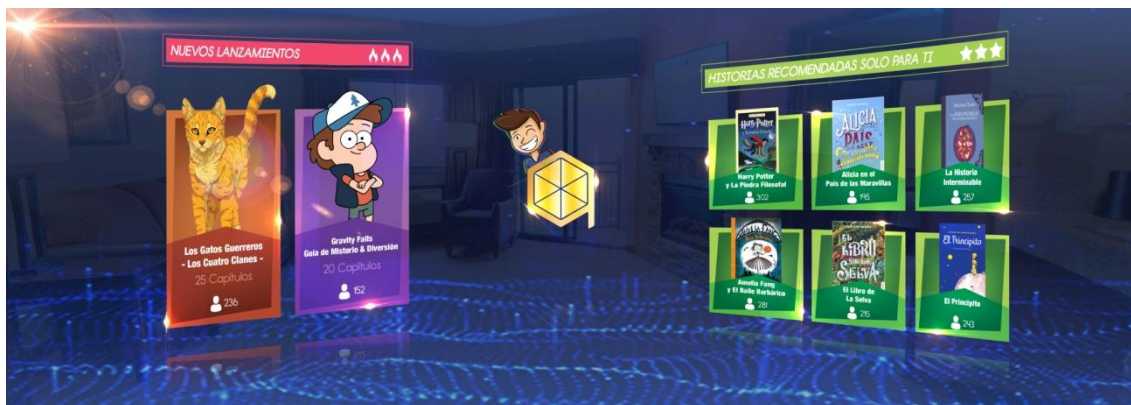


Figura 57. Anfitrión Shop.

Aquí se puede apreciar el aspecto de *Anfitrión Shop*, la tienda virtual donde el usuario podrá acceder a la biblioteca de historias, en el lado izquierdo se pueden apreciar los nuevos lanzamientos junto a su número de capítulos y los usuarios que los han descargado. En la parte derecha se observa las historias recomendadas para el usuario, y de igual manera con el número de usuarios que las han descargado. Finalmente el elemento central indica que el usuario se encuentra en el catálogo S.



Figura 58. Inicio de historia.

En este ejemplo se puede ver el aspecto del menú para iniciar una historia, de la cual se destaca elementos como, la ambientación de la interfaz la cual se personalizó según el cuento de Amelia Fang. Por otro lado se observa el progreso dentro de la historia, en la cual, el tiempo empleado en cada categoría se representa por medio del tamaño del círculo en la barra de progreso, así como también se muestran los saltos entre las distintas categorías a medida que se ha ido avanzando.

### 7.5.2.8. Escenario en 3<sup>ra</sup> Persona



Figura 59. Escenario holográfico.

Elementos Destacables:

- **Navegación:** Como se había explicado antes, la navegación será envolvente, por lo que en el ejemplo se puede observar como el usuario es rodeado de elementos gráficos audiovisuales.
- **Multitarea:** De igual forma, los escenarios inmersivos se encuentran distribuidas de tal manera que envuelvan al usuario en un ángulo aproximado de 180°
- **Avatar:** El ayudante virtual de Anfitrión se encuentra presente también como narrador y guía para el usuario, mientras en la proyección frontal se halla narrando un capítulo de Harry Potter, en el lado izquierdo se encuentra dando datos al usuario sobre el protagonista.
- **Usuario:** El elemento central que se observa es el usuario realizando actividad física debido a naturaleza descrita de Anfitrión.
- **Dispositivos:** En el suelo podemos observar un dispositivo portátil que es usado por la niña del ejemplo, el cual está conectado a las funciones de Anfitrión.
- **Comando:** En la segunda imagen se observa a la niña manejando la interfaz con el comando de control, ese hexágono sirve para intercambiar entre menús.
- **Proyección:** Finalmente, en la parte superior se puede observar el dispositivo de proyección holográfica que se encarga de materializar todos los elementos gráficos en la sala.



## 7.6. Proyecto de Diseño

### 7.6.1. Mercado

#### 7.6.1.1. ¿Quiénes Usarán Anfitrión?

Para poder determinar el mercado para Anfitrión, se debe entender que si bien los niños serán los usuarios del servicio, los que lo compren, es decir los clientes, serán sus padres.

Primero se toma a la población general de Ecuador, después se la segmenta en personas económicamente activas (PEA), y finalmente, de éste grupo se tomarán las personas que tengan hijos.

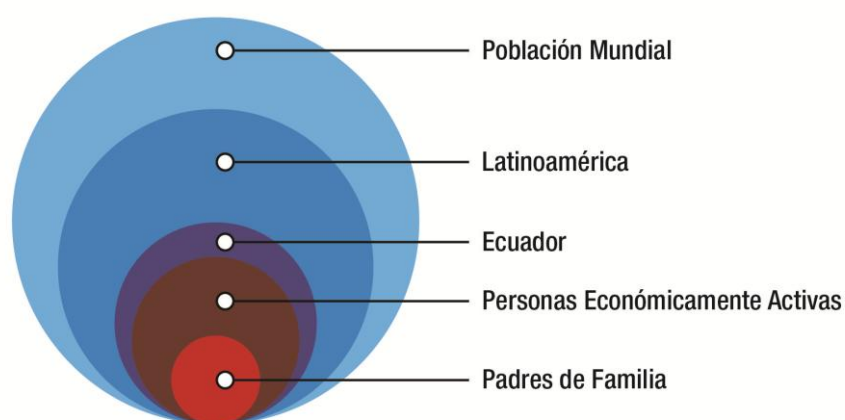


Figura 60. Mercado de Anfitrión.

Por lo que dicho de manera escrita, el cliente de Anfitrión se describiría como:

- **Padres de familia y económicamente activos que sean residentes en Ecuador.**

#### 7.6.1.2. ¿Cuántos Usarán Anfitrión?

Tabla 12.

*Cantidad de Usuarios*

| Característica                | Nº de Personas 2020 | Nº de Personas 2040 |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Ecuadorianos</b>           | 17.335.642          | 21.461.744          |
| <b>Económicamente Activos</b> | 8.254.000           | 11.601.000          |
| <b>Con Hijos</b>              | 1.961.562           | <b>1.694.906</b>    |

Como se puede observar, el dato relevante para el resto de cálculos es de 1.694.906 personas económicamente activas que tienen hijos, este dato se calcula gracias a un informe de natalidad de las Naciones Unidas que dice que, la natalidad de Ecuador en el 2020 es de 17,80% y para el año 2040 se reducirá a 14,61%.

Entonces con la población resultante se puede hacer una suposición de escenarios de penetración de mercado para saber cuántos clientes potenciales podría tener Anfitrión, tomando como base al servicio de *Netflix*, el cual cuenta con una penetración de mercado aproximada del 5%.

Tabla 13.

*Penetración en el Mercado*

| Escenarios posibles | % de Penetración en el Mercado | Cantidad de Clientes Potenciales |
|---------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| Escenario optimista | 10%                            | 169.491                          |
| Escenario base      | 5%                             | 84.745                           |
| Escenario pesimista | 1%                             | 16.949                           |

## 7.6.2. Factibilidad

### 7.6.2.1. Business Model Canvas de Anfitrión

Tabla 14.

*Business Model Canvas*

| Socios Clave  | Actividades clave  | Propuestas de valor   | Relación con el cliente   | Segmentos del cliente   |
|---|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autores</li> <li>- Productoras</li> <li>- Alianza con marcas que produzcan dispositivos de proyección</li> <li>- Desarrolladores de tecnologías inmersivas, holográficas, 3D, inteligencia artificial</li> <li>- Instituciones educativas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adaptación de contenidos</li> <li>- Almacenar datos de los clientes</li> <li>- Estudio de los clientes</li> <li>- Adaptar nuevas tecnologías a la plataforma</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adaptación a los gustos y hábitos de cada usuario</li> <li>- Navegación entre escenarios fuera de una pantalla</li> <li>- Escenarios inmersivos</li> <li>- Realidad aumentada</li> <li>- Proyección holográfica</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recomendar historias según gustos</li> <li>- Anfitrión se adapta a cada usuario volviéndolo único</li> <li>- Enseñanza de manera guiada y personalizada</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Niños de 8 a 10 años</li> <li>- Padres de familia</li> <li>- Personas en busca de una plataforma de entretenimiento</li> <li>- Personas en busca de aprendizaje</li> </ul> |
|   | <b>Recursos clave</b>  | - Adaptabilidad de las  | <b>Canales</b>  |   |

|  |   |   |   |  |
|--|---|---|---|--|
| - Promotores   | - Diseñadores<br>- Programadores y modelistas 3D<br>- Analistas de mercado y tendencias<br>- Ingenieros de sonido<br>- Psicoanalistas educativos<br>- Abogados y contadores<br>- Patentes<br>- Marketing y publicidad<br>- Servidores<br>- Especialistas en I.A<br>- Ingenieros de sistemas y seguridad<br>- Actores de voz | historias en diferentes dispositivos<br>- Desarrollo de 6 aspectos diferentes<br>- Zigzaguear entre categorías y dispositivos en tiempo real y sin perder progreso<br>- Asistencia inmediata y a través de Anfitrión<br>- Exclusividad de historias | - Publicidad de pantallas en las calles<br>- Publicidad en internet<br>- Publicidad vehicular y móvil<br>- Tienda virtual<br>- Plataforma de Anfitrión<br>- Publicidad en tiendas virtuales |  |
| <b>Estructura de costos</b>  |   | <b>Fuentes de ingreso</b>   |   |  |
| - Publicidad en medios<br>- Licencia de contenidos<br>- Producción, programación y diseño<br>- Licencia de patentes<br>- Almacenamiento de datos<br>- Arriendo de Oficinas |   | - Venta de las suscripciones a Anfitrión<br>- Venta de opciones de personalización para Anfitrión<br>- Proporcionar la plataforma y tecnología a creadores, productoras y autores para adaptar sus contenidos                                       |   |  |

### 7.6.2.2. Tecnología para Anfitrión

Anfitrión se basa en distintos tipos de tecnologías para su funcionamiento, los cuales son:

- Holografía:** La llamada holografía<sup>1</sup> es el siguiente paso en la humanidad dentro de la fotografía, esta técnica se basa en crear imágenes tridimensionales sin necesidad de un accesorio extra como gafas. Gracias a esta técnica se han podido realizar conciertos con personajes ficticios o difuntos, como es el caso de Michael Jackson<sup>2</sup>, o la cantante virtual de origen japonés conocida como *Hatsune Miku*<sup>3</sup>. Si bien esta tecnología antes era peligrosa para el ser humano, ya que al ser una proyección láser, entrar en contacto podría causar daños, en el 2015, en la Universidad de *Tsukuba*, Japón, un grupo creó el primer holograma háptico<sup>4</sup>, es decir, uno donde el ser humano pueda interactuar y éste reaccione al tacto.

Con todo lo anterior mencionado, es cuestión de tiempo para que los hologramas tridimensionales y hápticos sean una realidad al mero estilo del mensaje de la princesa *Leia* en *Star Wars*.

1. *Holografía - ¿Cómo Funciona?:* <https://bit.ly/2ENZbVU>

2. *Michael Jackson - Concierto Holográfico:* <https://bit.ly/35RABPD>

3. *Hatsune Miku - Una Cantante que no existe:* <https://bit.ly/2PSWV5S>

4. *Primer Holograma Háptico:* <https://bit.ly/34NVLNh>

- **Inteligencia Artificial:** Es una tecnología que mucho se ha debatido actualmente, si bien aún está en desarrollo, existe una gran polémica<sup>5</sup> a su alrededor, ya que se refiere a darle a una máquina el poder de pensar, de decidir por sí misma y que pueda tomar conocimientos y experiencias para aplicarlas, todo con el objetivo de cumplir con objetivos de manera mucho más exacta y eficiente que un ser humano, pero, ¿es correcto que el ser humano cree inteligencia con tal de dar un servicio más personalizado?

5. *El Desarrollo de la Inteligencia Artificial:* <https://bit.ly/2PRyd64>

- **Espacios de interacción:** Estos son espacios que utilizan ya sea la realidad virtual o realidad aumentada para generar un entorno ficticio en donde el usuario puede interactuar de manera inmersiva<sup>6</sup>.

