

Colección Fábulas Fabulosas

El Gran Salto

El gran salto - Fábula india

El cuervo y la jarra - Esopo

La paloma y la hormiga - Esopo

Júpiter y la junta de animales - Jean de la Fontaine

La cigarra y la hormiga - Esopo

El cabrito y el lobo - Esopo

El águila y el campesino - Esopo

El pastorcito mentiroso - Esopo

ISBN: 978-956-9621-28-4



9 789569 621284

Ilustraciones de Leticia Patrizi

imactiva*

El gran salto

Colección "Fábulas Fabulosas".

1° edición, julio 2018

Edición general: Ana María Delgado M.

Ilustración: Leticia Patrizi.

Diseño editorial: Leticia Patrizi y Carlos Ossandón.

Adaptación de texto: Carmen Larraín I.

Edición de textos: Marta Suárez H.

Corrección de estilo: Isabel Spoerer V.

© de las ilustraciones: Imactiva SpA, 2018

© de esta edición: Imactiva SpA, 2018

ISBN: 978-956-9621-28-4

Impreso en Chile.

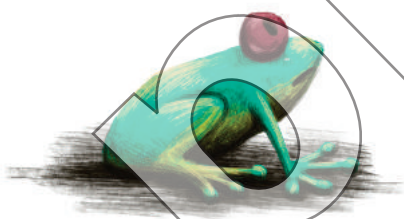
Imactiva SpA

www.imactiva.cl

www.bartolo.cl

Todos los derechos reservados.

Vista previa





Lista prelevia



El grán salto

Una fábula de origen indio

Hace miles de años en los jardines de un
palacio en India vivían alegres unas ranitas.

Una mañana soleada salieron al bosque.
Iban croando, escondiéndose unas de
otras y brincando para divertirse.





Al saltar tras un mosquito, dos de ellas cayeron a un oscuro pozo. Rápidamente las otras tres corrieron a asomarse al borde.

—¡Oh, no! ¡Nunca podrán salir de ahí! —gritó la rana más grande.

Las dos ranitas miraban hacia arriba. Querían salir del negro agujero y comenzaron a saltar, pero sus intentos eran inútiles.

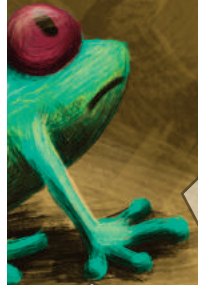
—¡Aunque usen todas sus fuerzas no lo lograrán! —chilló la segunda.

—¡El pozo es demasiado profundo! —exclamó la tercera.





Vista preview



Arriba, las tres ranas hacían gestos y vociferaban para hacerlas desistir de su propósito.

Una de las ranitas en el fondo del pozo se desanimó al oírlas y, dándose por vencida, se acurrucó en una esquina.

Sin embargo, la otra persistió en su intento. Se detuvo un momento para concentrarse y recobrar fuerzas. Luego, aspiró profundamente y se impulsó como una saltadora olímpica.



Vista previa

The background of the image is a soft-focus photograph of a Christmas tree. The tree is decorated with several red, round ornaments and teal, star-shaped ornaments. The lighting is warm, and the overall color palette is dominated by greens, reds, and teals. The text 'Vista previa' is overlaid on this background, following a diagonal path from the bottom-left towards the top-right.

1. **Introduction**
This document provides a comprehensive overview of the project's objectives, scope, and the methodology used for data collection and analysis. It is intended for stakeholders and serves as a reference for the project's progress and findings.

2. **Objectives and Scope**
The primary objective of this project is to analyze the impact of digital marketing strategies on consumer behavior. The scope of the study is limited to the online market segment and focuses on the period from 2018 to 2022.

3. **Methodology**
The research methodology involves a combination of quantitative and qualitative data analysis. Quantitative data is derived from online surveys and social media analytics, while qualitative data is obtained through focus group discussions and interviews with industry experts.

4. **Data Collection**
Data collection was conducted through various channels, including online surveys, social media monitoring, and direct interviews. The data was collected over a period of 18 months, ensuring a robust and diverse dataset for analysis.

5. **Analysis and Findings**
The analysis reveals that digital marketing strategies, particularly content marketing and social media engagement, have significantly influenced consumer behavior. Key findings include a shift in consumer preferences towards personalized and interactive content, and a notable increase in brand loyalty driven by digital marketing efforts.

6. **Conclusion**
In conclusion, the study demonstrates the critical role of digital marketing in shaping consumer behavior in the modern market. The findings suggest that businesses should continue to invest in digital marketing strategies to maintain a competitive edge and foster long-term customer relationships.

Vista previa



Vista previa

1. **CONCEPTO DE PLAN DE MARKETING**
Es un documento que define la estrategia de marketing de una empresa para un periodo determinado de tiempo.

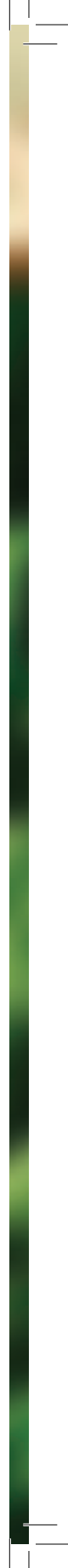
2. **OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING**
El plan de marketing debe tener como objetivo principal el aumento de las ventas y la rentabilidad de la empresa.

3. **ETAPAS DEL PLAN DE MARKETING**
El plan de marketing se desarrolla en varias etapas, desde la definición de los objetivos hasta la implementación de las acciones.

4. **ANÁLISIS DEL ENTORNO**
Antes de elaborar el plan de marketing, es necesario analizar el entorno de la empresa, tanto interno como externo.

5. **ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING**
Una vez analizado el entorno, se procede a elaborar el plan de marketing, definiendo las estrategias y tácticas a seguir.

Vista previa



Vista previa



El primer paso es identificar el problema que se quiere resolver. Esto puede ser un desafío, ya que a menudo no es evidente cuál es el problema real. Una vez que se ha identificado el problema, se puede comenzar a buscar soluciones.

Una vez que se ha identificado el problema, se puede comenzar a buscar soluciones. Esto puede ser un desafío, ya que a menudo no es evidente cuál es el problema real. Una vez que se ha identificado el problema, se puede comenzar a buscar soluciones.

Una vez que se ha identificado el problema, se puede comenzar a buscar soluciones. Esto puede ser un desafío, ya que a menudo no es evidente cuál es el problema real. Una vez que se ha identificado el problema, se puede comenzar a buscar soluciones.

lista@previa

Introduction to the course

THE COURSE
OBJECTIVES
AND
STRUCTURE

THE COURSE
OBJECTIVES
AND
STRUCTURE

THE COURSE
OBJECTIVES
AND
STRUCTURE



visite preview

Vista previa