FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de un manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación

Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Cristy Joanna Guzmán Mármol

Carné: 21000516

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Diseño de un manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

Cristy Joanna Guzmán Mármol

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General, Dr. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Guatemala 15 de abril de 2024

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE SEÑALÉTICA PARA ESTABLECER UNA COMUNICACIÓN VISUAL EFECTIVA, FACILITANDO LA ORIENTACIÓN DEL TURISMO EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

Cristy Joanna Guzmán Mármol
21000516

Licda. Claudia Ruíz Marchena
Asesora

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2024

Señorita:
Cristy Joanna Guzmán Mármol
Presente

Estimada Señorita Guzmán:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN MAÑUAL DE SEÑALÉTICA PARA ESTABLECER UNA COMUNICACIÓN VISUAL EFECTIVA, FACILITANDO LA ORIENTACIÓN DEL TURISMO EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz Marchena, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Galileo UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 09 de diciembre de 2024

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE SEÑALÉTICA PARA ESTABLECER UNA COMUNICACIÓN VISUAL EFECTIVA, FACILITANDO LA ORIENTACIÓN DEL TURISMO EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA.** Presentado por la estudiante: Cristy Joanna Guzmán Mármol, con número de carné: *21000516*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Claudia Ruiz Marchena
Asesora

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 31 de julio de 2025

Señorita
Cristy Joanna Guzmán Mármol
Presente

Estimada Señorita Guzmán:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 5 de noviembre de 2025.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE UN MANUAL DE SEÑALÉTICA PARA ESTABLECER UNA COMUNICACIÓN VISUAL EFECTIVA, FACILITANDO LA ORIENTACIÓN DEL TURISMO EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA.** De la estudiante Cristy Joanna Guzmán Mármol, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.

Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo

Galileo UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 20 de noviembre de 2025

Señorita:
Cristy Joanna Guzmán Mármol
Presente

Estimada Señorita Guzmán:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE SEÑALÉTICA PARA ESTABLECER UNA COMUNICACIÓN VISUAL EFECTIVA, FACILITANDO LA ORIENTACIÓN DEL TURISMO EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA.** Presentado por la estudiante Cristy Joanna Guzmán Mármol, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios, por darme la vida, salud, trabajo y permitirme concluir mis estudios. Por ser quien me ha acompañado y darme la fuerza y sabiduría para permitirme a terminar este trabajo.

A mi familia, que siempre me apoyó en todo momento, a pesar de las adversidades. Principalmente a mi madre, quien estuvo conmigo y me acompañó durante estos cuatro años de carrera, dándome palabras de aliento y recordándome su orgullo hacia mí.

A mis amigos y pareja por ser quienes estuvieron para alentarme en este proceso y darme su mano, amor y apoyo en todo momento.

A mis catedráticos que abrieron mi mente y dejaron la semilla del conocimiento que hoy germina y que me ayudará a desenvolverme en mi vida profesional.

A mi asesora quien me acompañó en este proceso, por el tiempo dedicado, comprensión, paciencia, ayuda a lo largo del proceso de elaboración de este proyecto.

A la Universidad que me acogió en sus brazos y me dejó las herramientas necesarias para enfrentarme a un mundo cambiante.

Por último, a mi persona, por ser resiliente, paciente, dedicada y decidida durante estos cuatro años. Porque a pesar de la carga que pudo haber enfrentado en el camino, no se rindió y luchó para cumplir esta meta.

Resumen

A través del acercamiento con el Aeropuerto Internacional La Aurora, se identificó que carece de un manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, que facilite la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar el manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó un manual de señalética para el Aeropuerto Internacional La Aurora, orientado a mejorar la experiencia del turismo nacional. Este proyecto integró la identidad visual del aeropuerto, aplicada mediante un análisis de principios clave como legibilidad, jerarquía y usabilidad, para garantizar un diseño claro y funcional. Los prototipos desarrollados priorizan la visibilidad y coherencia, ofreciendo una señalización efectiva que refuerza la imagen del aeropuerto como un espacio accesible y organizado, y se recomendó al Aeropuerto Internacional La Aurora, colocar el material en las áreas especificadas dentro del manual de señalética.

Para efectos legales únicamente la autora, CRISTY JOANNA GUZMÁN MÁRMOL es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

La autora también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de licenciado en Comunicación y Diseño.

Índice

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

Introducción

El Aeropuerto Internacional La Aurora ha ofrecido al turismo nacional sus servicios desde el año 1945. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con un manual de señalética. Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de manual de señalética establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

Para crear el concepto creativo se usará el método de "seis sombreros para pensar" y, a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

Por lo tanto se diseñará un manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

CAPÍTULO II

PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

El Aeropuerto Internacional La Aurora de Guatemala, no cuenta con un manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva y facilitar la orientación del turismo. La falta de comunicación visual efectiva y estandarizada, genera confusión y dificulta la experiencia dentro del Aeropuerto.

Es por eso que se busca la fácil orientación de los pasajeros dentro de sus instalaciones y contribuya a una experiencia coherente y significativa para el turismo nacional, donde los aspectos visuales y conceptuales trabajen de manera armoniosa y efectiva.

Contexto

El Aeropuerto Internacional La Aurora de Guatemala fue fundado en el año 1945 durante el gobierno del presidente Jorge Ubico, el cual inicialmente funcionó como base de operaciones para la Fuerza Aérea Guatemalteca. Desde entonces, ha experimentado varias expansiones y mejoras para adaptarse al crecimiento del tráfico aéreo y cumplir con los estándares internacionales de aviación; incluyendo terminales, pistas y modernización de equipos.

En los últimos años se han realizado cambios significativos, con el fin de mejorar la experiencia del turismo nacional y cumplir con los estándares internacionales de seguridad y eficiencia. Sin embargo, enfrenta desafíos en su sistema de señalética debido al alto flujo de pasajeros y la complejidad de sus áreas y ambientes de las instalaciones.

Requerimiento de Comunicación y Diseño

El Aeropuerto Internacional La Aurora de Guatemala, carece de un manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

Justificación

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

Magnitud

La problemática relacionada con el manual de señalética en el Aeropuerto Internacional La Aurora de Guatemala impacta significativamente a una gran cantidad de personas. Con una población total de 17,109,746 habitantes en la República de Guatemala, la Ciudad de Guatemala alberga a 1,221,739 personas, constituyéndose como la zona con mayor densidad poblacional del país. Siendo el único aeropuerto internacional en la ciudad, el Aeropuerto Internacional La Aurora es el punto de entrada y salida para un gran número de residentes y visitantes. Con una afluencia estimada de 400,000 de usuarios al mes, la necesidad de una señalética clara y efectiva se vuelve aún más relevante.

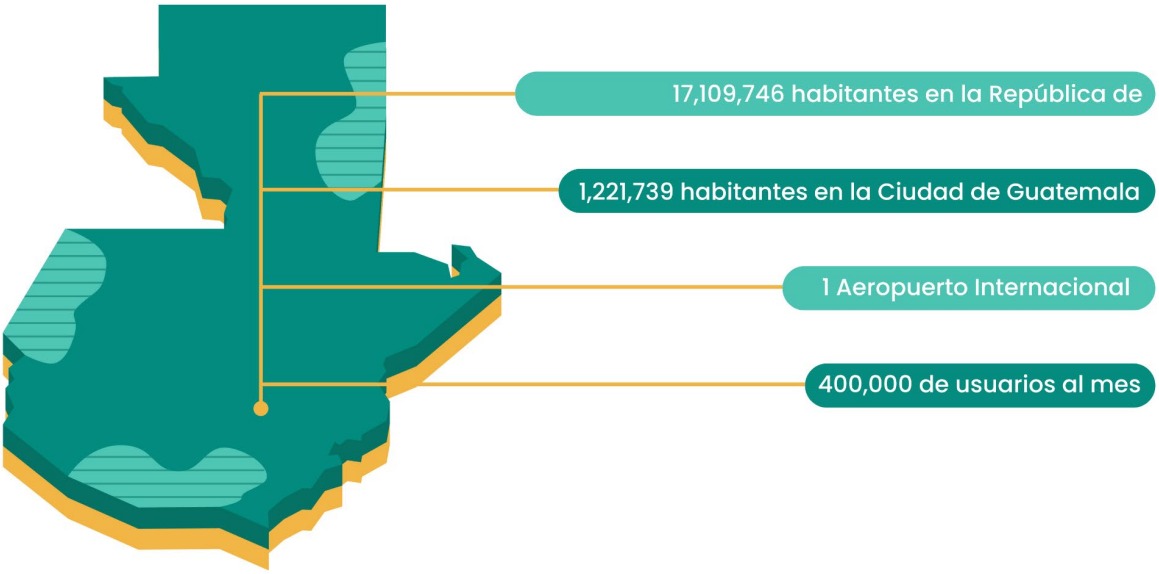


Figura 1. Realizada por Cristy Guzmán. Gráfica de magnitud.

Vulnerabilidad

La carencia de un manual de señalética adecuado en el Aeropuerto Internacional La Aurora dificulta la orientación en áreas y ambientes internos e impacta negativamente la experiencia y percepción del turismo nacional.

Trascendencia

Con la intervención del diseño del manual de señalética para el Aeropuerto Internacional La Aurora, se busca mejorar la orientación, reducir retrasos y confusiones del turismo nacional en las diferentes áreas y ambientes.

Factibilidad

La efectividad del diseño del manual de señalética para el Aeropuerto Internacional La Aurora, se requiere una minuciosa planificación, organización y asignación de recursos

humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos. A continuación, se detallan los recursos necesarios para la realización de este proyecto.

Recursos Humanos. La realización del diseño del manual de señalética requiere una variedad de recursos humanos, esto incluye personal de diseño gráfico y comunicación visual para la creación de la señalética, ingenieros, arquitectos y técnicos para la instalación y mantenimiento de las señales, y personal administrativo para la coordinación y financiamiento del proyecto. La participación de estos recursos humanos garantizan una implementación eficiente y efectiva de la señalética, así como una experiencia satisfactoria para el turismo nacional.

Recursos Organizacionales. La disponibilidad y participación de los ejecutivos del Aeropuerto Internacional La Aurora, son fundamentales para autorizar al personal de la empresa a proporcionar toda la información necesaria para llevar a cabo el proyecto y garantizar una ejecución efectiva, así como la adquisición de los recursos necesarios para cumplir con el objetivo.

Recursos Económicos. La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

Recursos Tecnológicos. El Aeropuerto Internacional La Aurora cuenta con todo el equipo y las herramientas necesarias para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computadora HP ENVY 360
- Programas de diseño Adobe

CAPÍTULO III

OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del diseño

El objetivo general

Diseñar el manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, para facilitar la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

Los objetivos específicos

Recopilar toda la información necesaria de la identidad visual de la marca del Aeropuerto Internacional La Aurora, mediante la información proporcionada por el cliente por medio del brief, para aplicarla en el diseño del manual de señalética y permitir que el turismo nacional tenga una experiencia consistente y satisfactoria.