Si se los combinase con la holografía, ya no se necesitaría de ningún periférico o accesorio extra para que el ser humano pueda interactuar en este espacio.

6. *Virtual Reality Painting:* <https://bit.ly/2MoS22v>

### 7.6.2.3. Management Team de Anfitrión

- **Gerencia:** Las personas con el rango más alto dentro de la empresa y los encargados en la coordinación y toma de decisiones estratégicas de los otros departamentos. Finalmente será el que se encargue por mantener la visión de toda la empresa y su cumplimiento.
- **Departamento de Diseño:** Aquí se encuentra el equipo creativo encargado de la parte visual de Anfitrión, el estilo gráfico, la imagen corporativa, el diseño de la interfaz, *branding*, la ilustración de los avatares, la musicalización y sonorización para las historias, modelos en 3D y demás recursos audio visuales de Anfitrión.
- **Departamento de Investigación y Desarrollo:** Este es el equipo que se encarga de analizar las tendencias y al usuario para continuamente mejorar su experiencia. Aquí se adquieren las tecnologías que hacen único a Anfitrión, desde la inteligencia artificial, la realidad aumentada,

hasta la inmersión en las historias y la tecnología transmedia de los dispositivos.

- **Departamento de Producto:** Aquí se gestionará al producto/servicio que es Anfitrión, analizando ámbitos demográficos, de competencia, modelos de negocio, gestión de recursos, siempre velando por impulsar el desarrollo de Anfitrión.
- **Departamento de Contenidos:** El equipo encargado de la adaptación de las historias y cómo sacarles el mayor provecho dentro del servicio, son los que, junto con el departamento de I&D y diseño, generarán las diferentes rutas para cada historia disponible en Anfitrión. De aquí nacen las actividades dentro de cada categoría, los contenidos para la biblioteca virtual, en resumen, todo lo que tenga Anfitrión para consumir.
- **Departamento de Comunicación:** El equipo encargado de asesorar a la empresa en cuando a cómo han de mostrarse y expresarse, es decir, los encargados de mantener una buena imagen ante los clientes, proveedores, aliados y demás. Aquí será donde se maneja la información y cómo comunicarla, los valores corporativos de la empresa y finalmente, administrar todas la base de datos que adquieran de sus clientes por medio de Anfitrión
- **Departamento de Marketing:** Serán los encargados de las ventas así como de analizar el mercado y como causar el mejor impacto dentro del mismo. De igual manera aquí se genera la manera de promocionar y distribuir a Anfitrión, analizar posibles nuevos mercados
- **Departamento Jurídico:** Los encargados de todo asunto legal y judicial, cumplimiento de la ética de los empleados y la empresa, verificar el correcto cumplimiento profesional de los demás departamentos y así mismo, antes de la toma de cualquier decisión de carácter legal, serán a los que habría que consultar.
- **Departamento Financiero:** Finalmente el equipo que gestionará los recursos, aquí se cumplirá la función de tesorería, es decir, el control del recurso económico de la empresa. Pero a demás, aquí se investigará los beneficios y rentabilidad de los caminos que tome la empresa.
- **Departamento de Sistemas & Tecnología:** Aquí se administran todos los datos adquiridos de los usuarios así como su correcta protección y confidencialidad, por lo que los ingenieros en sistemas serán los que se encarguen de proteger esos datos de ataques y *hackers*.
- **Control de Calidad:** En este grupo se encuentran los encargados de probar la funcionalidad de Anfitrión y sus futuras actualizaciones antes de ser lanzados al público.
- **Atención al Cliente:** si bien La I.A de Anfitrión puede brindar ayuda al usuario, se necesita un equipo que se encargue de atender inquietudes más específicas.

### 7.6.2.4. Proceso de Creación de Contenido

Para mostrar cómo sería el proceso de creación de una historia para la plataforma tomaremos una vez más como ejemplo a “Amelia Fang y El Baile Barbárico” y su primer capítulo.



Figura 61. Proceso del primer capítulo.

En este primer grafico se puede observar lo que se necesitaría realizar en cada etapa para llegar a la creación del primer capítulo de Amelia Fang. Empezando por cuestiones como planificar las habilidades que se desarrollarán en cada ruta, realizar un *storyboard*, escribir un primer guión para el capítulo para comprobar la continuidad de las actividades, seguido por la creación y modelado de los personajes, vocalización para las narraciones. Finalmente dar sonorización y ambiente al capítulo, además de testear funcionamiento.

|   |                                    |   |   |                                      |  |
|---|------------------------------------|---|---|--------------------------------------|--|
| Capitulo 1<br>Falafipafels                      | Capitulo 2<br>Florencia y Grimaldi | Capitulo 3<br>Tufón                       | Capitulo 4<br>Los Terroríficos<br>Ángeles Gattitos    | Capitulo 5<br>¡Estás Mueeeeeeerto!   |  |
| Capitulo 6<br>El Lavabo No<br>Brilla Suficiente | Capitulo 7<br>¡Haz Algo, Papá!     | Capitulo 8<br>Quiero Esa                  | Capitulo 9<br>La Puerta Verde del<br>Picaporte Mohoso | Capitulo 10<br>La Sigilosa Florencia |  |
| Capitulo 11<br>Seres de La Luz                  | Capitulo 12<br>Por Los Pelos       | Capitulo 13<br>¡Intestino!                | Capitulo 14<br>El Secreto del<br>Rey Vladimir         | Capitulo 15<br>Amigos                |  |
| Capitulo 16<br>El Baile Barbárico               | Capitulo 17<br>Sigmund             | Capitulo 18<br>¡No Soy<br>Ninguna Bestia! | Capitulo 19<br>Puerta Tras Puerta                     | Capitulo 20<br>Purpurnópolis         |  |

Figura 62. Historia completa de Amelia Fang.

En este segundo cuadro se puede observar que la historia de Amelia Fang y El Baile Barbárico cuenta con 20 capítulos, por lo que el procedimiento anterior debería realizarse dicho número de veces lo que tomaría un tiempo estimado

de 2 a 3 meses; estos últimos factores podrían incidir en que Amelia Fang sea una historia de categoría S.

#### 7.6.2.5. Tipos de Historias

Hay que tener en cuenta que no todas las historias dentro de Anfitrión serán iguales debido a varios factores, por lo que se tendrá 2 catálogos para clasificar a las historias:

**Catálogo Básico:** se clasificará dentro de este catálogo a las historias que:

- Tomen un corto periodo de tiempo en su creación (aproximadamente 1 mes o 2).
- Tengan un máximo de 10 capítulos.
- No tengan un alto nivel de popularidad.
- No cuenten con una ruta predeterminada que involucre más de 3 aspectos esenciales.

**Catálogo S:** se clasificará dentro de este catálogo a las historias que

- Su periodo de creación sea relativamente largo (pueden ser de entre 2, 6 o hasta 12 meses).
- Tengan más de 20 capítulos.
- Sean títulos con una popularidad alta o sean producciones de asociados al servicio de creadores que brinda Anfitrión.
- En su ruta predeterminada sean capaces de involucrar de manera exitosa más de 3 aspectos esenciales.

#### 7.6.2.6. Tipos de Suscripciones de Anfitrión

Anfitrión trabajara con 3 tarifas o planes en su suscripción mensual, las cuales ofrecen al cliente diferentes beneficios dependiendo de sus necesidades.

Tabla 15.

##### *Tipos de Suscripción*

|  | Plan Básico   | Plan Familiar                                       | Plan Premium                                  |
|--|---|---|---|
| <b>Usuarios</b>                            | Anfitrión funciona con 2 usuarios                   | Anfitrión funciona con 5 usuarios                   | Anfitrión funciona con 10 usuarios            |
| <b>Dispositivos</b>                        | Enlazar hasta 3 dispositivos simultáneamente        | Enlazar hasta 6 dispositivos simultáneamente        | Enlazar hasta 10 dispositivos simultáneamente |
| <b>Intercambio de rutas de aprendizaje</b> | Intercambiar entre rutas hasta 3 veces por capítulo | Intercambiar entre rutas hasta 6 veces por capítulo | Intercambiar entre rutas de manera ilimitada  |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <b>Biblioteca virtual</b>                  | Acceso al catálogo básico + una historia del catálogo S de regalo mensualmente | 2 historias del catálogo S de regalo mensualmente      | Acceso al catálogo básico y catálogo S                  |
| <b>Avatar virtual</b>                      | Cosméticos de personalización básicos  | Paquete tematizado mensualmente de regalo              | Acceso a cosméticos tematizados de manera gratuita      |
| <b>Publicidad</b>                          | Publicidad al final de cada historia   | Sin interrupciones de publicidad                       | Sin interrupciones de publicidad                        |
| <b>Función sin internet</b>                | Anfitrión no funcionará sin internet   | Anfitrión puede funcionar sin internet durante 5 horas | Anfitrión puede funcionar sin internet durante 24 horas |
| <b>Temas para la interfaz de Anfitrión</b> | Solo temas base  | Un tema especial de regalo mensualmente                | Descargar temas especiales de manera ilimitada          |
| <b>Descargar historias</b>                 | No se podrá descargar historias  | Descargar hasta 5 historias de cualquier tipo          | Descargar cualquier historia                            |
| <b>Almacenamiento en la nube</b>           | 20 Gb de almacenamiento  | 100 Gb de almacenamiento                               | 150 Gb de almacenamiento                                |

### 7.6.3. Viabilidad

#### 7.6.3.1. Presupuesto Para Anfitrión

Tabla 16.

#### *Presupuesto*

|   |          |
|---|----------|
| <b>Gerencia</b>                                       |          |
| Presidente  | \$ 3.000 |
| Vicepresidente  | \$ 3.000 |
| Gerente General                                       | \$ 3.000 |
| <b>Tecnologías de la información</b>                  |          |
| <b>Departamento de investigación &amp; Desarrollo</b> |          |
| Director de investigación                             | \$ 2.000 |
| Encuestadores (x4)                                    | \$ 1.600 |
| Analistas de datos (x4)                               | \$ 1.600 |
| <b>Departamento de Producto</b>                       |          |
| Gerente   | \$ 1.500 |
| Técnicos (x4)   | \$ 6.000 |
| <b>Departamento de Contenidos</b>                     |          |
| Gerente   | \$ 1.500 |
| Creativos (x6)  | \$ 7.200 |
| <b>Medios</b>   |          |



|  |                   |
|--|-------------------|
| Presidente de medios                               | \$ 3.000          |
| <b>Departamento de Comunicación</b>                |                   |
| Director de comunicación                           | \$ 2.000          |
| <i>Social Media Managers</i> (x4)                  | \$ 2.400          |
| Comunicadores Audiovisuales (x4)                   | \$ 2.400          |
| Difusores (x2)                                     | \$ 1.200          |
| <b>Departamento de Marketing</b>                   |                   |
| Director de marketing                              | \$ 2.000          |
| Community managers (x4)                            | \$ 2.400          |
| <b>Departamento de Diseño</b>                      |                   |
| Director de diseño                                 | \$ 2.000          |
| Diseñadores (x10)                                  | \$ 6.000          |
| Creativos (x5)                                     | \$ 3.000          |
| <b>Producción</b>                                  |                   |
| Director de producción                             | \$ 2.000          |
| <b>Imagen</b>                                      |                   |
| Modeladores 3D (x10)                               | \$ 10.000         |
| Ilustradores (x8)                                  | \$ 8.000          |
| <b>Sonido</b>                                      |                   |
| Arreglistas (x6)                                   | \$ 3.600          |
| Actores de voz (x8)                                | \$ 4.800          |
| Ingenieros de sonido( x4)                          | \$ 2.400          |
| Compositores (x2)                                  | \$ 4.000          |
| <b>Pre/Post Producción</b>                         |                   |
| Animadores (x6)                                    | \$ 6.000          |
| Guionistas (x3)                                    | \$ 3.000          |
| Programadores (x8)                                 | \$ 9.600          |
| Especialistas en I.A (x4)                          | \$ 4.800          |
| Psicología Educativa (x4)                          | \$ 3.200          |
| <b>Departamento Jurídico-Financiero</b>            |                   |
| Abogados (x2)                                      | \$ 2.400          |
| Contador   | \$ 600            |
| <b>Departamento de Sistemas &amp; Tecnología</b>   |                   |
| Ingenieros de sistemas (x4)                        | \$ 4.800          |
| <b>Control de Calidad</b>                          |                   |
| Encuestadores (x4)                                 | \$ 1.600          |
| <i>Beta Testers</i> (x4)                           | \$ 6.000          |
| <b>Atención al Cliente</b>                         |                   |
| Recepcionistas (x2)                                | \$ 800            |
| <i>Call Center</i> (x8)                            | \$ 3.200          |
| <b>Instalaciones &amp; Publicidad</b>              |                   |
| Arriendo de Edificio                               | \$ 3.800          |
| Publicidad en Medios (TV, radio, redes, vehicular) | \$ 2.000          |
| <b>Gastos Mensuales Fijos</b>                      | <b>\$ 143.400</b> |

|   |                     |
|---|---------------------|
| <b>Subtotal por año</b>                             | <b>\$ 1.720.800</b> |
| <b>Gastos Únicos</b>                                |                     |
| Servidor 280 Tb (x5)                                | \$ 17.500           |
| Equipar Edificio (herramientas, muebles, insumos)   | \$ 100.000          |
| <b>Subtotal inversión inicial 2020</b>              | <b>\$ 1.838.300</b> |
| <b>Inversión Inicial 2040 (+42,5% de Inflación)</b> | <b>\$ 2.619.578</b> |

