



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DISEÑO DE UN SET INFORMATIVO SOBRE LOS CUIDADOS DEL RECIÉN NACIDO, CON ÉNFASIS EN LA LACTANCIA PARA MADRES EMBARAZADAS EN LA MATERNIDAD ISIDRO AYORA BAJO EL PLAN DEL BUEN VIVIR..

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

Profesora Guía
MBA. Edubal Cortina Bruzón.

Autora
Sonia Michelle Baquerizo Posso.

Año
2017

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, 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.”

Edubal Cortina Bruzón.
Master en Administración de Empresas.
CI: 1754682738

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaró 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.

Sonia Michelle Baquerizo Posso.

CI: 1725709529

AGRADECIMIENTOS

A Dios por su inmensa fidelidad, amor y guía absoluta en mi vida, sobre todo durante este proceso de crecimiento.

A mis padres Sonia y Miguel, a mis hermanos Miguel Ángel y Alejandra y a Coki por ser mi apoyo, por ser mi familia, mi hogar y por estar conmigo en cada momentos. Los Amo.

A mi mejor amiga Hadia, a mi pareja Fabricio por su tiempo, ayuda incondicional y cariño. Y a todas las personas que me conocen y formaron parte de esta inexplicable experiencia.

Mishu

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios.

Y a mi familia porque gracias a ellos he logrado finalizar esta etapa de mi vida.

Y quiero dedicarme este logro a mí misma, por el reto de vencer mis miedos y aprender de ello para hacerme una mujer más segura y agradecida.

RESUMEN

Las madres embarazadas y los recién nacidos, son una población vulnerable, no solamente por sus características propias, sino también por las circunstancias que los rodean, esto es: la situación económica, la salud, las condiciones de protección, los conocimientos preexistentes de las madres, entre otros. Una falla en cualquiera de estas situaciones, genera problemas que afectan, ya sea en la salud de la madre o en el crecimiento del bebé y dada la importancia que tiene este grupo en el desarrollo de la población, se hace necesario, ayudar a mejorar sus condiciones, con todos los recursos que se pueda contar. El Gobierno Ecuatoriano, a través del Ministerio de Educación y el Ministerio de Salud Pública, ha implementado programas con el fin de ayudar en este objetivo. Una de éstas es la campaña “Desnutrición Cero”, en la cual se impulsa a la lactancia materna, como un elemento básico para mejorar la salud y la alimentación de los recién nacidos, disminuyendo así la desnutrición infantil en el Ecuador.

Muchos de estos problemas, podrían reducirse con información oportuna, que permita a las madres que están amamantando a sus bebés, el mejorar ésta experiencia. La correcta aplicación, tanto de la lactancia, como de los cuidados básicos del recién nacido, se han visto afectados, por diversos factores, como el desconocimiento, la falta de información, y la transmisión de mitos o creencias erróneas de una generación a otra, o simplemente por la ausencia de toda educación al respecto, dejándoles a las madres con vacíos y equivocaciones que muy difícilmente se solucionan por si solas. Cabe recalcar que en el Ecuador, la mayoría de madres en esta condición, están en edades inferiores a 23 años, muchas de ellas menores de edad, lo que indica que difícilmente tienen la madurez o la educación necesaria, que les ayude en esta tarea.

Este proyecto busca aportar con una herramienta didáctica, escrita con lenguaje sencillo y diseño adecuado a las características del público objetivo.

Creando personajes, que faciliten una identificación y conexión emocional con las madres, llegando de mejor forma, con la información. Esto permitirá a las familias, reemplazar los mitos o conocimientos equivocados, con una información adecuada, que les motive a practicar la lactancia materna de una manera más agradable y del mismo modo, conocer los cuidados necesarios, para que su salud y la de su bebé se mantengan en las mejores condiciones.

Para esto se pensó en la elaboración de un set que contiene varios fascículos, cada uno con un tema específico, que se explica de manera clara, por medio de tablas e infografías, así como también de secciones interactivas, que permita a las madres involucrarse más profundamente con los consejos, los controles y la información. Todo esto presentado en un práctico exhibidor que se transforma en una cartera, muy útil en esta etapa de la madre.

ABSTRACT

Pregnant mothers and newborns are a vulnerable population, not only because of their own characteristics, but also because of the circumstances that surround them; economic situation, health, protection, and preexisting knowledge of mothers, amongst others. A fault in any of these circumstances could create problems in the mother's health and the baby's growth. Considering the importance this group has in population development, it is a necessity to help improve their conditions with all the resources available. The Ecuadorian Government, through their Education Department and Public Health Department, has implemented programs with this purpose. One of these campaigns known as "Zero Malnutrition" promotes breastfeeding as a basic element in infant nutrition and health improvement, seeking to lower infant malnutrition in Ecuador.

Many of these problems can be diminished with the appropriate information, which could allow mothers who are nursing to improve this experience. The proper implementation of breastfeeding and basic care for newborns, is affected by a number of factors, such as; ignorance, lack of information, transmission of myths and erroneous beliefs from one generation to other, or the mere absence of education in the matter, leaving mothers with gaps and misunderstandings which they cannot solve by themselves. It's necessary to emphasize that in Ecuador the majority of mothers are less than 23 years old, many of them being underage children, a fact that indicates the lack of maturity and competence necessary in this task.

This project aims to provide a didactic tool, written in simple and easy-to-understand language, specifically designed for the targeted group. Creating characters that will allow identification and emotional connections with the mothers will help the proper information reach out in a better way. It will allow families to replace myths and erroneous beliefs with correct information and motivate them to practice breastfeeding in a suitable way, and get to know the necessary cares to stay healthy and keep their babies healthy as well.

For this purpose a set containing various fascicles was developed, each with a specific topic explained clearly using data tables, infographics and interactive

sections, allowing a sense of belonging and involvement by the mother with the advice, controls and information provided. All this presented in a handy package that can be used as a handbag, very useful during this stage of a mother's life.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. Capítulo I: Antecedentes y realidad de la Lactancia en el Ecuador.....	3
1.1. Programa de Desnutrición Cero del Ministerio de Salud Pública, para mejorar el estado nutricional del recién nacido, hasta el primer año de vida y madres en período de lactancia.....	3
1.1.1. Situación actual de la lactancia en el Ecuador	4
1.1.2. Causas de los problemas de lactancia en el Ecuador.....	4
1.2. Hospital Gineco – Obstétrico Isidro Ayora, la maternidad de la ciudad de Quito	5
1.2.1. Situación actual del Hospital Gineco – Obstétrico Isidro Ayora	6
1.2.2. Situación del usuario de la Maternidad Isidro Ayora	7
1.3. Información idónea sobre la lactancia y cuidados del recién nacido	13
1.3.1. Nutrición para mujeres en el período de lactancia	14
1.3.2. La importancia de la lactancia para la madre	14
1.3.3. La importancia de la lactancia para el bebé	15
1.3.4. Los cuidados necesarios para un recién nacido	15
1.4. Conclusiones.....	16
2. Capítulo II: Diseño editorial y su aplicación en folletos educativos	17
2.1. El diseño editorial.....	17
2.2.2. Objetivo del diseño editorial	17
2.2. Etapas del diseño editorial.....	18
2.3. El estilo editorial	18
2.3.1 Tipo de Publicación	19
2.3.2 Los Folletos.....	19
2.3.3. ¿Qué es un set de folletos?	21

2.4. Elementos del diseño editorial.....	21
2.4.1 Elementos para un diseño dinámico	22
2.5. La importancia de aplicar el diseño editorial	23
2.6. Conclusiones.....	23
3. Capítulo III: El diseño emocional aplicado a la ilustración.....	24
3.3. El diseño emocional	24
3.4. El color por medio del diseño emocional.....	25
3.5. La ilustración en el diseño	26
3.6. El estilo de la ilustración.....	26
3.7. La ilustración científica.....	29
3.8. La técnica digital	30
3.9. Infografías.....	31
3.10. Interactivo	32
3.11. Conclusiones	32
4. Capítulo IV: Metodología	33
4.1. Objetivos	33
4.1.1. Objetivo general	33
4.1.2. Objetivos específicos	33
4.2. Metodología de diseño	33
4.3. Técnicas de investigación.....	34
4.3.1. Investigación bibliográfica	35
4.3.2. Observación	35
4.3.3. Entrevista	36
4.3.4. Encuestas	36
4.3.5. Estimación de Parámetros	37
4.5. Enfoque.....	38
4.6. Alcance.....	38

4.7. Tabulación de datos	39
5. Capítulo V: Desarrollo de la propuesta	45
5.1. Diseño de la marca <i>Mini Guías</i> para mamá	45
5.2. Estudio Morfológico	49
5.2.1. Logotipo	49
5.2.2. Construcción y aplicación del logotipo	53
5.2.3. Tipografía para el Logotipo	56
5.2.4. Cromática de la Marca	56
5.2.5. Tipos de uso de la Marca	58
5.3. Recursos Gráficos	61
5.4. Diseño de Personajes	65
5.4.1. Recursos utilizados para los personajes	68
5.5. Diseño de folletos	71
5.5.1. Tamaño	72
5.5.2. Tipografía de los folletos	73
5.5.3. Color usado para los folletos	74
5.5.4. Plantillas de los folletos	75
5.6. Proceso de fabricación folletos	90
5.7. Bolso Cambiador Plegable	93
5.7.1. Materiales para el bolso cambiador	98
5.7.2. Sistema de Unión	100
5.7.3. Acabados	103
5.8. Bufanda de lactancia	104
5.8.1. Materiales	106
5.8.2. Sistema de Unión	106
5.8.3. Proceso de Fabricación	107
5.8.4. Acabados	108
5.9. Valor unitario del set de productos	108
6. Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones del producto	110

6.1. Conclusiones.....	110
6.2. Recomendaciones.....	111
REFERENCIAS	112
ANEXOS	116

INTRODUCCIÓN

Reconocimiento del problema y justificación

La desnutrición infantil, es uno de los factores de base, en el subdesarrollo de un pueblo, ya que un niño mal alimentado, tendrá posiblemente problemas en su crecimiento psico-social y por lo tanto en su aprendizaje, produciendo un efecto domino negativo en el progreso de la sociedad. Por esta razón uno de los pilares del “Plan Del Buen Vivir” se centra en fortalecer este desarrollo desde sus bases.

La lactancia, es la manera más práctica y económica, de proveer un alimento idóneo al recién nacido, la leche materna tiene todos los recursos que necesita un recién nacido, durante los primeros seis meses de vida, por lo que la madre no necesita de ningún suplemento, algo que es ventajoso para su economía. Adicionalmente está respaldado por varios estudios, la influencia que tiene la lactancia, en el desarrollo psicológico del bebé, así como en el fortalecimiento del lazo con la madre, hecho que refuerza el apego positivo, base de un crecimiento sano y un posterior desenvolvimiento correcto, en las siguientes etapas del desarrollo.

De una observación previa, durante la fase de elección del tema para este proyecto, se pudo constatar, la poca información que tenían las madres al respecto, así como también la gran cantidad de información no adecuada o errónea, que tenían, debido a mitos o desconocimiento. De ésta observación, se pudo también verificar, la gran cantidad de madres adolescentes o de edades inferiores a 23 años, muchas de éstas madres solteras y sin apoyo de una pareja o con poca ayuda de su familia de origen, lo que hacía más difícil esta tarea.

La implementación de elementos informativos, que ayuden a reforzar las campañas emprendidas por el gobierno y por intermedio del Hospital Gineco

Obstétrico Isidro Ayora, son la motivación para este proyecto, para la elaboración de un material informativo adecuado al nivel socio-cultural de las madres que asisten a éste centro y así poder llegar, con la información necesaria para las madres, que les permita ayudarse y sobretodo vivir la experiencia de la lactancia y la crianza, como algo natural y beneficioso, aprendizaje que a la vez podrá ser retransmitido a otras madres de sus círculos sociales y a las generaciones por venir.

Consiguiendo de esta manera reforzar este proceso y mejorando la nutrición de este estrato tan importante para nuestra sociedad.

1. Capítulo I: Antecedentes y realidad de la Lactancia en el Ecuador

1.1. Programa de Desnutrición Cero del Ministerio de Salud Pública, para mejorar el estado nutricional del recién nacido, hasta el primer año de vida y madres en período de lactancia

“En el Ecuador existe una tasa elevada del 26% de niños menores de 5 años que padecen de desnutrición crónica y un grupo similar sufre de anemia por falta de hierro. Sin embargo cerca del 40% de mujeres embarazadas tiene anemia. El 50% de mujeres en edad fértil tiene sobrepeso u obesidad y un 7% de menores de 5 años tiene sobrepeso” (El Telégrafo, 2011).

Debido a los altos índices de desnutrición en niños y mujeres embarazadas en el país, el programa de Desnutrición Cero por medio del Ministerio de Salud tiene como objetivo mejorar el estado nutricional de niños/as menores de 5 años, mujeres embarazadas y madres en período de lactancia (Vivero, s.f.).

El primer factor de este proyecto consiste en una campaña de educación y sensibilización a la población. A través de controles y prácticas se busca educar a mujeres para el período de lactancia y acerca de los cuidados necesarios de su recién nacido. Los temas pertinentes a tratar son: los hábitos alimenticios y la salud en general tanto para el recién nacido, como para la madre.

El segundo factor del proyecto tiene como propósito incentivar a madres y a padres, para que asistan a controles médicos en centros y subcentros de salud para la ayuda y seguimiento de un pediatra. Por lo tanto se acordó brindar una ayuda monetaria, a mujeres en estado de gestación o con hijos menores de un año, este bono de 110 dólares será entregado durante los chequeos médicos prenatales y después del parto (El Telégrafo, 2011).

1.1.1. Situación actual de la lactancia en el Ecuador

“En el Ecuador, la práctica de la lactancia materna exclusiva alcanzó el 43,8% en el 2012. En el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, se plantea la meta de aumentar al 64% la prevalencia de lactancia materna exclusiva en los primeros seis meses de vida” (UNICEF Ecuador, 2014, p.11).

Según la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, se reveló que en el Ecuador la prevalencia de lactancia exclusiva, es mayor en el área rural (53,9%) que en el área urbana (39,6%), y que 71,6% de madres indígenas amamantan a sus hijos, mientras que solamente el 34,5% de madres mestizas dan de lactar (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, 2014).

Como lo muestran los datos mencionados, en el Ecuador existen muchas mujeres que no dan de lactar a sus hijos, por más de seis meses. Además se conoce que existe un mayor grado de desinformación, en el área urbana y en mujeres mestizas del país.

1.1.2. Causas de los problemas de lactancia en el Ecuador

Existe un alto nivel de desinformación sobre la lactancia en el Ecuador, lo que se ve reflejado en las cifras de mujeres, que no dan de lactar a sus hijos en el país. Según la UNICEF (2014) en el Ecuador, sólo el 39.6% de mujeres dan de lactar y el promedio de lactancia materna exclusiva es de tan solo 2 meses y medio.

Algunas de las causas que influyen en la desinformación, acerca de la importancia de la lactancia son:

- “Marco legal débil.
- Falta de información apropiada, dirigida a mujeres gestantes y lactantes.
- Protocolos de atención inadecuados en los hospitales.

- Servicios de consejería en lactancia ineficientes.
- Falta de apoyo en la familia.
- Dificultad en compaginar el rol de madre y mujer trabajadora.
- Escasa valorización del acto de amamantar.
- Fuertes creencias culturales erróneas y mitos sobre lactancia materna.
- Los esposos no reconocen su rol en apoyar a la mujer lactante.
- Gran difusión de la cultura del biberón” (UNICEF Ecuador, 2014).

Se puede deducir de estas causas, que muchos de los problemas se deben a la poca valoración del acto de amamantar, dada la escasa información sobre la lactancia, así como del papel que desempeña la familia como eje de apoyo en esta actividad, en especial cuando se trata de conciliar el rol de madre y mujer trabajadora, rescatando además el rol del padre como apoyo fundamental.

El manejo de una información homogénea, tanto para especialistas y ayudantes de la medicina, como para todos los miembros de la familia es la clave en la educación y concientización en madres y padres, durante el período de lactancia.

1.2. Hospital Gineco – Obstétrico Isidro Ayora, la maternidad de la ciudad de Quito

Desde el año 1951, la Maternidad Isidro Ayora, ahora conocida como, el Hospital Gineco-Obstétrico Isidro Ayora, en la ciudad de Quito, brinda sus servicios como un hospital de Especialidad de tercer nivel, ofreciendo atención a mujeres embarazadas adultas y adolescentes gestantes, en la labor del parto y puerperio, madres en período de lactancia, recién nacidos/as normales y patológicos y mujeres en la esfera ginecológica. (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2013)

“El 60% de casos que llegan a la maternidad Isidro Ayora, son por emergencia y presentan complicaciones, cabe recalcar que actualmente la maternidad,

paso de ser un centro de hospitalización general, a un centro especializado, en casos como: embarazos de madres adolescentes, mujeres con preeclampsia, etc., situación que ha modificado el número de atenciones. En el año 2009, se atendió 11,472 partos, 36,059 emergencias, 76,413 consultas y 2,854 abortos” (Maternidad Isidro Ayora, 2013).

Situada en el barrio de San Blas, la maternidad Isidro Ayora, es una institución pública, que por más de 59 años, se ha mantenido abierta, con la “visión de ser reconocida por la ciudadanía, como un hospital accesible, que presenta una atención de calidad, que satisface las necesidades y expectativas de la población, bajo principios fundamentales de la salud pública y bioética, utilizando la tecnología y los recursos públicos de forma eficiente y transparente” (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2013).

Al ser un hospital de tercer nivel, tiene la “misión de salud con calidad y calidez en el ámbito de la asistencia especializada, a través de su cartera de servicios, cumpliendo con la responsabilidad de promoción, prevención, recuperación, rehabilitación de la salud integral, docencia e investigación, conforme a las políticas del Ministerio de Salud Pública y el trabajo en red, en el marco de la justicia y equidad social” (Ministerio de Salud Pública, 2013).

1.2.1. Situación actual del Hospital Gineco – Obstétrico Isidro Ayora

El Dr. Ramiro Moya, especializado en nutrición, ha trabajado como coordinador del banco de leche en la Maternidad Isidro Ayora por más de 8 años, ayudando a las mujeres que asisten a la consulta interna y externa. Por medio de una entrevista realizada el 12 de febrero del 2015, se evidenciaron algunas de las principales necesidades.

Una de las necesidades existentes en la maternidad, es orientar a un porcentaje mayor de madres, a practicar la lactancia. En la actualidad, la maternidad realiza charlas con imágenes y cuadros informativos, que ayudan a

muchas de las madres a entender la información, sin embargo algunas, necesitan reforzar ciertos temas. Por cual, se entrega un tríptico con resúmenes de ciertos temas, explicados por el doctor.

El Dr. Moya, menciona además, que más del 50% de las mujeres que asisten a la maternidad, tiene problemas al dar de lactar a los ocho o doce días después de dar a luz. Por lo que se busca que las madres, médicos, enfermeras y ayudantes en la maternidad, tengan un lenguaje común, al informar sobre las técnicas, la importancia, los mitos y dudas frecuentes sobre la lactancia.

Otra necesidad, es el aspecto del cuidado básico de un recién nacido, se ha mal acostumbrado, que los médicos y ayudantes realicen el trabajo de la madre, cuando lo correcto sería, que la madre tenga el conocimiento para hacerlo. Es importante que el personal pueda enseñar a las madres, cada paso del cuidado y manejo del recién nacido, para que ellas puedan atender y cuidar a su hijo con seguridad.


1.2.2. Situación del usuario de la Maternidad Isidro Ayora

Las características de los usuarios de la maternidad, pertenecen en su gran mayoría a un nivel socio económico, medio bajo, bajo y como se indica anteriormente, un gran número de madres son adolescentes, por lo que su nivel de estudios, es escaso; dadas las limitaciones económicas del estrato social, el acceso a la tecnología es también deficiente, así como la utilización de internet, por lo que para algunas de los padres, la información entregada por los médicos de los diferentes centros, ya sea a través de trípticos, folletos u hojas volantes, es la única información con la que cuentan.


En cuanto a la información que se entrega actualmente, se puede constatar, que esta es deficiente, no adecuada a las necesidades de los usuarios, poco atractiva, no existe uniformidad, entre otros. Esto hace que aunque la

información sea válida, al no estar adaptada al nivel socio económico, es más difícil que sea asimilada de forma óptima.


¿EN QUÉ POSICIONES PUEDO DAR DE LACTAR?



ACOSTADA



SENTADA




POSICIÓN SANDÍA

Ministerio de Salud Pública
Hospital Gineco-Obstétrico "Isidro Ayora"
Av. Quevedo 158 y Bolivia
Tel: (592) 2 224 500
www.msp.gub.ec

m p Ministerio de Salud Pública
Hospital Gineco-Obstétrico "Isidro Ayora"

LACTANCIA MATERNA



¿QUÉ ES LA LECHE MATERNA?


- Es el único y perfecto alimento para su hijo/a
- Se la llama con razón "oro blanco" porque es completa en su composición
- Tiene todos los nutrientes y defensas naturales, en cantidades adecuadas que su bebé necesita para su normal crecimiento y desarrollo
- Su hijo/a no debe tomar agua ni otros alimentos hasta los 6 meses de edad

El bebé necesita el amor y la leche de mamá

¡Apoyamos Patria!

Ministerio de Salud Pública
Hospital Gineco-Obstétrico "Isidro Ayora"

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA LECHE MATERNA?




- *Tiene todo lo necesario para la buena nutrición del bebé
- * Establece una cercana relación de afecto, cariño y amor entre su bebé y Usted
- * Se encuentra a temperatura adecuada y en el mejor envase, su seno
- * Ayuda a prevenir alergias e infecciones
- * Desarrolla la inteligencia


¿CUÁNTO TIEMPO DEBO DAR DE LACTAR?

Hay que cambiar de seno cuando su niño/a lo vacíe
No importa el tiempo sino el vaciamiento del seno

¿CÓMO DEBE LACTAR MI BEBÉ?



- La cabeza del bebé descansa en el pliegue del codo
- El abdomen del bebé está en contacto con el de la mamá.
- La oreja, el hombro y la cadera del bebé están alineados
- Su mano sostiene la cadera del bebé.



- El mentón o quijada del bebé toca su seno
- La boca del bebé agarra todo el pezón y parte de la areola.
- El labio inferior del bebé está volteado hacia afuera.
- Usted debe sostener su seno con su mano en forma de "C", con el dedo pulgar hacia arriba.

¿HASTA CUÁNDO DEBO DAR DE LACTAR A MI BEBÉ?

Hasta los 6 meses de edad, dar solo su leche materna, no necesita nada más, ni siquiera agua.
A partir de los 6 meses de edad, iniciar con otros alimentos
Continuar con la lactancia hasta los 2 años de edad o más.

Figura 1. Afiche de Lactancia Materna.

- a) Presentación del afiche sobre Lactancia Materna del Ministerio de Salud Pública para el Hospital Gineco-Obstétrico "Isidro Ayora".

¿ CÓMO CONSERVAR LA LECHE ?

Guarde la leche en refrigerador o en el congelador, de acuerdo a las necesidades del niño/a. Anote sobre el frasco, la fecha y hora de la extracción para saber hasta cuándo la leche puede ser utilizada.

Recolecte la leche únicamente de acuerdo a las necesidades del niño/a, como 4,5,6 onzas para cada toma.

¿ CÓMO DAR LA LECHE EXTRAÍDA?

Para calentar la leche refrigerada, introduzca el frasco en agua caliente por 3 a 5 minutos. Nunca hierva la leche materna.

Para descongelar la leche, coloque el frasco en el refrigerador desde la noche anterior, o descongélelo en agua tibia. No descongele o caliente en microondas la leche materna, porque se destruye alguno de sus componentes.

Antes de dar la leche a su bebé mézclela y compruebe en el dorso de su mano que no esté muy caliente o muy fría. Normalmente la leche materna no tiene olor, aún estando caliente. Si huele a suero o jabón ya no esta apta para el consumo de su bebe.



BANCO DE LECHE EN CASA

Mantener la lactancia materna exclusiva es posible gracias al Banco de Leche en casa, aun cuando usted no pueda pasar todo el tiempo con su bebé.



DURACIÓN DE LA LECHE RECOLECTADA

- A temperatura de ambiente, 8 horas.
- En el refrigerador, a temperatura de 0°C a 5°C se puede guardar hasta 24 horas.
- En el Congelador, a temperatura de -3°C a -20°C dura hasta 15 días.

Av. Gran Colombia 558 y Sodiro
Telf.: (593 2) 234 520
www.hgoia.gob.ec

LAVADO Y ESTERILIZADO DE LOS FRASCOS DE CONSERVACIÓN

- 1.- Vaciar los frascos
- 2.- Lavarlos con cepillo y detergente
- 3.- Enjuagar con agua corriente, escurrir el agua sobre un mantel limpio y tapar
- 4.- Hervir los frascos destapados durante 15 minutos
- 5.- Dejar que se enfríe el agua, sacar los frascos, secar por fuera y guarde hasta su uso

ELEMENTOS NECESARIOS PARA LA EXTRACCIÓN DE LECHE FUERA DE CASA

- * Jabón de tocador.
- * Una toalla de manos.
- * Frasco para recolectar la leche, de vidrio con tapa plástica como los de mayonesa o los frascos de los biberones (no usar frascos para recolectar orina).

EXTRACCIÓN DE LA LECHE MATERNA

- * Lavarse las manos con agua y jabón.
- * Secarse bien.
- * Masajear los senos desde las costillas hacia el pezón en forma circular.
- * Colocar el pulgar de 2 a 3 centímetros sobre el pezón, los dedos índice y medio (forma C).
- * Empujar los dedos hacia las costillas (adentro), presione suavemente.