Investigar conceptos, términos, teorías y tendencias de diseño, como legibilidad, jerarquía visual, tipografías, colores y usabilidad, a través del análisis de fuentes especializadas en diseño gráfico y señalética, para comprender de manera efectiva los principios fundamentales de la señalética y crear un manual claro, intuitivo y coherente para el turismo nacional.

Ilustrar prototipos de señalética que incorporen la identidad del Aeropuerto Internacional La Aurora de manera efectiva, por medio de herramientas de diseño, considerando aspectos de legibilidad y visibilidad para garantizar una señalización clara y comprensible para los el turismo nacional.

CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de Referencia

Información general del cliente

El Aeropuerto Internacional La Aurora, fue fundado en el año 1945 durante el gobierno del presidente Jorge Ubico, el cual inicialmente funcionó como base de operaciones para la Fuerza Aérea Guatemalteca. Actualmente, es el principal centro de transporte aéreo de Guatemala y ofrece una amplia gama de servicios para pasajeros y carga, siendo un punto vital de entrada y salida para viajes nacionales e internacionales.

Misión

Proporcionar servicios de transporte aéreo seguros y eficientes, facilitando la conectividad nacional e internacional para impulsar el desarrollo económico y turístico de Guatemala.

Visión

Excelencia operativa y posicionamiento como centro de conexión líder en la región centroamericana, contribuyendo al desarrollo y proyección internacional de Guatemala.

FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
● Ubicación estratégica como principal aeropuerto de Guatemala. ● Conexiones aéreas con destinos internacionales clave. ● Compromiso con la seguridad y eficiencia operativa.	● Expansión de rutas y conexiones aéreas. ● Modernización de infraestructuras y servicios. ● Desarrollo de alianzas estratégicas con aerolíneas y otros aeropuertos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
● Limitaciones en la infraestructura del aeropuerto. ● Retos en la gestión de la seguridad y eficiencia operativa en un entorno cambiante. ● Dependencia de la situación política para el funcionamiento adecuado.	● Inestabilidad política y social que afecte el turismo y transporte aéreo. ● Impacto de eventos inesperados como desastres naturales o crisis sanitarias. ● Limitaciones en la infraestructura del aeropuerto.

Figura 2. Realizada por Cristy Guzmán. FODA.

Organigrama

Figura 3. Realizada por Cristy Guzmán. Organigrama del Aeropuerto Internacional la Aurora.

Ver brief completo en Anexo 1.

CAPÍTULO V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 25 a 35 años de edad, con un nivel socioeconómico B, que disfruta de viajes por motivo de turismo en el interior o exterior, por placer, negocios, visitas familiares, estudios o eventos.

Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en la Ciudad de Guatemala, situada en América Central, su área metropolitana cubre alrededor de 996 km cuadrados y alberga aproximadamente 3 millones de habitantes. En términos de idioma, el español es el idioma oficial sin embargo también se hablan lenguas indígenas como el quiché, kaqchikel, mam, entre otras.

La geografía de Guatemala ofrece una variedad de climas tropicales y se presentan únicamente dos estaciones; verano e invierno, con temperaturas moderadas durante todo el año debido a su altitud.

Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres en edades comprendidas entre los 25 y 35 años de edad, con un nivel socioeconómico B, según la tabla de niveles socioeconómicos 2018/Multivex, que cuentan con un ingreso familiar promedio al mes de Q61,200.00, asimismo, con un nivel educativo superior como Licenciatura, Maestría o Doctorado. Se desarrollan profesionalmente como empresarios, ejecutivos y directivos de alto nivel, profesionales en la salud y tecnología, y comerciantes.

Viven en una casa o departamento de lujo, propio o financiado, con 3 o 4 habitaciones, de 2 a 3 baños, 2 salas, estudio, área de servicio separada y garaje para 2 a 4 vehículos. Cuentan con

otras propiedades como terrenos, casas o inmobiliarios cerca de costas o en el área metropolitana. Además poseen vehículos de 2 a 3 años, asegurados contra todo riesgo.

	1,10%
CARACTERÍSTICAS	**NIVEL B**
Ingresos	**Q61,200.00**
Educación padres	Superior, licenciatura, maestría o Doctorado.
Educación hijos	Hijos menores en colegios privados caros, mayores en universidades locales y post grado en el extranjero.
Desmpeño	Empresario, ejecutivos de alto nivel, profesional, comerciantes.
Vivienda	Casa/departamente de lujo en propiedad, financiado, 3-2 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos.
Otras propiedades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas.
Personal de servicio	1-2 personas de tiempo completo, chofer.
Servicios financieros	2-3 cuentas Q monetarias y ahorro, plazo fijo, TC intl, seguros y cuentas en US$.
Posesiones	Autos de 2-3 años asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto.
Bienes de comodidad	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, máquinas de lavar y secar platos, ropa, computadora, internet, portón eléctrico y todos los electrodomésticos. Todos los servicios de internet.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior.

Figura 4. Realizada por Cristy Guzmán. Tabla de NSE.

Ver tabla completa de NSE en Anexo 2.

Perfil psicográfico

El grupo objetivo valoriza la educación como pilar para el éxito personal y profesional, cuentan con una mentalidad ambiciosa y orientada a lograr sus objetivos. Tienden a buscar la calidad de vida y sofisticación en sus experiencias y posesiones.

En cuanto intereses y pasatiempos, disfrutan de actividades culturales como visitas a museos y galerías de arte, también cuentan con interés en la gastronomía y recurren a restaurantes de alta gama. El gusto por los viajes y el turismo también es prominente, buscan explorar nuevos destinos tanto fuera como dentro del país.

Este grupo, cree en el valor del trabajo y diversión, disfrutan de actividades familiares como cenas, salidas recreativas, así como eventos de trabajo o educativos que aporten a su crecimiento profesional. Se caracteriza por sus valores sólidos familiares y religiosos, su compromiso con el trabajo y la diversión, y la frecuencia en la que participan en actividades que fomenten su sentido de pertenencia en la comunidad y bienestar personal.

Perfil conductual

El grupo objetivo valora la claridad, la simplicidad y la eficiencia. Este grupo tiende a buscar servicios de alta calidad, valoran la excelencia y sofisticación, por lo que se disponen a invertir en servicios que reflejen estos estándares.

Antes de adquirir un producto o servicio, buscan información detallada sobre los mismos, consideran los beneficios y también se ven influenciados por recomendaciones de amigos, familiares u opiniones públicas. Valorizan la confiabilidad, seguridad y el servicio al cliente, y están dispuestos a recomendar y promover el servicio que recibieron.

Este grupo considera la señalización como una herramienta esencial para optimizar y facilitar su experiencia de viaje, minimizar el estrés y la confusión al momento de navegar en un entorno aeroportuario. Por lo tanto, valoran una señalización que les brinde direcciones claras y concisas. Además, suelen ser receptivos a la innovación y diseño de la señalización, por lo que esperan que refleje los estándares de calidad y profesionalismo, valorando la estética visual y coherencia en el diseño como elementos que mejoren su experiencia de viaje y contribuyan a una impresión agradable del aeropuerto.

CAPÍTULO VI

MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

Institución pública

Según el Ministerio de Finanzas Públicas (2007), una institución pública es un organismo que realiza actividades de interés público en el país y que por orden de la Constitución, es fundamental para el funcionamiento del Estado.

En el clasificador del Sector Público guatemalteco, son consideradas instituciones públicas todas aquellas organizaciones que forman parte del Gobierno General y las empresas públicas.

Aeródromo

Según la Universidad Nacional Autónoma de México (s.f.), es una extensión de tierra o agua la cual fue adaptada para la llegada, salida y movimiento de aeronaves, esta adaptación puede ser total o parcial.

Aeropuerto

Es un aeródromo de servicio público que ofrece una variedad de servicios como el embarque de pasajeros y carga, aduanas, emergencias médicas, extinción de incendios, seguridad aeroportuaria, escuelas de vuelo y cualquier otra función necesaria dentro del ámbito de la aviación.

Los aeropuertos se pueden clasificar en tres categorías en función a sus principales actividades como por ejemplo, aeropuertos de aviación militar, comercial o general. De igual

manera, existen aeropuertos mixtos donde estas tres clasificaciones trabajan en conjunto. (Conforti, 2020)

Aeropuerto Internacional. "Todo aeropuerto designado por el Estado contratante en cuyo territorio está situado, como puerto de entrada o salida para el tráfico aéreo internacional, donde se llevan a cabo los trámites de aduanas, inmigración, sanidad pública, reglamentación veterinaria y fitosanitaria, y procedimientos similares." (Dirección General de Aeronáutica Civil, 2005)

Turismo

Es una actividad que realizan las personas en la cual abandonan temporalmente el lugar de residencia habitual y se desplazan a un lugar en específico o distintos lugares por motivos de placer o recreación, negocios, trabajo, estudios, etcétera; por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año.

El turismo también comprende el conjunto de actividades que las personas realizan durante sus viajes, en lugares distintos al de su entorno habitual. (Castro, 2006)

Aerolíneas

Según Air Cargo Latin America (s.f.), las aerolíneas son empresas dedicadas al traslado de pasajeros, carga o correo. Algunas operan con un horario de vuelos establecido y otras trabajan de manera independiente y sus horarios son operados según los clientes que las contratan. Dependiendo del tamaño de la red de rutas que operan se pueden clasificar entre aerolíneas regionales o de red.

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Comunicación. La comunicación es un proceso esencial que ha acompañado a la humanidad desde sus inicios. A lo largo de la historia, el ser humano ha desarrollado la habilidad del lenguaje que facilita la socialización y permite la expresión de pensamientos, ideas y sentimientos. Este proceso facilita el intercambio de información entre el emisor y receptor donde ambos intercambian mensajes. (Gómez, 2016)

Principales autores de la comunicación.

Paul Watzlawick. La comunicación es algo que no es posible evitar, cualquier comportamiento, verbal o no verbal, comunica algún mensaje. Esto incluye el silencio que puede comunicar un mensaje hacia los demás. La comunicación no solo se logra intencional o conscientemente, sino que se logra cuando hay un entendimiento mutuo entre las personas involucradas. (Watzlawick, 2014)

Claude Shannon y Warren Weaver. La comunicación se divide en seis elementos fundamentales los cuales son: la fuente de información, el transmisor, la señal, la fuente de ruido, el receptor y el destino. Estos seis elementos conforman un modelo de comunicación que permite estudiar la cantidad de información que hay en un mensaje y describe la comunicación como la transferencia de información a través de un canal. (Shannon & Weaver, 1948)

Proceso de comunicación.

Según KOIWE Recursos Humanos, (s.f) el proceso de comunicación es cuando el "emisor" transmite un mensaje al "receptor" por medio de una canal. Este proceso está conformado por sies elementos fundamentales los cuales son:

Emisor. Según KOIWE Recursos Humanos, (s.f) es quién transmite el mensaje hacia uno o varios destinatarios.

Codificación. Es el procedimiento por medio del cual el emisor prepara el mensaje que quiere ser transmitido al receptor. Este procedimiento puede variar dependiendo de lo que se quiere comunicar, del canal por el cual se transmitirá, el momento y del lenguaje utilizado por ambas partes. (KOIWE Recursos Humanos, s.f.)