En los gastos mensuales fijos se tomó en cuenta los sueldos de cada miembro del equipo, así como arriendo del edificio y la publicidad para Anfitrión, dando un gasto mensual el cual es multiplicado por 12 meses. Posterior a esto, se sumaron los gastos que serian de una única vez, es decir todas las herramientas necesarias para la empresa así como el amueblado y demás, esto nos da un subtotal de la inversión para el 2020. A este penúltimo valor solo se aumentó el porcentaje de inflación y se obtuvo la inversión final para el año 2040.

### 7.6.3.2. Ganancias de Anfitrión

Ahora teniendo en cuenta todo lo anterior se pasa a mencionar cuáles serian las ganancias de cada tipo de suscripción versus el porcentaje de penetración en el mercado. Cabe mencionar que el precio de las mensualidades toma como base los planes de *Netflix* y se le suma el porcentaje de inflación.

Tabla 17.

#### *Ganancia Mensual*

|  | <b>Ganancia Mensualmente</b>                 |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <b>Plan Básico</b>                           | <b>Plan Familiar</b>                         | <b>Plan Premium</b>                          |
| <b>Cantidad de personas (% de penetración en el mercado)</b> | <b>\$ 14,25</b><br>(\$ 10 + 42,5% Inflación) | <b>\$ 18,52</b><br>(\$ 13 + 42,5% Inflación) | <b>\$ 22,80</b><br>(\$ 18 + 42,5% Inflación) |
| <b>169.491 (10%)</b>   | \$ 2.415.241                                 | \$ 3.139.813                                 | \$ 3.864.386                                 |
| <b>84.745 (5%)</b>   | \$ 1.207.621                                 | \$ 1.569.907                                 | \$ 1.932.193                                 |
| <b>16.949 (1%)</b>   | \$ 241.524                                   | \$ 313.981                                   | \$ 386.439                                   |

Tabla 18.

*Ganancia Anual*

|  | <b>Ganancia Anualmente</b>               |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <b>Plan Básico</b>                       | <b>Plan Familiar</b>                     | <b>Plan Premium</b>                      |
| <b>Cantidad de personas (% de penetración en el mercado)</b> | <b>\$ 14,25</b><br>(\$ 10 + % Inflación) | <b>\$ 18,52</b><br>(\$ 13 + % Inflación) | <b>\$ 22,80</b><br>(\$ 10 + % Inflación) |
| <b>169.491 (10%)</b>   | \$ 28.982.893                            | \$ 37.677.760                            | \$ 46.372.628                            |
| <b>84.745 (5%)</b>   | \$ 14.491.446                            | \$ 18.838.880                            | \$ 23.186.314                            |
| <b>16.949 (1%)</b>   | \$ 2.898.289                             | \$ 3.767.776                             | \$ 4.637.263                             |

**7.6.3.3. Punto de Equilibrio**

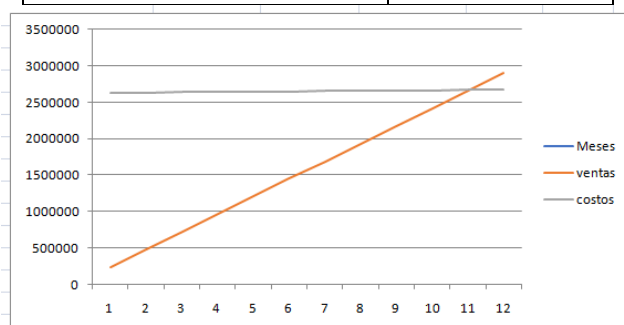
Para calcular el punto de equilibrio se toman las ganancias de las 3 tarifas mensuales junto con el escenario pesimista de penetración en el mercado, es decir 84.745 personas lo que representa el 1% de los clientes.

Tabla 19.

*Plan Básico*

- Plan Básico – \$ 14,25:

|                              |                     |
|------------------------------|---------------------|
| <b>Inversión Inicial</b>     | <b>\$ 2.619.578</b> |
| <b>Costos Variables (1%)</b> | <b>\$ 5.239</b>     |
| <b>Mensualidad</b>           | <b>\$ 241.524</b>   |



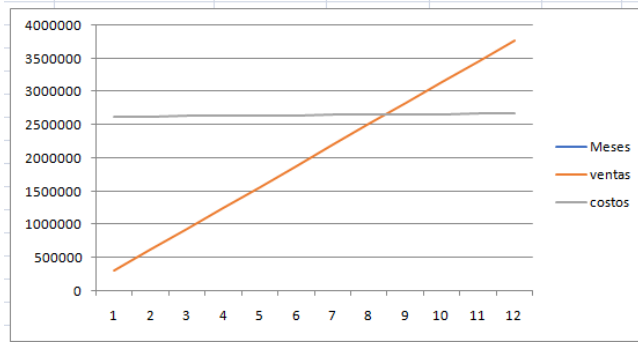
Para este primer caso se puede observar que la inversión inicial se recuperaría al inicio del decimo primer mes, por lo que el último mes sería de ganancias para Anfitrión.

Tabla 20.

*Plan Familiar*

- Plan Familiar – \$ 18.52:

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| <b>Inversión Inicial</b>     | \$ 2.619.578 |
| <b>Costos Variables (1%)</b> | \$ 5.239     |
| <b>Mensualidad</b>           | \$ 313.981   |



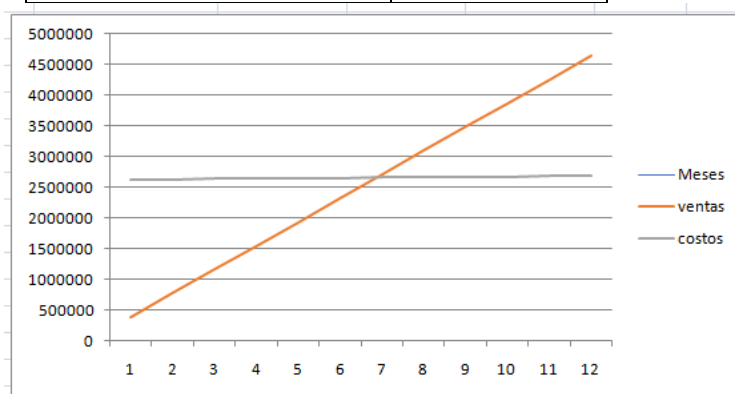
En el segundo caso se puede observar que el punto de equilibrio se redujo a mediados del octavo mes, por lo que los siguientes tres meses y medio resultarían en ganancias para Anfitrión.

Tabla 21.

*Plan Premium*

- Plan Premium – \$ 22.80:

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| <b>Inversión Inicial</b>     | \$ 2.619.578 |
| <b>Costos Variables (1%)</b> | \$ 5.239     |
| <b>Mensualidad</b>           | \$ 386.439   |



Finalmente para el tercer caso, se puede observar que el punto de equilibrio se redujo a finales del sexto mes, por lo que los siguientes seis meses significan ganancias para Anfitrión.

Conclusión:

Con todo lo anterior se puede concluir que, aun estando en el supuesto escenario pesimista, que significa el 1% de penetración en el mercado, aun se puede recuperar la inversión inicial dentro del primer año incluso con la tarifa más barata del servicio Anfitrión.

#### 7.6.4. Comunicación Estratégica

La comunicación del proyecto se la ha dividido por el tipo de *target* al que será dirigida, y por lo tanto esta cambiará dependiendo del contexto y del objetivo, por lo que estos *targets* serían:

##### 7.6.4.1. Comunicación para Corporativos

El objetivo de estos ejemplos es mostrar cómo se vería Anfitrión en un contexto más profesional y corporativo, como por ejemplo, mostrar el *branding* de las oficinas de Anfitrión, reuniones de *staff*, reuniones creativas y demás.



Figura 63. Reunión de creativos 1.



Figura 64. Reunión de creativos 2.

Ejemplo de reuniones del *staff* dentro de las oficinas de Anfitrión para toma de decisiones creativas, de diseño, creación de guiones, desarrollo de la inteligencia artificial, psicología educativa y demás.



*Figura 65.* Reunion de Empresarios 1.



*Figura 66.* Reunion de Empresarios 2.

Ejemplo de reunión de los altos cargos para analizar cuestiones como el desarrollo de la plataforma, análisis de datos, toma de decisiones, analizar mercados y demás tareas.

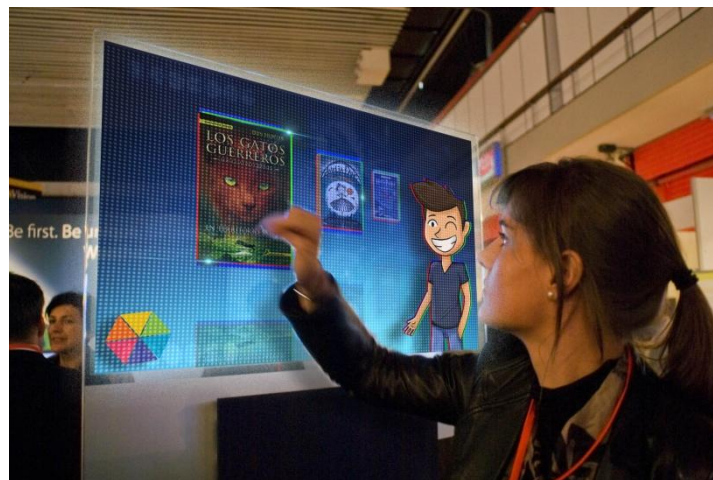
#### **7.6.4.2. Comunicación para Creadores**

El objetivo de estos ejemplos es mostrar a Anfitrión en un contexto publicitario, pero enfocándose en eventos, principalmente para atraer a potenciales creadores de contenido o autores a la plataforma mostrando su funcionalidad.



*Figura 67.* Presentación en evento.

Ejemplo de evento empresarial donde se observa la interfaz del servicio con las historias de Amelia Fang junto con el personaje proyectado holográficamente, todo con el objetivo de mostrar a los presentes la tecnología de Anfitrión y llamar la atención de socios, empresas, creativos y demás.



*Figura 68.* Demo en evento.

Ejemplo del demo de Anfitrión para los presentes del evento, aquí se busca que los potenciales socios prueben de primera mano cómo funciona y cómo se ve Anfitrión y buscar convencerlos de asociarse a la empresa.

#### **7.6.4.3. Comunicación para Clientes**

El objetivo de estos ejemplos es mostrar el cómo se vería la interacción entre una publicidad del año 2040 de Anfitrión y los usuarios, ya sean estos los padres de familia o sus hijos.



Figura 69. Publicidad interactiva 1.



Figura 70. Publicidad interactiva 2.