* Se debe repetir este movimiento rítmicamente, girando los dedos en sentido de las manecillas del reloj para vaciar todos los depósitos.
* La extracción debe realizarse cada 3 horas, para evitar la disminución de la producción.

Figura 2. Afiche de Banco de Leche en Casa.


- a) Presentación del afiche sobre el Banco de Leche en Casa del Ministerio de Salud Pública para el Hospital Gineco-Obstétrico "Isidro Ayora".

¿COMO DONAR LECHE AL BANCO?




- Dé a su bebe primero un seno hasta que se vacié; y luego el otro.
- Extraiga la leche que su niño/a no tomó del segundo seno, en un frasco de vidrio esterilizado.
- Llene el frasco hasta dos centímetros antes del borde, para que no se rompa al congelarlo.
- Identifique el frasco con la fecha de recolección, nombre de la madre y fecha del parto.
- Para cada recolección utilice un frasco diferente.
- Coloque los frascos en el congelador.
- Reúna varios frascos, colóquelos en una funda plástica con hielo y entréguelos al Banco de Leche del Hospital.

Muchos niños y niñas esperan su generosa colaboración



BANCO DE LECHE HUMANA







¿QUÉ ES EL BANCO DE LECHE?

Es un Centro Especializado del Hospital que cuenta con personal altamente capacitado para el procesamiento de leche materna y garantizar su calidad. Es una estrategia para disminuir las enfermedades y muertes de los/as recién nacidos/as, que tienen el derecho a alimentarse con la leche materna segura.

la leche materna no se compra ni se vende. se comparte

¿QUÉ SE HACE EN EL BANCO DE LECHE?






- 1** Informar y aconsejar a las madres sobre los beneficios de la lactancia materna.
- 2** Solucionar problemas que dificultan la lactancia.
- 3** Preparar y ayudar a la madre para la extracción de su leche, con estrictas normas de higiene.
- 4** Pasteurizar la leche donada, proceso que elimina todo riesgo de contaminación.
- 5** Almacenar y distribuir la leche materna de acuerdo a las necesidades de los/as bebés.
- 6** Capacitar al personal, estudiantes y profesionales de la salud.

¿PARA QUIÉN ES LA LECHE DONADA?

Para los/as recién nacidos/as:

- Prematuros/as.
- Bajo peso al nacimiento.
- Procesos infecciones, especialmente gastrointestinales.
- Malformaciones congénitas.
- Abandonados/as.
- Madres VIH positivas, con otras enfermedades y/o medicamentos que contraindiquen la lactancia materna.
- Cualquier niño/niña que no pueda lactar directamente de su madre.



¿QUIÉNES PUEDEN SER MADRES DONANTES?

- Las madres que cumplan los siguientes requisitos.
- Control médico en el Banco de Leche del Hospital.
- Amamantar a su hijo/a.
- Tener excedente de leche.
- Disposición para compartir su leche.

Figura 3. Afiche de Banco de Leche Humana.

- a) Presentación del afiche sobre el Banco de Leche Humana del Ministerio de Salud Pública para el Hospital Gineco-Obstétrico "Isidro Ayora".



Figura 4. Folleto La lactancia materna es el mejor regalo de vida.

- a) Presentación del folleto sobre La lactancia materna del Ministerio de Salud Pública para Hospital Gineco-Obstétrico “Isidro Ayora”.



Figura 5. Folleto desplegado La lactancia materna es el mejor regalo de vida.

- a) Presentación del folleto sobre La lactancia materna del Ministerio de Salud Pública para Hospital Gineco-Obstétrico “Isidro Ayora”.



Figura 6. Folleto llavero, La lactancia materna es el mejor regalo de vida.

- a) Presentación del folleto llavero La lactancia materna del Ministerio de Salud Pública para el Hospital Gineco-Obstétrico "Isidro Ayora".



Figura 7. Folleto llavero desplegado La lactancia materna es el mejor regalo de vida.

- a) Presentación del folleto llavero La lactancia materna del Ministerio de Salud Pública para el Hospital Gineco-Obstétrico "Isidro Ayora".



1.3. Información idónea sobre la lactancia y cuidados del recién nacido

Durante el proceso de investigación del proyecto, se consultaron varios libros sobre la lactancia y cuidados del recién nacido, así como la información existente en el internet, lo que permitió ver el manejo de las diferentes temáticas, el tipo de gráficas utilizadas y la manera en la que se transmite esta información a los padres y la familia.

De este análisis se determinaron cuatro puntos esenciales como: la nutrición para las mujeres en período de lactancia, la importancia de la lactancia para la madre, como para el bebé y los cuidados básicos para el recién nacido.

1.3.1. Nutrición para mujeres en el período de lactancia

Durante la etapa del embarazo y la lactancia, existe un vínculo muy importante entre la madre y su hijo, en cuanto a los alimentos y estado nutricional. Es por esto que la madre, debe tomar en cuenta la cantidad y calidad de los alimentos que ella ingiere, para que ayuden al desarrollo del bebé en el vientre materno y posteriormente en la lactancia (Bras i Marquillas y de la Flor i Brú, 2005, p. 343).

“El bajo peso al nacer es un indicador indirecto de la situación nutricional de la madre durante el embarazo; alerta sobre la desnutrición materno-fetal y la pre madurez. El bajo peso al nacer es el causante del 80% de las muertes de recién nacidos en América Latina. Los niños y niñas que sobreviven sufren en promedio más enfermedades, más problemas de aprendizaje y mayores probabilidades de desnutrición” (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2011, p.28).

Después de dar a luz, una adecuada alimentación posparto, ayuda a la pronta recuperación de la madre. Es muy importante mantener una dieta balanceada y saludable, que le proporcionará no solo energía suficiente para las noches de insomnio y los ajetreados días al cuidado de su hijo, sino que también contribuirá a la provisión de leche materna de alta calidad.

1.3.2. La importancia de la lactancia para la madre

Debemos tomar en cuenta, que es necesario ayudar a la madre, a iniciar la lactancia dentro de la primera hora después del parto, enseñándole o reforzando una técnica de lactancia adecuada, para que pueda entender por qué el calostro es un alimento esencial para el recién nacido. La mayoría de mujeres están en condiciones de amamantar a su hijo. Esta práctica permite estrechar los lazos entre la mamá y su bebé.

Según la UNICEF en Venezuela (2005), la lactancia materna está condicionada por múltiples factores relacionados con la madre, el niño o la niña y el ambiente físico y psicológico que rodean este importante proceso. La actitud positiva, el nivel de sensibilización y el conocimiento de los aspectos técnicos por parte de la madre que amamanta, pueden servir de ayuda y ser decisivos para el éxito de la lactancia materna.

La inexperiencia de las mamás primerizas o el actual ritmo de vida, pueden ser un freno, ya que las llena de inseguridades y miedos frente a este tema. Aprender a dar el pecho sin tener problemas, al menos en una ocasión, es algo que pocas mujeres han conseguido. Empezar a amamantar sin dolor, es una cuestión de práctica y aprendizaje tanto de la madre, como del hijo.

1.3.3. La importancia de la lactancia para el bebé

“A través de la lactancia el bebé puede percibir la voz, el olor, el latido cardiaco de la madre; vuelve a sentir aquellos momentos en los que se encontraba en el vientre materno. Estas sensaciones lo reconfortaran y lo harán sentirse tranquilo” (Trinidad, 2009, p.24).

Para un bebé, la leche materna, aparte de los beneficios emocionales, contiene todas las vitaminas y minerales necesarios para su crecimiento máximo. Debido a esto se debe tener muy en cuenta, la importancia de proporcionar leche materna de calidad, durante el desarrollo inicial del bebé.

1.3.4. Los cuidados necesarios para un recién nacido

La Asociación Española de Pediatría, reveló que los recién nacidos sanos, aunque no presenten ningún problema, requieren de una serie de cuidados y procedimientos, más o menos rutinarios y una valoración cuidadosa de su estado general y de la correcta instauración de la alimentación.

“Los primeros años son fundamentales en el desarrollo de los niños y niñas. Todo lo que ocurre en este tiempo el cariño y amor que reciba, los cuidados, la estimulación, las experiencias que tenga marcarán su forma de ser, de pensar y de relacionarse con las demás personas” (Chile Crece Contigo, 2011, p.2).

El bebé pasará por muchos cambios durante el primer año de vida, en el que los padres deberán ayudarlo a crecer de una forma saludable. Organizar una rutina de hábitos en torno a su alimentación, descanso, juegos y baños, que son parte de los cuidados y necesidades de un recién nacido.

1.4. Conclusiones

De la investigación previa se pudo determinar que existen serios vacíos, en cuanto a la información que poseen y manejan las madres, que son atendidas en el Hospital Gineco-Obstétrico “Isidro Ayora”, acerca de la lactancia y cuidados básicos del recién nacido.

La maternidad reconoce sus limitaciones para poder educar y brindar información a las madres, sobre estos temas en particular, así como la distribución de dicha información a mayor escala.

Se determinó que dado el nivel cultural y de escolaridad de las madres, se debe manejar un lenguaje común y entendible, tanto para los especialistas, como para las madres, lo que ayudará en su asimilación y garantizará posteriormente, una práctica adecuada de la lactancia y de los cuidados del recién nacido.

2. Capítulo II: Diseño editorial y su aplicación en folletos educativos

2.1. El diseño editorial

“El estudio del diseño editorial observa, la forma, el formato, efectividad y funcionalidad del medio para transmitir un mensaje. No solo es importante el contenido de un artículo o historia, todos los elementos de diseño y producción determinan que tan bien recibido es nuestro mensaje” (Manjarrez, s.f., p.3).

El diseño editorial, es la rama del diseño gráfico y del diseño de la información, que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones, tales como libros, revistas, periódicos, folletos, entre otros. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos o gráficos, siempre teniendo en cuenta un eje estético, ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial, buscan por sobre todas las cosas, lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que les permita expresar el mensaje del contenido, con valor estético y que a la vez, impulse a la publicación.

2.2.2. Objetivo del diseño editorial

El objetivo del diseño editorial, es comunicar o transmitir una idea o narración, mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. Cada uno de los elementos del diseño editorial, cumple con una función diferente, según el tipo de publicación que se vaya a realizar, es importante seleccionar la información, para lograr que haya un soporte, entre el contenido y las imágenes (Marcos, 2008, p.7).

En manejo de la información para el lector, debe ser fácil, conveniente de leer y útil. Por lo que se debe tomar en cuenta, la composición y diseño, con la finalidad de ser un medio de comunicación para el lector.

2.2. Etapas del diseño editorial

En el proceso del diseño editorial, se pueden identificar cuatro etapas:

- **La creación:** define el contenido de una determinada publicación.
- **La edición:** determina las correcciones en el contenido, adaptando las imágenes al contenido, para que el mensaje que deseemos transmitir sea congruente.
- **El diseño:** establece la estructura, en el tamaño y proporción (retícula, mancha tipográfica, espacios blancos, etc.).
- **La producción:** muestra el resultado final (Hernández, 2012).

Para un diseñador, parte del diseño editorial, consiste en preparar la información, organizar el contenido y planificar la diagramación, con legibilidad, por medio de símbolos, letras, palabras que ayuden con la calidad de uso. De esta forma se logra una publicación eficaz, satisfaciendo las necesidades, en el aspecto cognitivo y emocional (Vico, s.f., p. 7-8).

2.3. El estilo editorial

“La concepción del estilo de un medio impreso o virtual, tiene como objetivo, elaborar un proyecto de imagen y diseño, de acuerdo a las características del medio” (Santa María, 2014).

El estilo editorial, se determina según la organización de las páginas, por como fluye la publicación, el tono y la expresión de los textos y el material visual, así como por la cantidad y variedad de los temas que incluye. Organizar el contenido, ayuda a cumplir las expectativas de los lectores, para que se comunique claramente el mensaje, a través del diseño (Marcos, 2008, p. 109).

2.3.1 Tipo de Publicación

Para evaluar todos los detalles en el diseño editorial, es necesario comenzar por definir, el tipo de publicación que se quiere realizar. De acuerdo a sus características, se define el contenido y el tipo de lector. Seleccionada la publicación en la que se va a trabajar, se puede desarrollar el estilo, mismo que contiene, a todos los detalles gráficos.

Es preciso, tomar en cuenta, tres puntos importantes, antes de realizar el diseño de una publicación:

- **Producto:** conocer el tipo de información que se va maquetar en la publicación.
- **Público:** conocer a qué tipo de personas va dirigida la publicación. De este elemento dependerá el diseño de la información.
- **Medio:** conocer las características propias de la publicación en formato, composición, jerarquía de elementos, etc. (Velasco, 2004).

2.3.2 Los Folletos

“Los folletos al igual que otros elementos de comunicación, pueden presentarse de muchas formas diferentes, su tamaño, la cantidad de hojas utilizadas, y en general todo lo que lo conforma” (Manjarrez, s.f., p.77).



Figura 9. Tipos de Folletos.

Tomado de (ediciona, s.f.)

Los factores a tener en cuenta, para el diseño de folletos, son los siguientes:

- La elección del papel, para poder definir la calidad de la impresión del trabajo.
- El tipo de composición del formato para determinar la ubicación de elementos, asegurándose de no dificultar la lectura del texto o de crear cortes visuales en las imágenes.
- El número de páginas, para la selección de su formato, formas y tamaños, sin perder de vista, los conceptos generales de composición.
- La cubierta o parte exterior del folleto, ya que proporciona la primera impresión al lector.

Los folletos, deben lograr captar la atención del lector con solo la portada y tener el impacto suficiente, para que el receptor esté motivado, a continuar la lectura. A través del diseño, el estilo de la composición, la elección de tipografía, la ilustración y el color, ayudan a cumplir con la función de informar con el contenido del mismo.

2.3.3. ¿Qué es un set de folletos?

Un set es una palabra inglesa cuya traducción más similar es una colección ya que ambas se caracterizan por compartir una o varias propiedades en común. En el caso del diseño editorial pueden ser elementos como el formato, la familia de colores y las ilustraciones que ayudan a que tengan una relación unos con otros.

2.4. Elementos del diseño editorial

Todas las publicaciones como revistas, periódicos, libros y folletos, deben ser diseñados bajo una estructura, que dé al lector la sensación de unidad en la composición.

Los elementos de diseño que encontramos, para el manejo de una publicación son los siguientes:

- **Plantilla:** proporciona la armonía y la separación entre la forma, estructura y el contenido de la publicación.
- **El cuerpo de texto:** es la comunicación inmediata entre el contenido y los aspectos visuales.
- **Formato:** es la división del contenido por medio de columnas.
- **Retícula:** es la estructura para el diseño y organización de los elementos que contengan la composición. Es la que establece orden, en el momento de distribuir los elementos gráficos y los detalles de la publicación.
- **Filetes:** son las líneas que delimitan los cuadros, fotografías, y/o ilustraciones, para separar o destacar partes de un texto y dividir los espacios en blanco. Se utiliza para un diseño llamativo y su vez para reducir la carga de información.
- **Imágenes:** las fotografías o las ilustraciones que se utilizan, son muy importantes en la publicación, ya que atraen la atención del lector por su

color, textura y dinamismo; además que son elementos de comunicación rápida.

- **El espacio en blanco:** es la provisión del balance y descanso de la vista, mismo que evita la sensación de saturación de la información (Velasco, 2004).

2.4.1 Elementos para un diseño dinámico

Los elementos para realizar un diseño dinámico son:

1. **Balance:** es el equilibrio y la proporción de los elementos de una composición.
2. **Equilibrio:** es la distribución uniforme de los elementos, con respecto a un eje de composición, ya sea en un estilo simétrico o asimétrico.
3. **Contraste:** es la relación de los objetos dentro de la composición, con respecto al tamaño, forma y color de los elementos entre sí.
4. **Ritmo:** produce la sensación de movimiento entre las páginas, gracias a la recepción de formas, líneas y texturas implementadas en el diseño.
5. **Armonía:** se refiere al espacio que hay entre los elementos de una página, que juntos conforman la unidad, como la tipografía, los gráficos y el color.
6. **Proporción:** refiere al espacio que hay entre los elementos de una página y el tamaño de la misma, por lo que influye en la forma que se perciben los elementos de una composición, como las líneas y las formas (Diseño para Internet, 2015).

Para lograr que un diseño sea dinámico, es importante tomar en cuenta los detalles, que ayudarán a manejar el contenido de la publicación, de manera que puedan ser prácticos y entendibles, para el lector. Cada elemento establece su tipo de función, que en conjunto, logran mostrar un diseño adecuado para transmitir el mensaje.

2.5. La importancia de aplicar el diseño editorial

La importancia de aplicar el diseño editorial en la educación, está en generar conexiones de aprendizaje que puedan llevar a ser más consciente con su interacción con el usuario, sobre un producto dentro de una sociedad. Parte de los aportes que el diseño editorial viene haciendo, son las alternativas estratégicas, para generar nuevos productos, servicios y planes de negocio.

Uno de los exponentes del pensamiento del diseño, es Charles Owen, quien habla sobre la investigación del diseño y la comunicación de los productos, así como de la zona de innovación de los mismos. Además habla sobre el pensamiento analítico que se orienta a la búsqueda, que es el pensamiento del hacer y la invención (Universidad Nacional de Colombia, 2010).

El hacer un producto o servicio agradable, estructurado y equilibrado, a través del diseño motiva al usuario al aprendizaje y facilita la asimilación de la información. Al mejorar la relación entre el texto y la gráfica posibilita una mejor aplicación en la vida diaria.

2.6. Conclusiones

La parte más importante del diseño editorial, es lograr llamar la atención de una publicación, este proceso se desarrolla con la investigación de lo que se necesita informar y la manera en la que va a estar organizado el contenido.

Como se menciona anteriormente, hablar de un diseño equilibrado es trabajar con plantillas estándares, en el que los diseñadores puedan jugar con la armonía, innovación y función del contenido en la publicación. Para esto, el manejo de los diferentes elementos de diseño, ayuda a que todo tenga sentido para la edición de la información y que el mensaje final pueda llegar al receptor.

3. Capítulo III: El diseño emocional aplicado a la ilustración

3.3. El diseño emocional

Generalmente cuando se habla de satisfacer necesidades a través del diseño, se tiende a pensar en las necesidades funcionales de la persona. Sin embargo, esta no solamente está compuesta del raciocinio, sino también de las emociones. Al atender conjuntamente las necesidades emocionales se busca una relación más personalizada e íntima.

El diseño emocional demuestra que nuestra relación con los objetos no solo es un efecto de su funcionalidad sino también de su estética. Según Donald Norman, la estética es capaz de cambiar nuestro estado emocional, es decir que los objetos atractivos, agradables y halagadores a las ideas que tenemos de nosotros mismos y la sociedad permiten que tengamos una experiencia positiva. “Las emociones positivas son esenciales para el aprendizaje, la curiosidad y el pensamiento creativo” y por ende se nos hace más fácil hallar soluciones a los nuestros problemas (2005, p. 35).

Esto quiere decir que para conseguir el éxito de un producto, los diseñadores deben tener en cuenta, no solo la practicidad del objeto sino también el hecho de que sea atractivo al usuario en su parte estética, considerando en su concepción, entre otros, el estilo de la gráfica, el color, la diagramación, etc.

También se debe adecuar el diseño, en función de la disposición emocional del público objetivo, por ejemplo si nos vamos a dirigir a madres o queremos transmitir suavidad o ternura, se recomienda usar líneas suaves y contornos redondeados y colores acordes a esa temática.

3.4. El color por medio del diseño emocional

“La razón me decía que el color no era importante, pero en cambio, mi reacción emocional me hacía ver lo contrario” (Norman, 2005, p. 24). El color es un elemento del diseño que tiene un gran valor expresivo y por lo tanto es un medio conductor de sensaciones, emociones, sentimientos y deseos.

Algunos colores se pueden asociar con la feminidad, como por ejemplo los tonos pasteles: rosado, azul, violeta y amarillo claro, colores con mucho blanco agregado. Es por esto que hay colores que generan sensaciones positivas.

Los colores tienen influencia tanto en los sentimientos como en los pensamientos, como lo explica la autora Eva Heller (2012), en su libro la Psicología del color. Por lo que se analizaron, los colores más utilizados en productos relacionados con el público objetivo:

- **Azul:** es el color preferido por hombres y mujeres, denota simpatía, armonía y fidelidad, a pesar de ser considerado un color, frío y distante. Contrario a lo que tradicionalmente se piensa, está relacionado mucho con lo femenino, es un color pasivo e introvertido y se lo vincula con el agua, atributo femenino en esencia.
- **Verde:** es el color de la fertilidad y la esperanza, considerado sagrado. Se lo asocia con la naturaleza y a su vez con la madre, lo verde se supone vivo, sano y fresco.
- **Violeta:** es el color asociado con el poder, la magia y el feminismo. Al ser la mezcla de colores opuestos con azul y rojo, también produce emociones enfrentadas, se relaciona con lo masculino y lo femenino, sensualidad, espiritualidad y es la unión de los contrarios.
- **Blanco:** es el color de lo femenino, la inocencia, del bien, según el simbolismo es el color más perfecto, es la suma de todos los colores de la luz. En la industria es el color que más se produce.

- **Rosado:** es el color dulce y delicado, considerado un color joven. A pesar de ser la unión de dos colores opuestos, como el blanco y rojo, no es un color intermedio, sino que tiene su propio carácter, es un color considerado positivo, suave e infantil.

3.5. La ilustración en el diseño

“La Ilustración en el diseño gráfico no es más que el dibujo o imagen que acompaña a un texto o documento con el fin de complementar el mismo, haciendo más fácil la comunicación con el usuario del producto” (EcuRed, s.f.).

El proceso de una ilustración depende mucho del tipo de publicación que se vaya a realizar, puede variar según el estilo y contenido. Se debe determinar hasta qué punto un enfoque es específico y concuerda con un tema, ya que existen algunos que son especialmente sensibles y difíciles de convertir en ilustración. “La ilustración hace que las imágenes sean más elocuentes de lo que hubiera sido una fotografía” (Blume, 1994, p.41).

3.6. El estilo de la ilustración

El estilo es una particular forma de percibir e ilustrar; y su objetivo es el de mostrar una expresión gráfica o una manera de pensar y decir.

Un ilustrador gráfico, según su especialidad o estilo, combina el conocimiento y las técnicas de dibujo, para lograr plasmar la idea general o el tema de una ilustración, de manera clara y efectiva. Encontrar un estilo es ir más allá de lo visual, porque parte de la gráfica es lo conceptual y lo narrativo. De esta manera, un ilustrador no solamente dibuja con expresión gráfica, sino que crea y comunica diversas ideas.

Tomar en cuenta el estilo de la ilustración, que se va a desarrollar en una publicación, es muy importante, porque acompañará a la información escrita y

permitirá un mejor entendimiento del lector. El manejo de las ilustraciones debe ser uniforme es decir, que se maneje un mismo concepto no solo con los personajes sino también el espacio en el que interactúen los personajes es decir: una casa, un hospital, un parque, etc.

Otro punto que se debe tener en cuenta, es conocer el público objetivo a quién va dirigido la ilustración, ya que al familiarizarse con sus necesidades, se establece una relación entre el ilustrador y el usuario, permitiéndole al usuario que pueda sentirse a gusto e identificarse con lo que está leyendo y observando, así de esta manera el ilustrador consigue el objetivo, de llegar con la información de una manera más efectiva.



Figura 10. Referencia de estilo, ilustración UNICEF.

Tomado de (unamamaarquitecta, 2014)



Figura 11. Referencia de estilo, ilustradora Eulalia Cornejo.
Tomado de (Orballo, 2010)



Figura 12. Referencia de estilo, ilustradora Lucía Cobo.
Tomado de (pinta que te pinta, 2011)



3.7. La ilustración científica

“La ilustración científica es uno de los medios más efectivos de exponer informaciones precisas y detalladas acerca de temas que requieren un importante apoyo visual” (Parramón, 2001, p. 18).

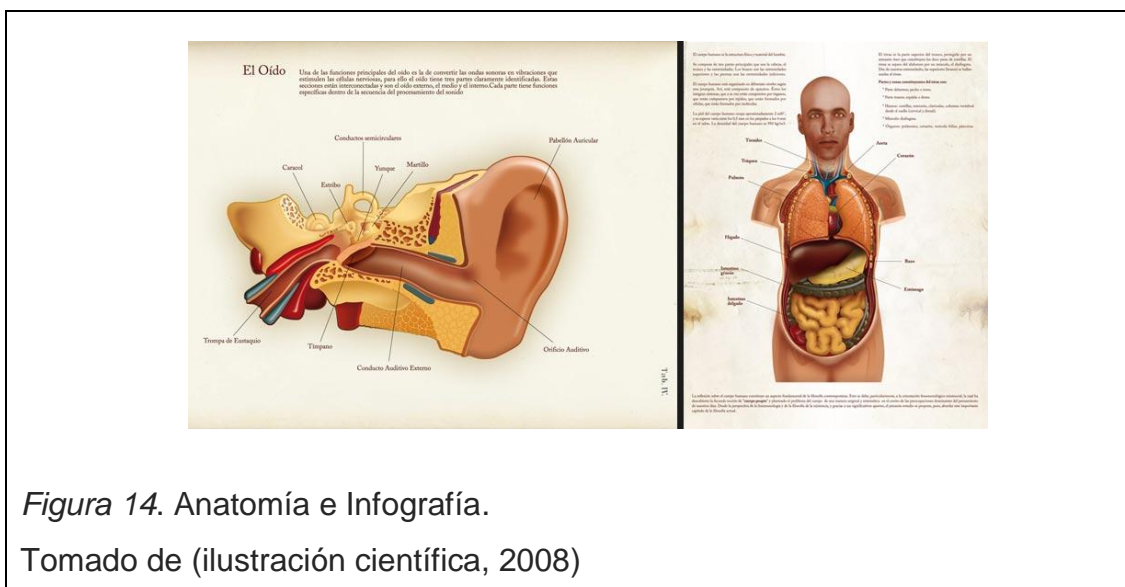


Figura 14. Anatomía e Infografía.