Mensaje. Es el contenido que el emisor transmite al receptor con un propósito específico. Para que el mensaje pueda ser transmitido e interpretado de manera correcta, el emisor debe conocer el lenguaje, conocimientos y cultura del receptor. El mensaje debe ser claro y útil para que el destinatario pueda comprender. (KOIWE Recursos Humanos, s.f.)

Canal. Según KOIWE Recursos Humanos (s.f.), "Es el medio a través del cual el mensaje llega al destinatario, como ser: cartas, teléfono, radio, diarios, correos electrónicos, revistas, conferencias, etc."

Decodificación. Es un proceso que implica que el receptor comprenda el mensaje recibido. Para que este proceso sea exitoso, el emisor debe estar familiarizado con los códigos del receptor y este debe saber interpretar tanto el lenguaje verbal como no verbal. Así mismo, los

factores en el ambiente juegan un papel importante y pueden afectar este proceso. (KOIWE Recursos Humanos, s.f.)

Receptor. Es quien recibe el mensaje que manda el emisor. Puede ser un individuo o un grupo de individuos. Al recibir el mensaje, el receptor debe empezar el proceso de decodificación y responder. Al igual que el emisor, el receptor debe estar familiarizado con los códigos del emisor. (KOIWE Recursos Humanos, s.f.)

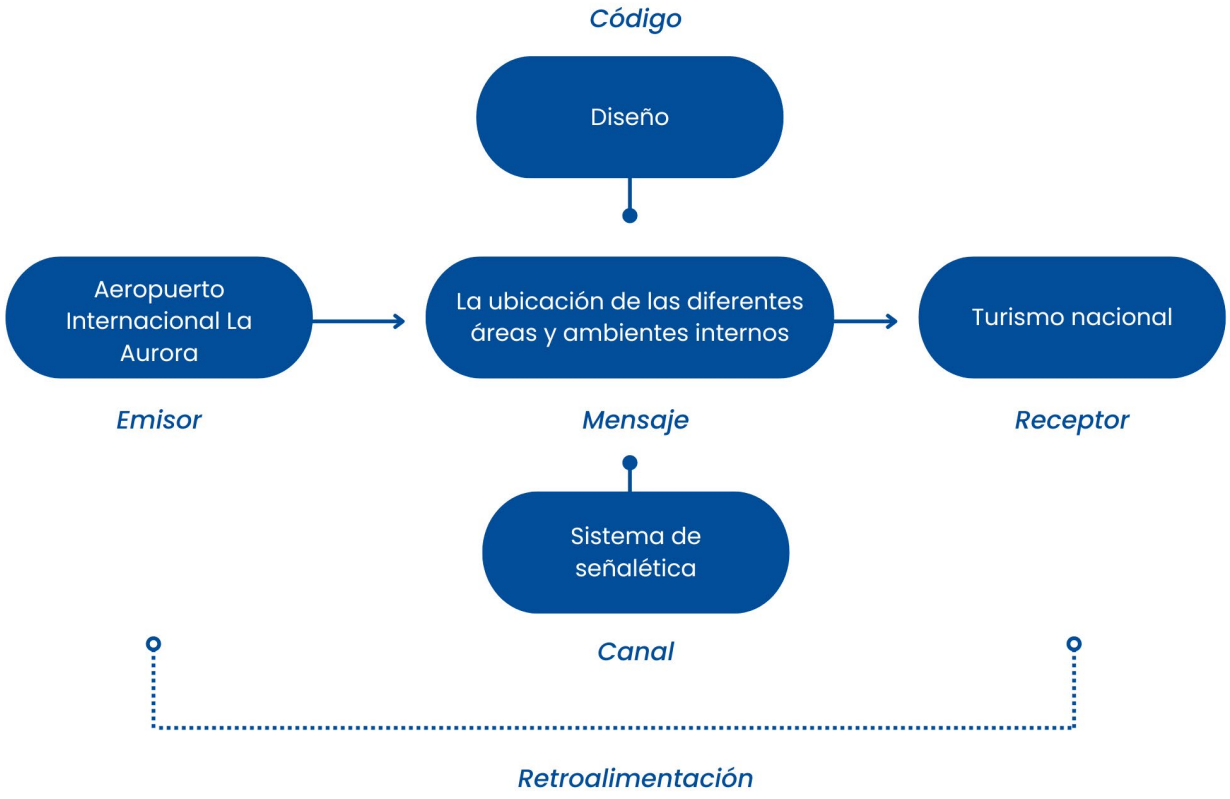


Figura 5. Esquema de proceso de comunicación. Elaborado por Cristy Guzmán.

Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

Diseño. Es un proceso creativo que busca la resolución de problemas a través de la creación de objetos, sistemas o experiencias que resulten funcionales y estéticamente agradables. Este proceso creativo, implica varias fases, desde la investigación, análisis, desarrollo y ejecución de las propuestas, tomando en cuenta las necesidades de la problemática identificada. (Ramos, 2016)

Principales autores del diseño.

Massimo Vignelli. Él se basaba en la creencia de que el diseño debe ser atemporal y comprensible universalmente. Se enfoca en captar la esencia de transmitir un mensaje por medio de formas y colores, eliminando elementos que puedan distraer al receptor. Este enfoque se ve reflejado en su lema: "El diseño es uno. La disciplina es una." (Escuela Superior de Arte y Diseño de Andalucía, 2023)

Paul Rand. Rand conceptualizaba el diseño como simple y claro. Su idea consiste en captar la esencia de una idea o mensaje de manera clara, con un enfoque minimalista, su capacidad para comunicar la necesidad de una identidad corporativa fueron claves para su éxito como diseñador. Rand sostiene que un logotipo debe de ser diseñado con máxima simplicidad para garantizar que fuera duradero y efectivo. (Estrada, s.f.)

Diseño gráfico. Según David Dabner (2008), el diseño gráfico es una disciplina que comunica por medios y elementos visuales, da voz a ideas nuevas e innovadoras. Mediante principios básicos como la investigación, la tipografía, el color, la fotografía y la composición es

capaz de resolver problemas. El diseño gráfico es una disciplina que cambia y trasciende a través de tendencias y la tecnología, por lo que la producción y la práctica de la misma son casi completamente digitales.

Tipos del diseño.

Diseño de marca. Conocido también como identidad visual, es el campo por el cual se comunica la personalidad y tono de una marca. Los elementos visuales que componen una identidad visual como colores, tipografía, ilustraciones, logotipo, entre otros; son lo que hace reconocible una marca donde quiera que esté. (Santos, 2023)

Diseño de empaque. Se refiere al material del envoltorio de un producto o artículo, el cual también transmite un mensaje para los consumidores, refleja la identidad de la marca y a la vez debe tomar en cuenta que sea útil y cumpla su propósito como empaque, lo cual se logra a través del diseño. (Santos, 2023)

Diseño editorial. Se encarga de la organización de la información en sus páginas, para darles jerarquía, lógica, y que sea legible. También se encarga del diseño de complementos del texto como ilustraciones o imágenes y por medio de los títulos le da coherencia a material como revistas, periódicos, libros, catálogos, entre otros. (Santos, 2023)

Diseño publicitario. Es el encargado de comunicar una campaña, como productos nuevos, promociones, beneficios de un producto o servicio, entre otros; con el fin de estimular su consumo, incrementar el reconocimiento de la marca y fidelizar a los clientes. Comprende métodos tradicionales o digitales y va de la mano con el marketing. (Santos, 2023)

Diseño de interfaz de usuario. El diseño web consiste en organizar los elementos que permiten que un usuario navegue o utilice una aplicación sin complicaciones y sin necesidad de instrucciones, con el fin de que con tan solo minutos de práctica pueda aprovecharla. (Santos, 2023)

Diseño de gráficos en movimiento. Este campo de diseño permite crear contenido audiovisual, se utiliza en videos de animación para presentaciones, secuencias de títulos en películas, presentaciones empresariales, videojuegos, entre otros. También conocido como "motion graphics", emplean imágenes, ilustraciones, fotografías y texto en movimiento para presentar en una pantalla y agregar dinamismo. (Santos, 2023)

Elementos del diseño.

Señalética. Según Costa (2023), "Señalética es una disciplina de la comunicación ambiental y de la información que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos en lugares donde se prestan servicios."

La señalética es más una doctrina y una técnica que una disciplina, ya que es una actividad que conlleva múltiples disciplinas. Actualmente, está en constante desarrollo y tiene múltiples aspectos que cambiar. Asimismo, se considera parte de la comunicación ambiental y no visual ya que se aplica en entornos como arquitectónicos, urbanísticos, paisajísticos, etc. e interactúa con los individuos dentro del mismo. (Costa, 2023)

Según Dobuss (2021), “La señalética es una disciplina centrada en el estudio y análisis de técnicas comunicativas dirigidas a la creación de señales o sistemas de comunicación a través de imágenes.” Estas señales pueden clasificarse de diferentes maneras, dependiendo su objetivo.

- Señalética de orientación: Guía a los individuos en un entorno en concreto.
- Señalética de información: Es la encargada de confirmar la identidad de un espacio.
- Señalética de información: Su objetivo es proporcionar información al individuo, por lo que puede estar ubicada en cualquier sitio, disponible para quien lo necesite.
- Señalética de regulación: Ayuda a evitar problemas con el individuo y pueden ser de prohibición, prevención y de restricción.
- Señalética de dirección: Estas cuentan generalmente con flechas que ayudan al individuo a indicar hacia dónde puede o no dirigirse. (Creativo News, 2021)

La señalética, cuando es empleada de manera correcta, ayuda a comunicarse con el consumidor de manera efectiva e informar sin necesidad de texto, ayuda a que los individuos reconozcan la identidad de la marca y sean capaces de identificar las señales que son enviadas. De igual manera, atrae a clientes potenciales ya que es una buena herramienta para captar su atención. (Dobuss, 2021)

Figura 6. Señalética [Fotografía]. Elaborado por Visualistica (2015). Recuperado de Flickr.

Señalética de orientación. La identificación es el tipo más común dentro del campo de la orientación, ya que dirigen a los individuos a su lugar de destino dentro de un entorno, y de igual manera sirven como punto de referencia de ubicación. Estos podrían indicar, por ejemplo: placas de puerta, marcadores departamentales y puntos de referencia. (Creativo News, 2021)

También Creativo News (2021), menciona que, mientras la señalización de identificación indica una ubicación en específico, la informativa brinda información amplia, refiriéndose a las instalaciones en general, para guiar a los individuos. Estos también podrían informar sobre servicios que se pueden encontrar en el entorno como baños o servicio de Wi-Fi, al igual que información sobre horarios, salidas, elevadores, etc.

Además, Creativo News (2021), afirma que dentro de la señalética de orientación también se encuentra la señalización reglamentaria, la cual es la encargada de la seguridad y responsabilidad; establece límites dentro de sus instalaciones, refuerza reglas y expectativas de privacidad. Algunos ejemplos son: señales de “no fumar”, estándares de cumplimiento, control de acceso, etc.

Cada tipo de señalética de orientación debe complementarse y combinarse con las demás para que pueda cumplir su propósito. Además, debe ser simple y universal para que cualquiera que sea la información o cualquiera que mire la información, sea comprensible y efectiva. (Creativo News, 2021)

Figura 7. Señalética [Fotografía]. Elaborado por Visualistica (2015). Recuperado de Flickr.