Ejemplo de publicidad inteligente en lugares con alta concentración de gente. Aquí se muestra cómo la publicidad identificará a los potenciales usuarios para pasar a mostrarles una pequeña muestra de la biblioteca de Anfitrión así como de un avatar básico, posterior a eso, los usuarios podrán interactuar con dicha publicidad y navegar por la misma.



## 8. VALIDACIÓN

La parte final del proyecto es validar todos los aspectos del proyecto, todo con el objetivo de verificar si se cumplen los objetivos que se plantearon al inicio, la validación se realizó con usuarios y un experto.

### 8.1. Validación con Usuarios

Tabla 22.

*Planificación para validar uso*

1. **Uso:** En esta parte se busca comprobar si los usuarios entienden y les resulta fácil el uso de Anfitrión, aquí aun no se comprobará estética ni el diseño del servicio.

| ¿Con Quién?  | ¿Cómo?  | ¿Con Qué?   | Resultados Esperados  |
|--|---|---|---|
| Niños dentro del rango de edad establecidos y con sus padres de familia. | Se simulará ser el asistente virtual de Anfitrión, y los usuarios deberán simular que usan el servicio, por lo que se deberá hacer caso a cualquier acción que hagan los usuarios, pausar, retroceder, adelantar, cambiar de capítulo, de categoría o de método de narrar la historia, como una obra de teatro de un solo hombre. Al finalizar, se les dará una encuesta. | <p>Primeramente se tomará el libro de Amelia Fang, los usuarios deberán elegir entre las 6 categorías y se procederá a narrar los capítulos, se hará una actividad por cada categoría:</p> <p><u>Imaginación:</u> los participantes deberán dibujar los personajes.<br/> <u>Creatividad:</u> los participantes deberán actuar como el personaje que se les asigne.<br/> <u>Memoria:</u> se hará preguntas a los usuarios sobre la historia.<br/> <u>Conocimiento:</u> se preguntará a los participantes qué aprendieron de la historia.<br/> <u>Comprensión:</u> se preguntará a los participantes sobre una moraleja.<br/> <u>Lenguaje:</u> se les dará a los participantes palabras de la historia y harán oraciones o adivinarán su significado.</p> | Comentarios sobre la duración de cada actividad, si las actividades son llamativas y están relacionadas a la categoría que pertenecen o caso contrario, sugerencias de actividades que podrían implementarse. |

2. **Propuesta:** Para esta parte se busca comprobar la viabilidad y factibilidad de toda la propuesta, aquí se presentará completamente a Anfitrión, cómo se ve, todo lo que está detrás y lo que ofrece como servicio y demás.

Tabla 23.

*Planificación para validar propuesta.*

| ¿Con Quién?  | ¿Cómo?  | ¿Con Qué?  | Resultados Esperados  |
|--|---|--|---|
| Aquí se buscará la retroalimentación por parte de los padres de familia. | Se hará una presentación de lo que es Anfitrión a manera resumida, enfocándose en los puntos que son de su interés, como pueden ser, su función, uso, estética, contenidos y precios. | Impresos con toda la información clave del proyecto. | Retroalimentación sobre cómo mejorar el proyecto, nivel de innovación, si es llamativo, si estarían dispuestos a pagar por Anfitrión. |

3. **Diseño:** Finalmente en esta sección se busca comprobar la percepción estética tanto de las interfaces como de la interactividad con los usuarios, para esta parte se hizo uso de realidad aumentada.

Tabla 24.

*Planificación para validar estética.*

| ¿Con Quién?   | ¿Cómo?   | ¿Con Qué?   | Resultados Esperados  |
|---|--|---|---|
| Aquí se buscará la retroalimentación por parte de los usuarios. | Se utilizará Scope, una aplicación de realidad aumentada para simular el espacio holográfico que Anfitrión busca brindar al usuario. | Aplicación de realidad aumentada e impresos a escala para simular la experiencia. | Retroalimentación y comentarios sobre el diseño, la coherencia gráfica y demás. |

### 8.1.1. Retroalimentación para Uso Y Propuesta



Figura 71. Participantes de la actividad.

**Link del cuestionario:** <https://forms.gle/FMQMBnpMbUBJ4A5e8>

Todo lo anterior se llevó a cabo con un total de 12 personas dentro del perfil de la panificación, de las cuales se destacan las siguientes respuestas relevantes:



Figura 72. Primera pregunta.

- “Denota variedad y va acorde con el interfaz, me gusta mucho.”
- “Es bien pensado y dirigido además de que abarca el objetivo del servicio.”
- “Me parece un logo muy bonito y bien conectado para un servicio infantil.”
- “Apenas lo vi ya pude adivinar que era algo para niños.”
- “Una mezcla muy buena entre lo infantil y lo serio.”

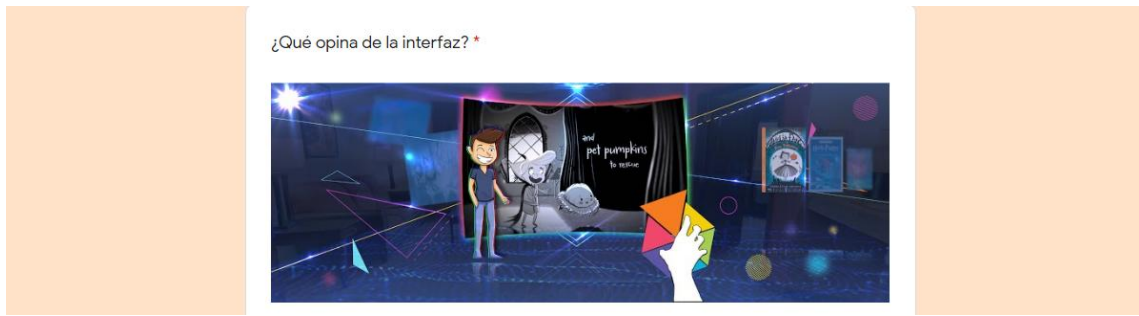


Figura 73. Segunda pregunta.

- “Futurista, simple de usar y amigable para usuarios de corta edad.”
- “Al ser holográfica el ambiente se vuelve envolvente y enganchas al usuario es interactiva y educativa además de ser entretenida.”
- “Es cómodo y da la idea de internarte y concentrarte en la actividad.”

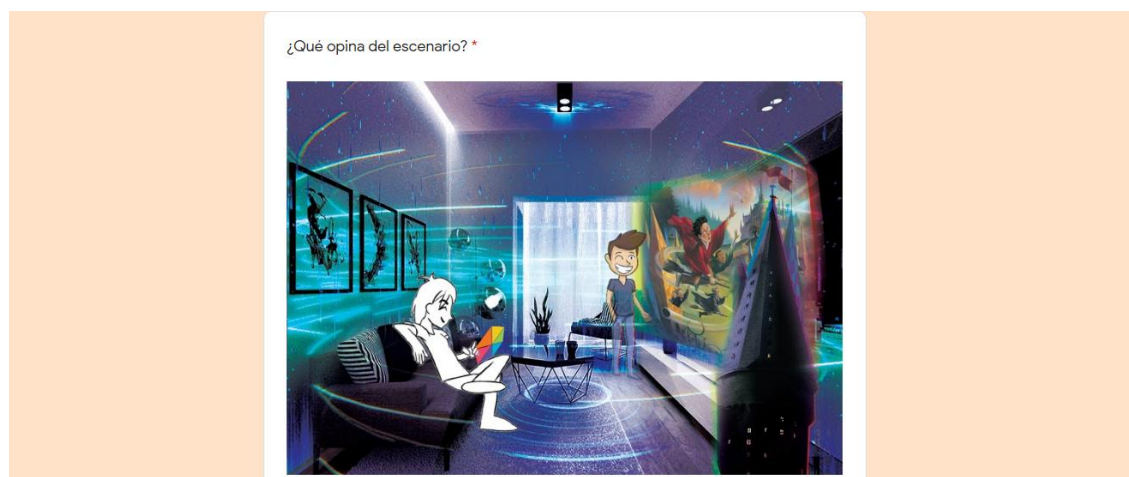


Figura 74. Tercera pregunta.

- “Parece un escenario futurista y que me hace pensar que es posible usar una plataforma así en pocos años.”
- “Atrae la atención del usuario.”
- “Es futurista pero no lo suficientemente loco como para creer que no se puede lograr.”

¿Cuál es su opinión sobre las dinámicas? ¿Se comprendieron? (en caso de que no, explica la razón) \*

Figura 75. Cuarta pregunta.

- “Si estuvo muy entretenido, hicimos la dinámica con los pequeños y nos divertimos todos, aprendimos y recordamos la lectura y sus personajes.”
- “Las dinámicas fueron muy entretenidas para los adultos y para los niños, queríamos seguir jugando.”
- “Realizamos cada una de las actividades y fueron muy entretenidas casi ni se sintió el tiempo que pasamos.”

¿Las actividades que se realizaron estaban relacionadas a la categoría a la que pertenecían? (en caso de que no, explica la razón) \*

*Figura 76.* Quinta pregunta.

- “Sí las actividades estaban relacionadas a la categoría que correspondía y fue muy entretenida.”
- “Cada actividad tenía un propósito diferente y se pudo seguir el cuento desde diferentes puntos de aprendizaje.”
- “Si estaban relacionadas y bien delimitadas.”
- “Si, era obvio lo que estábamos desarrollando gracias a las diferentes actividades.”

¿Anfitrión expresa de manera clara su objetivo? (en caso de que no, explica la razón) \*

*Figura 77.* Sexta pregunta.

- “Si el Anfitrión hace de moderador y pudimos cambiar las opciones sin problema, explicó palabras nuevas y su significado claramente. Cambiamos de modo memoria a creativo y estuvo súper divertido.”
- “Si de manera clara y convencida del proyecto.”
- “Si y mantiene clara la visión de aprendizaje.”
- “Totalmente, se entiende que es no solo es un servicio de entretenimiento sino una herramienta de aprendizaje.”
- “Si, me parece que resuelve muy bien la problemática mencionada al inicio.”

Si el servicio existiera de verdad ¿Lo compraría? (en caso de que no, explica la razón) \*

Figura 78. Séptima pregunta.

- “Lo compraría sin dudar. A mis hijos les encantó la dinámica y sería una forma espectacular de incentivar la lectura, mejorar la memoria y la comprensión de mis hijos.”
- “Totalmente, sería una gran alternativa para que mis hijos no pasen solo en Netflix y puedan aprender de forma más interactiva y dinámica.”
- “Si ya que a mi hija pequeña le encantó y sería un buena excusa para pasar tiempo juntas divirtiendonos y aprendiendo.”
- “Si, me encantaría ya que es algo que aporta aprendizaje, no es solo ocio como otros servicios”

Si su respuesta anterior fue si ¿Cuál de los 3 planes contrataría?

- Plan Básico
- Plan Familiar
- Plan Premium

Figura 79. Octava pregunta.

12 respuestas

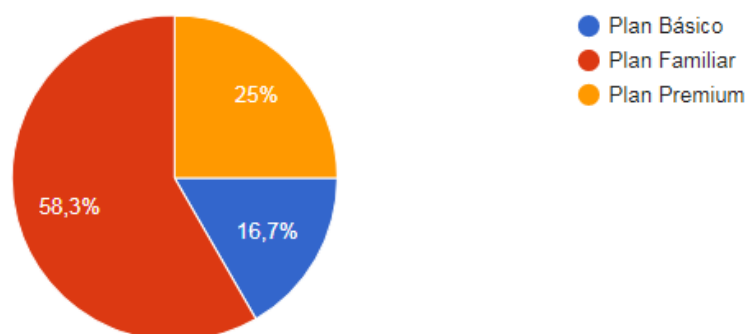


Figura 80. Octava pregunta – resultados.

¿Cuál es su opinión final acerca de Anfitrión? (aciertos, fallas, puntos de mejora, etc.) \*

Figura 81. Novena pregunta.