Tomado de (ilustración científica, 2008)

Según Leonardo da Vinci (1452-1519), era imposible describir la complejidad del cuerpo humano sin la ayuda de dibujos: “Cuando más en detalle se describe, más se confunde” (Blume, 1994, p.76). A pesar del avance tecnológico en la reproducción fotográfica, no se ha logrado conseguir suplantar el trabajo de un ilustrador en el área científica. En este campo existen varios temas, que necesitan de las técnicas de dibujo, para profundizar la información del contenido. La gráfica puede sintetizarse y debe evitar lo redundante o lo accidental, para ser claros en el mensaje.

3.8. La técnica digital

“La Ilustración Digital utiliza herramientas digitales, comúnmente una computadora y diversos software o programas que le ayudan al artista a generar, retocar o complementar imágenes y archivos digitales bajo sus propias formas de trabajo o que emulan a la ilustración tradicional y sus técnicas” (SketchColor, 2007).

Una de las características de la ilustración digital, es la complementación de las técnicas clásicas, con bocetos a lápiz o tinta, o cualquier otra técnica convencional, y que serán terminados en el ordenador.

Los programas gráficos, nos permiten utilizar varias formas de ilustrar, ya sea por medio de filtros o por vectorización, mismos que ayudan a tener un control de los trazos, para definir la ilustración, sin que se dañe el trabajo y además ofrece una alta precisión en cada detalle.

3.9. Infografías

La infografía es una composición de imágenes, que sintetizan y explican, de manera sencilla, textos, con la finalidad de comunicar una información, de modo visual, con ilustraciones y gráficos, facilitando así su asimilación e interpretación.

En el libro de la infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos del autor José Luis Valero Sancho (2001, p. 21) la infografía está compuesta de 8 características principales:

1. Da significado a una información rescatando lo más importante.
2. Proporciona una información actual y oportuna con respecto a un tema específico.
3. Permite comprender el hecho que se estudia de manera resumida.
4. Contiene información escrita con formas tipográficas.
5. Formada por elementos icónicos específicos.
6. Tiene capacidad informativa, concreta y suficiente, por si misma, para sintetizar los datos siendo un complemento de la información escrita.
7. Aporta una sanción estética.
8. Debe ser veraz y exacta y con concordancia.

La infografía en usos editoriales es aplicada para atraer, estimulando y captando la atención del usuario. Para comprender, a través de símbolos, conocimientos básicos y finalmente para retener la información a través de la memoria visual icónica a largo plazo.

3.10. Interactivo

La interactividad es una manera en la cual el diseñador puede animar al usuario a conectarse de una manera afectiva con un diseño. Andy Pratt (2013) propone que los mensajes presentados de una manera que entretenga los sentidos y las emociones evoca una experiencia memorable y estimula el interés (p. 130)

La interactividad ayuda a la comunicación explorando encuentros alternativos que estimulen los sentidos más allá de la lectura. La manipulación directa con un objeto determinado hace que el usuario pueda aprender a través de actividades y experiencias afectivas.

3.11. Conclusiones

El tomar en cuenta el diseño emocional, para el desarrollo de un producto justifica su importancia, en que ayuda a obtener un vínculo afectivo, que facilita el entendimiento y que genera conciencia.

El desarrollo de un estilo de ilustración gráfico, establece una relación entre el ilustrador y el usuario, donde el ilustrador al conocer las necesidades de su público objetivo logra conciliar la información gráfica con la escrita, haciendo más fácil el entendimiento y el aprendizaje para el usuario.

La infografía, como herramienta del diseño gráfico, aplicada a la ilustración, permite transmitir la información científica, que en general es poco atractiva, de una manera visual y apoyándose en una conexión emotiva, lo que aumenta la eficacia y estimula la recordación a largo plazo.

4. Capítulo IV: Metodología

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo general

Aplicar herramientas de diseño gráfico e industrial, en el desarrollo de un set informativo para reforzar el aprendizaje en el cuidado de recién nacidos y la importancia de la lactancia en las madres de la Maternidad Isidro Ayora bajo el “Plan del Buen Vivir”.

4.1.2. Objetivos específicos

1. Describir el programa de Desnutrición Cero del Ministerio de Salud Pública del Ecuador bajo el Plan del Buen Vivir en la Maternidad Isidro Ayora, para determinar el contenido del set.
2. Establecer los elementos de Diseño Editorial aplicables al desarrollo de material informativo para facilitar el aprendizaje del cuidado del recién nacido con énfasis en la lactancia materna.
3. Definir las particularidades de la Ilustración Gráfica por medio del diseño emocional para complementar la información escrita.
4. Analizar la situación actual de las mujeres con recién nacidos y en período de lactancia para establecer sus requerimientos.
5. Formular una propuesta de diseño gráfico-industrial para cumplir con las necesidades informativas sobre este de la Maternidad Isidro Ayora.

4.2. Metodología de diseño

Durante el desarrollo del proyecto, se empleó la metodología de diseño de Bernhard E. Burdek, para determinar las principales necesidades de la Maternidad Isidro Ayora y hallar las mejores soluciones al problema planteado.

El proyecto se desarrolló en las siguientes cuatro fases:

Fase de Investigación: esta primera fase se dividió en dos puntos importantes; en el primer punto se empezó con la formulación y delimitación del problema, es decir el requerimiento de la Maternidad Isidro Ayora, para esto, se recopiló la información necesaria, a través de la investigación bibliográfica, la cual generó el marco teórico.

En el segundo punto se realizó, una investigación de campo y experimental, que permitió, tener una visión general de la situación actual del usuario, dentro y fuera de la Maternidad, para llegar a formular la hipótesis de diseño.

Fase de Proyección: en la segunda fase se realizó el bocetaje y la digitalización a las diferentes alternativas de diseño que ayudaron a obtener la propuesta real, tomando en cuenta las necesidades de aprendizaje en las mujeres con recién nacidos y en período de lactancia.

Fase de Ejecución: en la tercera fase se desarrolló la propuesta real la cual fue analizada para la elaboración del producto final, una vez finalizado se planteó las conclusiones y recomendaciones.

Fase de Sustentación: en la cuarta y última fase se desarrolló el material de apoyo para la defensa a las soluciones del proyecto.

4.3. Técnicas de investigación

Para el propósito de alcanzar el objetivo general de aplicar las herramientas de diseño gráfico e industrial a una propuesta de un set informativo interactivo para reforzar el aprendizaje en el cuidado de recién nacidos y la importancia de la lactancia en las madres de la Maternidad Isidro Ayora, se utilizaron las siguientes técnicas:

- Investigación bibliográfica
- Observación
- Entrevista
- Encuestas

4.3.1. Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica ayudó a realizar la búsqueda de material publicado conveniente al objetivo general, con el propósito de respaldar y aportar a la propuesta de diseño.

La revisión de los afiches entregados por la Maternidad Isidro Ayora contribuyeron a constatar la falta de unidad en el diseño como: en el texto, el color y el manejo inadecuado en las imágenes.

Consultando en los principales libros y manuales en el Ministerio de Salud sobre los cuidados de los recién nacido y el período de lactancia para mujeres, se encontró el apoyo en el contenido científico para la propuesta de diseño.

Acudiendo además a publicaciones de autores como: la UNICEF y la Organización Panamericana de Salud, en temas de cuidados, beneficios y consejos básicos para madres e hijos, se pudo tomar en cuenta el manejo de la información, para aplicar un lenguaje más común.

En conclusión, la recolección de esta información fue la base que permitió la elección de las herramientas de diseño gráfico e industrial en el desarrollo de la propuesta para satisfacer las necesidades de la Maternidad Isidro Ayora.

4.3.2. Observación

La observación que se realizó en la maternidad, permitió tener una vivencia real, de las características que rodean el entorno de las mujeres, los bebés y el personal y esto dio la pauta, para el desarrollo del lenguaje visual del proyecto.

4.3.3. Entrevista

Al ser una maternidad de mujeres con escasos recursos económicos en su mayoría y de un nivel educativo medio-bajo, parte de la información que las madres reciben para los cuidados del recién nacido y la lactancia se transmite a través del diálogo con los doctores y personal de la maternidad. Por lo que es imprescindible conocer la información que manejan en la actualidad, para homogenizarla y adaptarla a las necesidades y al nivel socio cultural de las madres.

La entrevista clínica que se realizó con un profesional médico de la maternidad Isidro Ayora, fue con el propósito de adquirir la información necesaria del objeto de estudio.

- **El Dr. Ramiro Moya** - Coordinador del Banco de Leche en la Maternidad Isidro Ayora y especializado en nutrición.

Al hablar con Dr. Ramiro Moya se pudo observar que, las mujeres que asisten a la maternidad actualmente presentan falencias de conocimientos en la lactancia materna en los siguientes aspectos: las técnicas para dar leche materna a su bebé, los beneficios de la leche materna para la madre y para el bebé.

Además se encontró la necesidad de poder emplear un lenguaje “común y práctico” en la información entregada a las madres de la maternidad para que se les sea fácil entender y ponerlo en práctica.

4.3.4. Encuestas

Las encuestas fueron empleadas de manera personal. Aportando con la información de las necesidades de las mujeres en la maternidad, dichas encuestas sirvieron para establecer cuantitativa y cualitativamente el conocimiento de las mujeres en la maternidad (ANEXO 1).

4.3.5. Estimación de Parámetros

a) Población

El grupo de investigación según el censo realizado en el mes de Julio en el año 2014, son de 150 mujeres al mes en la maternidad Isidro Ayora. Si bien es cierto que en el 2009, se atendieron 11.472 partos; el cálculo de esta población se basó en su atención actual, ya que la Maternidad Isidro Ayora paso de ser un hospital general, a ser un Hospital de especialidades, por lo que se redujo significativamente, el número de pacientes.

b) Cálculo de la muestra

Se tomó como grupo de investigación, a las mujeres que asisten mensualmente a la maternidad. La fórmula que se utilizó es de la población homogénea, donde “N” es el grupo de investigación, “E” es el porcentaje de error del 5% y finalmente “n” es la muestra a investigar.

(Ecuación 1)

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

$$n = \frac{150}{0,25(149) + 1}$$

$$n = \frac{150}{37,25 + 1}$$

$$n = \frac{150}{38,25}$$

$$n = 4$$

El resultado de la operación indica que la muestra a investigar es de 4 mujeres en la maternidad, sin embargo se tuvo la oportunidad de encuestar a 37 mujeres.

4.4. Enfoque

Por medio de la investigación se utilizó un enfoque cualitativo que predominaba, mientras que el enfoque cuantitativo se empleó como complemento.

Dentro de la parte cualitativa se empleó una entrevista al Doc. Ramiro Moya que ayudó a conocer más de las necesidades de las mujeres en la maternidad para aplicar las respectivas herramientas de diseño en la propuesta. Por otro lado el enfoque cuantitativo dio datos estadísticos sobre el grupo de investigación.

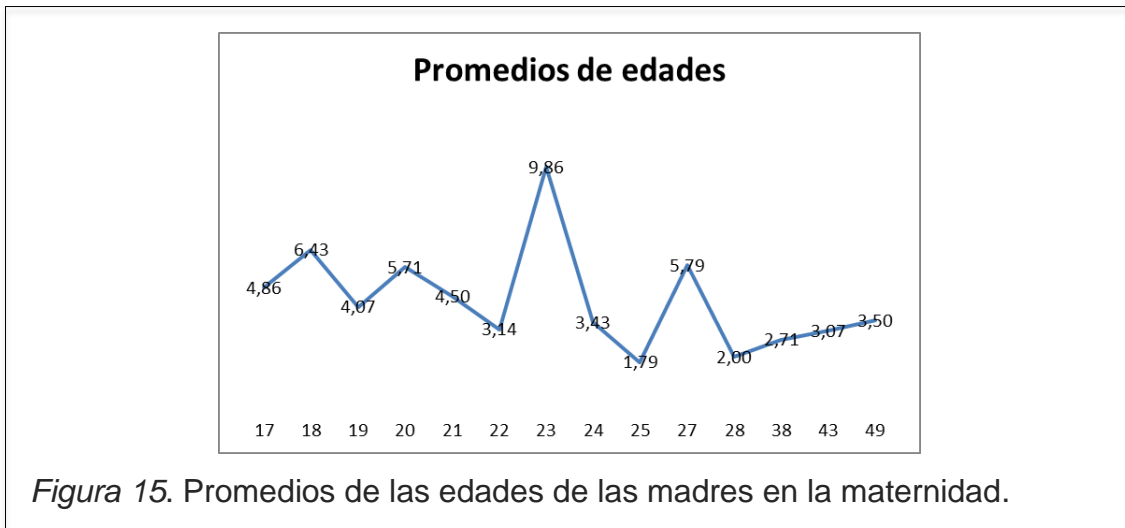
4.5. Alcance

La propuesta de un set informativo interactivo, enfocados en reforzar el aprendizaje en el cuidado de recién nacidos y la importancia de la lactancia en las madres de la Maternidad Isidro Ayora obtuvo los siguientes alcances:

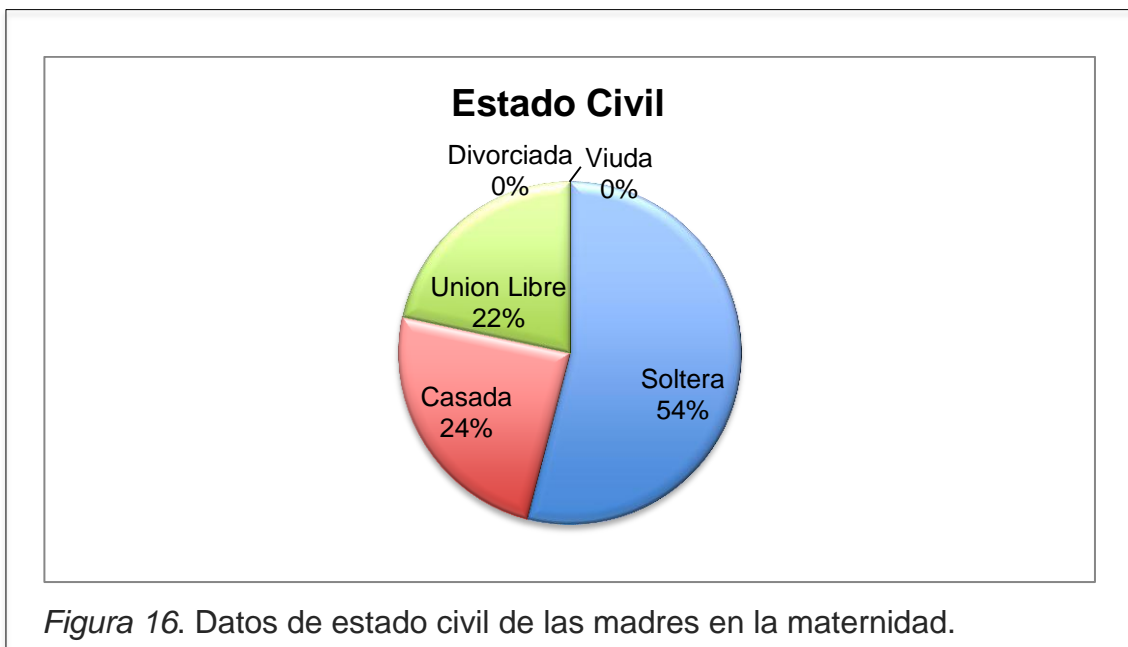
- Exploratorio: en esta fase se observó las principales características de las mujeres que asisten a la maternidad Isidro Ayora.
- Descriptivo: en esta fase se describió la situación actual de la maternidad, las necesidades y se planteó el desarrollo de una propuesta.

4.6. Tabulación de datos

a. Datos personales:

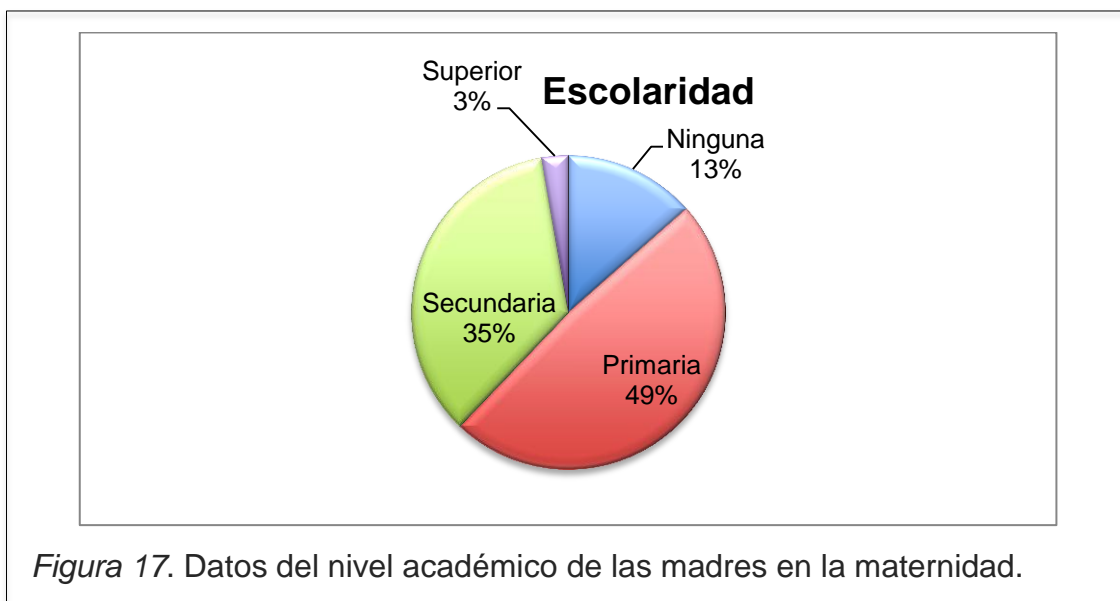


El promedio ponderado de edades, en las mujeres encuestadas es de 23.03 años, aunque llama mucho la atención la cantidad de madres adolescentes.

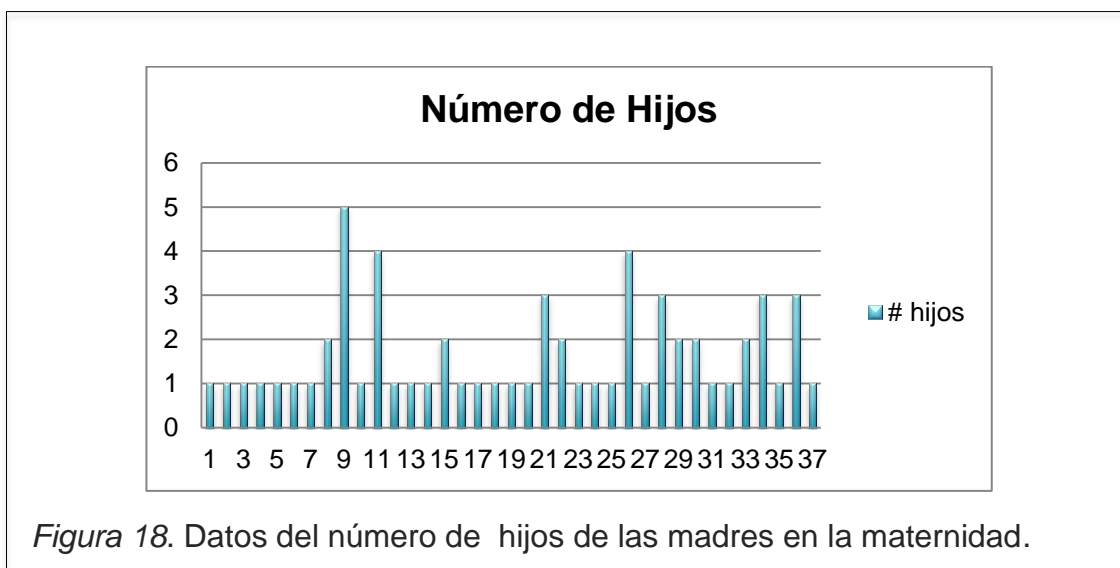


De las madres encuestadas se pudo observar, que más de la mitad eran solteras, sin una pareja estable, lo que indica que se encargan del bebé en

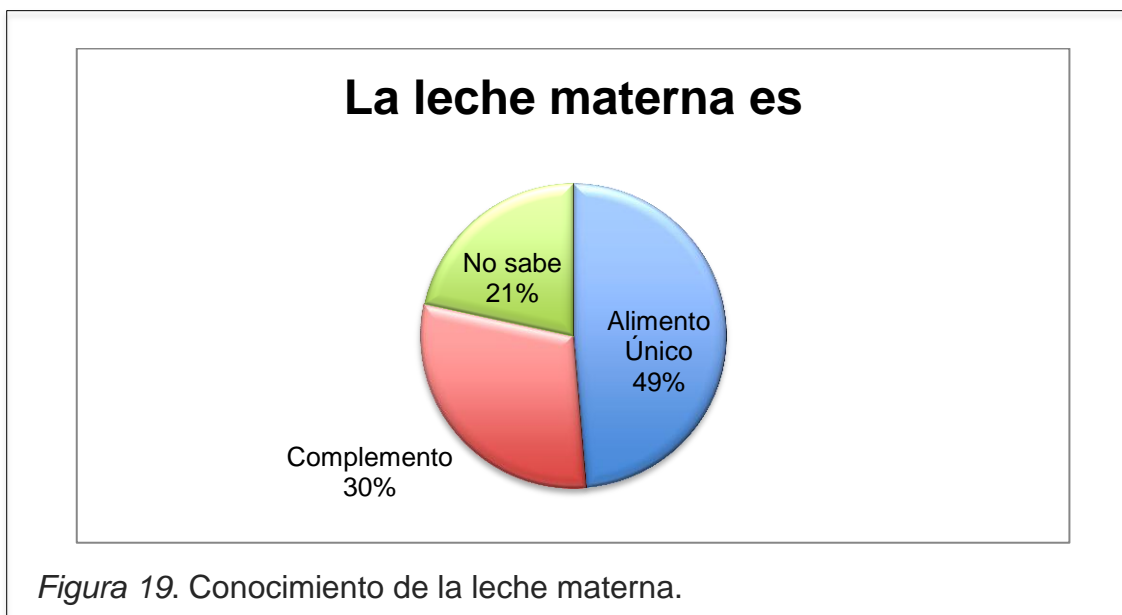
muchos casos con poco apoyo de la familia, menos de la cuarta parte estaban casadas.



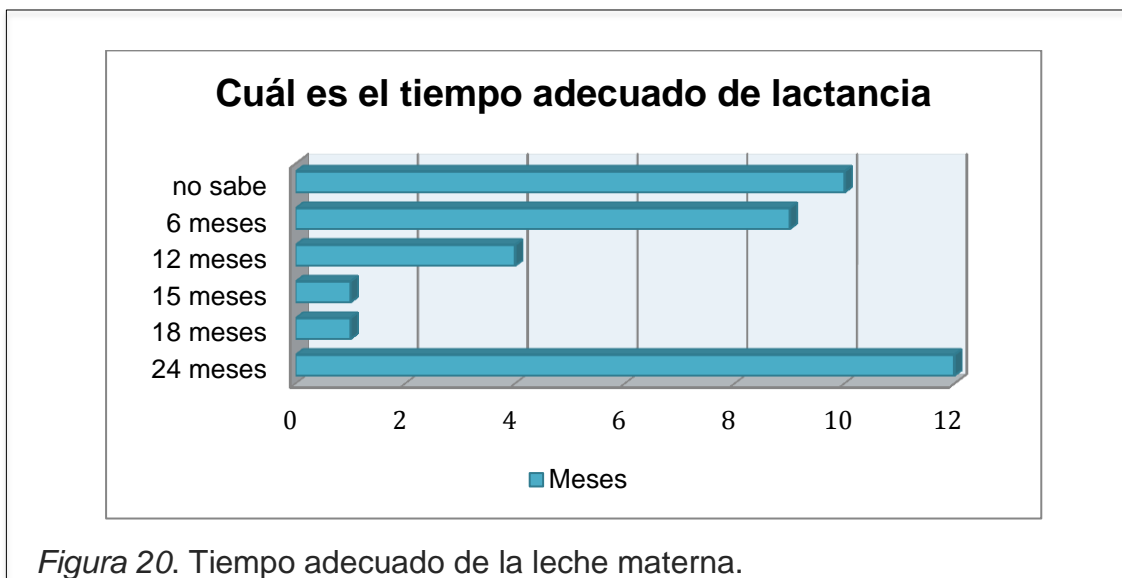
Se evidencia que casi las dos terceras partes de las madres, tenían un nivel primario de educación o simplemente ninguna educación, lo que anticipa su nivel de conocimientos científicos, sobre la lactancia y sus beneficios.