Elementos de la señalética

Tipografía. Según McLean (1993), “La tipografía es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa. Comprende, pues, la realización de libros, revistas, periódicos, folletos, opúsculos, pósters, anuncios, cualquier cosa impresa en suma que se comunica a los demás mediante palabras.”

En la señalética, la legibilidad depende de la selección tipográfica, el espacio, la iluminación y la distancia de visualización, siempre tomando en cuenta las normas de la identidad corporativa. Se debe evitar tipografías que imitan la escritura manual, ornamental, fantasiosas o demasiado densas. Las tipografías deben ser lineales, con trazo uniforme y con una proporción adecuada. (Isabel, 2015)

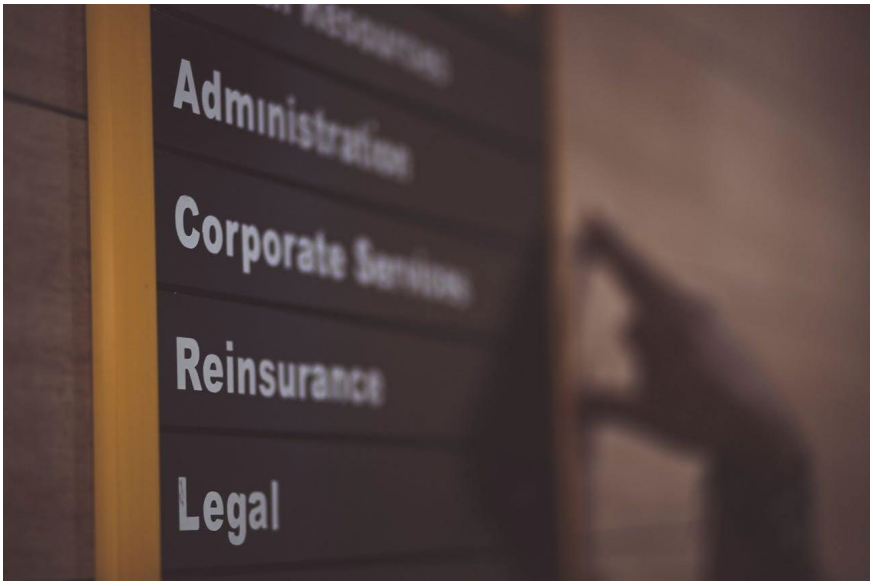


Figura 8. [Fotografía de placa señalética con textos visibles]. Elaborado por Oluwaseun Duncan (2016). Recuperado de Pexels.

Código cromático. Según Rivera (2022), "Comprende los principios y las teorías del color (círculo cromático; colores primarios, secundarios y terciarios; propiedades del color; armonías cromáticas, espectros de color); y sus implicaciones psicológicas."

Para el diseño de señalética, se debe seleccionar un número limitado de colores para diferenciar e identificar lo que se quiere indicar. El color es primordial para la identificación y la identidad por lo que debe ser minuciosamente seleccionado. Es importante tomar en cuenta la psicología del color, su capacidad informativa y su poder para ser recordado. Se prefiere el uso de colores saturados para captar la atención en un entorno con más elementos. (Isabel, 2015)

Pictograma. El lenguaje pictográfico se basa en lo abstracto para proporcionar información gráfica permitiendo al diseñador sintetizar una idea u objeto en una memoria visual clara al espectador. Los pictogramas deben ser sintéticos y expresivos para que puedan ser comprendidos universalmente. Si el pictograma funciona correctamente, debería poder reemplazar la expresión tipográfica. (Isabel, 2015)

Digitalización

La era digital ha hecho que el diseño se adapte a diversos soportes, siempre manteniendo su objetivo principal el cual es promocionar un producto, servicio o marca, mediante la comunicación visual. El diseño gráfico y el diseño digital trabajan de la mano y se complementan, esto ha impulsado la evolución del diseño para adaptarse a múltiples formatos. (UNIR, 2024)

Según Rivera (2023), “La digitalización del diseño abarca varias innovaciones tecnológicas inteligentes que permiten la computación ubicua, recopilación de big data, aprendizaje automático y toma de decisiones autónoma.”

Diagramación

También conocido como “maquetar”, es el oficio dentro del diseño editorial encargado de organizar elementos dentro de un espacio, esto incluye texto, visuales y contenido multimedia. Estos elementos pueden estar presentes en medios impresos o digitales. La diagramación se relaciona estrictamente con la distribución de elementos en un espacio determinado de la página, a diferencia del diseño editorial que abarca fases más amplias de este proceso. (Martin, 2017)

Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

Ciencias Auxiliares

Semiología. Es la ciencia encargada del estudio de los signos, esto incluye lenguas, códigos, señalizaciones, entre otros. También se puede definir a la semiología como “el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos”. (Guiraud, 1979)

Lingüística. Según Gálvez (2021), es la ciencia que estudia todos los aspectos relacionados al lenguaje articulado. Anteriormente, la gramática era la encargada del estudio de la lengua, sin embargo, la lingüística tomó el papel del estudio de la gramática de una lengua, es decir su estructura y cómo funciona. Existen cinco ramas de la lingüística, las cuales se dividen dentro de más ramas; las principales cinco ramas son la fonética, fonología, morfología, semántica y gramática.

Psicología. Es el estudio del comportamiento y la mente humana, cómo funciona y cómo afecta. Abarca todos los aspectos de las experiencias de la persona, desde cómo el cerebro funciona hasta las acciones que toma. Existen diferentes tipos de psicología, por ejemplo: la cognitiva, forense, social y del desarrollo. (Brazier, 2021)

Psicología de la comunicación. Según Torres (2012), "La comunicación es tal vez una de las funciones psicológicas más evidentes del ser humano. Éste comunica ideas, intenciones, deseos, afectos, actitudes, instrucciones, incluso antes de desarrollar un instrumento privilegiado de la comunicación humana: el lenguaje."

Psicología del consumidor. Es una herramienta que las empresas utilizan para entender profundamente lo que su público objetivo desea y necesita. Este conocimiento es esencial para desarrollar estrategias que cumplan la acción de persuadir al consumidor a adquirir sus productos o servicios. Aunque cada individuo tiene sus propios pensamientos, las empresas a través de la psicología del consumidor pueden analizar de manera precisa las características y comportamientos de los consumidores. (Terreros, 2023)

Además, Terreros (2023), menciona que observar el comportamiento de los consumidores, permite crear campañas de marketing más efectivas y personalizadas. La psicología del consumidor no solamente ayuda a entender de mejor manera al público objetivo, sino que también proporciona herramientas para influir en sus decisiones.

Psicología del color. Los humanos somos seres visuales y el color tiene una gran influencia en nuestra mente a la hora tomar una decisión, cambian la percepción e impactan nuestras emociones. Una de las funciones de los colores es conectar a las personas con marcas, expresan identidad y personalidad. Cada color causa una respuesta emocional diferente, por lo

que es importante conocer el efecto de cada color en el comportamiento de un individuo. (Assael, 2021)

Assael (2021), también señala que la psicología del color es el estudio de cómo el comportamiento humano se ve afectado por el color. El color tiene la capacidad de estimular los sentimientos y emociones, despertar deseo, dar la sensación de calma, ira o hacer sentir incómodo al individuo. A continuación se muestran ejemplos de las emociones que provoca cada color:

- Rojo: Transmite fuerza, calor, pasión, energía, desafío, agresión, entre otros. Atrae atención a textos e imágenes y puede ser utilizado para estimular a las personas a tomar una decisión.
- Amarillo: Es un color bastante positivo y provoca emociones agradables, por ejemplo la felicidad, optimismo y amabilidad. Sin embargo también puede evocar ansiedad y miedo.
- Naranja: Transmite seguridad, calidez, confort, frustración e inmadurez. Da la sensación de calor, es bastante llamativo y se puede utilizar para la promoción de alimentos o juguetes ya que es bastante aceptado por los jóvenes.
- Verde: Es un color relajante para el ojo humano, transmite estabilidad y resistencia, se puede utilizar para expresar equilibrio, armonía, naturaleza o paz.
- Azul: Produce un efecto positivo en el cuerpo humano, da calma, disminuye el metabolismo, transmite confianza y seguridad. Se debe evitar para promover alimentos ya que es un color que apacigua el apetito.

- Morado: Transmite lujo, visión, verdad, decadencia y supresión. Se puede utilizar para comunicar sabiduría, imaginación y creatividad.
- Negro: Es un color sofisticado, generalmente tiene una connotación negativa como al miedo, muerte y lo desconocido. Sin embargo es un color elegante que transmite protección y glamour.
- Blanco: Es considerado el dolor de la perfección, representa la fe y se asocia con elementos positivos como la salud y juventud. También transmite pureza, limpieza, claridad y simplicidad. (Assael, 2021)

Psicología organizacional. Es la disciplina encargada del estudio y comprensión del comportamiento de los individuos en un ambiente laboral. Se enfoca en su desempeño, interacciones y la cultura empresarial. Su objetivo es optimizar el lugar de trabajo, velando por el bienestar de los colaboradores y contribuir al éxito de la organización. Se busca motivar, facilitar, fortalecer y aumentar la satisfacción laboral. (Aicad Business School, 2020)

Los profesionales que se enfocan en este campo, utilizan técnicas psicológicas y estrategias para alinear los objetivos de la organización con las aspiraciones de los colaboradores. Esta rama interfiere en áreas como:

- Evaluación del ambiente laboral y cultura organizacional-
- Desarrollo de equipos.
- Implementación de políticas que beneficien al personal en el bienestar y salud.
- Optimizar procesos de selección y capacitación. (Aicad Business School, 2020)

Psicología audiovisual. Según Fernández (2017), "Es la rama de la psicología que investiga la relación bidireccional entre psicología y artes audiovisuales y escénicas y aplica metodologías de intervención que integran los dos campos de estudio."

La intervención psicológica en el ámbito audiovisual, busca brindar a las personas recursos y referencias personales que promuevan el cambio personal y potencien la creatividad. Asimismo, brinda muchas oportunidades para alcanzar el bienestar psíquico, creativo y emocional. (Viartola, 2020)

Antropología. Es un campo amplio que estudia al ser humano. Algunos antropólogos estudian objetos de antiguas civilizaciones, estos recolectan información sobre las culturas, ideas, creencias y habilidades que fueron plasmadas por las personas en sus diseños. (Reyero, 2017)

En el diseño, se pueden incorporar métodos antropológicos que permiten comprender profundamente las estructuras particulares y diferencias de un grupo social en específico, con el fin de crear una interacción eficiente a través del diseño. La antropología ayuda a comprender e interpretar a las personas, desarrollando estrategias precisas de comunicación, adaptadas al contexto del grupo que se está estudiando. (Guerrini, 2015)

Sociología. Disciplina que estudia al ser humano en la sociedad, es decir sus hábitos, vínculos, valores, etc. Es la encargada de establecer y comprender cómo funciona. Estudia a los individuos, las familias o las comunidades, se interesa por el órden social, los vínculos interpersonales, las instituciones sociales y las normal. (González, 2022)

También, González (2022), menciona que hay dos características principales dentro de la sociología, principalmente, que se enfoca en lo cotidiano, en lo "real", y que la sociología

entiende que dentro de toda acción e interacción social existe una dimensión que no se ve, en una dimensión simbólica.