- “Anfitrión tiene un escenario e interfaz espectacular. Fácil comprensión y uso. Principalmente cumple con el objetivo deseado.”
- “Anfitrión es un avatar que se puede personalizar entonces le puedo adaptar según mis preferencias, me parece genial.”
- “Es un servicio que puede explotarse de distintas maneras, me imagino al Anfitrión siendo un apoyo de estudio, terapia, cuidado y un montón de cosas más.”
- “Es un servicio muy bueno y necesario, pero lo mejor es que yo creo que puede ser hasta algo que comprarías en una tienda de juguetes ya que aunque le quites la parte tecnológica aun funciona como un juego familiar.”

¿Existe alguna duda o sugerencia adicional? (cosas que no quedaron claras o no fueron explicadas)

Figura 82. Décima pregunta.

- “Todo estuvo muy bien explicado, y ojalá podamos verlo funcionando en un futuro no muy lejano.”
- “Creo que el proyecto es interesante pero se debe desarrollar rápido y explotarlo de la mejor manera.”
- “Que tan ético sería que el servicio tenga tanta información sobre el usuario.”
- “Sería genial si uno pudiera ponerle su propia voz al personaje de Anfitrión.”
- “Si a una persona le gusta la lectura tradicional en libro, Anfitrión debería poder proyectar un libro virtual en las manos de la persona.”
- “Imaginar un servicio que te conozca tan bien es algo aterrador pero interesante al mismo tiempo, no sé qué tan bueno sea que un servicio invada tanto tu privacidad.”

### 8.1.2. Validación de Estética con Realidad Aumentada

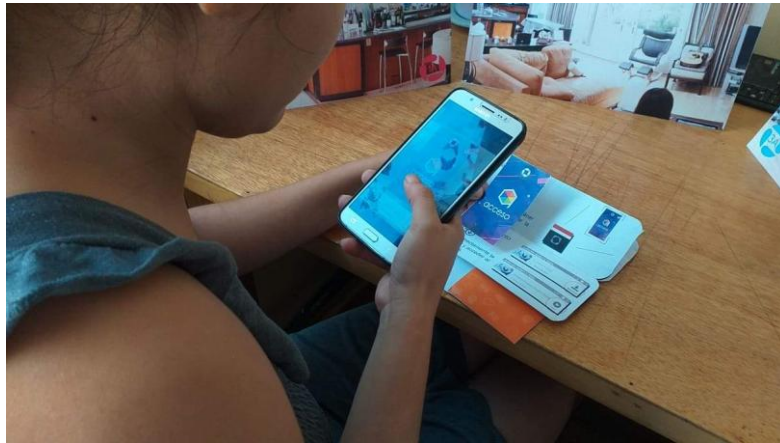


Figura 83. Escaneo de tarjeta de acceso al proyecto en Scope.

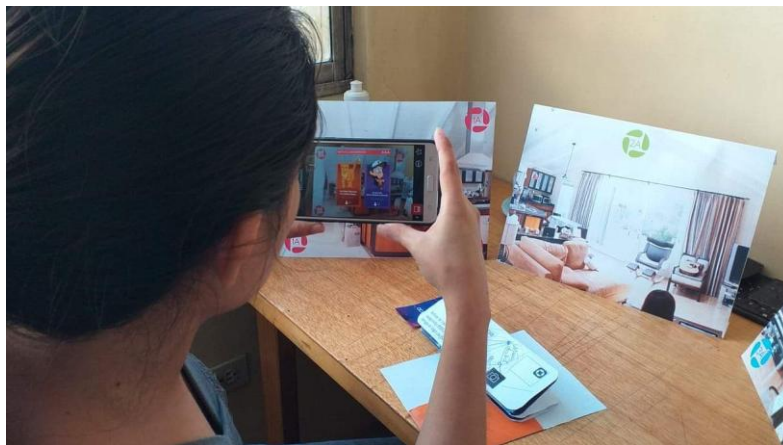


Figura 84. Interfaz izquierda.

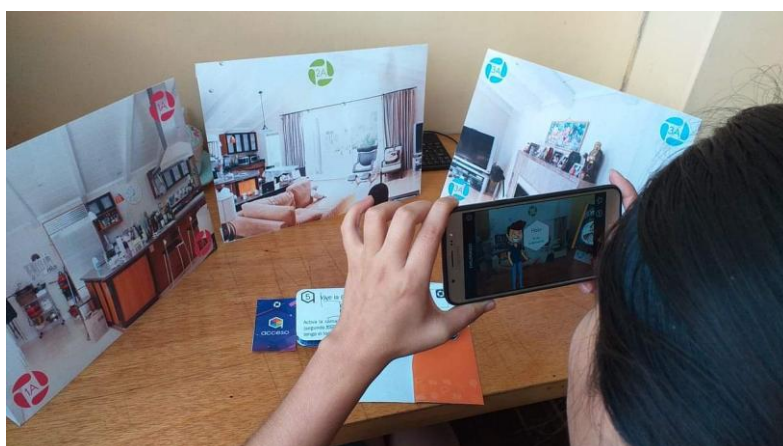
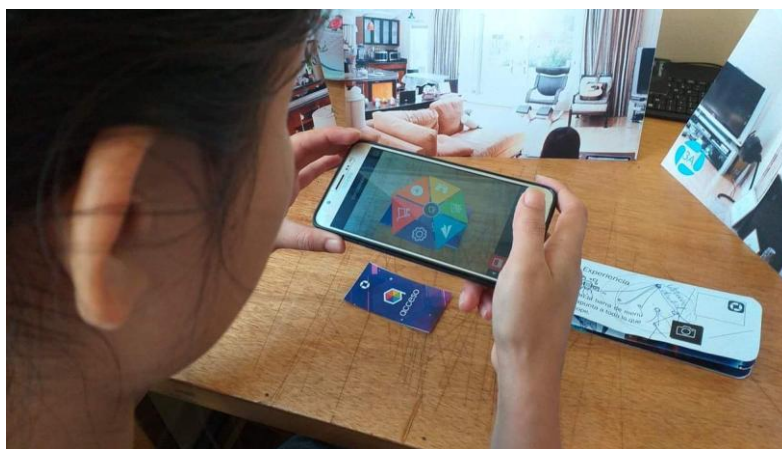


Figura 85. Interfaz Central.

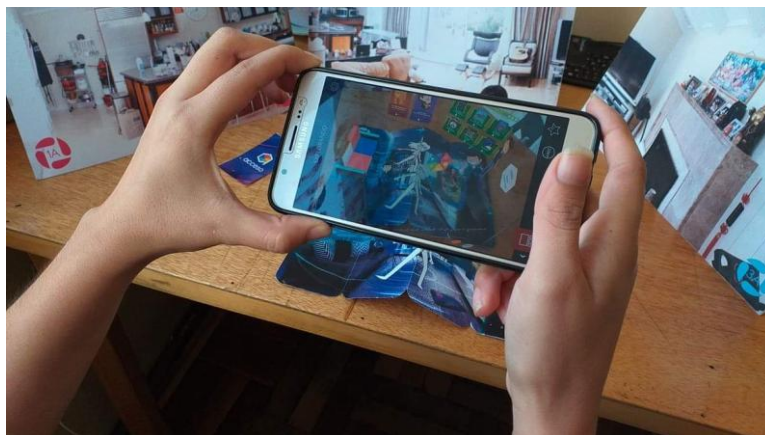




*Figura 86.* Interfaz derecha.



*Figura 87.* Comando de Navegación.



*Figura 88.* Escenario en tercera persona.

### 8.1.3. Conclusión de Validación con Usuarios

Los usuarios con los que se trabajó esta parte mostraron una respuesta positiva en cuanto a Anfitrión, entendieron las dinámicas de las categorías y mencionaron que fue una actividad entretenida tanto para ellos como para sus hijos. En segundo lugar, visualmente les pareció muy llamativa la plataforma, todo el estilo gráfico tuvo una buena recepción, causando que deseen que el futuro llegase pronto, el uso de realidad aumentada para simular el espacio virtual fue un gran acierto que permitió a los usuarios comprender completamente el servicio.

A parte, todas las personas estuvieron de acuerdo con el costo de Anfitrión y todos estarían dispuestos a pagar la suscripción mensual, de entre las cuales la favorita fue la suscripción familiar. Finalmente, los usuarios mencionaron que es un servicio con mucho potencial que puede expandirse más allá del aprendizaje y el desarrollo infantil.

### 8.2. Validación con Experto

Tabla 25.

*Planificación para validar con experto.*

| ¿Con Quién?  | ¿Cómo?   | ¿Con Qué?                                   | Resultados Esperados   |
|--|--|---|--|
| Aquí se buscará la retroalimentación por parte de un experto del tema. | Presentando todo lo que es Anfitrión de manera más completa, mencionando todo lo que está detrás, tecnología, modelo de negocio, costos, equipo necesario, función, estética, diseño y demás puntos. | Documento con todas las fases del proyecto, | Retroalimentación más profesional sobre cómo mejorar el proyecto, si es rentable, si es posible realizarlo, su nivel de innovación, si puede tener acogida en el mercado, etc. |

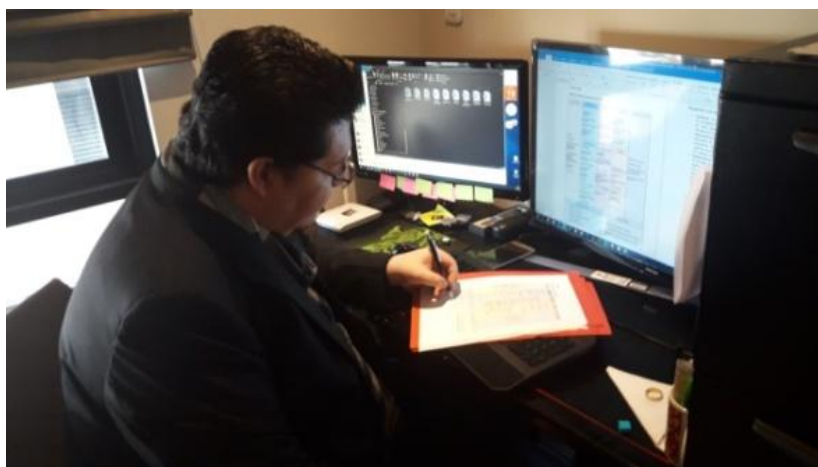


Figura 89. Entrevista con experto 1.



Figura 90. Entrevista con experto.

Diego Alvarez es un diseñador gráfico y *webmaster*, docente de maestría en la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) y fundador de su propia empresa de diseño gráfico, web y multimedia, “*Diego Webstudio*”.

**Link de la entrevista:** <https://bit.ly/35Y9N0s>

### 1. ¿Cómo podría mejorar el proyecto?

“Buscar el apoyo del estado o una organización internacional. Ya que si tienes más recursos puedes lograr un impacto más significativo en la sociedad. También investigar si se pueden otorgar recursos desde ONGs u organismos internacionales, que buscan desarrollar la educación en Latinoamérica, y en este caso específico... el Ecuador.”

### 2. ¿Le ve rentable este proyecto?

“Con mi experiencia trabajando con empresas privadas y gubernamentales, durante más de 23 años de carrera, le veo varias fortalezas para lograr una correcta ejecución. Siempre y cuando se logre un planteamiento concreto en base al estudio de mercado y el alcance del proyecto, ya que con bases sólidas se puede lograr mejores resultados.”

### 3. ¿Qué tal le parece el nivel de innovación?

“Como todo emprendimiento en Ecuador siempre existirán actores que buscan tomar partida de estas ideas innovadoras. Por esto es sumamente importante asentar legalmente este proyecto. Ya que es además de innovador, revolucionario el momento de acercarse a la lectura en el país. Las tecnologías existentes dan para mucho más, estamos en el umbral de una nueva revolución, esta vez marcada por la tecnología y la conectividad. Esta propuesta, además de ambiciosa, es plenamente ejecutable.”

**4. ¿Le ve factible el modelo de negocio?**

“Si, Es un modelo además de logable, y si se ejecuta de forma correcta, de gran rentabilidad a mediano plazo. Lo que más llama la atención del modelo de negocio es el correcto análisis de costos, riesgos y factibilidad. Estos son puntos claves en los que inversionistas ponen su atención.”