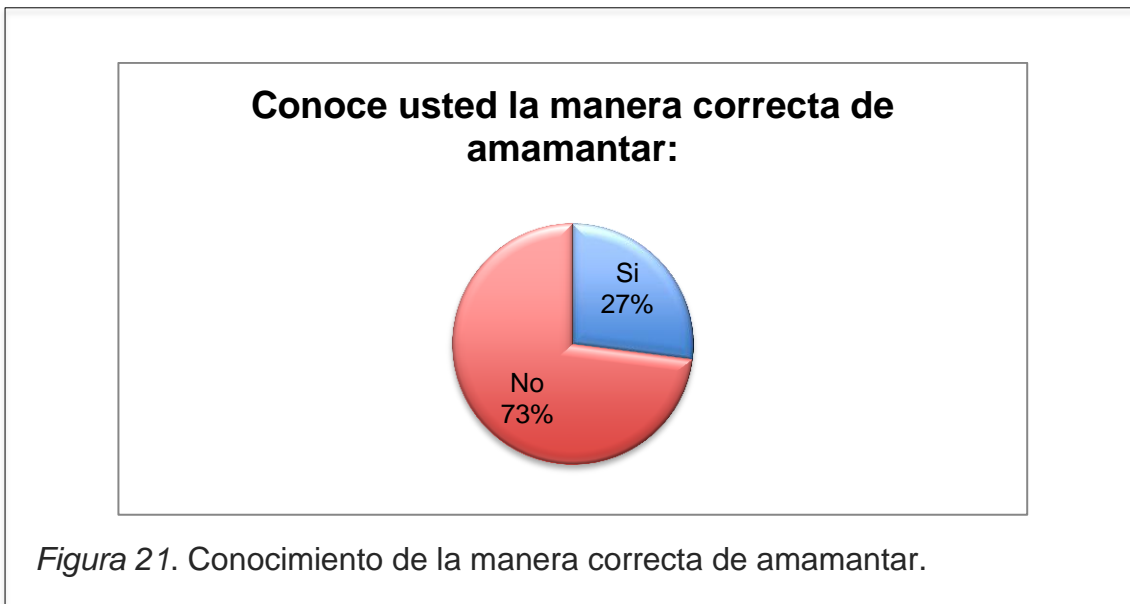
La gran mayoría de madres entrevistadas, eran primerizas, esto sobre todo, porque la Maternidad está actualmente especializada en casos difíciles o de riesgo, como en los embarazos precoces.

b. Conocimientos sobre la lactancia y el embarazo

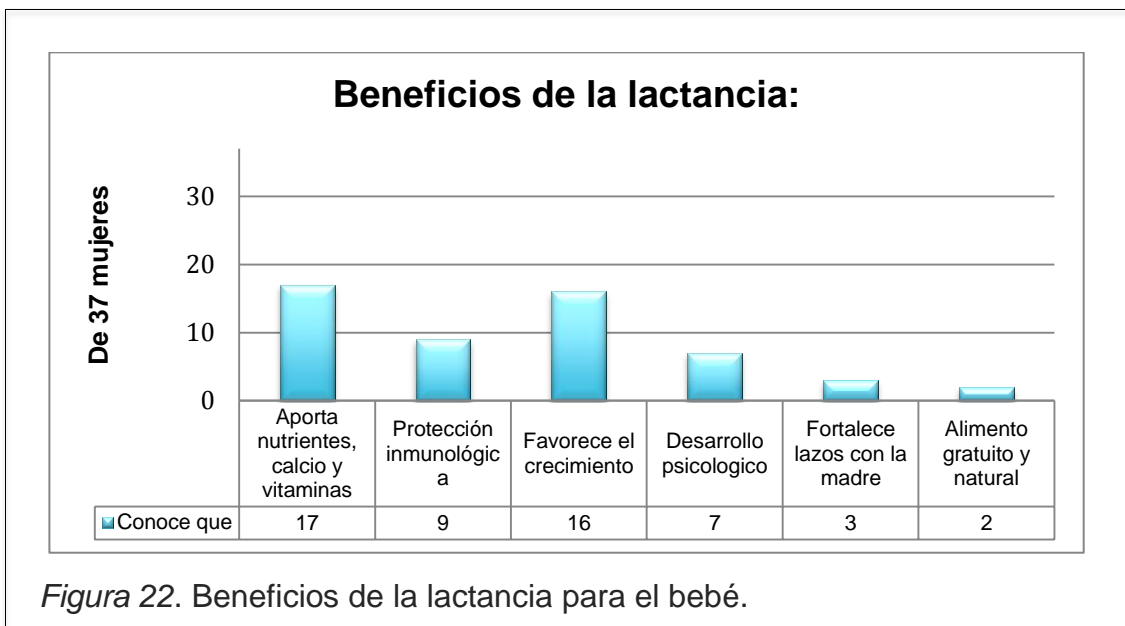
Aunque muchas de las mujeres sabían que la leche es el mejor alimento exclusivo para el bebé, en sus primeros meses, no sabían hasta que edad dar de lactar y cuando se debía complementar con otros alimentos.



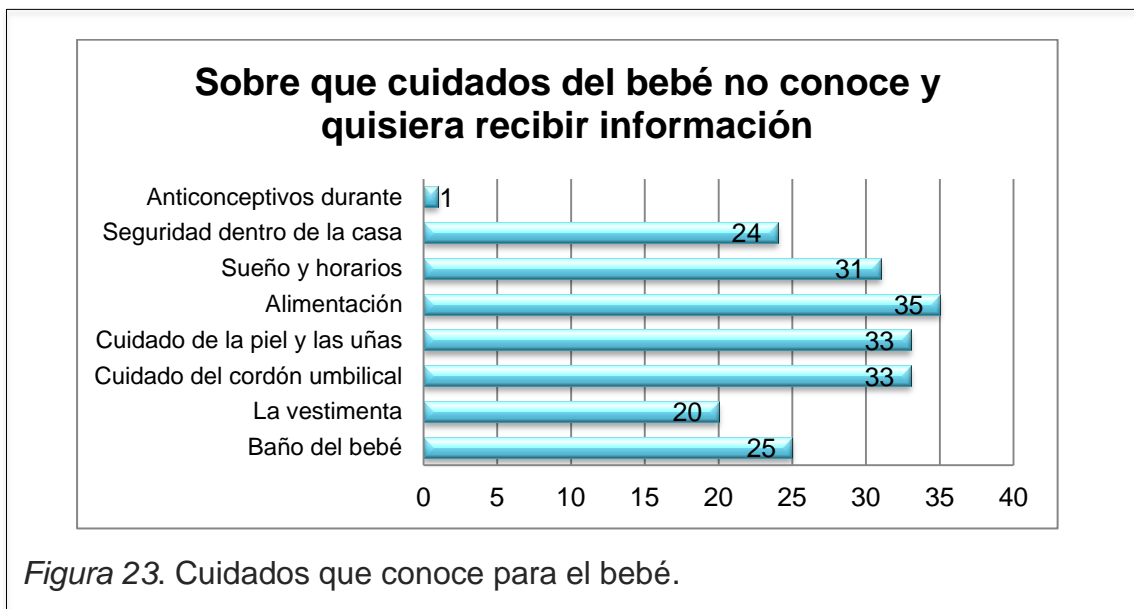
Hay un desconocimiento, de la duración de la lactancia y de cuál es el tiempo recomendable para la lactancia en un bebé, por lo que se ven opiniones tan diferentes.



Se preguntó también a las madres, si conocían una técnica correcta para dar de lactar, muy pocas se sentían seguras de éste conocimiento.



El desconocimiento sobre los beneficios de dar de lactar, es uno de los factores que lleva a una motivación deficiente y por consecuencia a un bajo porcentaje de aceptación de esta práctica.



A parte de la lactancia, se pudo evidenciar, que muchas de las madres necesitaban y buscaban información acertada, en otros tópicos, que les ayude en el cuidado de su recién nacido.



Además del bajo nivel de conocimiento y manejo de información real y científica, se pudo también ver, que existían muchos tabúes y mitos, que distorsionan aún más la correcta crianza de los recién nacidos.

Conclusiones:

1. Del universo de la muestra, es decir de 37 mujeres que fueron entrevistadas, el nivel socio económico, de la mayoría, es medio bajo, bajo, lo que explica las falencias y conceptos erróneos en la parte de la información, tanto de la lactancia y como de los cuidados para el recién nacido.
2. El promedio de edad, de las madres encuestadas, es de 23 años. En su mayoría parte de las madres encuestadas, están entre los 17 y 23 años, de las cuales la mayoría son primerizas y más del 50% son solteras.
3. Aún en las madres con partos anteriores, existe un desconocimiento de cuidados básicos y de los beneficios de la lactancia materna o tienen una información errónea debido a mitos y conceptos equivocados transmitidos popularmente.
4. Hay un alto interés, por parte de las madres encuestadas, en recibir información clara y de fácil entendimiento, que les pueda ayudar en esta etapa del embarazo y primeros años de vida de su bebé.
5. Debido al desconocimiento de los beneficios de la lactancia materna, o a mitos e información errónea, muchas madres complementan la alimentación, con leche de fórmula, lo que afecta directamente en su economía, hecho que proporciona un incentivo adicional fuerte, para que ésta información sea bien recibida.

5. Capítulo V: Desarrollo de la propuesta

Una vez realizada la recopilación de información, sobre de las madres en período de lactancia atendidas en la Maternidad Isidro Ayora, se pudo determinar, las características y necesidades fundamentales para proponer un set informativo.

5.1. Diseño de la marca *Mini Guías para mamá*

La marca *Mini Guías para mamá*, fue desarrollada para unificar diferentes temas como: el médico, el emocional y pedagógico, bajo un mismo concepto y que a su vez, sea capaz de distinguirse de otras marcas existentes. Generando un apoyo para las madres.

La investigación y la observación, de las necesidades de las madres en período de la lactancia, en la Maternidad Isidro Ayora, permitió tener en claro los aspectos sociales, así como los psicológicos y evidenció diferentes aspectos, por ejemplo: el bajo nivel de escolaridad, madres primerizas con poca experiencia, la falta de fuentes de información, la existencia de mitos o creencias erróneas, entre otros.

¿Qué quiere decir *Mini Guías para mamá*?

La palabra *Mini* fue utilizada para representar algo simple, en cuanto a la facilidad del lenguaje que se utilizará, complementándose con la palabra *Guías* que representa apoyo y orientación, necesario para las madres, durante el período de lactancia y con los cuidados del recién nacido.

Para obtener este nombre, se plantearon varias alternativas, que acompañen y abarque todo lo que implica la maternidad como: los cuidados para el bebé y para la madre, los controles médicos, las preguntas frecuentes en diferentes temas o el reto que implica ser madre.

Además se relacionó este tema con el aprendizaje, ya que durante este período, la madre necesita conocer, de manera correcta las técnicas, los beneficios y los cuidados, para que el bebé pueda crecer de manera saludable.

Dicho esto, se propuso el nombre ***Mini Guías para mamá***, en respuesta de lo que implica enseñar con practicidad y lenguaje común, para que de esta manera sea fácil, para la madre, el aprendizaje sobre estos temas.

5.2. Estudio Tipológico

Se realizó un estudio, de todos los productos relacionados con la lactancia y los cuidados del recién nacido, para conocer, lo que existe actualmente en el mercado.

A continuación, se muestra algunos de los productos, que han sido diseñados para la madre en período de lactancia y para los cuidados del recién nacido:



Figura 25. Sostén de lactancia.

Tomado de (embarazo y bebés, 2014)





5.3. Estudio Morfológico

El concepto en el que se centra la propuesta es, la relación madre e hijo, y todo aquello que esta representa como: el amor, el cuidado, protección, dulzura entre otros. De la investigación de la morfología se decidió una línea gráfica, que unifique todos los elementos del diseño con el concepto de la propuesta.

En cuanto a los elementos visuales utilizados:

- **La Forma:** es todo aquello que se ve y que aporta identificación, por lo que se decidió emplear al círculo como forma básica, líneas redondeadas y formas curvas, que denoten suavidad.
- **La Medida:** es la relación de tamaño entre las formas, lo que permite dar protagonismo a un elemento o a otro.
- **El Color:** permite diferenciar las formas a través de las variaciones tonales y cromáticas, los colores cálidos expresan protección.
- **La Textura:** se refiere a la superficie de la forma, lo que puede transmitir una sensación de ternura.

5.3.1. Logotipo

Posteriormente al análisis de la investigación morfológica, de las características físicas y emocionales de las madres en período de lactancia, se procedió a la elaboración de bocetos, por medio de la abstracción, de figuras humanas como: la madre y el recién nacido, planteándose las tres propuestas finales, que permitieron definir el isotipo.

Propuesta 1

- **Concepto madre e hijo:** pensando en el vínculo emocional que existe entre madre e hijo, se utilizaron detalles delicados, con las formas circulares y trazos suaves, además del uso de expresiones maternas, que puedan representar a la madre junto a su hijo.



Figura 30. Referencia madre y bebé.

Tomado de (urban360, 2015)



Figura 31. Concepto madre e hijo.

Propuesta 2

- **Concepto bebé acurrucado:** tomando como base a un recién nacido, se busca representar la inocencia de un ser tan indefenso, la composición del cuerpo del bebé, está formada de líneas y curvas que transmitan un mensaje de ternura, amor y protección.



Figura 32. Referencia del cuerpo de bebé acurrucado.

Tomado de (problemas infantiles, s.f.)

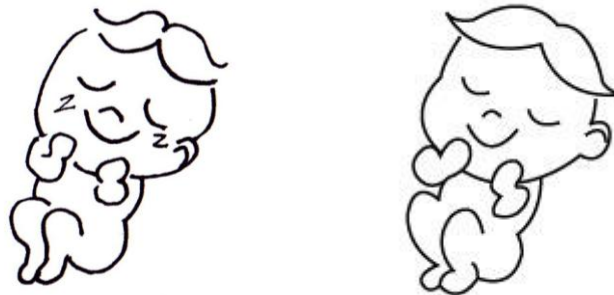


Figura 33. Concepto bebé acurrucado.

Propuesta 3

- **Concepto de un recién nacido:** transmite el mensaje de un bebé feliz y saludable, gracias a los cuidados de su madre. En donde se simplificó, la cara de un bebé, manteniendo un estilo con curvas y formas que se unifiquen entre sí, para que pueda expresar la ternura de un bebé.



Figura 34. Referencia bebé feliz.

Tomado de (Imagenesdebebeshermosos, s.f.)

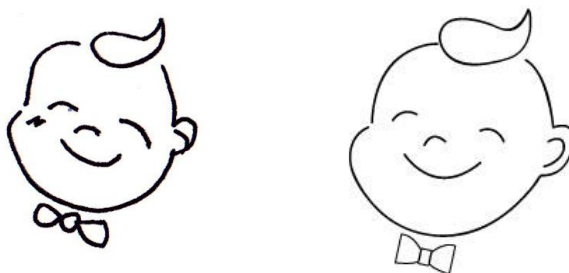


Figura 35. Concepto de un recién nacido.

5.3.2. Construcción y aplicación del logotipo

La propuesta escogida, fue la número tres, ya que cumple con los atributos de amor, cuidado y protección, que quiere transmitir la marca, utilizando formas redondeadas y curvas que transmitan la idea del amor maternal, tomando como base a la madre, ya es principalmente a ella, a quién va dirigida la información necesaria, para que su hijo crezca saludable.

La creación de un personaje, da un valor agregado y único al diseño, estableciendo una conexión emocional entre la madre y el hijo. Se buscó un elemento que logre la vinculación con la figura humana, que permita una identificación por parte del usuario y que pueda generar cercanía con lo que está leyendo y observando. Los detalles que tiene este personaje como el pelo y la expresión, transmiten la dulzura y simpatía de un bebé, mientras que el lazo le complementa dando una idea de sabiduría.



Figura 36. Propuesta elegida para el isotipo de **Mini Guías para mamá.**

El logotipo está pensado para ser utilizado *sólo de manera vertical*:

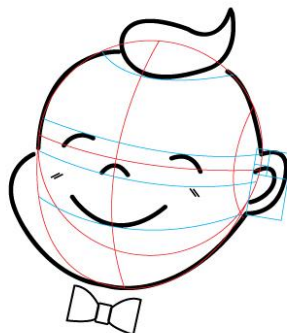


Figura 37. Construcción de logotipo **Mini Guías para mamá.**



Figura 38. Malla constructiva de logotipo **Mini Guías para mamá.**



Figura 39. Área de protección del logotipo **Mini Guías para mamá.**


	OFFESET	SERIGRAFÍA	SOPORTE DIGITAL
LOGOTIPO SIN ISOTIPO	 15 mm	 18 mm	 100 px
LOGOTIPO + ISOTIPO	 18 mm	 20 mm	 120 px

Figura 40. Tamaños mínimos para la reproducción.



Figura 41. Logotipo de la marca *Mini Guías para mamá*.

En su construcción el Logotipo es simétrico, con formas redondeadas y curvas que dan mayor movimiento. Se utilizó la proporción áurea en su estructura, lo que le permite ser estético y armónico.

5.3.3. Tipografía para el Logotipo

Se buscó una tipografía que acompañe a la marca **“Mini Guías para mamá”** y al isotipo, en sencillez y delicadeza, logrando unificar un mismo concepto.

En las palabras **“Mini Guías”**, la tipografía que se utilizó, al ser cursiva y amigable, fue “Always in my heart”, de la autora Vanesa Bahías, para su uso comercial tiene un costo de \$15 dólares y en las palabras **“para mamá”**, se utilizó, la tipografía de un estilo manuscrita, más divertido “Futura hand written”, que es donación del autor Billy Snyder, para cualquier tipo de uso.



Figura 42. Tipografía del logotipo **Mini Guías para mamá**.

5.3.4. Cromática de la Marca

Según Joan Costa (2007), el color es considerado un elemento más del sistema gráfico, de igual importancia que las formas, las imágenes y los signos, ya sean estos, tipográficos o icónicos. En la elección de la paleta cromática, se tomó en cuenta al isotipo, ya que este, es la representación de un recién nacido. Se utilizaron fotografías de bebés, para tener referencias de color, que permitan lograr más realismo, en el personaje de la marca y así tener una mayor identificación.



Por medio de las referencias fotográficas, se realizó una síntesis de tonalidades de color. Durante el proceso, se tomaron en cuenta, las características étnicas del grupo objetivo. Del análisis, se pudo determinar, que el mayor porcentaje madres son de origen mestizo y en menor número, afro-ecuatorianas e indígenas, lo que permitió seleccionar los colores corporativos, que identifican a la marca **Mini Guías para mamá.**

El corbatín que acompaña al rostro del bebé en el isotipo, se justifica en dos puntos: el primero, como punto de color y el segundo en la caracterización del personaje, con un toque de sabiduría. En cuanto a la cromática del corbatín, se propuso tonos en color celeste, por su alto nivel de aceptación, por hombres y mujeres, como se mencionó anteriormente, en el estudio de la psicología del color.



5.3.5. Tipos de uso de la Marca

El logotipo de **Mini Guías para mamá**, sólo debe utilizarse según las pautas del proyecto, que se han escrito en la forma y los colores. El manejo adecuado de la marca, es una herramienta importante para las diferentes aplicaciones corporativas y comerciales.

Los usos correctos del logotipo se muestran a continuación:



Cuando se utiliza el logo, *en fondos de colores sólidos*, se recomienda usar un marco circular con diseño y fondo blanco como se muestra a continuación:



Figura 47. Aplicación del logotipo **Mini Guías para mamá** sobre fondos de color.

Usos no correctos del logotipo:

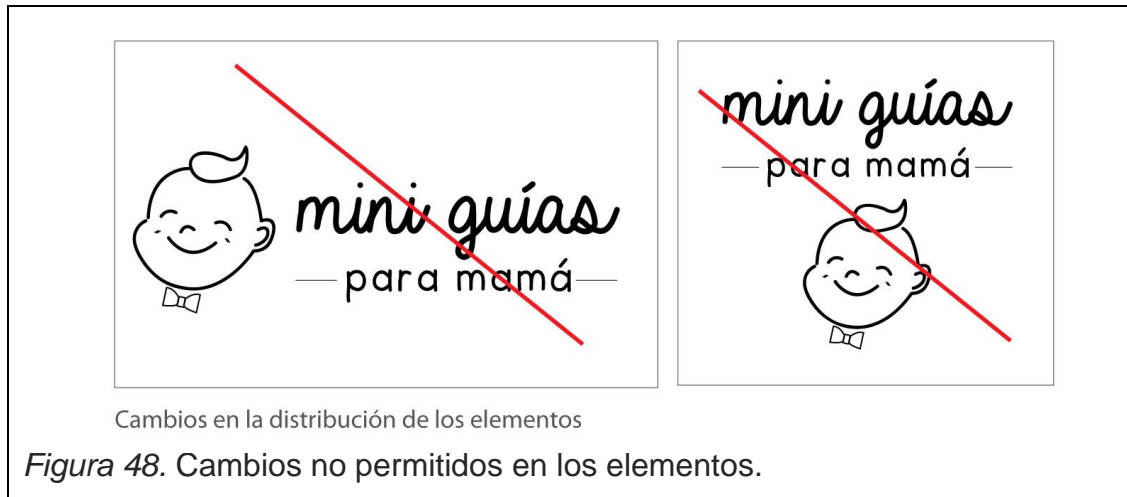


Figura 48. Cambios no permitidos en los elementos.



Se recomienda un especial cuidado en evitar los usos no correctos que afectan a la imagen de la marca.

El isotipo, se podrá utilizar en campañas promocionales o aniversarios, tomando en cuenta todas las condiciones de uso que se explica en el manual de marca, dependiendo el tema que se trate, se adecuara las ilustraciones para que manejen el mismo estilo del isotipo.



Figura 50. Campaña especial de la lactancia con el isotipo.

Aplicaciones del logotipo en diferentes elementos:



Figura 51. Aplicaciones de la marca.

5.4. Recursos Gráficos

Los recursos gráficos que se utilizaron, parten del concepto de la marca **Mini Guías para Mamá**, explicados anteriormente. Aportando con calidez, en las composiciones.

Al promover la lactancia, como un acto de amor, de la madre hacia el hijo, se definieron tres principales ejes: el amor, los cuidados y la naturaleza.

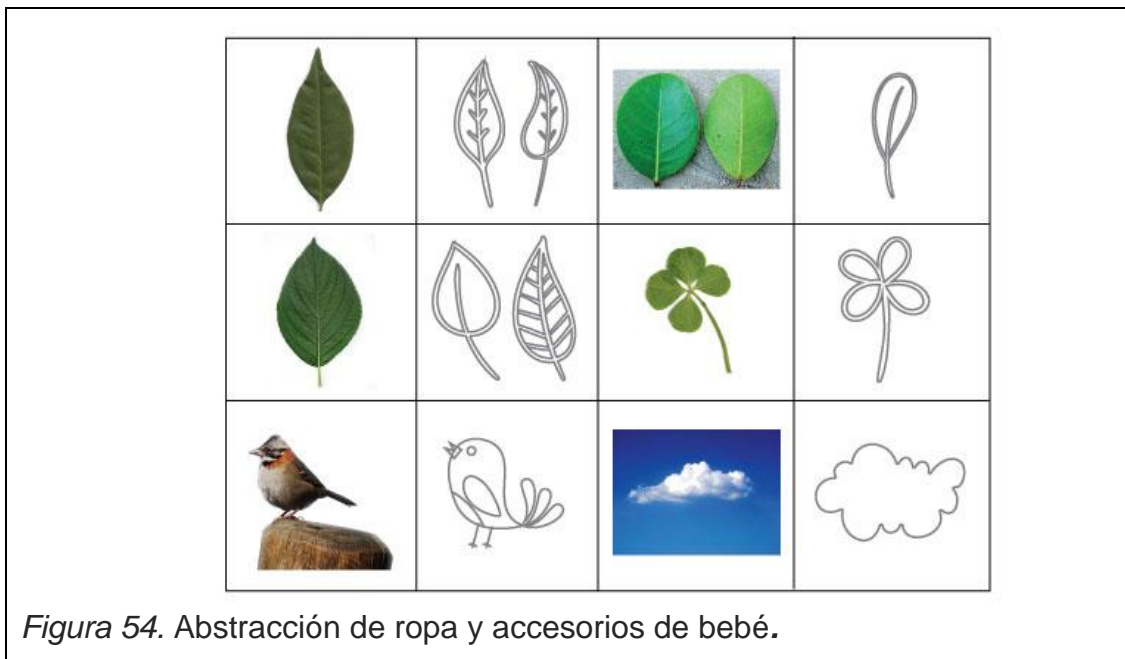
- **Amor:** se escogió al corazón, ya que es un símbolo universalmente aceptado y reconocido como representación del amor.



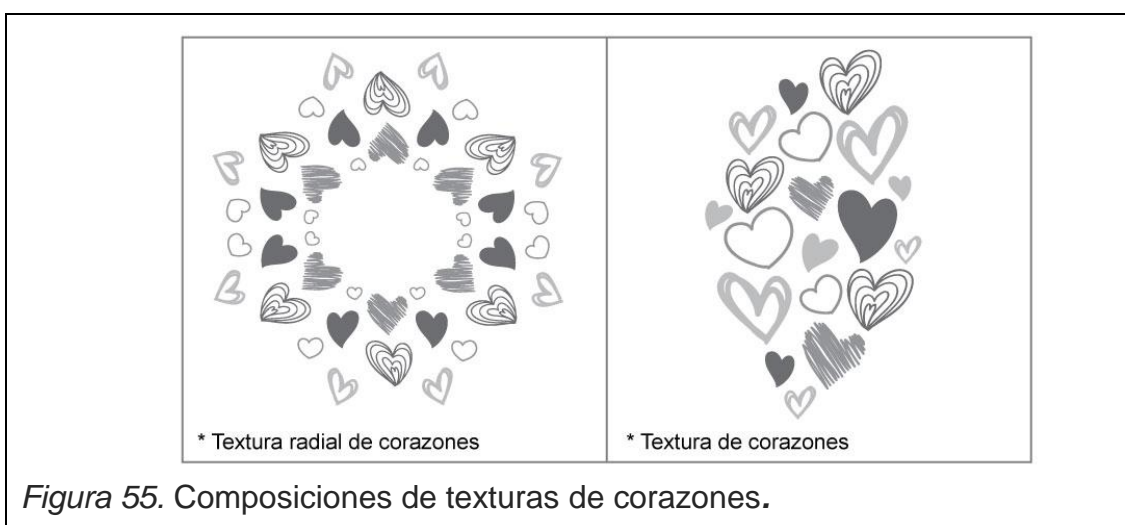
- **Cuidados:** se buscó imágenes de ropa y accesorios de bebé, para establecer iconos que representen los cuidados del recién nacido.