Artes

Arquitectura. Según Durand (1834), es el arte de componer y de realizar todos los edificios públicos y privados. Para que un edificio sea conveniente es preciso que sea sólido, salubre y cómodo."

Es un arte funcional antes de una actividad. En el mundo contemporáneo, la arquitectura es el creador de un universo de formas, lucha por mejorar el entorno y crear espacios y ambientes que expresen y sirvan para la sociedad. Es un proceso en el que ocurre una unión entre la mente y un lugar, es dejar huellas de nuestro pensamiento en el mundo, a través de construcciones. (Muñoz, 2007)

Teorías

Teoría del color. Según Villalobos (2021), "La teoría del color es una guía que estandariza todo lo que sabemos sobre el color: definiciones, categorías, relaciones y efectos para su aplicación en las artes visuales, diseño de interiores y diseño gráfico."

También se menciona que, en el diseño gráfico, existen tres elementos importantes que se deben considerar para complementar visualmente los diseños. Estos son el contraste, la nitidez y el balance. Asimismo, existen tipos de colores en la teoría del color:

- Colores primarios: Son los que no se pueden crear al combinar otros colores. Rojo, amarillo y azul, estos son la base del círculo cromático y del resto de colores, a partir de estos se pueden explorar otros tonos y matices.

- Colores secundarios: Son los que se forman de la combinación de los colores primarios. Naranja, morado y verde.
- Colores terciarios: Son el resultado de la combinación de un color primario con un secundario, siempre y cuando siga el orden del círculo cromático. Estos son: magenta, bermellón, violeta, turquesa, ámbar y cartujo. (Villalobos, 2021)

A parte de los colores primarios, secundarios y terciarios, se debe tomar en cuenta que existen tonos, tintes, matices y sombras. Estos permiten crear variaciones y profundidad en los colores.

- Tono: Es un sinónimo de la palabra “color”.
- Sombra: Es el color que se obtiene al agregar negro a cualquier tono.
- Matiz: Es cuando se mezcla blanco a un color.
- Tonalidad: Se puede agregar blanco y negro a un mismo color para crear una saturación diferente. (Villalobos, 2021)

Villalobos (2021), también establece que existen dos modelos dentro de la teoría del color. Estos modelos se utilizan dependiendo del formato en el que se presente, ya sea digital o impreso:

- CMYK: Se refiere a las iniciales de Cian, Magenta, Amarillo (*yellow*) y Key, que se refiere a negro. Este es el modelo de sustracción del color, es decir que se sustraen colores para que el resultado sea blanco. Este modelo se utiliza para medios impresos.
- RGB: Se refiere a las iniciales de Rojo, verde (*green*) y azul (*blue*). Este es el modelo de adición de color, lo que significa que entre más colores se agregren, más cerca se está del blanco. Este modelo se utiliza para medios digitales.

Teoría de la Gestalt. Es la explicación de cómo los seres humanos perciben la realidad a través de estímulos visuales. La mente, subjetivamente, puede ver más allá de lo que se presenta visualmente, ya que siempre intenta simplificar y organizar imágenes complejas. (Cortázar, 2022)

También se menciona que existen principios en esta teoría, los cuales son:

- Aparición: Proceso por el cual se forman patrones completos a partir de formas simples. Al decodificar un objeto, primero se reconoce su contorno o silueta y se compara con objetos conocidos para determinar lo que se está viendo.
- Cosificación: Es cuando el objeto que percibimos tiene menos información que el patrón que ya conocemos y está almacenado en la mente. Sin embargo, se es capaz de identificar lo que vemos al conectar los patrones memorizados; no siempre se encuentra una coincidencia exacta pero se busca lo más cercano.
- Multiestabilidad: Se refiere a que algunos objetos pueden ser percibidos de más de una forma.
- Invariabilidad: Es la habilidad de reconocer objetos simples sin importar su posición, tamaño o ángulo. Esto se debe a que se ha desarrollado la habilidad de reconocerlos a pesar de que su apariencia cambie. (Cortázar, 2022)

Cortázar (2022), también menciona que existen ocho leyes de Gestalt las cuales son: La ley de proximidad, ley de semejanza, ley de cierre, ley de continuidad, ley de simetría, ley de pregnancia, ley de dirección común y ley de figura y fondo.

Figura 9. [Ejemplificación de las leyes de la Gestalt]. Elaborado por Jaime P. Llasera (2021). Recuperado de Imborrable.

Tendencias

Diseño modular. Es la creación de elementos o sistemas a partir de módulos u otros elementos separados y que pueden ser combinados o ensamblados de distintas formas. Este diseño permite que el elemento o sistema sea más flexible y eficiente en el proceso de la fabricación, instalación y reparación. Se puede utilizar en distintos campos como la arquitectura o ingeniería. (Baez, 2023)

El diseño modular tiene varias ventajas tanto para quien lo produce como para quien lo utiliza, ya que tiene un ciclo de vida más extenso. Principalmente, los costos de producción son

más reducidos ya que tiene un enfoque de diseño en el que el elemento o sistema se divide en distintas piezas que pueden funcionar tanto independientemente como en conjunto con las demás. Este diseño se caracteriza por lo funcional que es y porque se puede aplicar en distintos campos. (Asión, s.f.)

Señalética modular. Está compuesta por sistemas de elementos independientes que pueden ser ensamblados y combinados entre sí para crear soluciones de señalización. Es versátil y fácil de actualizar. Algunas ventajas del diseño modular en la señalética son:

- Brindan una imagen contemporánea
- Es fácil de cambiar y actualizar
- Brindan infinidad de soluciones
- Son de alta resistencia y calidad (Innovación Gráfica, 2018)

Figura 10. Realizada por Cristy Guzmán. Tablero de la tendencia Diseño Modular.

Minimalismo. Se puede definir como lo reducido a lo esencial, enfocándose en elementos que son de utilidad y descartando los que no. Busca eliminar elementos que puedan distraer al objetivo y debe ser firme y organizado. Se piensa que el minimalismo se enfoca en utilizar una paleta de colores neutros, sin embargo, en realidad se enfoca en no saturar con colores que puedan distraer del objetivo. (Cok, 2024)

Cok (2024), también menciona que el minimalismo "usa lo justo para llegar a comunicar un mensaje de manera directa. Deja espacios en blanco para que destaquen elementos

fundamentales por contraste, un ejemplo son los logotipos sobre fondos sin textura, fondos planos y casi vacíos que permiten que las imágenes destaquen, se luzcan."

Entre los puntos claves para un diseño minimalista, se puede mencionar:

- Evitar el uso de ornamentación excesiva e innecesaria, esto incluye texturas o elementos gráficos.
- Utilizar fondos limpios de distracción como colores planos y sutiles.
- Utilizar formas geométricas simétricas.
- Utilizar elementos gráficos o ilustraciones simples que potencien el mensaje, como el uso de formas vectoriales sintetizadas.

En el diseño de sistemas de señalética, el minimalismo prioriza la funcionalidad, busca que sea eficiente y efectivo. Se utilizan elementos mínimos y básicos, pero esenciales, y figuras geométricas sencillas. Se debe priorizar la legibilidad para que pueda cumplir su objetivo. Con el uso de tipografía clara y de formas simples, el orden de los elementos, color y tamaño se desarrolla una estética que aporta personalidad al espacio, brinda información y orientación clara. (Discorp, s.f.)

También se menciona que el uso de íconos y símbolos, permite a los usuarios reconocer de forma rápida, el mensaje que se quiere transmitir ya que estos cuentan con un lenguaje universal. Sin embargo, se debe tomar en cuenta las formas, líneas limpias y que sean fáciles de comprender. Finalmente, busca crear elementos que sean agradables, aporten belleza y armonía a los ambientes. (Discorp, s.f.)

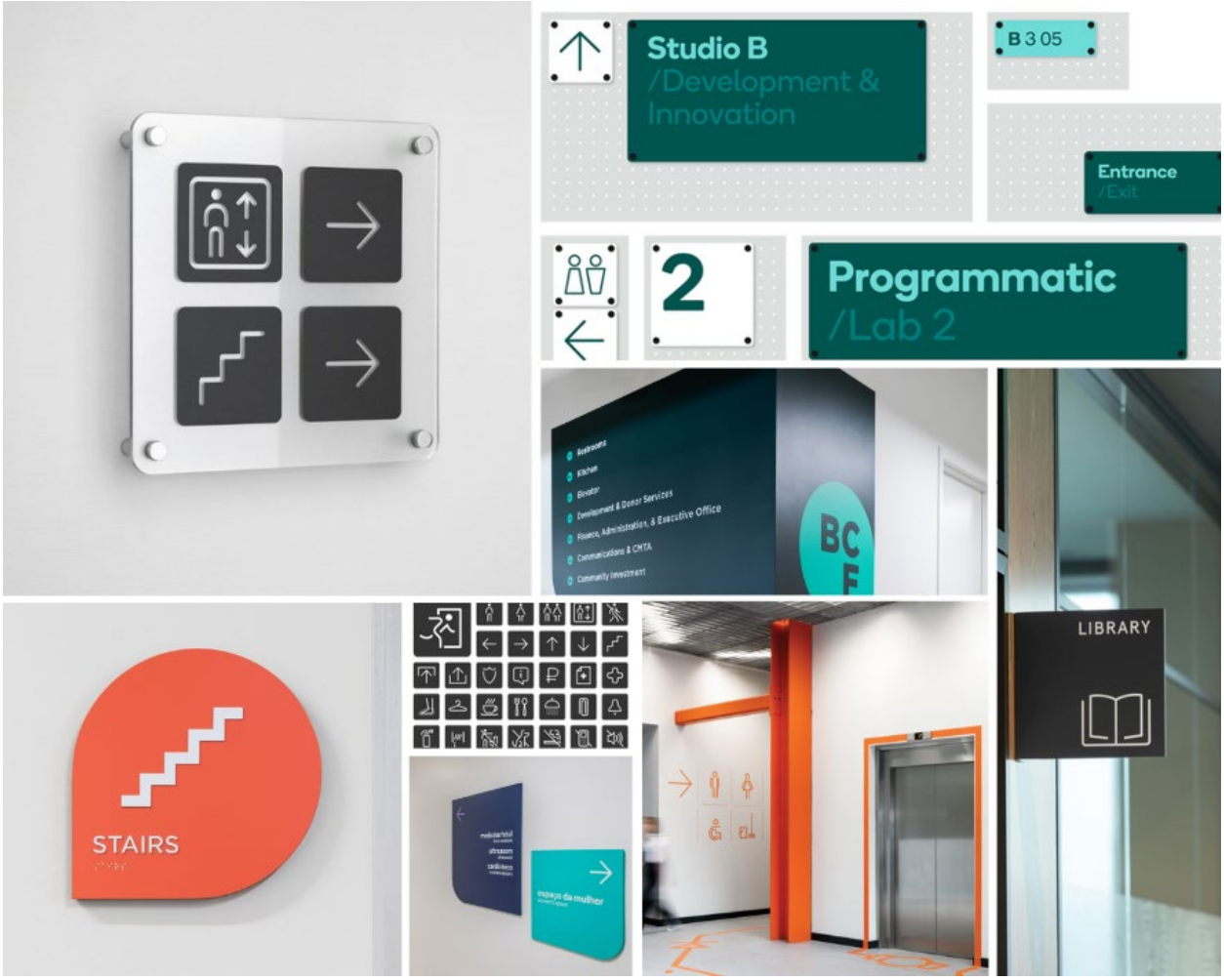


Figura 11. Realizada por Cristy Guzmán. Tablero de la tendencia Minimalismo.