**5. ¿Cuál se opinión personal sobre ANFITRIÓN?**

“Le veo una plataforma innovadora, llena de retos y buenas ideas. Lo que más me llamó la atención es la calidad de la propuesta... y está a la altura de programas internacionales de desarrollo social. Muy interesante el impacto en el día a día en las personas, y un nivel de negocio sumamente llamativo, y rentable.”

## 9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 9.1. Conclusiones

El proceso metodológico aplicado en la fase de investigación, el cual fue analizar y concluir cada nuevo hallazgo, fue de gran ayuda para acumular una base conceptual sólida para desarrollar la propuesta en la segunda fase, por lo que en el desarrollo, ninguna decisión de diseño fue tomada al azar o salió de la nada, absolutamente todo nace de todas las conclusiones a las que se llegó en la fase de diagnóstico.

La herramienta de escenarios futuros fue la pieza clave del proyecto, ya que permitió proyectar una actividad tan cotidiana como es el leer, hacia 20 años en el futuro, y gracias al análisis de cada posible escenario, el proyecto encuentra un balance perfecto entre lo futurista pero logable, lo cual se ve reflejado en las últimas secciones donde se detalla la viabilidad y factibilidad.

En la etapa de desarrollo se utilizó un método que se nombró como análisis en retrospectiva, esto fue otro punto clave para que el proyecto se perciba como futurista y logable, antes de proceder a diseñar cada elemento proyectado hacia el futuro, primero se echaba un vistazo al pasado para averiguar qué ya se ha inventado y cómo ha cambiado a lo largo de los años, claro que al ser una estimación, varios puntos puede que no sean tan exactos como parecen, dicho en otras palabras, es como calcular la trayectoria de caída de un balón, si se observa la curva inicial, se podrá determinar un punto de llegada aproximado y obtener un resultado más exacto que simplemente decir un punto al azar.

Otra mención en la etapa de desarrollo, es que se pudo aplicar una gran cantidad de conocimiento adquirido en la carrera, evidenciando habilidades como desarrollo de imagen corporativa, ilustración, evaluación de propuestas, administración en el diseño, realización de *moodboards*, manejo de programas de diseño, entre otros.

Finalmente en la etapa de investigación, se pudo apreciar la aceptación por parte de los usuarios con Anfitrión, todos mencionaban que quisieran tenerlo en su hogar ya que es una herramienta que puede utilizarse de muchas maneras más allá de las historias inmersivas. Esto evidencia que se cumple el problema inicial, se pudo crear un servicio que resulte llamativo para el usuario al darle vuelta a la balanza, utilizar esa tecnología que era parte del problema, y volverla una pieza clave de Anfitrión.

## 9.2. Recomendaciones

Si el proyecto llega a ser una realidad en un futuro cercano, se recomienda analizar el resto de puntos del contexto que quedaron sueltos y proyectarlos hacia el futuro, por ejemplo cómo serán los dispositivos portátiles, como será el ambiente hogareño, cómo evolucionarán las televisiones, radios, y demás.

De igual manera, se recomienda analizar cómo será un dispositivo de proyección holográfica, realizar su respectivo análisis de producción, viabilidad y demás. Esto ya que si Anfitrión bien es un servicio que se contrata, también existe la posibilidad de que el usuario pueda comprar dicho dispositivo hipotético pero creado por la misma empresa encargada de Anfitrión, con esto ya no se tendría que adquirir ambos elementos por separado.

Se recomienda profundizar en el diseño de la interfaz de Anfitrión, ya que por motivos de tiempo no se llegó a desarrollar todas las pantallas del mapa de navegación, por lo que no se puede apreciar en su totalidad cómo éstas interactúan entre sí y a su vez, con el usuario.

También se recomienda analizar cómo sería Anfitrión en una versión más globalizada, qué le daría el valor agregado en distintos países, y cómo afectaría esto a su modelo de negocio, por ejemplo, qué tipo de historias se debería agregar al catálogo, como se diferenciarían unas de otras, cuántos idiomas debería ser capaz de soportar Anfitrión, entre otros.

Finalmente, se recomienda analizar el resto de posibilidades que tenga Anfitrión, más allá de un servicio de lectura, ver cómo sería aplicar su tecnología en servicio de atención al cliente, terapias, tareas y tutorías dirigidas, estudio en instituciones educativas y un largo etc.

Anfitrión puede llegar a ser un punto de quiebre en varios aspectos históricos, es un proyecto muy ambicioso que, busca romper un arquetipo y darle a los usuarios nuevas experiencias, si se realiza un análisis más exhaustivo se pueden encontrar oportunidades como nuevas plazas de trabajo, modelos de negocio, tendencias y hasta el nacimiento de un nuevo método de producción así como es la industria del cine hoy en día.

## REFERENCIAS

- 5 consejos para el diseño del espacio de aprendizaje activo.* (29 de enero, 2018). Universia México. Recuperado 15 de mayo, 2019, de <http://noticias.universia.net.mx/educacion/noticia/2018/01/29/1157768/5-consejos-diseno-espacio-aprendizaje-activo.html>
- Apenas “medio libro” por año leen los ecuatorianos. (26 de abril, 2012). El Telégrafo. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/7/apenas-medio-libro-por-ano-leen-los-ecuatorianos>
- Barboza, J. (1991). *Funciones de la Lectura*. Lectura y Vida – Revista Latinoamericana de Lectura. Recuperado el 30 de septiembre, 2019, de [http://www.lecturayvida.fahce.unlp.edu.ar/numeros/a12n2/12\\_02\\_Barboza.pdf](http://www.lecturayvida.fahce.unlp.edu.ar/numeros/a12n2/12_02_Barboza.pdf)
- Bautista Vallejo, J. M. (2001). *Criterios didácticos en el diseño de materiales y juegos en Educación Infantil y Primaria*. Universidad de Huelva. Recuperado 11 de mayo, 2019, de [http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/6611/Criterios\\_didacticos.pdf?sequ](http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/6611/Criterios_didacticos.pdf?sequ)
- Bou de Aldana, Jessica Patricia, Miranda Ramírez, Sandra Elizabeth. (2006). *Efectividad del juego para el desarrollo de las percepciones en niños y niñas de 6 años*. Universidad Pedagógica de El Salvador. Recuperado 11 de mayo, 2019, de [https://issuu.com/bibliotecapedagogica/docs/trabajo\\_final\\_aprobado](https://issuu.com/bibliotecapedagogica/docs/trabajo_final_aprobado)
- Calcular la muestra correcta.* (2013). Feedback Networks. Recuperado 10 de junio, 2019, de [http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html?fbclid=IwAR3nyLmc0rFfC6Sr67JJ47qU\\_foqtN2jCvINI8JKY24Ld9to7mYoJQ1v-AI](http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html?fbclid=IwAR3nyLmc0rFfC6Sr67JJ47qU_foqtN2jCvINI8JKY24Ld9to7mYoJQ1v-AI)

- Cámara Ecuatoriana del Libro. (2017). *La literatura infantil se mantiene en primer lugar en un mercado a la baja*. El Comercio. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <https://www.elcomercio.com/pages/ecuador-leen-libros-infantiles-novelas.html>
- Cervera, J. (1979). *Aproximación a la literatura infantil*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc2f7k1>
- Cervera, J. (2003). *La literatura infantil en la construcción de la conciencia del niño*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <http://www.cervantesvirtual.com/obra/la-literatura-infantil-en-la-construccion-de-la-conciencia-del-nino—0>
- Chacón, P. (2008). El Juego Didáctico como estrategia de enseñanza y aprendizaje ¿Cómo crearlo en el aula. *Nueva aula abierta*, 16 (32-40).
- Cuervo R. (2018). *Proyecto para incentivar la lectura en los niños de 5 a 8 años de edad*. Universidad de La Salle. Recuperado 11 de mayo, 2019, de [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/25075/33101204\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/25075/33101204_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Design Thinking. (23 de septiembre, 2015). *La Narrativa Transmedia (Transmedia Storytelling)*. Recuperado 9 de octubre, 2019, de <https://designthinking.gal/la-narrativa-transmedia-transmedia-storytelling/>
- Díaz Barriga, F (2005). *Principios de diseño instruccional de entornos de aprendizaje apoyados con TIC: un marco de referencia sociocultural y situado*. Bibliografía Latinoamericana. Recuperado 15 de julio, 2019, de <https://biblat.unam.mx/es/revista/tecnologia-y-comunicacion-educativas/articulo/principios-de-diseno-instruccional-de-entornos-de-aprendizaje-apoyados-con-tic-un-marco-de-referencia-sociocultural-y-situado>



*En Ecuador existen más de 4 millones de infantes.* (01 de junio, 2013). El Telégrafo. Recuperado 7 de junio, 2019, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/en-ecuador-existen-mas-de-4-millones-de-infantes>

*En Milán se abre la “Piccola Biblioteca Libera”, un espacio al aire libre dedicado a la lectura.* (22 de septiembre, 2017). Il Libraio. Recuperado 15 de julio, 2019, de <https://www.illibraio.it/piccola-biblioteca-libera-milano-592498/>

Flores, G. (30 de septiembre, 2017). *En Quito hay tres “huecas” para la literatura infantil.* El Comercio. Recuperado, 11 de mayo, 2019, de <https://www.elcomercio.com/tendencias/literatura-ninos-quito-librerias-lectura.html>

Flores, G. (1 de abril, 2019). *¿Qué pasa en el cerebro de los niños cuando leen?* El Comercio. Recuperado, 30 de septiembre, 2019, de <https://www.elcomercio.com/tendencias/cerebro-ninos-lectura-libros-beneficios.html>

Flores, R. (2000). *Factores que influyen en el desinterés por la lectura.* Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado 17 de mayo, 2019, de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07\\_1191.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07_1191.pdf)

Fortes Hospital, C. (2017). *Proyecto para incentivar la lectura en segundo de primaria.* Universidad Internacional de Loja. Recuperado 12 de mayo, 2019, de <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/6105/HOSPITAL%20FORTES%2C%20CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González Álvarez, C. (2000). *Estrategias y procedimientos para fomentar la lectura en la familia y en la escuela.* Universidad de Coruña. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/8101>

Gutiérrez del Álamo, P. (24 de abril, 2018). *Leer en voz alta, herramienta para el fomento de la lectura*. El Diario de La Educación. Recuperado 17 de mayo, 2019, de <https://eldiariodelaeducacion.com/blog/2018/04/24/leer-en-voz-alta-herramienta-para-el-fomento-de-la-lectura/>

*Hábitos de Lectura en el Ecuador*. (2012). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Recuperado 11 de mayo, 2019, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/presentacion\\_habitos.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/presentacion_habitos.pdf)

Hernández Gorrín, A. (05 de diciembre, 2011). *Concepto de TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Economía TIC. Recuperado 15 de julio, 2019, de <https://economytic.com/concepto-de-tic/>

Investigación Ekos Negocios. (2017). *Nueva ruta de consumo en Ecuador*. Ekos Negocios. Recuperado 11 de mayo, 2019, de [https://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/386.pdf?fbclid=IwAR27kP6LyZHqu4HQmjSm-wizVchgV1DW56zNzdA\\_sC4nz\\_gfpD0Y2GSPmWQ](https://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/386.pdf?fbclid=IwAR27kP6LyZHqu4HQmjSm-wizVchgV1DW56zNzdA_sC4nz_gfpD0Y2GSPmWQ)

Iraola, E. G., & Pereña, N. M. (2014). *Los beneficios de la lectura compartida de libros: breve revisión*. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <http://revistas.uned.es/index.php/educacionXX1/article/view/12334>

IT, A. (2013). *Tipos de libros para niños según la edad*. Cosas de Educación. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <https://www.cosasdeeducacion.es/tipos-de-libros-para-ninos-segun-la-edad/>

Jover, G., & Rico, A. P. (2013). Juego, educación y aprendizaje. La actividad lúdica en la pedagogía infantil. *Bordón. Revista de pedagogía*, 65(1), 15.