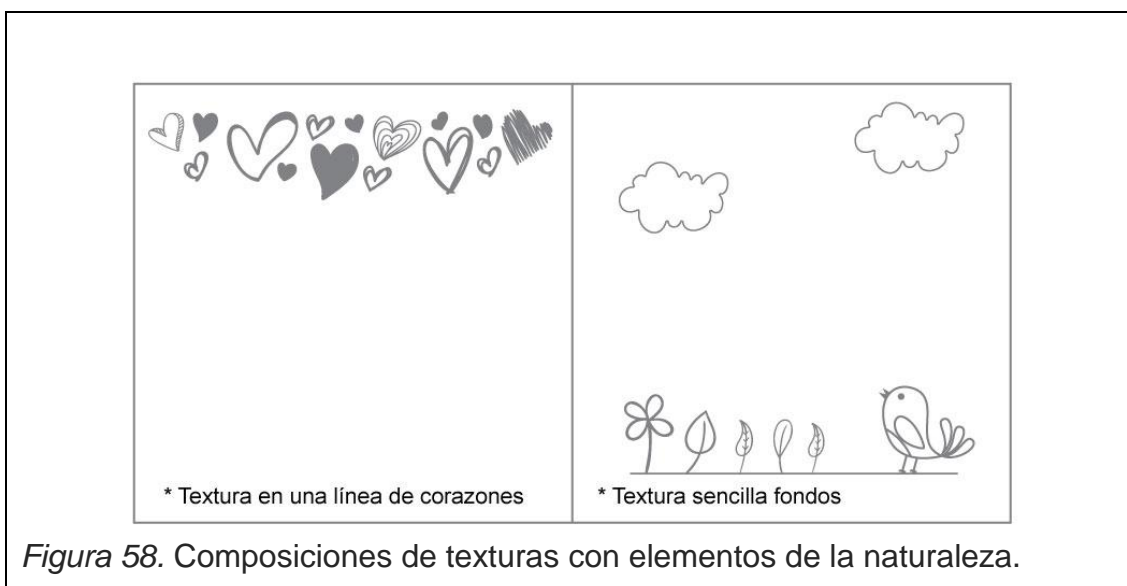
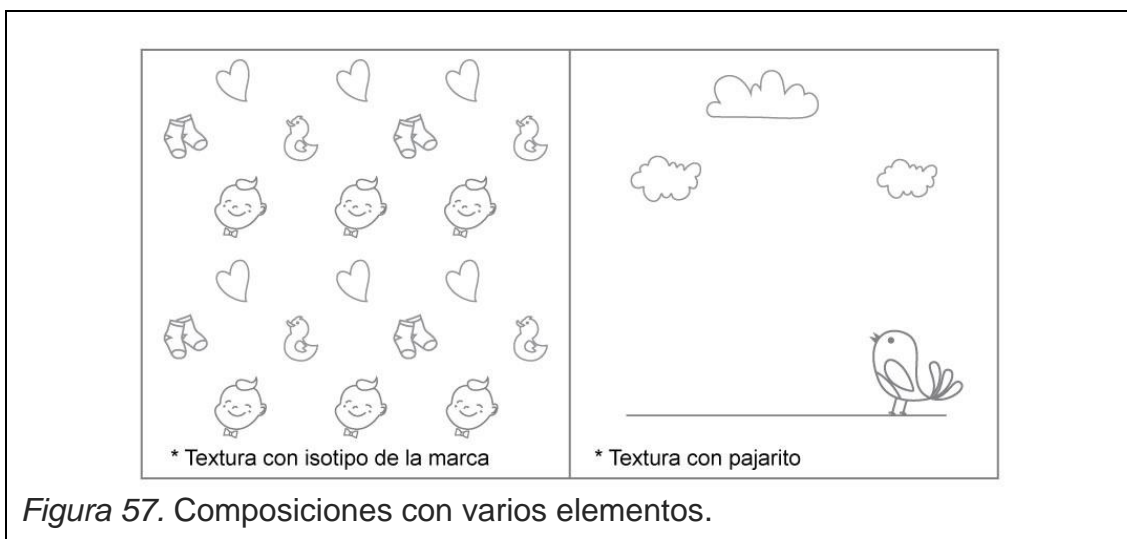
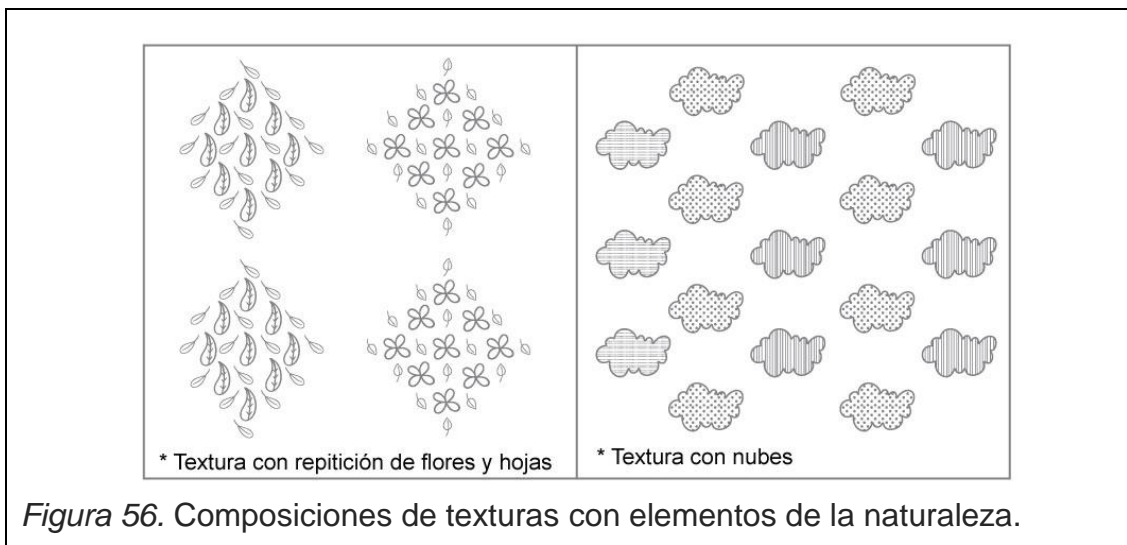


- **Naturaleza:** por ser la lactancia un acto natural, se escogieron imágenes de hojas, nubes y pájaros, para acompañar la propuesta gráfica. Las imágenes elegidas siguen el concepto gráfico, con líneas redondeadas y curvas.



El proceso de simplificación de los ejes, permitió desarrollar, diferentes composiciones, que aportan a la gráfica una mayor variabilidad y dinamismo.





Los elementos gráficos propuestos, permiten generar diferentes combinaciones, por medio de módulos o la utilización de los mismos, con herramientas como: la repetición, la rotación, la escala o el reflejo.

5.5. Diseño de Personajes

“El personaje, representa patrones de uso, motivaciones y comportamiento de usuarios reales, por medio de una narrativa descriptiva” (Méndez, 2010, p.50). El objetivo de crear personajes, es lograr que el usuario pueda sentirse identificado con las propuestas, siendo parte importante de la comunicación visual entre el texto y la gráfica.

Un punto importante en el desarrollo del proyecto, fue la creación del logotipo, tomando en cuenta las particularidades físicas del grupo objetivo, a partir de éste, se creó el personaje principal, que es el bebé y adicionalmente la madre y el pediatra, los cuales son la base, de los recursos que se utilizarán en las piezas gráficas y digitales del proyecto.

Las características que se tomaron en cuenta fueron:

- *El cuerpo*, con formas básicas, se adapta a la vestimenta y al escenario.
- *El rostro*, con rasgos sencillos que logre expresar emociones fácilmente reconocible.
- *El color de piel*, siguiendo las características étnicas del grupo objetivo.
- *El diseño de los personajes*, con líneas suaves y curvas que transmitan la idea de ternura, para que así las madres se puedan sentirse identificadas.

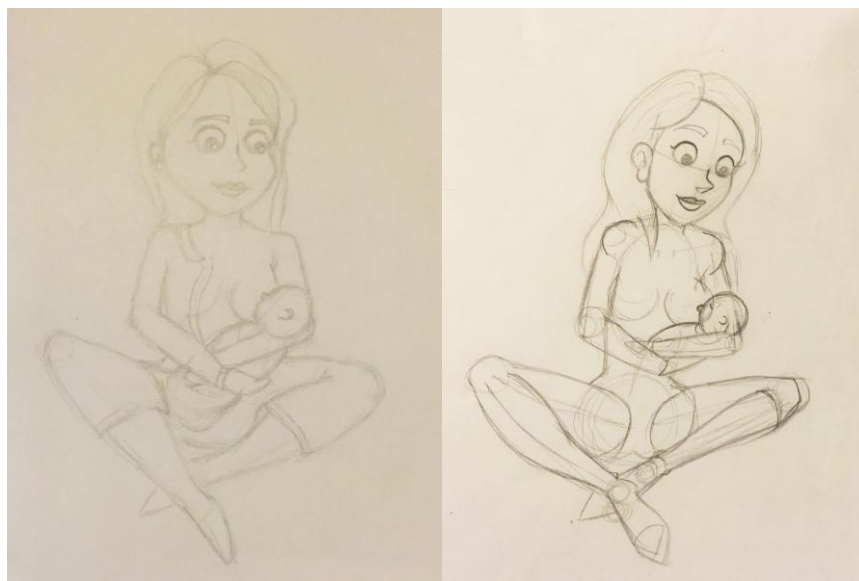


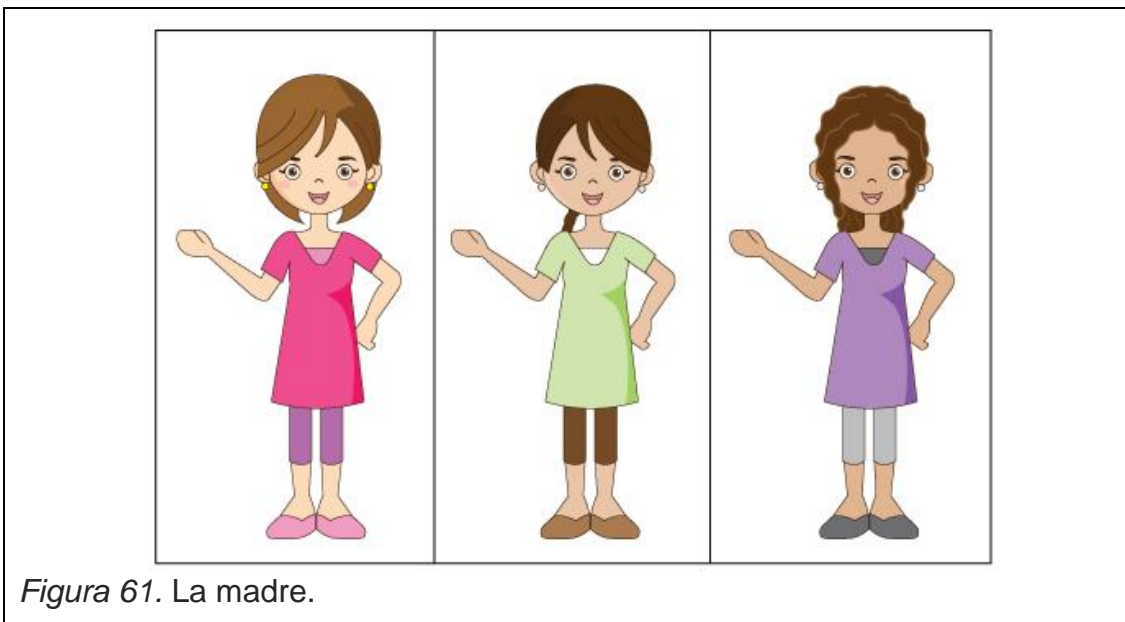
Figura 59. Bocetaje de personajes.



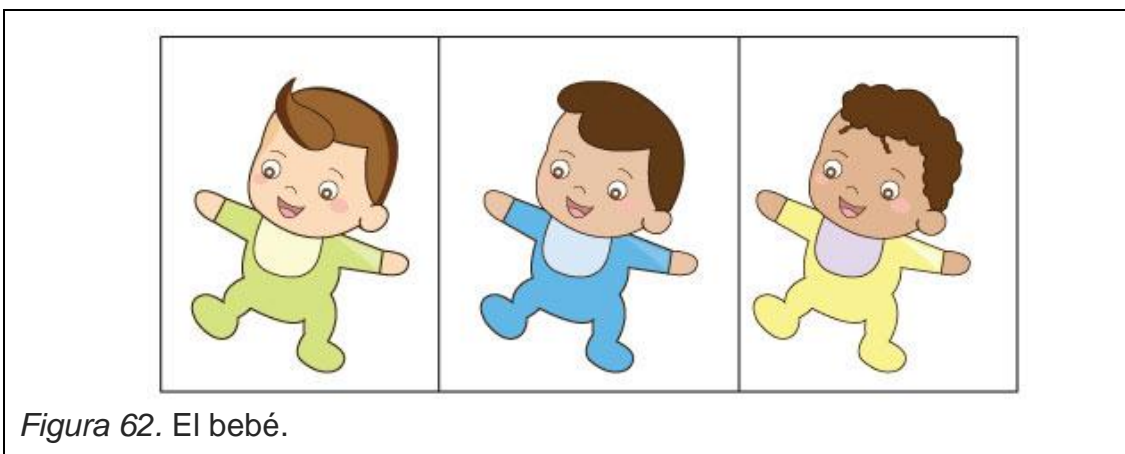
Figura 60. Proceso de evolución del personaje.

Un personaje puesto en contexto con su escenario, busca generar una reacción o interés en el lector. Se desarrollaron, tres personajes, la mamá, el hijo y el médico. La madre y el hijo como personajes, tienen la posibilidad de cambiar su fisonomía, para abarcar a los diferentes grupos étnicos. El médico como personaje es el encargado de dar el punto de vista científico.

- **La madre:** está representada, por una joven madre de familia, que cuenta con la experiencia del cuidado de su bebé y que puede brindar los consejos útiles y prácticos para todas mujeres en este período.



- **El bebé:** es representado por un recién nacido alegre y activo que puede comunicar sus necesidades.



- **El pediatra:** simboliza a un médico especialista, con conocimientos actuales libres de mitos y tabúes antiguos sobre la salud, bienestar y cuidados del recién nacido.



Figura 63. El pediatra.

El proceso de creación de los personajes, contribuye con el objetivo de informar y educar que tiene la propuesta, ya que esto genera una mayor conexión con la madre, encontrando identidad en la ilustración de éste personaje.

5.5.1. Recursos utilizados para los personajes

Según Vicent Woodcock “la cara, es casi siempre el principal centro de atención de cualquier personaje y se le debería dedicar tiempo, hasta lograr que sea así. La cantidad de énfasis, que se dé a un rasgo en particular hará por supuesto que cambie la expresión de la cara” (2007, p.48). Es importante tomar en cuenta los rasgos faciales como: los ojos, la boca, la nariz y la cabeza, utilizando técnicas de exageración, para lograr expresar todas las emociones.

A través de los personajes, se expresan diferentes emociones que ayudan al lector, a concertarse e identificarse con la información transmitida, esta

identificación es muy importante, para la eficaz asimilación del mensaje. Se utilizó el rostro de los personajes con diferentes tipos de expresiones, que reflejaran los sentimientos que pudieran tener durante el período de lactancia y los cuidados del recién nacido como son: alegría, tristeza, preocupación, sorpresa entre otros.

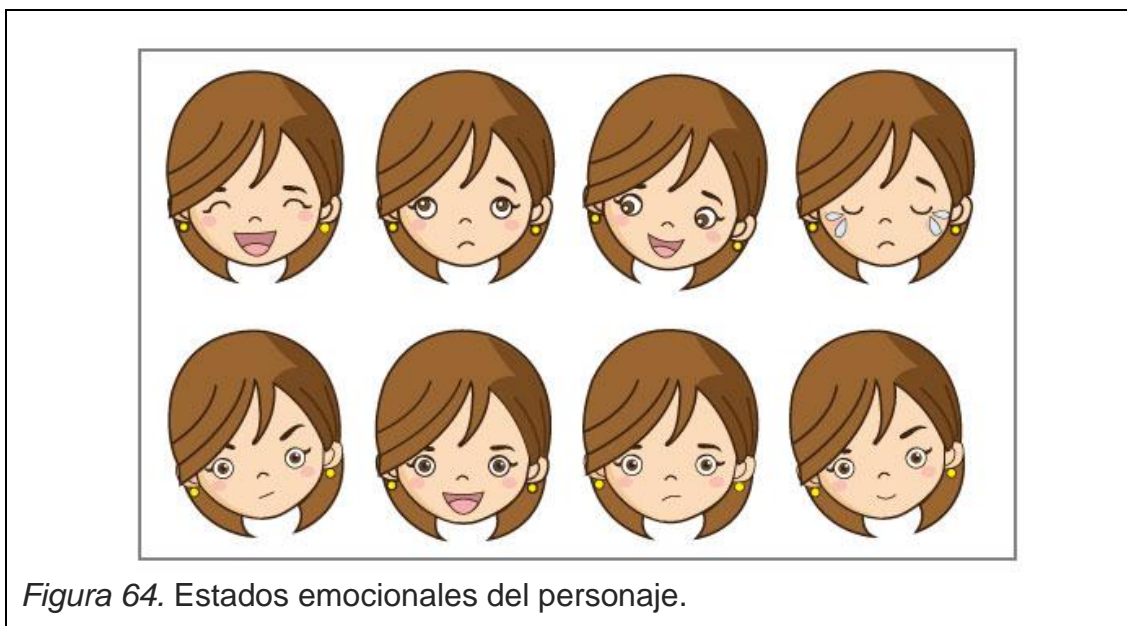


Figura 64. Estados emocionales del personaje.

Otro recurso de diseño, que se utilizó, fue la creación de símbolos de atención, para puntos específicos, dirigiendo el interés de la madre, hacia temas que necesitan un mayor cuidado. Estos símbolos están divididos en varias categorías: la primera “**Tomar en cuenta**”, es de color amarillo y son consejos relacionados con el cuidado del bebé, la segunda “**¿Sabías qué?**”, es de color morado y son consejos dirigidos específicamente a la madre, la tercera “**Una idea**”, es de color rosado y es información que la madre necesita poner en práctica, la cuarta “**Recuerda**”, es de color celeste y son consejos médicos y científicos del pediatra, la quinta es “**Momentos especiales**”, es verde y son frases motivacionales para la madre.

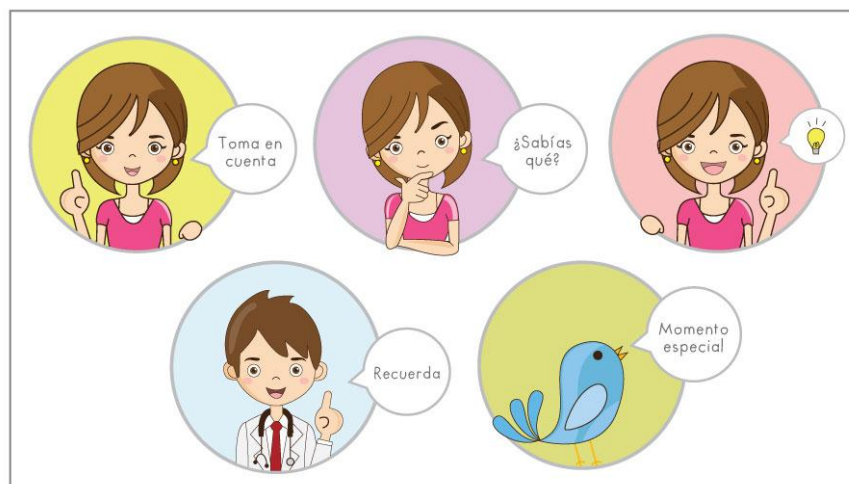


Figura 65. Símbolos de atención.

Para los diferentes textos dentro de la gráfica, se creó círculos de diálogos que permitan a los personajes interactuar con los temas que se están planteando, además se pensó en cuadros de texto destacados para la información que necesita mayor interés.



Figura 66. Cuadros de diálogos.

5.6. Diseño de folletos

El diseño de los folletos, se basó en la investigación realizada, como se menciona en capítulos anteriores, de donde se identificaron estas necesidades: fomentar la lactancia debido al alto nivel de desnutrición en el país y promover el aprendizaje de los beneficios y cuidados relacionados a la madre y el bebé.

En la actualidad, los afiches que se entregan en la maternidad, carecen de un diseño adecuado, en cuanto a la forma, la organización de la información, la unidad de los elementos, entre otros (Ver referencia fotográfica páginas 8 -13).

El set de folletos informativos, tiene un enfoque médico de fácil aprendizaje, con el objetivo de informar a las mujeres, sobre la maternidad y los diferentes temas como: la lactancia, cuidados del recién nacido, desarrollo saludable, cuidado de la madre, etc.

Se planteó en la propuesta gráfica, dos folletos que responden a la necesidad actual de la maternidad, en el primer folleto, podemos encontrar información, sobre los beneficios y cuidados durante la lactancia; y en el segundo, información básica sobre los cuidados del recién nacido. En la aplicación práctica del proyecto, se propone desarrollar más ejemplares, con las plantillas establecidas, como se detalla más adelante, dejando la posibilidad de tener una continuidad de la información, sobre el crecimiento saludable de un niño/a y la pronta recuperación de la madre después del embarazo.

Los folletos podrán variar, en cuanto al tema que se presente, mediante diferentes composiciones e ilustraciones. Estos son los prototipos propuestos:

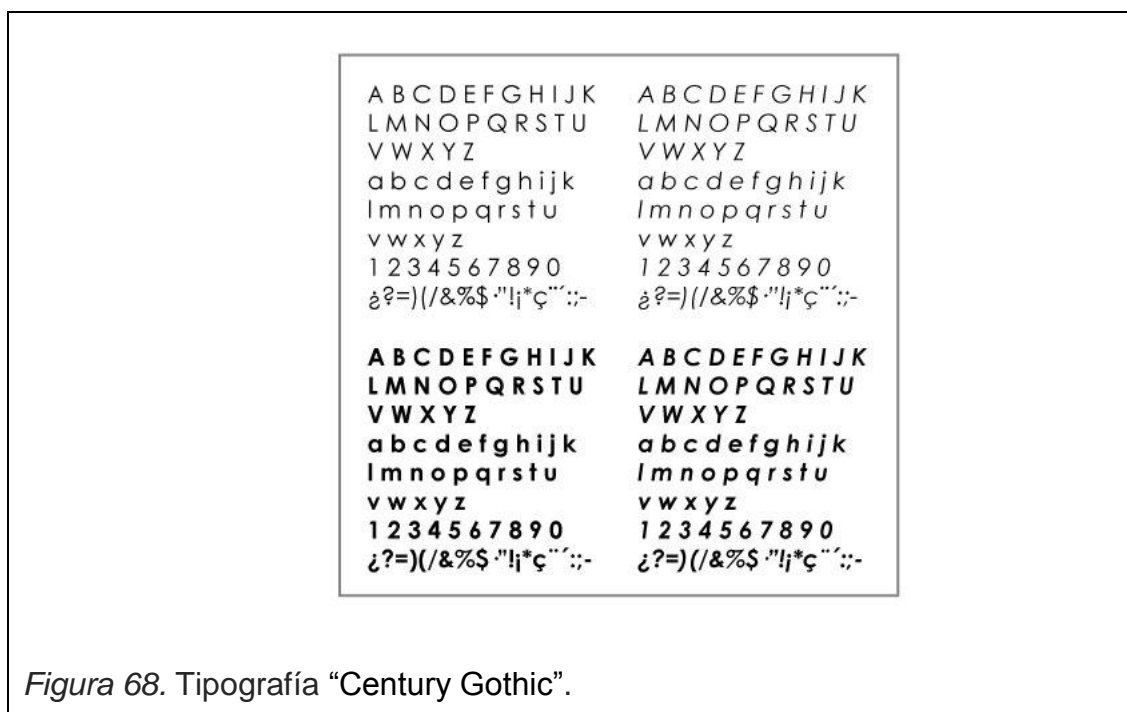


5.6.1. Tamaño

El tamaño para los folletos, fue pensado en base a la información, la practicidad y el manejo de las diferentes actividades, que tiene la madre durante este período. Los folletos miden 148 milímetros de ancho por 210 milímetros de alto, es decir formato A5, siendo este, un tamaño estándar y cómodo, para llevar con facilidad; además que este formato, permite tener un equilibrio entre costo y calidad. También se tomó en cuenta, el tipo de acabados como: la impresión, la pasta de la portada/contraportada y el papel, conforme a las características de uso y el grupo objetivo.

5.6.2. Tipografía de los folletos

En relación a la temática del proyecto y con el concepto de la marca, se escogió la familia tipografía “Century Gothic” con todas sus variaciones, diseñada por la fundación Monotype, para su uso comercial tiene un costo de \$35 dólares. Es una tipografía legible, para destacar títulos, subtítulos, contenidos y datos importantes. Cuenta con la simetría de sus formas rectas y redondas, que unifican el diseño y funcionan bien con la marca “**Mini Guías para mamá**”.



En los personajes se utilizó la tipografía “FuturaHandwritten”, del autor Billy Snyder, para cualquier tipo de uso. Esta tipografía manuscrita, es de una estructura básica y amigable.