Diseño plano. También conocido como “flat design” es un diseño minimalista por su simplicidad en formas, tipografía clara y legible, ausencia de texturas, sombras, gradientes o cualquier elemento que pueda dar la sensación de 3D y se caracteriza por su equilibrio visual. (Carreño, 2017)

También menciona que es una de las mejores opciones para el diseño ya que cuenta con muchas ventajas, como por ejemplo:

- Brinda una jerarquía visual clara ya que utiliza formas, colores y tipografías simples.

- Es útil para los diseños “responsive” ya que se puede apreciar bien en cualquier formato y tamaño.
- El mensaje del diseño se capta inmediatamente. (Carreño, 2017)

Según Díaz (2022), el diseño plano elimina todo lo innecesario y excesivo, se centra en ser funcional y transmitir un mensaje claro y directo. También se destaca por su estética limpia que permite que el mensaje se comprenda fácilmente. Algunas características del diseño plano son:

- Utiliza colores llamativos y vivos que contrasten con los demás elementos para generar un impacto visual. Estos colores deben ser planos, sin sombras, degradados o algún tipo de efecto.
- Se destaca por el uso de tipografías de gran tamaño para que el receptor pueda recibir el mensaje directo y sin dificultad de lectura.
- Utiliza íconos que también siguen un diseño minimalista y con colores planos, con el objetivo de captar el mensaje inmediatamente. (Díaz, 2022)

Figura 12. Realizada por Cristy Guzmán. Tablero de la tendencia Diseño Plano.

CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Comunicación

Se utilizará para transmitir información de manera clara y concisa, independientemente del idioma o nivel de alfabetización del turista, así mismo para considerar los diferentes contextos culturales, teniendo en cuenta las particularidades culturales de los turistas nacionales y cómo interpretan los símbolos y mensajes.

Proceso de comunicación

Este proceso es esencial para asegurar que la información se transmita de manera efectiva a los turistas. En este caso el aeropuerto actúa como emisor, el cual a través del manual de señalética transmite información clave sobre la ubicación de áreas y ambientes del aeropuerto. Los turistas son los receptores, encargados de decodificar el mensaje transmitido.

La retroalimentación se obtendrá mediante la observación del comportamiento de los turistas mientras navegan por el aeropuerto y la recolección de comentarios y opiniones sobre su experiencia con el manual de señalética.

Diseño

El diseño será utilizado para que las señales sean atractivas y funcionales. Ayudará a elegir colores, tipografía y materiales que sean visualmente atractivos, pero a la vez adecuados para el entorno del aeropuerto. Al aplicar el diseño en el proyecto se podrá reflejar la identidad visual del aeropuerto, creando una experiencia coherente y memorable para los turistas.

Señalética

La señalética se aplicará en el proyecto mediante un manual de señales claras y eficaces para orientar y guiar a los turistas. Esto incluye señales de orientación hacia zonas clave, de identificación para áreas específicas y de advertencia o prohibición. De esta manera, se optimizará la navegación del turista dentro de las instalaciones del aeropuerto.

Tipografía

La aplicación de la tipografía en el proyecto garantizará una comunicación clara y efectiva. La elección de tipografías que prioricen la legibilidad, asegurará que la información sea fácil de leer a diferentes tamaños y distancias. Así mismo, establecerá una jerarquía visual clara, utilizando diferentes estilos y tamaños, dependiendo de su uso y ubicación, para destacar información crucial.

Diagramación

Esta será útil para estructurar y organizar el contenido de manera clara y efectiva, asegurando que la información más relevante sea la que más se destaque. Cada señal se diseñará con una jerarquía visual, diseño limpio y ordenado que facilite la rápida comprensión y orientación dentro del aeropuerto. Además, dentro del proceso de diagramación se consideran aspectos de diseño importantes como el equilibrio, la alineación y el espaciado entre los elementos de cada señal.

Esto permitirá la integración coherente de íconos, símbolos y texto, proporcionando un manual de señalética intuitivo y efectivo.

Semiología

La semiología se aplicará en el proyecto con el uso de íconos, pictogramas y símbolos que transmiten información específica sobre las diferentes áreas y servicios del aeropuerto. Esto ayudará a los turistas a entender correctamente las señales y que el proceso de decodificación sea efectivo.

Psicología

La psicología se utilizará para comprender y anticipar el comportamiento y necesidades de los turistas, analizando cómo perciben, procesan y responden a la información visual en el diseño de las señales. El uso de colores y formas que captan la atención y facilitan el reconocimiento, creará un entorno más intuitivo y eficiente.

Teoria del color

Mediante el uso de la teoría del color, se transmitirá información de manera clara y rápida, como por ejemplo, el uso del color amarillo para indicar advertencias o zonas de emergencia, o el azul y verde para señalar áreas de descanso, servicios y lugares permitidos. Además servirá para crear un manual de señalética coherente y uniforme que facilite la orientación de los turistas, utilizando contrastes para garantizar la legibilidad y mejorar la funcionalidad.

Tendencia minimalismo

El minimalismo se aplicará mediante el diseño de señales que sean simples, claras y sin elementos innecesarios que provoquen ruido en el proceso de comunicación. Esta tendencia ayudará a eliminar cualquier distracción visual y reducir la información a lo esencial, facilitando

la transmisión del mensaje y la rápida comprensión por parte del turista. Esto implica el uso de tipografías limpias y legibles, colores contrastantes efectivos y la incorporación de íconos universales. De esta manera, se creará un entorno visualmente atractivo, agradable y moderno que refleje una estética contemporánea y profesional.

Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto de Diseño de sistema de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

Método

Seis sombreros para pensar. El método creativo “seis sombreros para pensar” fue creado por Edward de Bono, y usado principalmente para el fin de mejorar la toma de decisiones y la resolución de problemas.

El método “seis sombreros para pensar”, funciona de la siguiente forma: Cada sombrero representa un estilo de pensamiento diferente, lo que ayuda a evitar pensamientos unilaterales y fomenta una visión más completa. Se debe llevar el siguiente esquema:

- Identificación del problema o situación
- Reflexiona desde la perspectiva de cada sombrero y lo que representa.
- Sombrero blanco: Recopilar y analizar datos y/o hechos sobre el aeropuerto, incluyendo el flujo de pasajeros, áreas clave, estadísticas de turismo, y estudios previos sobre señalética.

- Sombrero rojo: Explora sentimientos e intuiciones sobre el problema. Pensar en cómo se sienten los turistas al llegar al aeropuerto. ¿Se sienten confundidos, perdidos, estresados?
- Sombrero negro: Considerar los posibles riesgos y problemas del sistema actual de señalética del aeropuerto, destacando sus fallas y debilidades.
- Sombrero amarillo: Enfocarse en los beneficios y aspectos positivos que traerá el proyecto, como mejorar la experiencia de los turistas nacionales, facilitar la navegación, y potencialmente incrementar el turismo.
- Sombrero verde: Genera ideas creativas y soluciones innovadoras para la señalética.
- Sombrero azul: Organiza tus ideas y dirige el proceso. Definir un plan claro con etapas específicas y plazos para cada fase del proyecto.
- Toma notas sobre tu reflexión bajo cada sombrero.
- Revisa y evalúa para llegar a una solución equilibrada y efectiva.

Definición del concepto. Para el proyecto de Diseño de manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora, se aplicó la técnica de creatividad titulada Seis sombreros para pensar. Se desarrollaron los siguientes pasos:

- Identificación del problema o situación
- Reflexiona desde la perspectiva de cada sombrero y lo que representa.
- Sombrero blanco: Recopilar y analizar datos y/o hechos sobre el aeropuerto, incluyendo el flujo de pasajeros, áreas clave, estadísticas de turismo, y estudios previos sobre señalética.

- Sombrero rojo: Explora sentimientos e intuiciones sobre el problema. Pensar en cómo se sienten los turistas al llegar al aeropuerto. ¿Se sienten confundidos, perdidos, estresados?
- Sombrero negro: Considerar los posibles riesgos y problemas del sistema actual de señalética del aeropuerto, destacando sus fallas y debilidades.
- Sombrero amarillo: Enfocarse en los beneficios y aspectos positivos que traerá el proyecto, como mejorar la experiencia de los turistas nacionales, facilitar la navegación, y potencialmente incrementar el turismo.
- Sombrero verde: Genera ideas creativas y soluciones innovadoras para la señalética.
- Sombrero azul: Organiza tus ideas y dirige el proceso. Definir un plan claro con etapas específicas y plazos para cada fase del proyecto.
- Toma notas sobre tu reflexión bajo cada sombrero.
- Revisa y evalúa para llegar a una solución equilibrada y efectiva.

Sombrero blanco	Sombrero Rojo	Sombrero Negro	Sombrero Amarillo	Sombrero Verde	Sombrero Azul
Datos y hechos	*Emociones e intuición*	*Crítica y precaución*	*Optimismo y beneficios*	*Creatividad e ideas nuevas*	*Control y organización*
En el Aeropuerto Internacional La Aurora transitan aproximadamente 400,000 usuarios al mes. Cuenta con 22 puertas de abordaje, wifi, salas de entretenimiento, área de restaurantes, comercios y áreas de descanso.	Los turistas se sienten confundidos al navegar en las instalaciones del aeropuerto. No saber dónde se encuentra cada área, causa estrés y nervios por riesgo de perder su vuelo.	El sistema de señalética actual se encuentra en mal estado, hay una carencia de señalización en áreas clave para la navegación tanto como para pasajeros, visitantes y miembros del aeropuerto. Las señales actuales no son legibles, no cuentan con colores contrastantes ni con un tamaño de tipografía legible a la distancia.	Un sistema de señalética efectivo y mejorado, hará que los turistas se sientan más bienvenidos, menos preocupados y mejorará las perspectiva y reputación del aeropuerto y de Guatemala como país.	Crear un sistema de señalética que incluya tótems informativos, señales de áreas restringidas, oficinas administrativas, indicadores de áreas en fuera de servicio, etc. y un mapa de ubicación que ayude al usuario a saber dónde se encuentra.	Se iniciará con un proceso de bocetaje de las señales, las cuales se presentarán al cliente y de ser necesario, se realizarán modificaciones . Una vez se haya tomado la decisión de qué diseños se harán, se empezará con el proceso de digitalización y finalmente se presentarán al cliente y a una muestra del público objetivo para obtener retroalimentación y evaluar la efectividad del sistema.