- La importancia de incentivar la lectura en los niños.* (15 de marzo, 2018). El Ideal Gallego. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <https://www.elidealgalego.com/articulo/comunicados/importancia-incentivar-lectura-ninos/20180315170626367902.html>
- López, N. y Bautista, J. (2002). *El juego didáctico como estrategia de atención a la diversidad.* Recuperado 17 de septiembre, 2019, de [http://www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/04/04-articulos/miscelanea/pdf\\_4/03.PDF](http://www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/04/04-articulos/miscelanea/pdf_4/03.PDF)
- Marchant, T., Lucchini, G., & Cuadrado, B. (2007). *¿Por qué leer bien es importante?: asociación del dominio lector con otros aprendizajes.* Psykhe (Santiago), 16(2), 3-16.
- Medina, F. (2017). *A los niños les gusta leer, pero el sistema les quita las ganas: autor de libros para menores.* Animal Político. Recuperado 17 de mayo, 2019, de <https://www.animalpolitico.com/2017/04/ninos-lectura-habitos/>
- NU. CEPAL. CELADE. (1999). *América Latina: población económicamente activa, 1980 – 2025.* CEPAL. Recuperado el 5 de diciembre, 2019, de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/39524-america-latina-poblacion-economicamente-activa-1980-2025-latin-america>
- Plan Nacional De Promoción Del Libro y La Lectura José De La Cuadra.* (2017). CERLALC. Recuperado 12 de mayo, 2019, de [https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2018/09/42\\_Plan\\_Nacional\\_Lectura\\_Ecuador-1.pdf](https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2018/09/42_Plan_Nacional_Lectura_Ecuador-1.pdf)
- Montealegre, R., & Forero, L.A. (2015). *Desarrollo de la lectoescritura: adquisición y dominio.* Acta colombiana de psicología, 9 (1), 25-40.
- Morin, A. (2014). *Habilidades para la lectura: Qué esperar a diferentes edades.* Understood. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <https://www.understood.org/es-mx/learning-attention-issues/signs-symptoms/age-by-age-learning-skills/reading-skills-what-to-expect-at-different-ages>

- Morocho, A. (4 de septiembre, 2018). *¿Adoptar o no adoptar la tecnología en la industria de Educación?* Recuperado 25 de septiembre, 2019, de <https://www.inacorpsa.com/tecnologia-educacion/>
- Medina, N. (2016), *¿Qué les gusta leer a los niños según su edad?* Jess Lee. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <https://enjesssleemos.wordpress.com/2016/02/10/que-les-gusta-leer-a-los-ninos-segun-su-edad/>
- Proyecto para incrementar hábito de la lectura en Guayaquil.* (27 de agosto, 2015). El Universo. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/08/27/nota/5087189/proyecto-incrementar-habito-lectura-ciudad>
- Quiénes Somos.* (1978). Cámara Ecuatoriana del Libro. Recuperado 11 de mayo, 2019, de [http://www.celibro.org.ec/web/index.php?id\\_cms=10&controller=cms](http://www.celibro.org.ec/web/index.php?id_cms=10&controller=cms)
- Rafael. (2016). *Inventos del 2000 al 2016.* Timetoast. Recuperado el 26 de octubre, 2019, de <https://www.timetoast.com/timelines/inventos-de-2000-al-2016>
- Redacción. (2 de agosto, 2019). *La historia del libro: el nacimiento y la evolución de un medio revolucionario.* Pixart Printing. Recuperado 26 de octubre, 2019, de <https://www.pixartprinting.es/blog/historia-del-libro/>
- Rodríguez, D. (2018). *Investigación Aplicada: características, definición, ejemplos.* Lifeder. Recuperado 24 de junio, 2019, de <https://www.lifeder.com/investigacion-aplicada/>
- Sanuy, C. (1998) *Enseñar a jugar.* España: Marsiega
- Sevilla, Y. O. (2010). *Diseño de espacios educativos significativos para el desarrollo de competencias en la infancia.* Revista CS, 71-96.

- Tornazos, M. (05 de septiembre, 2016). *La lectura, una lucha que suma puntos a su causa*. Expreso. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <https://www.expreso.ec/guayaquil/guayaquil-lectura-estadisticas-libro-produccion-HF645090>
- Torremocha, P. C. C. (2005). *Los nuevos lectores; la formación del lector literario*. In *Literatura infantil y educación literaria* (pp. 133-152). Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Torres, R. (2014). *Ecuador Lector*. Otra Educación. Recuperado 11 de mayo, 2019, de <http://otraeducacion.blogspot.com/2014/12/ecuador-lector.html>.
- Villacastín, A. M. C. (1988). *El aprendizaje de la lectura y escritura en la Escuela Infantil*. *Didáctica. Lengua y Literatura*, 9, 67.
- Zagal, José P. et al. (2006), "Collaborative games: Lessons learned from board games", *Simulation & Gaming*, vol. 37, núm. 1, marzo 2006, pp. 24-40.
- Zappaterra, Y. (2014). *Diseño editorial: Periódicos y revistas / Medios impresos y digitales*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Primeras pruebas de realidad aumentada en Scope

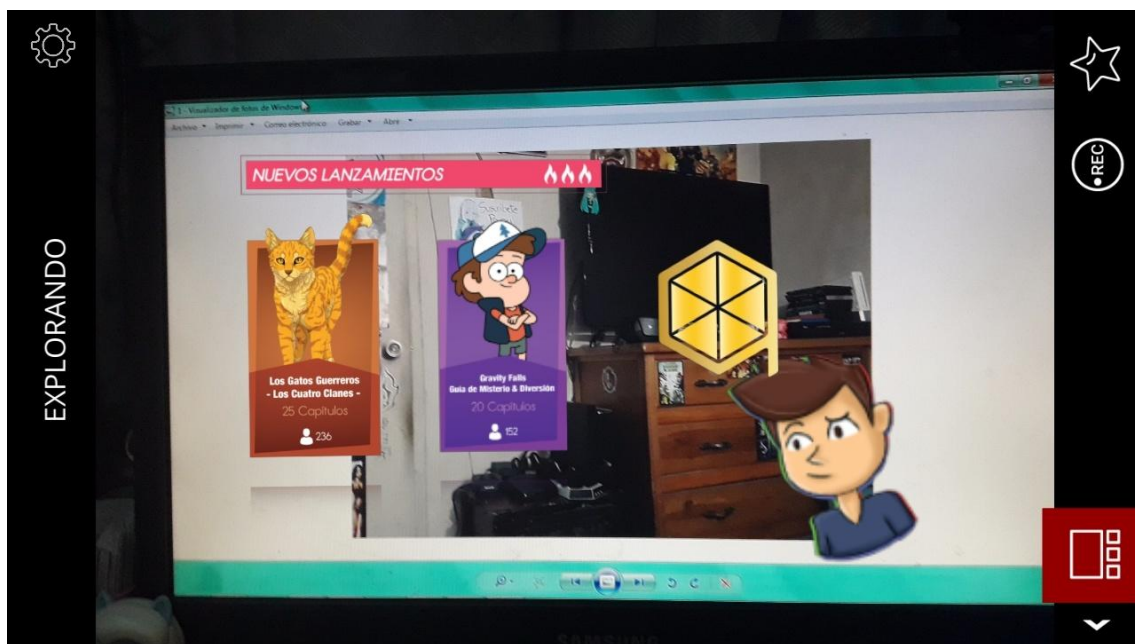


Figura A1.1. Interfaz izquierda – nuevos lanzamientos

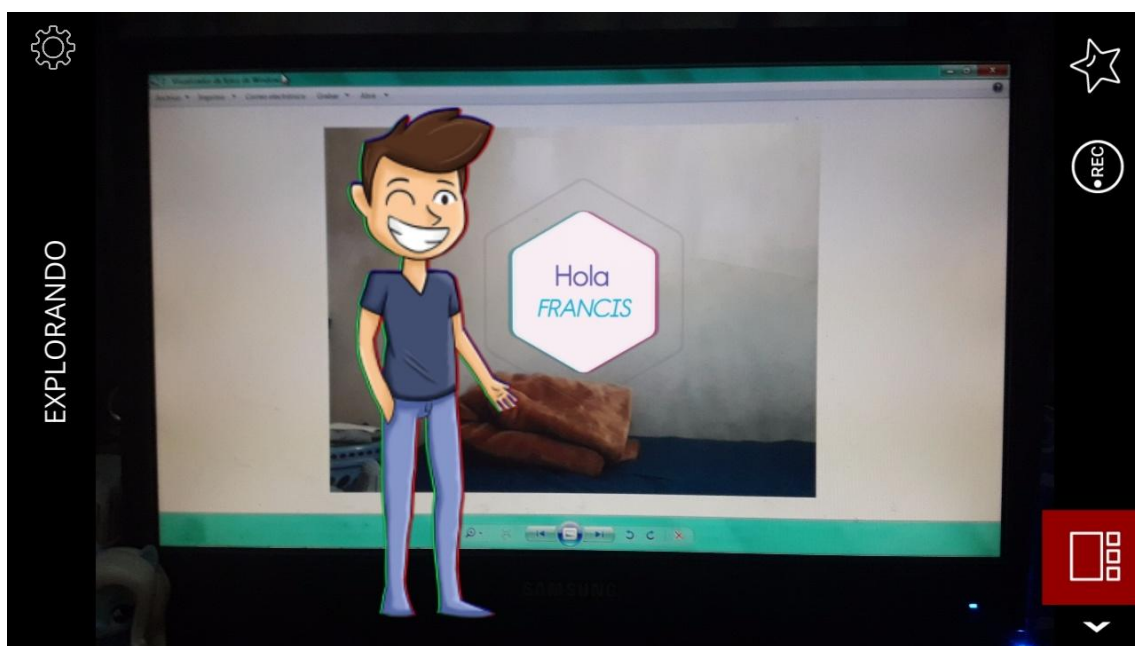


Figura A1.2. Interfaz central - mensaje de bienvenida.

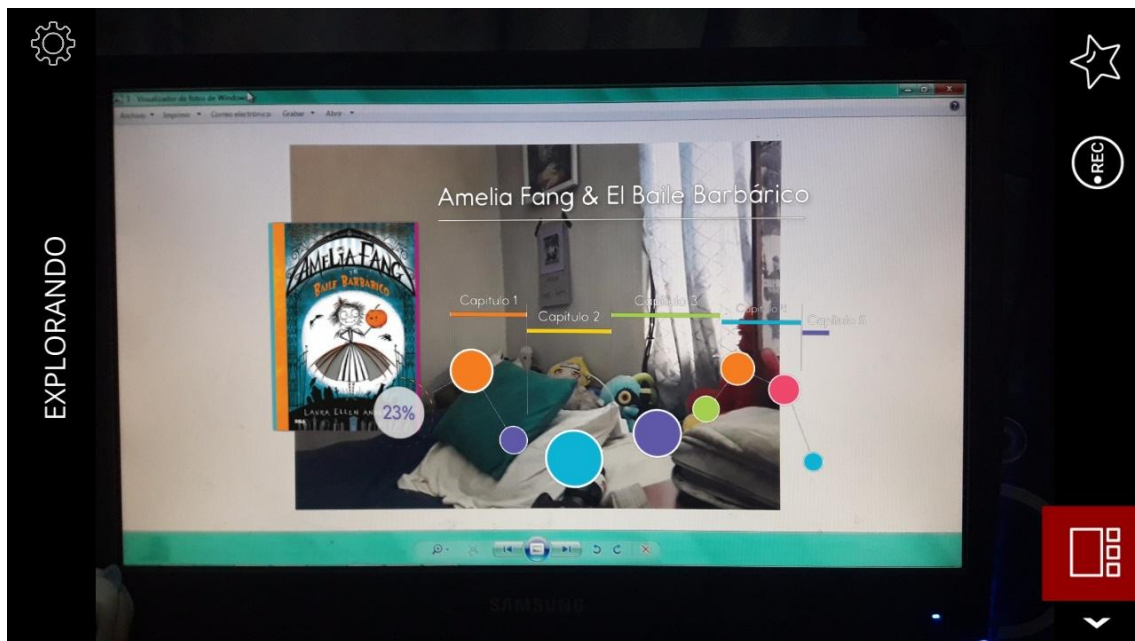


Figura A1.3. Interfaz derecha – progreso en historia.