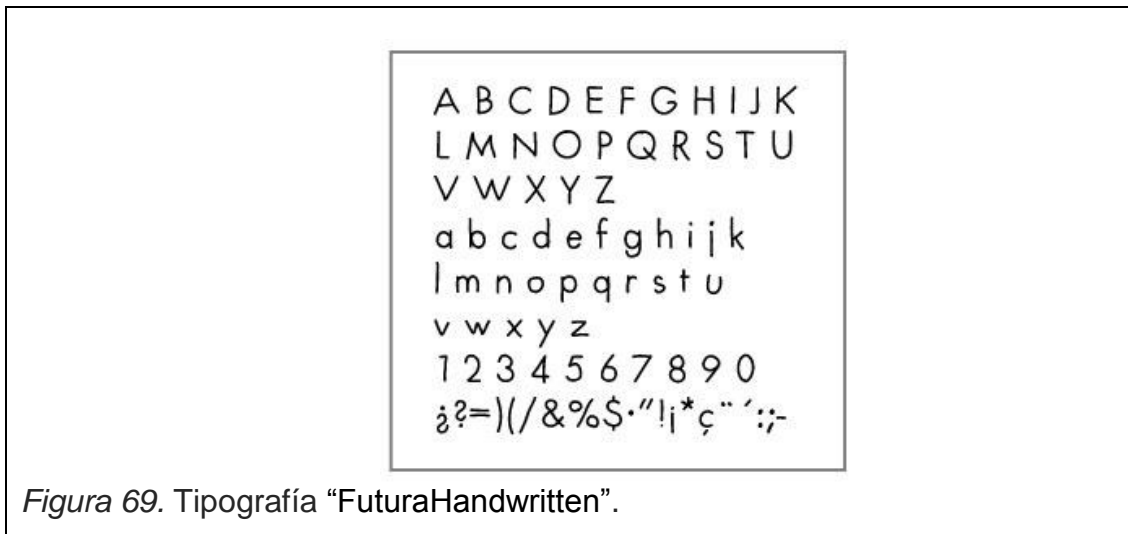


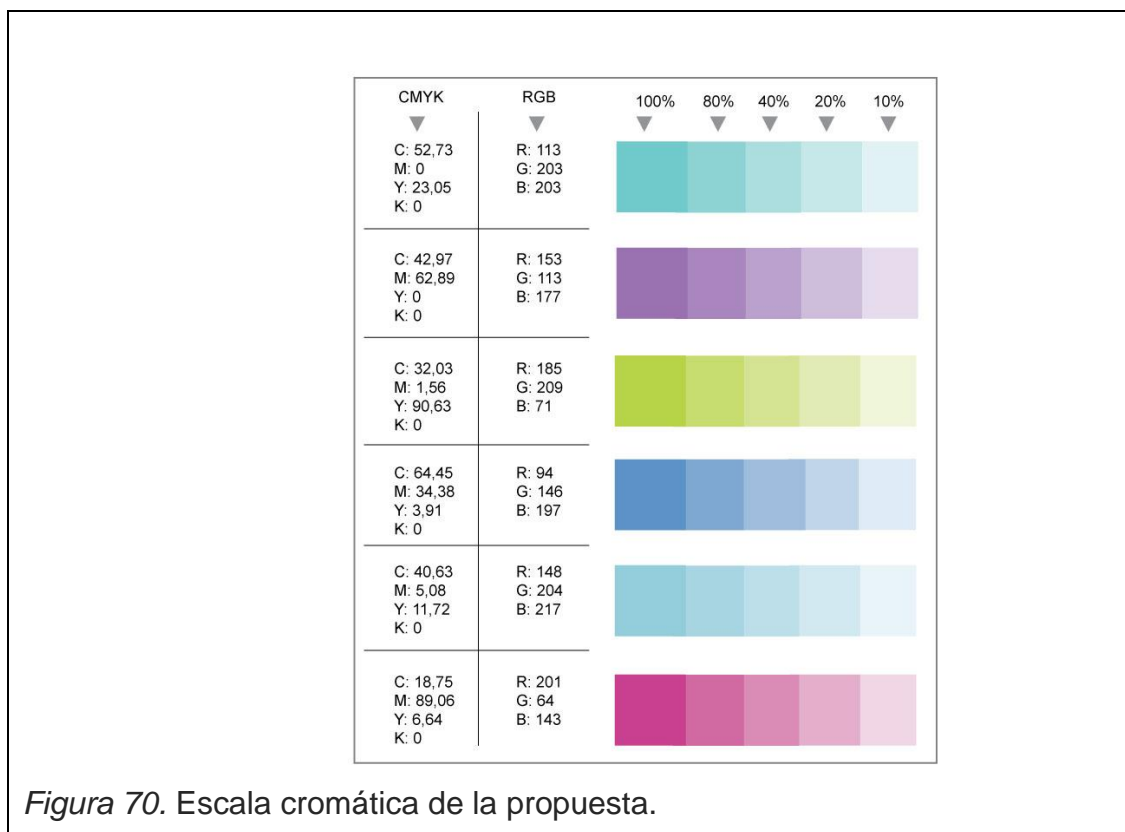
Figura 69. Tipografía “FuturaHandwritten”.

5.6.3. Color usado para los folletos

La paleta cromática se eligió en base a una investigación de mercado, sobre las preferencias que tienen las madres, en la elección de ropa de bebé y accesorios. De esta manera se utilizó, gamas monocromáticas en colores pasteles, por la relación que tienen con lo femenino, suave y emocional, ya que son colores con mucha luz.

“La composición del color también puede referirse al efecto de la relajación y calma que produce, en el observador la imagen observada” (López, 2014).

Es por esto que se propuso utilizar colores como: morado, celeste, rosado y verde, en diferentes porcentajes de saturación, para crear variedad de gamas.



Los folletos están divididos por tres segmentos principales: **“Para mamá”**, **“Contenido”** y **“Control médico”**. Cada segmento está pensado, para que la madre pueda desarrollar, diferentes actividades dentro del folleto, con información práctica y lenguaje sencillo. La creación de estos segmentos, ayudó a organizar los contenidos por capítulos, a cada uno de estos se le determinó un color, en base a la paleta cromática propuesta, para así mostrar al lector, el cambio de tema, haciendo la lectura más dinámica y agradable.

5.6.4. Plantillas de los folletos

El uso de plantillas permite, facilitar el manejo entre la estructura y el contenido. Es una herramienta que aporta con el diseño y también agiliza el trabajo de reproducción. Las plantillas sirven como muestra base, sobre varios elementos en común con la edición de textos, imágenes, márgenes entre otros, para unificar el producto.

El estilo base, marca los lineamientos generales del manejo de los diferentes elementos que existen dentro de una plantilla.

- **La Cromática:** se manejará por capítulos, es decir, cada capítulo tendrá un color. El color principal se utilizara en la portada y en el primer capítulo, para los otros capítulos, se utilizara los colores alternos propuestos. Cada folleto tendrá su propio color, para una mejor distinción.
- **La Tipografía:** se utilizará, “Century Gothic” con todas sus variaciones, según el tipo de información, en títulos, subtítulos, contenidos y textos destacados. Para los personajes se utilizará, “FuturaHandwritten” en los cuatros de dialogo.
- **Personajes y escenarios:** se deberá manejar el mismo estilo gráfico, determinado en la propuesta original.
- **Aplicaciones de la Marca:** referirse al manual de uso del logotipo.
- **Los recursos gráficos:** podrán ser utilizados en fondos dependiendo la cromática y el escenario. También podrán ser aplicados individualmente.

La cromática y las medidas aplicadas en los elementos gráficos, se explicarán con detalle, en las diferentes plantillas.

Los folletos están armados según el tipo de contenido y dependerán de la distribución de los segmentos: **“Para mamá”**, **“Contenido”** y **“Control médico”**. En cada plantilla, se explicará el estilo base, que se aplica.

Las primeras páginas internas, están formadas de la siguiente manera:

- **El Patrón:** se creó un diseño en base al isotipo de la marca, utilizando varios elementos gráficos, para que sea dinámico y versátil, generando la primera página del folleto. El patrón, se adapta al color principal de cada folleto.
- **La Carátula:** en la página derecha se muestran, centrados, el título con 40 pt y debajo el subtítulo con 16 pt. con tipografía “Century Gothic” en

bold, en la parte superior tendrá una textura de corazones, de color blanco, en la parte inferior, centrado, el logo de la campaña de **“Apoyemos la Lactancia Materna”**. La página izquierda, en su parte inferior, tendrá un cuadro de texto, centrado, con los derechos de autor, año de publicación e imprenta. La cromática será en base al color principal del folleto al 100% para títulos y el margen del cuadro de texto.

- **El Índice:** en la página derecha, se puede encontrar, en la parte superior derecha, un encabezado con el título “Índice”, seguido del contenido de los temas del folleto y su respectiva enumeración, acompañado con una textura de nubes. En la página izquierda, se puede hallar, la primera actividad de interacción relacionada con el bebé, para la madre.
- **Presentación de los personajes:** en la página derecha, se puede encontrar, en la parte superior derecha, un encabezado con el título “Personajes”, seguido de la ilustración de los personajes, usados en este folleto y cuadros de texto, con un breve saludo de los mismos.

Plantilla portada y contraportada:



Figura 71. Plantilla para portada y contraportada de folletos.

1. Número de la publicación, con tipografía “Century Gothic” en bold y en 24pt.
2. Título principal de la publicación, con tipografía “Century Gothic” en bold y 40 pt, dependiendo del texto, se podrá reducir el tamaño de la letra. El subtítulo, va con la misma tipografía y con un mínimo de 16pt.
3. El logotipo de la marca, se aplicará como se explica en el manual de uso y su tamaño mínimo será 30 mm x 30 mm.
4. La pestaña de la portada, será con el color de fondo al 10%.
5. El fondo, se manejará según la paleta cromática como se explica anteriormente y cambiará en cada edición.
6. Los elementos decorativos, se manejarán debajo de la ilustración, en color blanco y con opacidad al 40%.

7. La ilustración del personaje, irá acorde con el tema y deberá mantener el estilo gráfico, su tamaño no podrá sobrepasar, el título y el subtítulo de la portada. Solamente en la portada y en fondos de color, se utilizará en los personajes un borde blanco de 3 pt.
8. Los logos de los auspiciantes, irán en la franja blanca de 295 mm de ancho x 20 mm de alto, ubicada en la parte inferior de la hoja.
9. Los textos de la contraportada, resumen brevemente, los temas del folleto, con tipografía "Century Gothic", para destacar el título, se usará bold, con 16pt, en el contenido, se usará regular, con 13pt y en textos destacados, bold italic, con 13pt.
10. Las imágenes reducidas de los folletos, que se encuentra debajo del texto de la contraportada, ayudaran al usuario a identificar el número de folletos publicados en esa edición, su tamaño ira dependiendo del texto de resumen, con un mínimo de 20 mm x 30 mm.

Elementos generales de las plantillas:

- Margen blanco, con 20 mm de alto por lado, se utilizara en páginas con poca información.
- Encabezados, con 70 mm de ancho x 50 mm alto, con la cromática establecida por capítulo al 100%, con el isotipo de la marca y el título correspondiente
- Nombre de la marca, se utilizara en la esquina superior derecha.
- Cuadros de texto, con la cromática establecida al 100%, su tamaño dependerá de la información.
- La ilustración del personaje, ira acorde con el escenario y deberá mantener el estilo gráfico
- Enumeración de páginas, se acompaña de un recurso gráfico, una hoja en la cromática establecida por capítulo al 100%.
- Los elementos ilustrativos del escenario, deberán manejar el mismo estilo gráfico de los personajes, como se explica anteriormente.
- Nombre del folleto, ira en la parte superior derecha con tipografía "Century Gothic", con 12pt, en la cromática establecida por capítulo al 100%.

Algunos de los elementos de las plantillas se repiten, por lo que se especificará únicamente, aquellos elementos que varíen en las diferentes plantillas.

Plantilla de presentación:



Figura 72. Plantilla para presentación de folletos.

1. Margen blanco, estilo base.
2. Fondo, se aplicara la cromática establecida por capítulo al 20%.
3. Los encabezados, estilo base.
4. Nombre de la marca, estilo base.
5. Los títulos, con "Century Gothic", 16 pt y cromática establecida al 100%.
6. Cuadros de texto, estilo base.
7. Enumeración de páginas, estilo base.
8. La ilustración del personaje, estilo base.
9. Los elementos ilustrativos del escenario, estilo base.
10. Nombre del folleto, estilo base.

Plantilla inicio de capítulo:

- El título del nuevo capítulo, será centrado y siempre irá en la página derecha, mientras que en la página izquierda habrá una actividad relacionada con el bebé.
- El inicio de cada nuevo capítulo, determinará la cromática que se empleará en los diferentes recursos como: los cuadros de diálogos, los elementos gráficos, los fondos y márgenes respectivos.
- Numeración de página, irá centrada de color negro al 100%, con tipografía "Century Gothic" regular, acompaña de una hoja, la cromática de la misma dependerá del capítulo.



Figura 73. Plantilla para el inicio de capítulos.

1. Nombre de la marca, estilo base.
2. Los encabezados, estilo base.

3. Fondo, será al 20% de la cromática establecida y margen en color blanco.
4. El título del capítulo, con la cromática establecida y tipografía “Century Gothic”, en bold y de 40pt.
5. El Corazón, se lo utilizará a la izquierda del titular, en color blanco, al 100% o gris al 40%, dependiendo del contraste del fondo.
6. Numeración con hoja, estilo base.
7. Las actividades, serán diferentes en cada capítulo.
8. Título, con tipografía “Century Gothic” regular, 16pt y cromática según el capítulo al 100%.
9. Personaje y escenario, estilo base.
10. Nombre del folleto, estilo base.

Plantilla para contenidos:

- El margen, cambia al color principal según el capítulo al 20% y el fondo es de color blanco para una mayor legibilidad del contenido.
- Símbolos de atención, serán usados como se explican anteriormente según el tema, acompañadas por las cajas de texto y mantendrán la paleta cromática del capítulo al 100% en el margen.
- Los encabezados, tendrán el título de cada nuevo tema y mantendrán la paleta cromática del capítulo al 100%.
- Texturas de elementos gráficos, se podrá utilizar los diferentes conceptos de: amor, naturaleza y cuidado, de tras de los personajes, en color gris al 10%.
- En las viñetas, se utilizará el corazón, en la paleta cromática del capítulo al 100%.
- Cuadros de diálogos, serán utilizados para el texto de los personajes y se mantendrá la cromática del capítulo al 100% en el margen del cuadro de dialogo.
- Cajas de textos, serán utilizadas para resaltar la información, con el uso de números o de viñetas y se mantendrá, la cromática del capítulo al 100% en el margen de la caja y la viñeta. Además, se usara en la parte superior una pequeña cinta que simula cinta adhesiva, por cada lado de 2 mm de alto por 3 mm de ancho.
- Texto para contenido, serán manejados con tipografía “Century Gothic” en todas sus variaciones, con 13 pt, color negro.
- Los Subtítulos, serán manejados con tipografía “Century Gothic” en regular, con 13 pt y mantendrán la paleta cromática del capítulo al 100%.



Figura 74. Plantilla para el contenido del folleto.

1. Margen, estilo para capítulos.
2. Símbolos de atención.
3. Nombre de la marca, estilo base.
4. Textura de elementos gráficos, estilo para capítulos.
5. Subtítulo, estilo para capítulos.
6. Cajas de textos, con viñetas, estilo para capítulos.
7. Textura de elementos gráficos, estilo para capítulos.
8. Numeración con hoja, estilo base.
9. Ilustración de personajes, estilo base.
10. Cajas de diálogos para personajes, estilo para capítulos.
11. Texto para contenido, estilo para capítulos.
12. Subtítulo, estilo para capítulos.
13. Encabezado, estilo para capítulos.
14. Nombre del folleto, estilo base.

Plantilla para controles médicos:

- Espacios para llenar, son líneas delgadas entre cortadas para anotaciones, en color gris al 10%, el número de líneas, dependerá del contenido anterior.
- Símbolo de atención, en esta parte se utilizara, al pediatra, ya que, es él quien da las recomendaciones para antes y después de los controles médicos.
- Tabla de control: estará al final de cada capítulo, con datos para llenar de la visita mensual al pediatra.



Figura 75. Plantilla para controles médicos.

1. Margen, estilo para capítulos.
2. Nombre de la marca, estilo base.
3. Subtítulo, estilo para capítulos.
4. Texto de contenido, estilo para capítulos.

5. Viñetas, estilo para capítulos.
6. Espacio para llenar, estilo para controles.
7. Textura de elementos gráficos, estilo para capítulos.
8. Numeración con hoja, estilo base.
9. Tabla de control, estilo para controles.
10. Símbolo de atención.
11. Encabezado, estilo para capítulos.
12. Nombre del folleto, estilo base.

Plantilla para páginas dobles o infografías:

- El margen, al ser una página doble, el margen cambia a blanco, mientras que el fondo cambia al color de la paleta cromática al 20%, también se puede usar los otros porcentajes de la paleta, siempre y cuando se mantenga el color de base.
- La ilustración de personajes, mantendrá el estilo gráfico, con un borde blanco de 3 pt.
- Los iconos, serán ilustrados con detalles a nivel medio, es decir deberán lograr mostrar lo que se está hablando.
- Símbolo de atención, en este caso se utiliza **“Una idea”** para consejos prácticos.
- Encabezados de color, será de color base del capítulo al 100%, de 70 mm de ancho x 50 mm alto, con el título del contenido, tipografía “Century Gothic”, 12 pt.
- Línea guía, será de color base del capítulo al 100%, con 3 pt en su trazo.

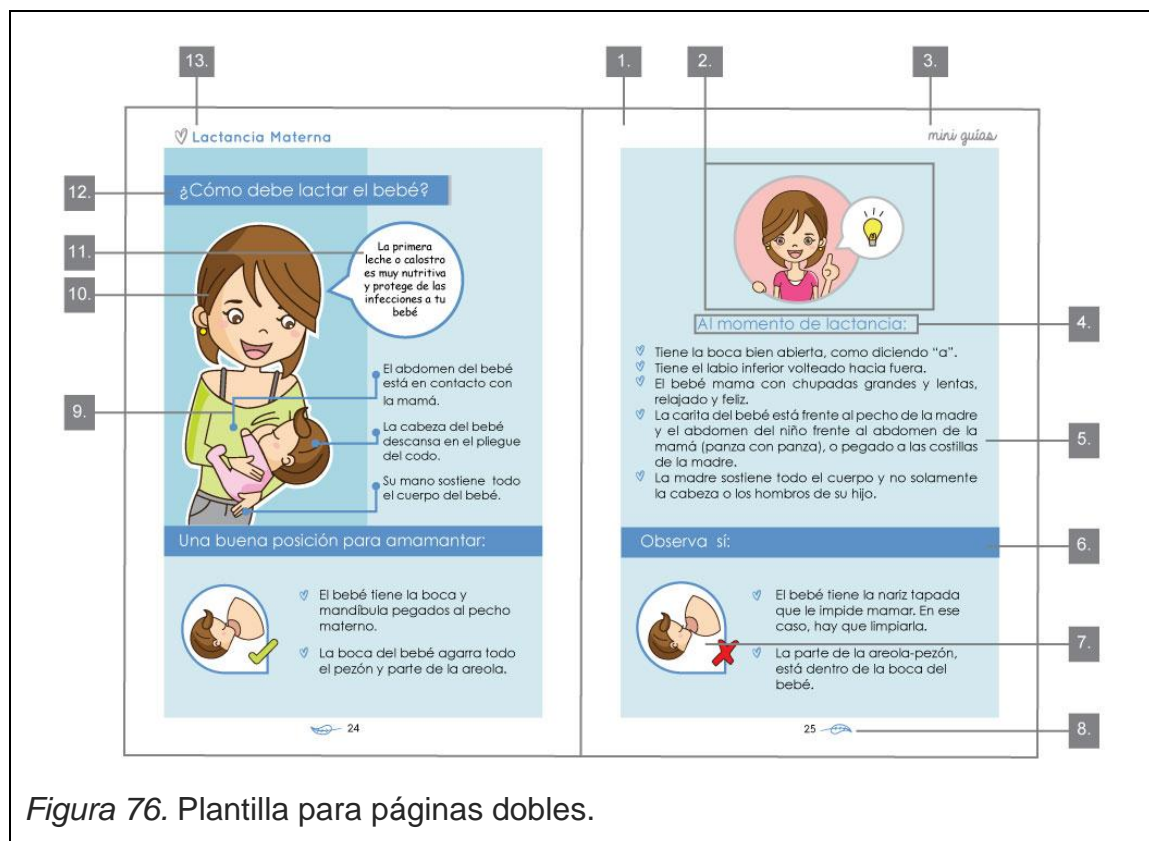


Figura 76. Plantilla para páginas dobles.

1. Margen, estilo para páginas dobles.
2. Símbolo de atención.
3. Nombre de la marca, estilo base.
4. Subtítulo, estilo para capítulos.
5. Texto de contenido con viñetas, estilo para capítulos.
6. Encabezado de color, estilo para páginas doble.
7. Iconos, estilo para páginas doble.
8. Numeración con hoja, estilo base.
9. Línea guía, estilo para páginas doble.
10. Ilustración para personajes, estilo para páginas doble.
11. Cuadros de diálogo, estilo para contenidos.
12. Encabezados, estilo para contenidos.
13. Nombre del folleto, estilo base.

Plantilla especial:

- Símbolo de atención, en esta parte se utiliza el pajarito, con frases de momentos especiales de la madre o el bebé.
- Las texturas de elementos gráficos, acompañaran a la ilustración, en color gris al 10% detrás del personaje.
- La ilustración de personaje, mantendrá el estilo gráfico.
- Las frases, serán inspiradas en el cuidado para el bebé y el papel de ser madre.

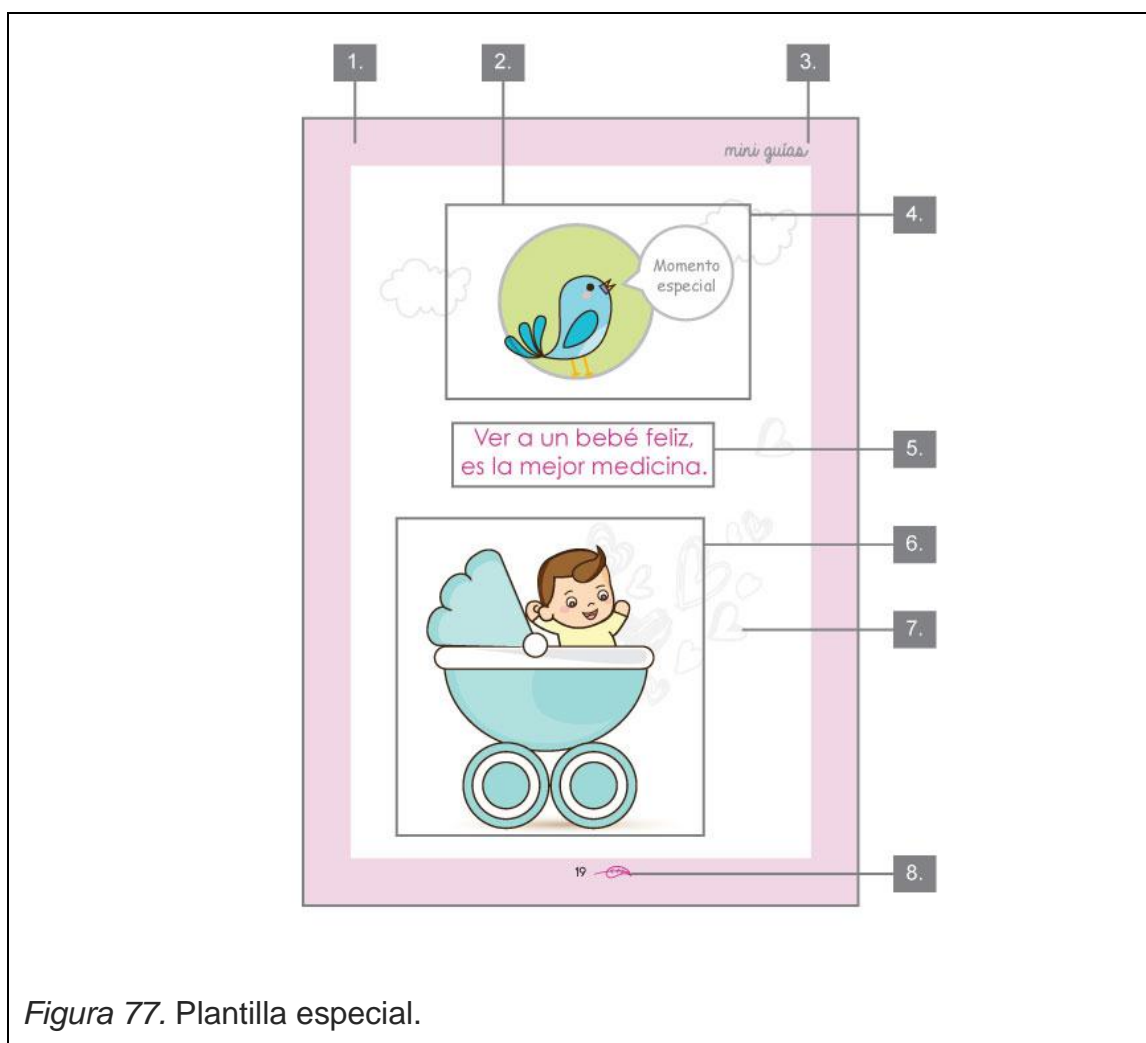


Figura 77. Plantilla especial.

1. Margen, estilo para capítulos.
2. Símbolo de atención.
3. Nombre de la marca, estilo base.

4. Textura de elementos gráficos, estilo para capítulos.
5. Subtítulo, estilo para capítulos.
6. Ilustración de personajes.
7. Textura de elementos gráficos, estilo para capítulos.
8. Numeración con hoja, estilo base.

5.7. Proceso de fabricación folletos

Los folletos se caracterizan, por tener información con lenguaje común, para facilitar el aprendizaje de las madres, acompañados de ilustraciones atractivas, para incentivarlas, en este proceso.

Paso 1: Maquetación y diseño

Se desarrolló en los folletos, una estructura gráfica en las portadas, contraportadas y páginas internas. El contenido se organizó a través de capítulos para diferenciar cada tema y tener un orden determinado para cada sección.

Paso 2: Armado de láminas

Se preparó las artes finales para la encuadernación de cada folleto, y de esta manera poder llevar a la imprenta, el tipo de encuadernación elegido fue el de grapado, por el bajo costo y debido a que son pocas páginas, como para otro tipo de encuadernación.



Figura 78. Armado de láminas de folletos.

Paso 3: Materiales

Para la portada y contraportada, se escogió el tipo de papel: *plegable 12*, con un acabado de laminado, por su resistencia, aumentando así su durabilidad.

En las páginas internas, se utilizó *papel bond de 75 gr*, por la calidad de la impresión que se puede obtener, evitando así las transparencias, debido al uso de colores e información gráfica abundante.



Figura 79. Propuesta final de folletos.

Paso 4: Impresión y Producción

En la imprenta se manejó la impresión, en el material seleccionado, según las necesidades del proyecto. Para el prototipo se utilizó impresora de tinta normal, por lo que el costo de estos es evidentemente más alto.

Tabla 1. Costo de impresión de folletos prototipo.

Precio impresión de folletos prototipo (2 unidades)				
Asunto	Material	Tamaño	Precio unitario	Costo total
Impresión de 2 manuales A4 tamaño abierto. De 22 hojas internas (44 páginas) Terminado: Grapado y laminado, brillo en la portada y contraportada.	Hojas internas: Papel bond de 75 gramos. Portada y contraportada: plegable 12	210 x 148 mm	30,40	60,80
			Total	60,80

Para la impresión comercial de los folletos, es recomendable la impresión en offset, que utiliza planchas metálicas y tinta líquida, para transferir sobre el papel, por medio de máquinas de engranajes y rodillos. En la impresión offset, se puede reproducir, en menor tiempo, con mejor calidad y reduciendo el precio en grandes tirajes.

Tabla 2. Costo de folletos en gran tiraje

Proforma para impresión de 2000 folletos				
Asunto	Material	Tamaño	Precio unitario	Costo total
Impresión Offset folletos A4 tamaño abierto. De 22 hojas internas (44 páginas) Terminado: Grapado y laminado, brillo en la portada y contraportada.	Hojas internas: Papel bond de 75 gramos. Portada y contraportada: plegable 12	210 x 148 mm	0,895	1790,00
			IVA 12%	214,80
			Total	2004,80

5.8. Bolso Cambiador Plegable

Tomando como base el estudio morfológico, la investigación tipológica y el concepto de la marca, se diseñaron las diferentes alternativas de solución.

En un principio se pensó en un elemento, que complementa al set de folletos, algo más que un simple empaque. De las madres consultadas en la maternidad, se obtuvieron diferentes necesidades, sobre los cuidados del recién nacido, durante el primer año de vida como: el baño, el cambio de pañal, alimentación y vestimenta. Una de las principales necesidades, que se identificó, es la de tener al alcance, todos los implementos para el momento del cambio de pañal y aseo del bebé.

La primera alternativa, que se planteó, fue la de un exhibidor de folletos para la cuna del bebé, que al plegarse se convertía en un práctico bolso. Esta opción

no fue elegida para la propuesta, debido a que, una parte importante de las madres, al ser de bajos recursos, no poseen cuna para su bebé. Otra de las razones por la que se descartó esta idea, fue, la falta de practicidad para convertir un bolso en exhibidor o viceversa.

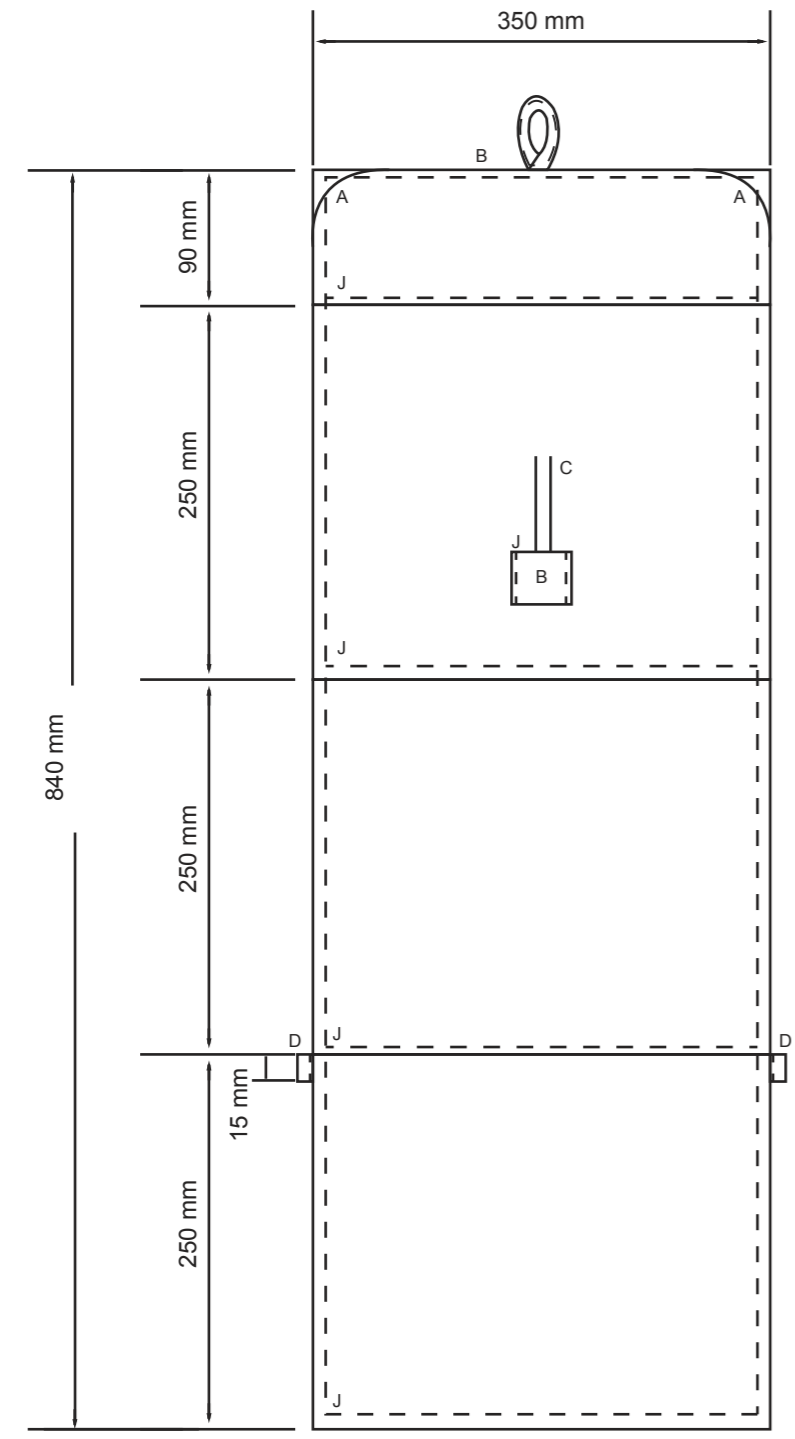


Figura 80. Primera propuesta.

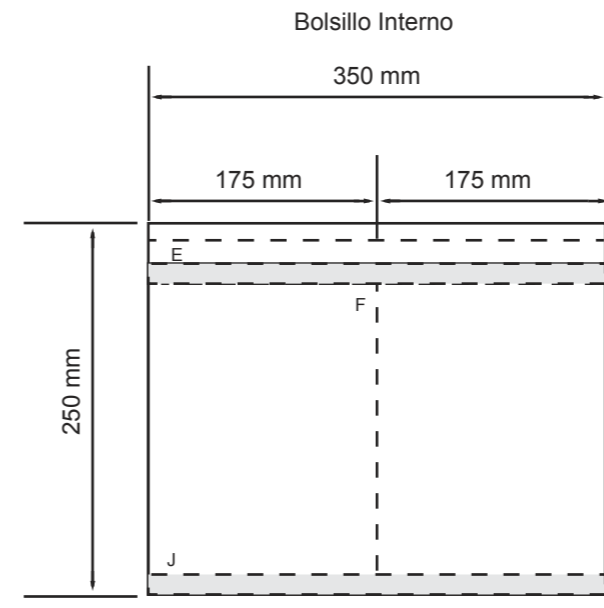
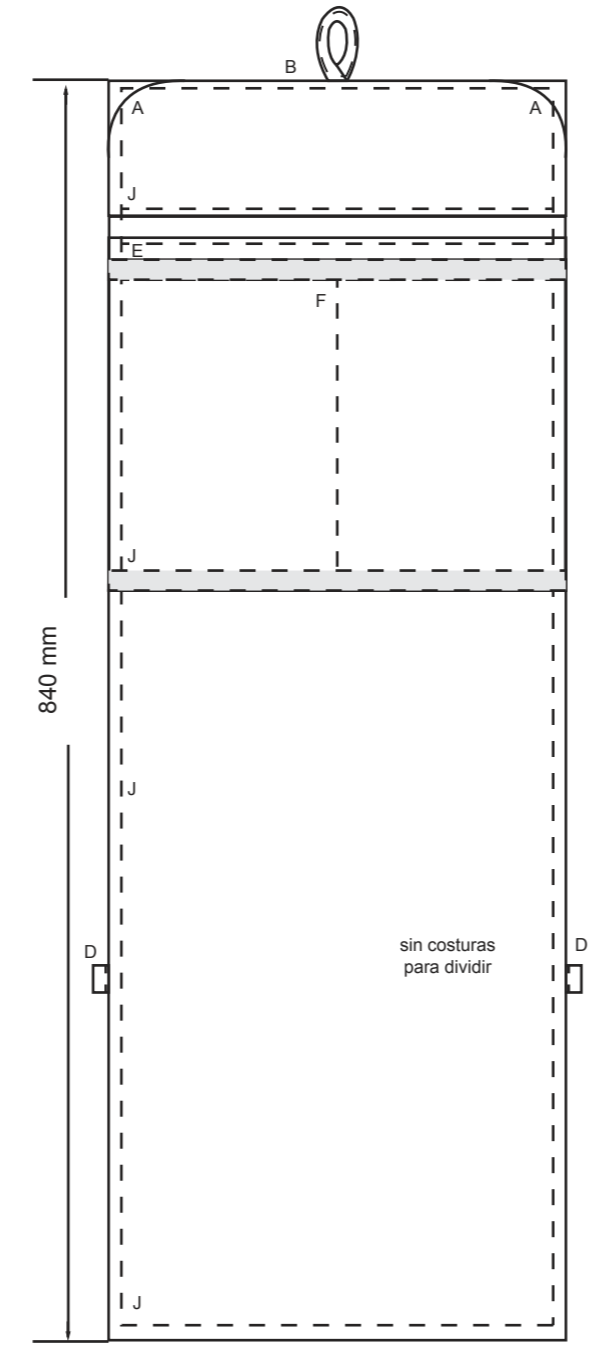
La segunda alternativa, planteada, fue la de un bolso cambiador plegable, que fue diseñado, para que se transforme en una práctica cartera o bolso pequeño al estar doblado y al estar desplegado, se obtiene una superficie impermeable, sobre la cual, la madre puede descansar al bebé, para manipularlo mientras lo asea y le cambia de pañal; tiene unos bolsillos internos de plástico transparente, donde se pueden guardar los folletos, los pañales y los artículos de cuidado básico del bebé.

Se escogió la segunda alternativa, al ser más funcional y práctica, para las madres en el cuidado de su recién nacido. El bolso cambiador tiene un alto de 250 mm, por un ancho 350 mm, cuando esta plegado, mientras que cuando está desplegado, tiene un alto de 840 mm, por un ancho de 350 mm.

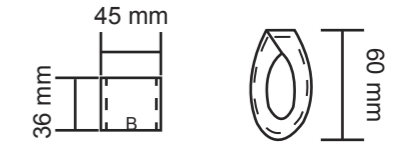
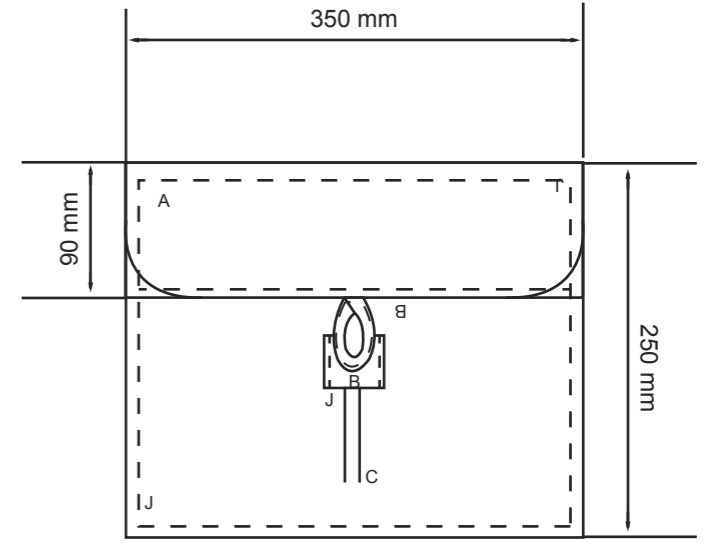
Vista Exterior
Desplegada



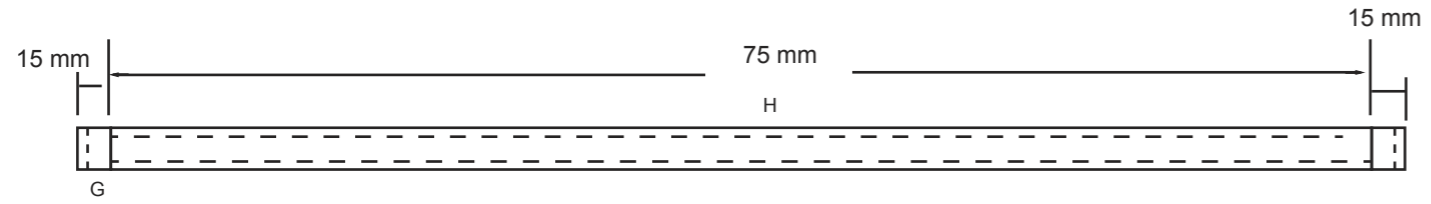
Vista Interior
Desplegada




Vista Plegada



- A. Solapa - puntas redondeadas
- B. Broche - superior e inferior
- C. Cordones - para cerrar
- D. Pretina - lado derecho e izquierdo
- E. Bolsillo externo
- F. División media
- H. Correa
- G. Pliegue de costura
- J. Costuras - para todo el bolso



SI NO SE INDICA LO CONTRARIO: LAS COTAS SE EXPRESAN EN MM ACABADO SUPERFICIAL: TOLERANCIAS: LINEAL: ANGULAR:		ACABADO:	REBARBAR Y ROMPER ARISTAS VIVAS	 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS LABORATORIO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	
NOMBRE: _____ FIRMA: _____ FECHA: _____					
DIBUJ.: _____ VERIF.: _____ APROB.: _____ FABR.: _____ CALID.: _____				NOMBRE: MICHELLE BAQUERIZO	TUTOR: EDUBAL CORTINA BRUZÓN
		MATERIAL:		N.º DE DIBUJO BOLSO CAMBIADOR	
		PESO:		ESCALA: 1:10	HOJA 1 DE 1

Por otro lado, se utilizó los conceptos de amor, naturaleza y cuidados, generando una textura para el cambiador, ayudando así, a crear unidad con los elementos gráficos, lo que permite que la marca tenga una mayor pregnancia y sea fácilmente recordada. Como se explicó en capítulos anteriores, se puede crear varias composiciones para generar diferentes texturas, a partir de los recursos gráficos propuestos como son: los corazones, las hojas y los pajaritos escogidos, que permitirán que los cambiadores puedan variar en este aspecto. También se pueden generar diferentes combinaciones de colores utilizando la paleta cromática.



Figura 81. Modelos de texturas aplicadas en el cambiador.

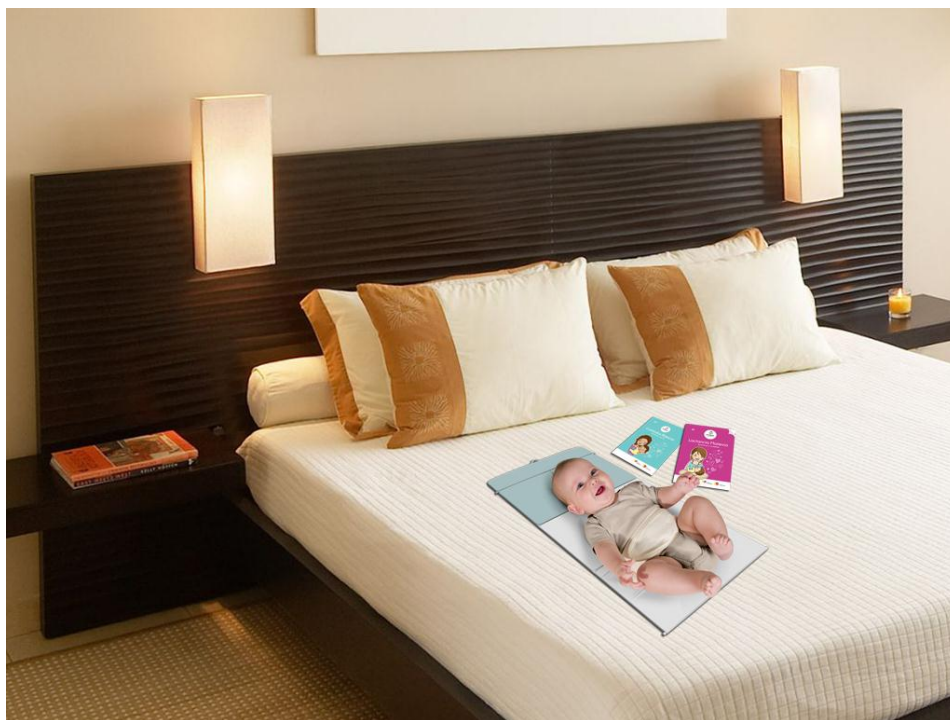


Figura 82. Ambientación del cambiador con folletos de la marca **Mini Guías para mamá.**



Figura 83. Detalle de la ambientación del cambiador con folletos de la marca **Mini Guías para mamá.**

5.8.1. Materiales para el bolso cambiador

En cuanto a la elección de materiales para el bolso cambiador, se analizaron diferentes materiales, basándose en un estudio de campo, en cuanto a los productos similares disponibles en el mercado y aunque en un principio se pensó en utilizar una tela suave de algodón, la experiencia con productos dirigidos para el mismo fin y el costo, inclinó la elección, hacia la utilización de la lona de poliéster, conocida comercialmente como tela “huracán”, esta elección se basa en criterios de durabilidad, facilidad de limpieza, costo, resistencia al uso, entre otros criterios.

La lona de poliéster, es el material más común en el diseño de bolsos y tiene su justificación, en sus características de resistencia, durabilidad, elasticidad y peso, es un material que se mantiene sin arrugas y resiste la abrasión por el uso, así como a la humedad y a la mayoría de químicos de uso común en el hogar, además de limpiarse fácilmente y adicionalmente recibe de manera idónea la sublimación.





Figura 85. Ilustración isométrica del cambiador **Mini Guías para mamá.**

a) Marca **Mini Guías para mamá.**

Como dice Beatriz Castellini de Olgiati (s.f.) en su artículo:

“Propiedades de las telas de poliéster”: “El poliéster es la primera fibra sintética que se utiliza en la fabricación de telas, a nivel mundial. Suele ser muy económica de producir, y sus características generales y disponibilidad no dependiente de cultivos permitieron la creación de prendas y telas de bajo costo; todo esto, transformó la industria textil a partir del año 1941. Las microfibras, descubiertas hace pocos años, fueron la mayor innovación derivada del poliéster. El descubrimiento permitió a sus fabricantes transformar su textura y su tacto para obtener una tela muy suave, durable y de poco peso”.

Para los bolsillos internos se eligió plástico transparente, tanto por la protección impermeable, como por su capacidad de lucir los folletos informativos, así como el hecho de facilitar la visualización de los pañales, los productos de limpieza y cuidado del bebé, además de ser un material resistente y de fácil limpieza.

Tabla 3. Cuadro de pertinencia de materiales para el bolso cambiador.

Bolso Cambiador				
Propiedades / Materiales	Poliéster	Algodón	Poliipropileno	Nylon
1) Resistencia al uso	+	±	0	+
2) Facilidad de limpieza	+	0	0	→0
3) Peso	+	+	±	±
4) Flexibilidad	+	+	0	±
5) Impermeable	+	0	0	→0
6) Impacto ambiental	±	+	0	±
7) Impacto estético	±	+	0	±
8) Económico	+	±	±	±
9) Confort	+	+	→0	→0
10) Durabilidad	+	→0	0	±

+ Excelente
± Bueno
→0 Poco óptimo
0 No óptimo

De este estudio comparativo, se pudo determinar el material óptimo, para la elaboración del bolso, es decir la tela de poliéster, descartando los productos que no reunían, las características deseadas en la elaboración del producto final.

5.8.2. Sistema de Unión

En la elaboración del bolso cambiador, se decidió por el sistema de cosido, por medio de hilo de nylon, dada su facilidad y costo accesible, además de su resistencia. Para cuando se pliega el producto, se resolvió por unas tiras de tela, que permiten hacer un lazo, que a parte de su practicidad y estética, es una solución de bajo costo para solucionar este requerimiento. Para los bolsillos, se escogió un cierre o cremallera plástica, por su practicidad y bajo costo.

5.8.3. Proceso de Fabricación

Paso 1: Diseño y maqueta

En el momento de la decisión, sobre el empaque que complementa al set, se pensó en un producto, donde se puedan no solo entregar los folletos, sino también guardarlos y transportarlos, se manejaron varias opciones, analizando las necesidades de las madres y pensando en un producto que sirva de apoyo para la madre, en esta dulce tarea de cuidar a su hijo a través de la lactancia.

Hay diferentes opciones que se pueden encontrar en el mercado actualmente, desde maletas, pañaleras, almohadas, bolsos, entre otros, tomando en cuenta el grupo objetivo y sus características de nivel económico, cultural, de hábitos y costumbres, se pensó en un producto que sea bien recibido por las madres de este segmento social.

De este análisis se determinó que el producto óptimo como empaque, sería este bolso cambiador, ya que al desplegarlo, se tiene una superficie impermeable, cómoda y de fácil limpieza, para cambiar al bebé, con prácticos bolsillos, donde se pueden guardar de manera segura, los folletos informativos y papeles importantes como carnet de vacunación, certificados, recetas, así como también, los productos necesarios para esta tarea, como son pañales, pañitos húmedos, cremas, etc. Y al doblarlo, se obtiene un bolso de fácil transportación, que permite llevar todo los objetos mencionados anteriormente de manera sencilla.

Paso 2: Producción y cálculo de costos

Ya con la idea clara y con el diseño resuelto, se procedió al dibujo de los patrones y al armado del prototipo, para poder realizar un cálculo de costos, que permitirá también, establecer la base para la producción en serie.

Tabla 4. Costo del prototipo del bolso cambiador.

Fabricación prototipo Bolso Cambiador		
Material	Cantidad	Costo
Tela cordura 900D PU blanco repelente (m)	0,5	1,60
Plumón	0,5	1,50
Sesgo de algodón 20 mm (m)	2,5	0,90
Aruba 1,50 canal (m)	0,5	1,72
Cierre CPS importado (m)	0,5	0,43
Sublimación (m)	1	7,00
Tela impermeable (m)	0,5	1,84
Lona plástica transparente (m)	0,5	0,25
Confección		15,00
	Subtotal	30,24
	IVA 12%	3,63
	Total	33,87

El costo final del prototipo del bolso cambiador, fue de 33.87 USD, ya incluidos, todos los materiales y la confección.

Producción en serie del bolso cambiador:

Ya establecido el costo final del prototipo, se puede realizar el costo de producción del bolso en serie, que es significativamente menor, ya que los costos sobre todo en lo que se relaciona a mano de obra, materiales y algunos procesos como la sublimación, se reducen por el volumen.

Tabla 5. Cuadro de costos de fabricación del bolso cambiador en serie.

Costo de materiales para 20 bolsos			
Material	Cantidad	Costo unidad	Costo 20 u
Tela cordura 900D PU blanco repelente (m)	6	3,20	19,20
Plumón (m)	4	3,00	12,00
Sego de algodón 20 mm (m)	48	0,36	17,28
Aruba 1,50 canal (m)	1,5	3,44	5,16
Cierre CPS importado (m)	7	0,86	6,02
Sublimación (m)	6	7,00	42,00
Tela impermeable (m)	6	3,68	22,08
Lona plástica transparente (m)	3	0,49	1,47
Hilo (ovillo)	1	2,60	2,60
		Subtotal	127,810
		IVA 12%	15,337
		Total	143,147

En la producción a de 20 bolsos, el precio final del producto baja a 7,16 USD por unidad.

5.8.4. Acabados

En cuanto a los acabados, se eligió el estampado por sublimación en la lona de poliéster, ya que es una combinación ideal, esta técnica, en la que básicamente, se imprime en un papel, que sirve de transfer y posteriormente, con calor, se fija el diseño impreso, en la lona de poliéster, es necesario precisar, que la lona de poliéster, tiende a reducirse con el calor, por lo que se deben hacer dos pasadas de la tela por la plancha térmica, una para que la tela fije su tamaño final y la otra para transferir el diseño, así se evita, la deformación de los dibujos y diseños, cabe recalcar que esta técnica se fusiona muy bien con esta tela en particularidad y su durabilidad en conjunto es ideal para un producto de uso diario.