## Anexo 2: Kit completo de experiencia AR

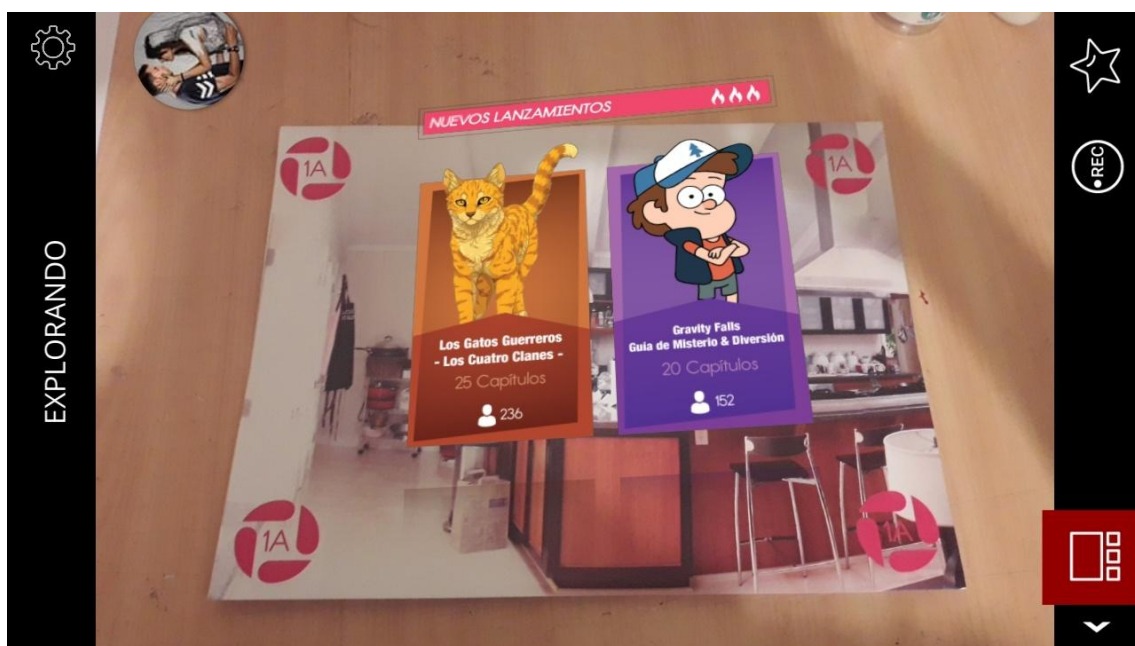


Figura A2.1. Interfaz izquierda A – nuevos lanzamientos.



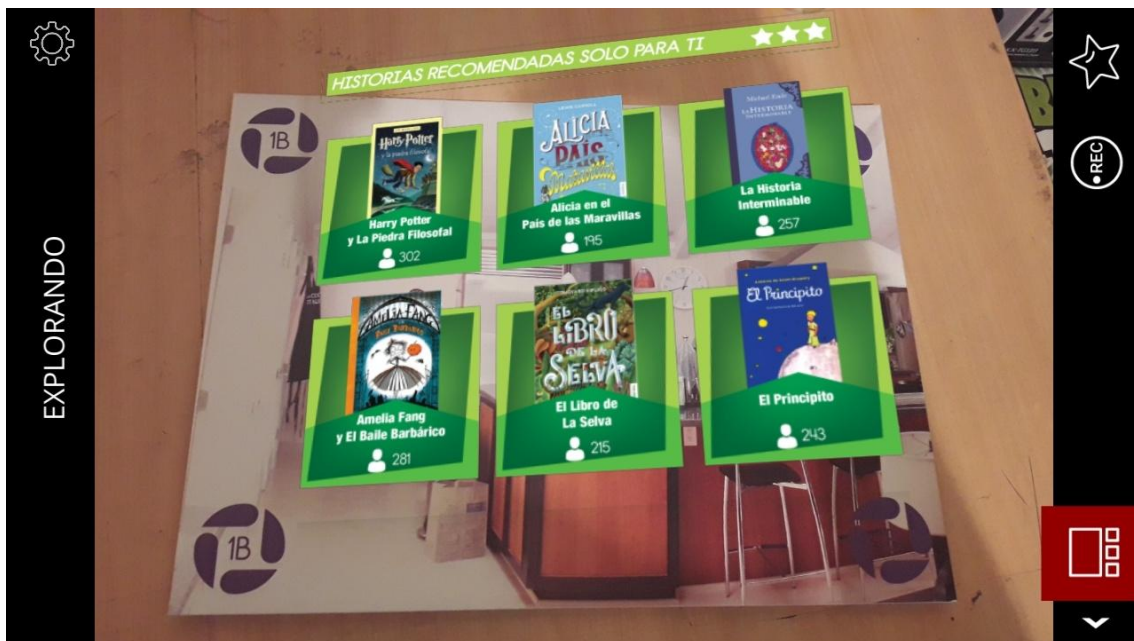


Figura A2.2. Interfaz izquierda B – recomendados.

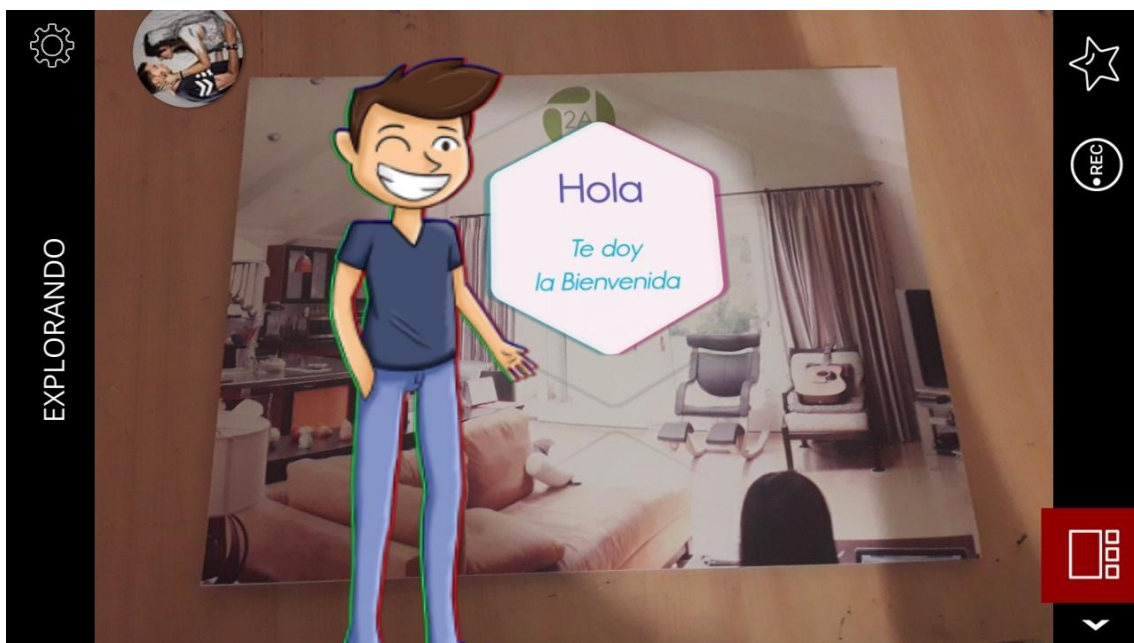


Figura A2.3. Interfaz central – bienvenida.



Figura A2.4. Interfaz derecha A – historia seleccionada.

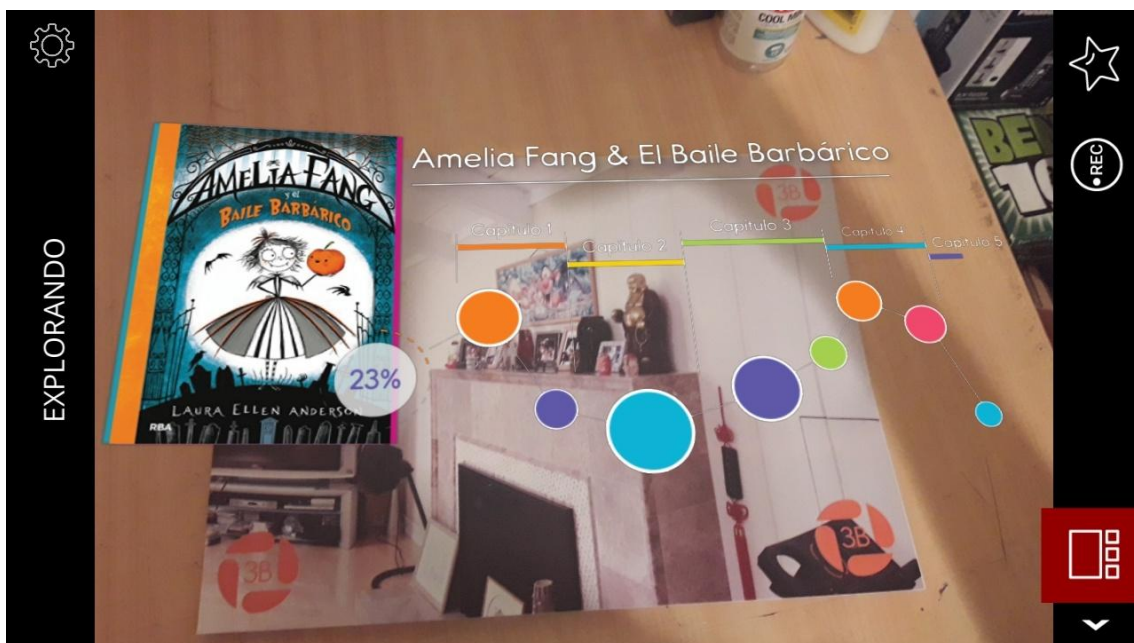


Figura A2.5. Interfaz derecha B – progreso en historia.

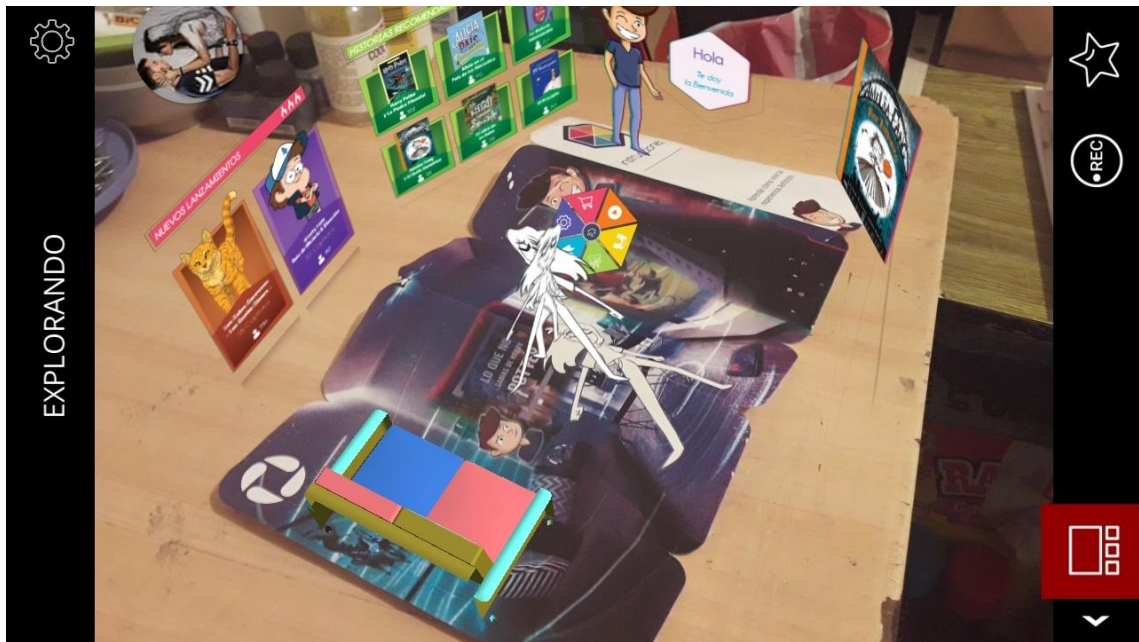


Figura A2.6. Escenario en 3ra persona.



Figura A2.7. Comando de navegación.