“La sublimación es la técnica para el marcaje de objetos mediante transferencia de la tinta al objeto con la aplicación de calor. La sublimación permite transferir imágenes y diseños a gran variedad de objetos como jarras, platos, cajas, planchas, alfombrillas, productos textiles, bolsos, puzzles, etc. Estos objetos tiene que estar recubiertos de un barniz de poliéster o si son tejidos han de contener un mínimo de un 75% de poliéster (no es posible sublimar sobre algodón)”. (Distrigraf, s.f.).

Cabe recalcar que el costo de esta técnica se lo calcula por metros ya que las planchas térmicas tienen capacidad de un metro por vez.

5.9. Bufanda de lactancia

Otra de las necesidades, que se pudo observar dentro y fuera de la maternidad, es la incomodidad que tienen las madres en el momento de dar de lactar, ya que para muchas de ellas, les resulta incómodo y vergonzoso, exhibir sus senos en lugares públicos. Por lo que se pensó, en una alternativa que, permita cubrir al bebé y a la madre, mientras da de lactar a su hijo.

La alternativa de solución planteada, es una bufanda de lactancia, es decir una bufanda cosida en bucle, que se puede usar como bufanda normal, al darle dos vueltas alrededor del cuello o en una sola vuelta, le permite tener privacidad a la madre, cubriendo al bebé y su seno, mientras da de lactar. Eliminando la incomodidad, cuando ésta se encuentra en un lugar público, lo que ayuda a motivar a las madres a practicar la lactancia sin importar donde se encuentren.

Esta alternativa, es un gran complemento para el set de folletos, ya que con ellos se fomenta la lactancia materna. Se mantienen los mismos recursos gráficos de la propuesta, explicados anteriormente, cerrando el set con los folletos, el bolso cambiador y la bufanda de lactancia.



Figura 86. Madre dando de lactar con la bufanda de la marca **Mini Guías para mamá.**



Figura 87. Madre con la bufanda de la marca **Mini Guías para mamá.**

5.9.1. Materiales

Se consideraron varios materiales para la elaboración de ésta bufanda, tomando en cuenta los productos similares, encontrados en el mercado, como se puede apreciar en el cuadro de pertinencia de materiales a continuación.

Tabla 6. Cuadro de pertinencia de materiales para la bufanda de lactancia.

Bufanda				
Propiedades / Materiales	Algodón 100%	Jersey 100% Polyester	Lycra	Kant (algodón y poliéster)
1) Durabilidad	±	+	±	±
2) Facilidad de limpieza	→0	+	+	+
3) Peso	±	+	+	+
4) Suavidad	+	±	+	+
5) Permite sublimación	0	+	0	0
6) Impacto ambiental	+	±	±	±
7) Impacto estético	+	+	+	+
8) Económico	0	+	→0	+

+ Excelente
 ± Bueno
 →0 Poco óptimo
 0 No óptimo

Aunque se encontraron materiales con características similares, lo que inclinó la decisión por el jersey 100% poliéster, es que es un material idóneo para la sublimación, sumado a su bajo costo, entre otras características favorables.

5.9.2. Sistema de Unión

El sistema de unión escogido para la bufanda de lactancia, es una costura recta, de punto elástico, con hilo de nylon, por su bajo costo, duración y resistencia.

5.9.3. Proceso de Fabricación

Paso 1: Diseño y Maqueta

La elaboración es sencilla ya que es un patrón de tela de 1500 mm de largo por 800 mm de ancho, cosido en sus extremos formando un círculo o bucle, lo que le permite, al enrollársela alrededor del cuello, usarla como una bufanda normal o sin enrollar deja envolver al bebé, dándole privacidad a la madre mientras da de lactar, que por su forma y elasticidad, se adapta fácilmente a cualquier morfología.

Paso 2: Producción y Cálculo de Costos

El sencillo diseño facilita su producción, por lo que la fabricación del prototipo fue realmente simple, se procede a sublimar la tela y posteriormente se corta en rectángulos y se cose en los extremos.

Tabla 7. Costo del prototipo de la bufanda

Fabricación prototipo bufanda		
Material	Cantidad	Costo
Jersey 100% poliester	0,5	1,25
Sublimación	0,5	3,50
Mano de obra		3,00
		Subtotal
		7,75
		IVA 12%
		0,93
		Total
		8,68

El costo final del prototipo es de 8.68 USD, lo que es un precio relativamente bajo, aún para un prototipo.

Paso 3: Producción en serie de la bufanda de lactancia:

Con el prototipo terminado, se procedió a calcular el costo de producción de la bufanda de lactancia en serie, lo que bajo más el costo de producción.

Tabla 8. Costo de la bufanda producida en serie

Costo de materiales para 20 bufandas			
Material	Cantidad	Costo unidad	Costo 20 u
Jersey 100% poliéster (m)	4	2,50	10,00
Sublimación (m)	4	7,00	28,00
Hilo (ovillo)	1	1,30	1,30
		Subtotal	39,300
		IVA 12%	4,716
		Total	44,016

El costo final de la bufanda de lactancia, producida en serie baja a 2.20 USD la unidad

5.9.4. Acabados

El acabado de la bufanda de lactancia es un estampado por sublimación en la lona de poliéster, que como se explica en la fabricación de bolso, es una combinación perfecta de material y técnica.

5.10. Valor unitario del set de productos

Hechos los cálculos de la producción en serie de los folletos, el bolso cambiador, y la bufanda de lactancia, se puede establecer el valor unitario del set de productos

Tabla 9. Costo de producción en serie del set de productos

Valor unitario del paquete del proyecto (producido en serie)		
Elemento	Tamaño	V. Unitario
Bolso Cambiador	840 x 350 mm (Desplegado) 250 x 350 mm (Plegado)	7,15
Bufanda en bucle	150 x 80 mm	2,20
2 folletos informativos	210 x 148 mm	2,00
	Total	11,35

El costo final del set de productos producido en serie es de 11,35 USD, que es un precio muy adecuado, para programas de bajo presupuesto, lo que haría más factible este proyecto. Cabe anotar que la maternidad no tenía un presupuesto definido para este propósito, ya que se encontraban en una fase temprana del estudio de viabilidad.

6. Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones del producto

6.1. Conclusiones

1.- En este estudio, el concepto del diseño se centró, en transmitir la información proporcionada, por el Ministerio de Educación y el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, de una manera directa y sencilla, para hacerla atractiva y de fácil asimilación, con el objetivo de incentivar a las madres, a practicar la lactancia, motivándolas, tanto desde la parte emocional, como desde el reconocimiento, de las ventajas de hacerlo, así como en los cuidados del recién nacido, dándole a la madre, la información y la motivación, para aplicar estos consejos.

2.- Éste proyecto se pensó, como una herramienta didáctica, que apoye en las campañas emprendidas por el gobierno a través de sus ministerios, con el fin de reducir la desnutrición infantil y de mejorar la salud de los infantes, así como también, mejorar las condiciones de la madre.

3.- Se hizo un estudio de las condiciones y del conocimiento previo de las madres, lo que ayudó en la decisión del estilo gráfico y de la mejor forma de transmitir la información, creando personajes de fácil recordación y con los que las madres se identifiquen, para facilitar éste objetivo.

4.- La propuesta gráfica, está concebida bajo los principios del diseño emocional, apoyándose en los conocimientos previos y datos recabados de las madres participantes en el estudio.

5.- El diseño, plantea a la maternidad como una etapa divertida, recalcando los aspectos positivos y dejando de lado cualquier connotación negativa.

6.- La respuesta de las madres encuestadas, fue positiva y motivadora dentro de la muestra, lo que permite concluir que la propuesta estaría acorde al público objetivo.

7.- En el análisis de costos de producción, del set de productos, con un valor de 11,35 USD aproximadamente, se pudo concluir que el proyecto es realizable y que es adecuado para el medio y el público objetivo, cumpliendo con los requerimientos de la Maternidad Isidro Ayora.

6.2. Recomendaciones

1.- Se puede recomendar a las instituciones públicas encargadas de éstas campañas, la inversión en este tipo de proyectos, en la elaboración y distribución de este material de manera gratuita, en los centros donde las madres acuden para controles y chequeos, como son la maternidad y centros de salud.

2.- Otra recomendación es que se amplíe el proyecto con los siguientes fascículos, haciendo una especie de coleccionables, continuando con los temas propuestos, para las siguientes etapas de desarrollo del niño, expandiendo su alcance a un público objetivo más amplio.

3.- Se recomienda también, una vez comprobada la eficacia del proyecto, ampliar el alcance de éste material con otros públicos de clases sociales diferentes o con edades diferentes o en distintos medios por ejemplo a través de medios digitales, aumentando su alcance y distribución.

4.- Se recomienda reforzar la eficacia de éste proyecto, con nuevas publicaciones posteriores, publicaciones electrónicas en las páginas web y redes sociales, así como también se podría pensar en una posible campaña de radio o televisión, usando a los personajes para éste fin.

REFERENCIAS

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (s.f.). *La lactancia materna es un eje fundamental para erradicar la desnutrición infantil en Ecuador*. Recuperado el 9 de Febrero del 2015 de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/lactancia-materna-es-eje-fundamental-erradicar-desnutricion-infantil-ecuador.html>
- Blume. (1994). *The New Guide to Graphic Design*. Primera Edición. Barcelona: Naturart, S.A.
- Blume. (1994). *The New Guide to Illustration*. Primera Edición. Barcelona: Naturart, S.A.
- Bras i Marquillas, J. y de la Flor i Brú, E. (2005). *Pediatría en Atención Primaria*. (2.^a ed.). Barcelona, España: Masson.
- Castellini de Olgiate, B. (2014). *Propiedades de la tela de poliéster*. Recuperado el 10 de Marzo del 2015 de http://www.ehowenespanol.com/propiedades-telas-poliester-sobre_103789/
- Chile Crece Contigo. (2011). *Generando Lazos*. Recuperado el 15 de octubre del 2014 de http://www.crececontigo.gob.cl/wp-content/uploads/2013/07/cartilla_apego-ok.pdf
- Costa, J. (2007). *Diseñar para los ojos*. Primera Edición. Barcelona: Costa Punto Com Editor.
- Diseño para Internet. (2015). *Conceptos de Diseño*. Recuperado el 11 de Marzo del 2015 de <https://mtm363.wordpress.com/about/>
- Distrigraf. (s.f.). *Qué es la sublimación, técnica y aplicaciones*. Recuperado el 10 de Marzo del 2015 de http://distrigraf.com/producto_QUE%20ES%20LA%20SUBLIMACION%20Y%20APLICACIONES_485.html
- EcuRed. (s.f.). *Ilustración (Diseño gráfico)*. Recuperado el 22 de Marzo del 2015 de [http://www.ecured.cu/index.php/Ilustración_\(Diseño_gráfico\)](http://www.ecured.cu/index.php/Ilustración_(Diseño_gráfico))
- El Telégrafo. (2011). *Proyecto Desnutrición Cero entregará bono a las madres y lactante*. Recuperado el 15 de octubre del 2014 de

- <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/item/proyecto-desnutricion-cero-entregara-bono-a-las-madres-y-lactantes.html>
- Heller, E. (2012). *Psicología del color*. España: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Hernández, Y. (2012). *Etapas del diseño editorial*. Recuperado el 10 de Marzo del 2015 de https://elblogdelalicyennyhdez.files.wordpress.com/2012/01/elementosde_e_pdf.pdf
- López, P. (2014). *Armonía, contraste y monocromía*. Recuperado el 10 de Marzo del 2015 de <http://laformacromatica.blogspot.com/2014/03/armonia-contraste-y-monocromia.html>
- Manjarrez, J. (s.f.). *Diseño Editorial*. Recuperado el 6 de Marzo del 2015 de http://api.ning.com/files/IWBlqWaseqziPX*77pftLF-vqh--KOnnzXAANoIIYc9YLYtWHmsBCvf08vF8zFKwvyXu-ij*QDh12DfCwpxA*-aPWp5M6X*o/F004diseoeditorial.pdf
- Marcos, A. (2008). *Diseño Editorial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Maternidad Isidro Ayora. (2013). *La Maternidad un derecho garantizado*. Recuperado el 15 de octubre del 2014 de <http://el-milagro-unico.blogspot.com/2013/02/la-isidro-ayora-con-gratuidad-total.html>
- Méndez, I. (2010). *El Diseño Gráfico en la creación de personajes para la publicidad*. Recuperado el 10 de Marzo del 2015 de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_2567.pdf
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador, Coordinación Nacional de Nutrición. (2011). *Ecuador Desnutrición Cero*. Recuperado el 15 de octubre del 2014 de http://www.opsecu.org/MANUALES_NUTRICION/ESTRATEGIA%20NACIONAL/NUTRICION%20EN%20SALUD.pdf
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2013). *Hospital Gineco Obstétrico Isidro Ayora*. Recuperado el 15 de octubre del 2014 de <http://www.hgoia.gob.ec/index.php/hospital>
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2013). *Visión y Misión del Hospital Gineco Obstétrico Isidro Ayora*. Recuperado el 15 de octubre del 2014 de <http://www.hgoia.gob.ec/index.php/hospital/mision-y-vision>

- Moya R. (2015). *Entrevista de la situación actual Hospital Gineco Obstétrico Isidro Ayora*. Quito, Ecuador
- Norman, D. (2005). *El Diseño Emocional*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Parramón. (2001). *Técnicas de Ilustración*. Primera Edición. Barcelona, España: Parramón Ediciones, S.A.
- Pratt, A y Nunes, J. (2013). *Diseño Interactivo: Teoría y Aplicación del DCU*. Barcelona, España: Océano-Ámbar.
- Santa María, F. (2014). *Diseño Editorial – Definición y etapas*. Recuperado el 10 de Marzo del 2015 de <http://blog.staffcreativa.pe/disenio-editorial-definicion/>
- SketchColor. (s.f.). *Cuestionario de Ilustración*. Recuperado el 27 de Marzo del 2015 de sketchcolor.blogspot.com/2007/09/cuestionario-de-ilustracin.html
- Trinidad, M. (2009). *Lactancia Materna*. España: Editorial Club Universitario.
- UNICEF Ecuador. (2014). *Alianzas para la nutrición infantil – Lactancia materna, acto de amor*. Recuperado el 7 de Febrero del 2015 de http://www.unicef.org/ecuador/alianzas_para_la_nutricion.pdf
- UNICEF Ecuador. (2014). *Un acto de amor y de supervivencia infantil: La Lactancia materna*. Recuperado el 9 de Febrero del 2015 de http://www.unicef.org/ecuador/health_nutrition_23773.htm
- UNICEF Venezuela. (2005). *Hacia la promoción y rescate de la lactancia materna*. Recuperado el 9 de Febrero del 2015 de <http://www.unicef.org/venezuela/spanish/LACTANCIA.pdf>
- Universidad Nacional de Colombia. (2010). *Memorias Foro(Des/Con) Centrar El Diseño*. Primera Edición. Bogotá: Colombia: D'vinni.
- Valero, L. (2001). *La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos*. Valencia: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Velasco, L. (2004). *Capítulo 5 – Manual de Diseño Editorial*. Recuperado el 10 de Marzo del 2015 de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/velasco_f_le/capitulo5.pdf

Vico, M. (s.f.). *Diseño Editorial y Diseño de la Información*. Recuperado el 6 de Marzo del 2015 de <http://www.tremendotaller.cl/vico/wp-content/uploads/disenio-editorial.pdf>

Vivero. C (s.f.). *Ecuador Desnutrición Cero*. Recuperado el 15 de octubre del 2014 de <https://es.scribd.com/doc/58716713/ECUADOR-DESNUTRICION-CERO>

Woodcock, V. (2007). *Cómo crear personajes de animación*. Primera Edición. Barcelona: Norma Editorial S.A.

ANEXOS

ANEXO 1
Entrevista Dr. Ramiro Moya

P1: ¿En cuanto a las campañas que tiene la Maternidad por el Ministerio de Salud, usted que mejorías recomienda que se le puede hacer?

Aquí lo que necesitamos es tener una cultura de lectura, la mayoría de dípticos en todas las áreas de información, es decir usted lee lo que realmente le interesa. Pero uno de los problemas, que a veces nosotros utilizamos es que tratamos de informar a la gente en lenguaje más sencillo, común para que el denominador común de las personas lo entiendan. Pero hay veces que, yo he visto que la gente ni siquiera lo revisa. Entonces uno va por ejemplo, que es lo que hago yo, doy la charla, explico con fotografías. Yo más utilizo imágenes que cuadros que palabras y cosas así. Así que voy explicando y luego les hago inclusive un resumen porque les hago unas preguntas a las mamás a ver cuanto me entendieron, hay madres fantásticas que contestan todo bien pero no entendieron, pero hay mamás que están preocupadas y estresadas que no entendieron bien. Por si acaso se les olvide aquí les mando el resumen. Entonces les mando esa información que igual es su fotografía con la explicación de la importancia, la posición y todas las cosas. Entonces vamos en ese sentido de ir ganando espacio. Yo se que no todas las mamás lo van a entender al 100% pero si la mayor cantidad de mamás lo entienden y lo ponen en practica es lo fundamental.

P2: ¿Sí es que mi propuesta en una campaña ilustrativa, usted cuan eficiente cree que eso le va a ayudar a la Maternidad?

Bueno aquí la campaña ilustrativa, nosotros tenemos ahorita un problema de información hacia el banco de leche. Y eso pienso yo que va a ayudar mucho. En que sentido, en el sentido que el 50% de las mamás saben la presencia de un banco de leche pero no saben lo que hace un banco de leche. Entonces eso nosotros necesitamos fomentar aquí en el mismo servicio, en el mismo hospital. Porque lo triste a veces es que las madres vengan con problemas de

lactancia y dan a luz aquí, ocho días quince días, un mes vienen porque no saben manejar a su hijo, porque no aprendieron, porque nadie les enseñó. Entonces el conocimiento no tiene que ser prioridad en el banco de leche. Tiene que ser prioridad de todo el mundo y manejamos el mismo lenguaje como yo le decía al comienzo. Si todo el mundo conoce, si la enfermera, la auxiliar, el medico residente, el medico tratante, todos hablamos el mismo lenguaje y el mismo conocimiento entonces ya no va a ser tan necesario, sino que vengan las mamás que realmente la requiere. No es que vamos a cargar toda la información al banco de leche, sino que simplemente en el banco de leche solucionamos los problemas que no se pueden solucionar en las otras áreas. Pero todas las mamás están informadas sobre la importancia, la técnica, la alimentación sobre los mitos que hay en la lactancia.

P3: ¿Qué tipo de mujeres asisten a la Maternidad?

Bueno hay de toda condición. Más de condiciones bajas pero hay de toda condición. Ha habido mamás que tienen una solvencia económica impresionante que vienen por la confianza que tienen en el hospital. Hay muchas mamás que son del seguro social y tienen confianza en el hospital y si no al menos al banco de leche vienen mujeres que han dado a luz en clínicas particulares y vienen a comprar leche porque creen que el banco es una fábrica de leche y aquí lo que hacemos es darle una consejería para como producir leche. Para como aumentar la producción de leche, como amamantar a su bebé. Entonces lo que hacemos es eso. Pero acá el banco de leche en realidad viene gente de afuera, un buen porcentaje, si que van enterándose de la importancia. Mas que nada vienen cuando ya de pronto no tienen leche y vienen a comprar leche o vienen porque dicen mi hijo tiene tantas alergias a tantas formulas y ahora no se que hacer. Entonces hay casos en donde la mamá cumple y realmente hay éxito. Y hay mamás que no les interesa entonces no hay éxito.

P4: ¿Cuándo una mujer da a luz aquí cuanto tiempo es su periodo de estadía?

Si es parto normal pasa 48 horas , dependiendo de su condición. Aquí partos normales ya tenemos menos que antes porque al ser un hospital de tercer nivel, vienen las complicaciones más que los partos normales. Entonces por eso la estadía les aumenta ,porque hay mamas que vienen todavía en etapa de embarazo, todavía en sus últimos días que están siendo controladas en patología obstetricia.

P5: ¿Sí es por complicación aproximadamente cuanto tiempo se quedan?

No podría decirle yo, no tendría un dato. Hay madres que están un mes, dos meses porque tienen un niño que nació prematuro extremo, hay mamas que estarán dos días, tres días cinco días, dependiendo el caso, pero no se no podría sacar un promedio de tantas mamas.

P6: ¿Sabe si es que la Maternidad tiene algún proyecto en cuanto a los recién nacidos o la lactancia?

Nosotros tenemos el proyecto de ir avanzando en esto y hemos empezado prácticamente en muy poco hemos avanzado bastante pero nos falta bastante para llegar a la meta. La meta es, ojala algún día decir donde están las formulas, tenemos el banco de leche con al leche que el hospital necesita, hay suficiente en el banco y si el niño lo requiere, lo correcto es que el niño no necesite ni siquiera leche de banco, que el niño necesite la leche de su propia mama y ya. Entonces cuando lo vamos a conseguir, cuando todo el mundo estemos organizados en el conocimiento de cuanto al tema.

ANEXO 2
Encuestas

CUIDADOS DE UN RECIÉN NACIDO Y LACTANCIA
Hospital Gineco - Obstétrico Isidro Ayora

Cuidados de un recién nacido y lactancia

a.- DATOS PERSONALES

Edad:

_____ Años

Estado civil:

1 Soltera _____ 2 Casada _____ 3 Unión libre _____ 4
Divorciada _____ 5 Viuda _____

Número de Hijos:

Nivel de escolaridad:

1 Ninguna _____ 2 Primaria _____ 3 Secundaria _____ 4 Superior _____

b.- CONOCIMIENTOS SOBRE LA LACTANCIA

La leche materna es para usted:

1 Alimento único _____ 2 Complemento _____ 3 No
sabe _____

¿Cuál cree usted que es el tiempo recomendable para la lactancia (en meses)?:

_____ Meses

¿Conoce usted la manera correcta de amamantar?

1 Si _____ 2 No _____

c.- Señale aquellos que conozca

¿Cuáles de estos beneficios de la lactancia conoce?:

Aporta nutrientes, calcio y vitaminas _____
Provee protección inmunológica _____
Favorece al crecimiento _____
Ayuda al desarrollo psicológico _____
Fortalece los lazos con la madre _____
Es un alimento gratuito y natural _____

De estos cuidados del bebé, ¿Cuáles no conoce o quisiera recibir información?

El baño del bebé _____
La vestimenta apropiada _____
El cuidado del cordón umbilical _____
Cuidado de la piel y las uñas _____
Alimentación del recién nacido _____
Horarios del sueño del bebé _____
Seguridad del bebé dentro del hogar _____

Métodos anticonceptivos durante la lactancia _____

¿Cuáles de estos mitos sobre la lactancia o el embarazo conoce?

No se puede tener relaciones durante el embarazo _____

Es malo cargarle al bebé porque se acostumbra _____

Es malo besarle al bebé _____

Comer carne es malo _____

Comer cítricos es malo _____

Soplarle al bebé lo hace mentiroso _____

El frío seca la leche _____

Comer ají le produce ronchas al bebé _____

ANEXO 3
Propuesta logo tipografía



mini guias
para mamá



mini guias
para mamá



mini guias
para mamá



mini guías
para mamá



mini guías
para mamá

ANEXO 3
Cotización de impresión de folletos prototipo



ATENCIÓN
Natalia Espino
PRESENTE.

cotización
N°000404

Quito, 06 de JUNIO del 2015

ASUNTO	CANTIDAD	V TOTAL
Impresión de 2 folletos con 5x7 cm por cada página de 12 páginas en color	1	\$500

Estos Precios + I.V.A.

Tarjetas de Crédito sujeto a recarga adicional



En espera de que la presente cotización sea de su agrado nos reiteramos de usted(s).

Fabián Llerena
Atentamente.

www.creativeprint.com.ec

encuétranos también en [creativeprint](https://www.facebook.com/creativeprint) [@creativeprint1](https://twitter.com/creativeprint1)

República E5-22 e Inglaterra Esq, 2do Piso • Telf: 2459 898 • 3520 080 • Cel: 084 067 189
mail: info@creativeprint.com.ec • ccevallos@creativeprint.com.ec
Quito - Ecuador

ANEXO 4

Cotización de impresión de folletos en gran tiraje



Ana María Tamariz Muñoz
RUC: 1103310775001

Quito, 26 de Octubre del 2015

República E5-22 e Inglaterra Esq. 2do Piso
 3520 080 • 2459 898
 info@creativeprint.com.ec
 Quito - Ecuador

COTIZACIÓN
N° 0004506

Atención
 Michelle Baquerizo

Presente.-

CANT	ASUNTO	VALOR	TOTAL
200	FOLLETO Tamaño abierto del folleto: A4 De hojas: 22 hojas internas (44 paginás). en papel bond de 75 gramos. Terminados: Grapado y laminado, brillo en las portada y contraportada Portada y contraportada: plegable 12	\$395	\$1790
		SUBTOTAL	\$1.790.00
		IVA 12%	\$214.80
		TOTAL	\$2.004.80

- Forma de Pago: 50% anticipo 50% contraentrega.
- Validez de la oferta 3 días.
- **Tiempo de entrega 15 a 20 días laborables desde la entrega o aprobación de artes**

Tarjetas de Crédito sujeto a recarga adicional



En espera de que la presente cotización sea de su agrado nos reiteramos de usted(s).

Atentamente
 Abraham Cevallos
 Gerente Comercial
 C. 0995887098