Figura 13. Realizada por Cristy Guzmán. Evidencia gráfica de la aplicación de la técnica creativa "6 Sombreros para Pensar".

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“Descubre tu ruta en cada paso”**.

Sin embargo, como la compañía ya cuenta con un eslogan, esta frase se usará únicamente como fuente de inspiración para el proyecto.

Bocetaje

Con base en la frase **“Descubre tu ruta en cada paso”** se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

Tabla de requisitos

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Colores: Azul, índigo, verde azulado, amarillo y blanco.	Guiar y facilitar la orientación de los turistas dentro de las instalaciones y para diferenciar claramente áreas y ambientes internos, asegurando una experiencia de navegación intuitiva. Así mismo,	Adobe Color: Elegir paleta de colores con buen contraste para facilitar la visibilidad.	Confianza, atención, precaución, energía y relajación.

	representar la identidad de la organización de manera visual.		
Tipografía	Mostrar jerarquías de forma visual. Facilitar la legibilidad y claridad de las señales.	Adobe Fonts: Utilizar la familia tipográfica que utiliza la organización para todos los textos, Futura ST. Destacar información más importante.	Claridad y modernidad.
Ilustraciones	Complementar la información textual y proporcionar representaciones visuales claras.	Adobe Illustrator: Creación de ilustraciones vectoriales para asegurar que sean escalables sin perder calidad.	Simplicidad, identidad, seguridad y confianza.

Diagramación	Organizar la información de manera lógica y estructurada, permitiendo a los turistas encontrar fácilmente lo que necesitan.	Adobe Illustrator: Crear cuadrículas de diseño, guías y retículas para asegurar una distribución equilibrada de los elementos gráficos.	Orden y claridad.
Elementos gráficos: Imagotipo de la empresa, pictogramas e íconos.	Fortalecer la identidad visual del manual de señalética y proporcionar referencias rápidas y fáciles de entender.	Extracción del imagotipo del aeropuerto para reforzar la identidad. Illustrator: Diseño de íconos universales para representar servicios y áreas.	Identidad, confianza, pertenencia.

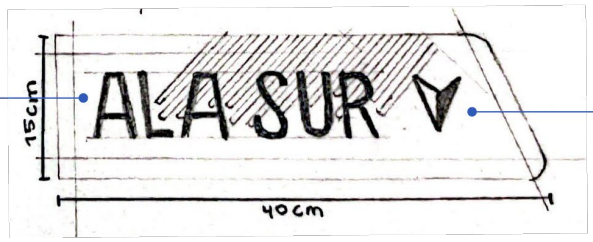
Figura 14. Realizada por Cristy Guzmán. Tabla de requisitos.

Boceto inicial

Pictogramas

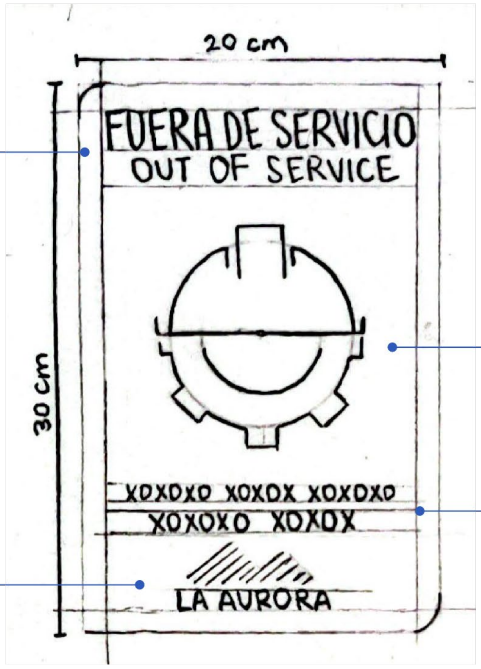
Banderines y adosados

Banderin #1



Adosado #1

Adosado #2



Adosado #3

Adosado #4

Tótem indicativo #1

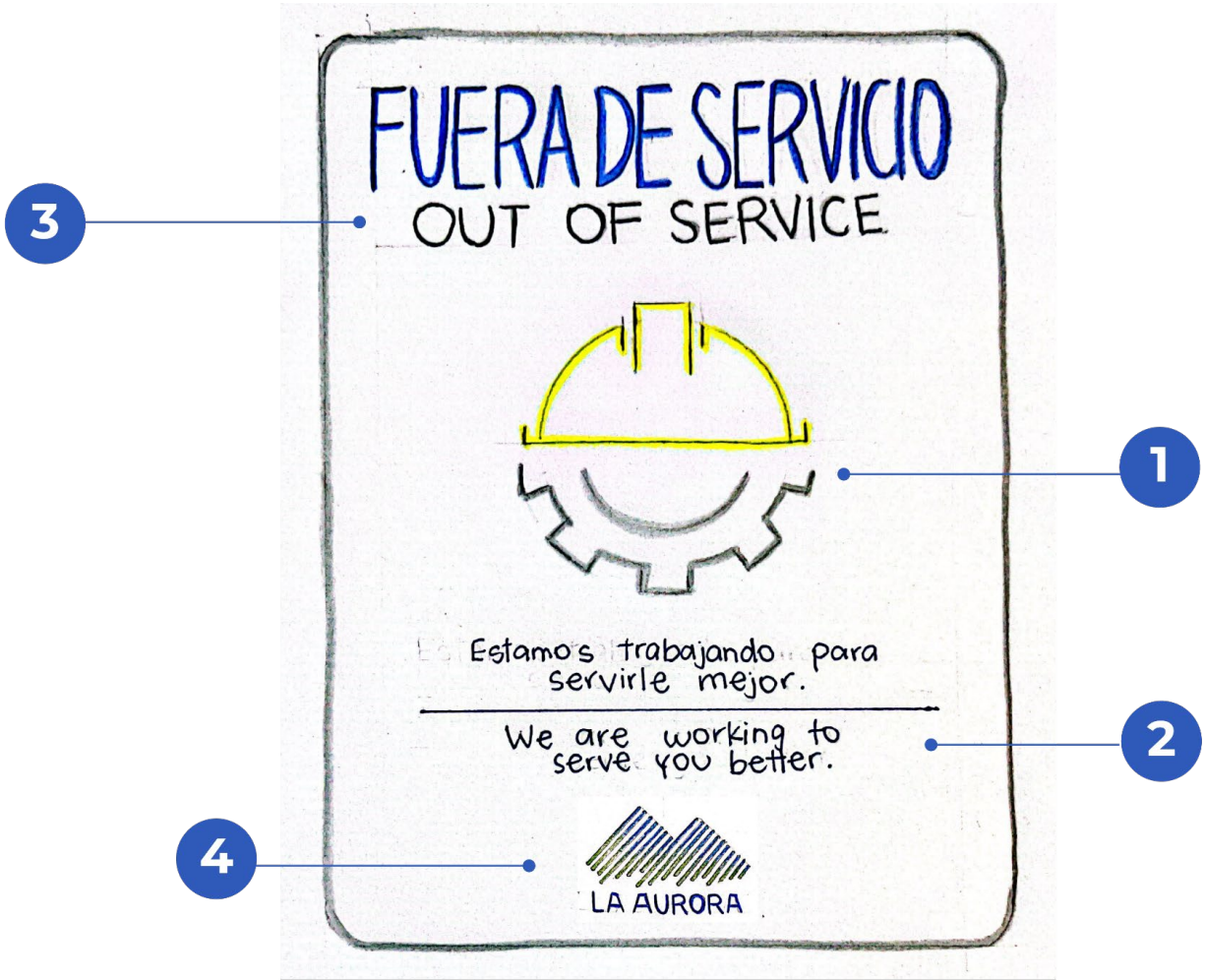
Boceto a color

Tótem indicativo #1

Identificación de elementos:

1. Texto principal de bienvenida
2. Flechas y pictogramas
3. Imagotipo de la organización
4. Nombre de áreas y ubicaciones

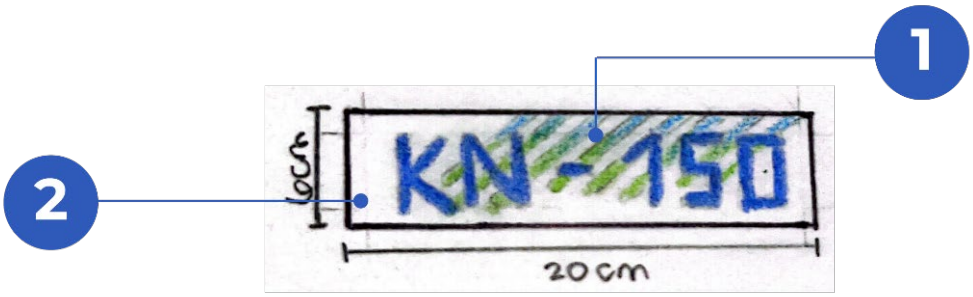
Adosado #1



Identificación de elementos:

1. Pictograma
2. Texto secundario
3. Texto principal
4. Imagotipo de la organización

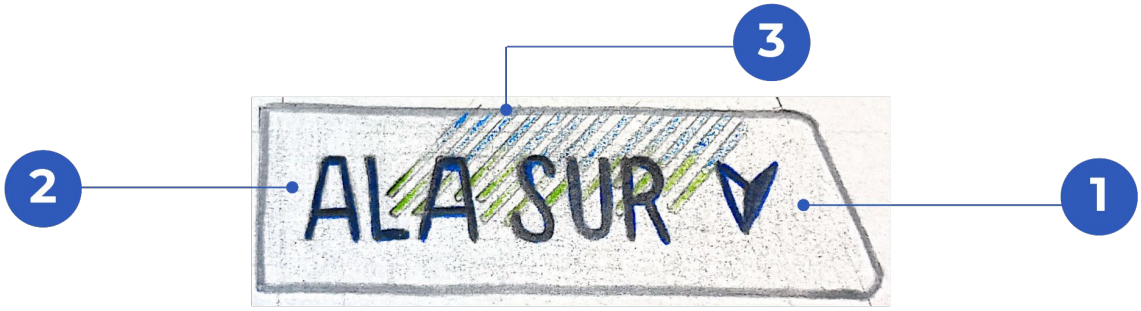
Adosado #2



Identificación de elementos:

1. Elemento gráfico del isologo
2. Nomenclatura

Banderin #1



Identificación de elementos:

1. Pictograma
2. Texto principal
3. Elemento gráfico del isologo

Adosado 3

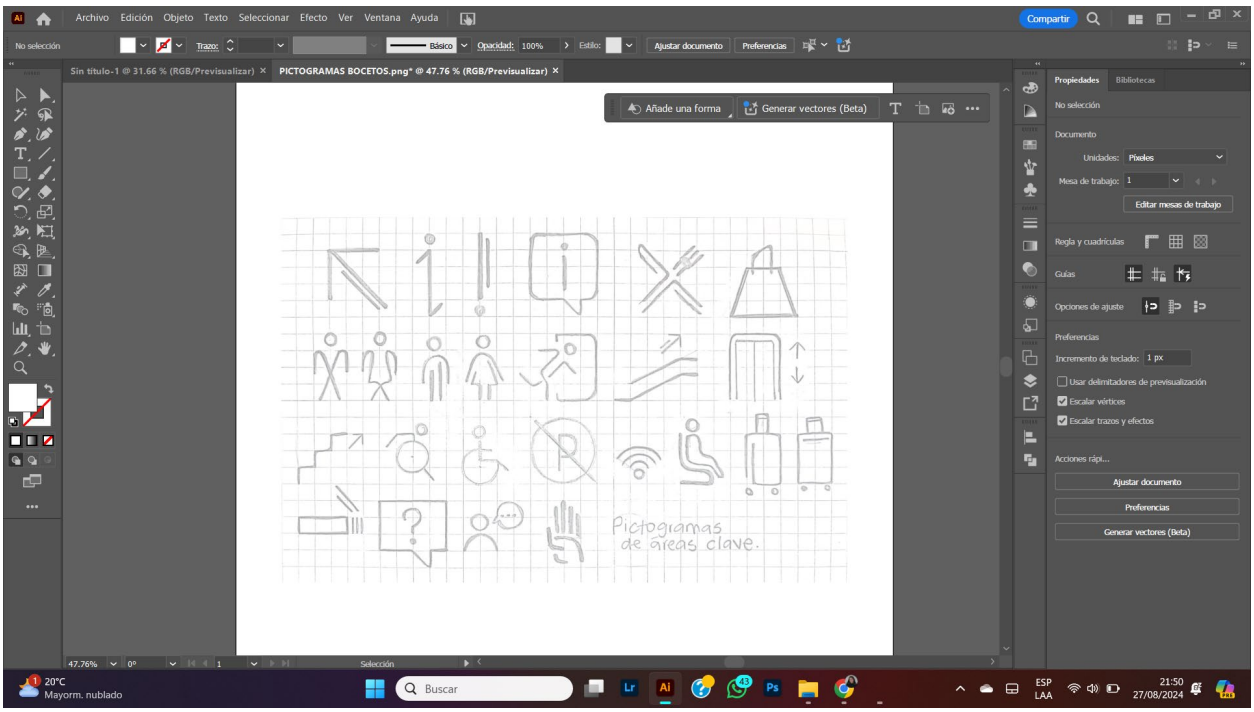
Identificación de elementos:

1. Pictograma
2. Texto principal
3. Elemento gráfico del isologo

Proceso de digitalización de los bocetos

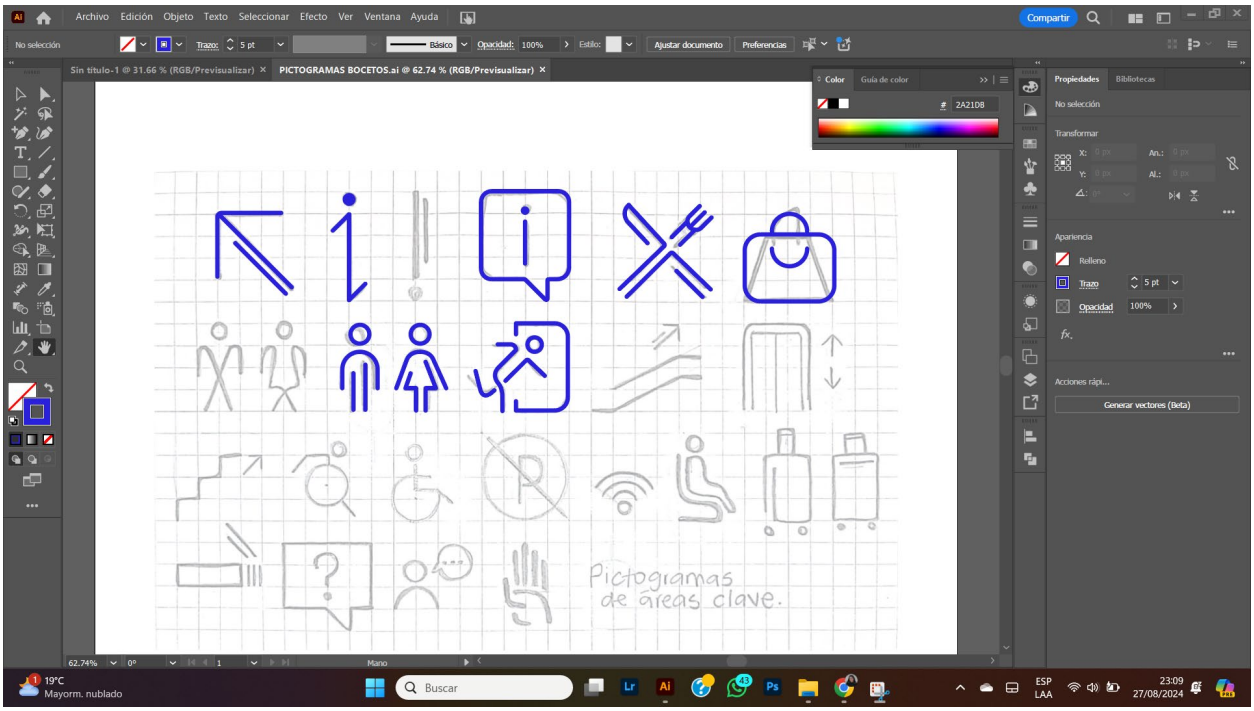
Digitalización de pictogramas

Paso #1



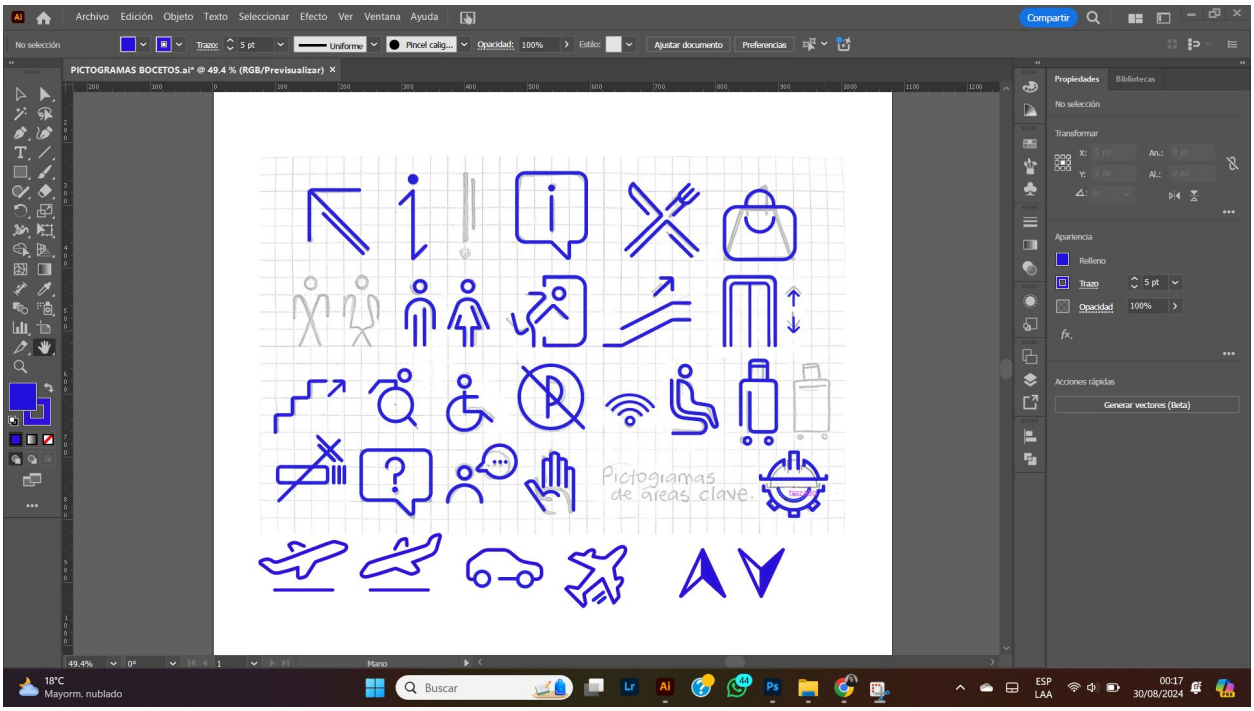
Importación de los pictogramas al software Adobe Illustrator.

Paso #2



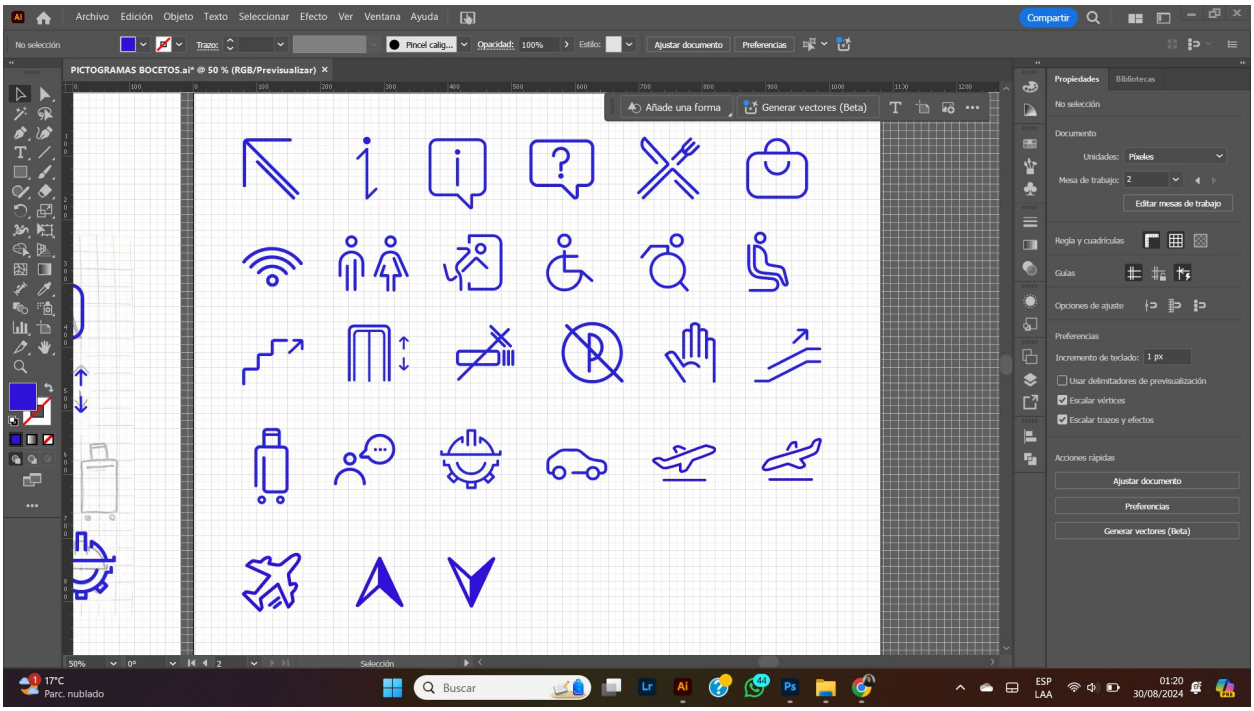
Digitalización de los pictogramas.

Paso #3



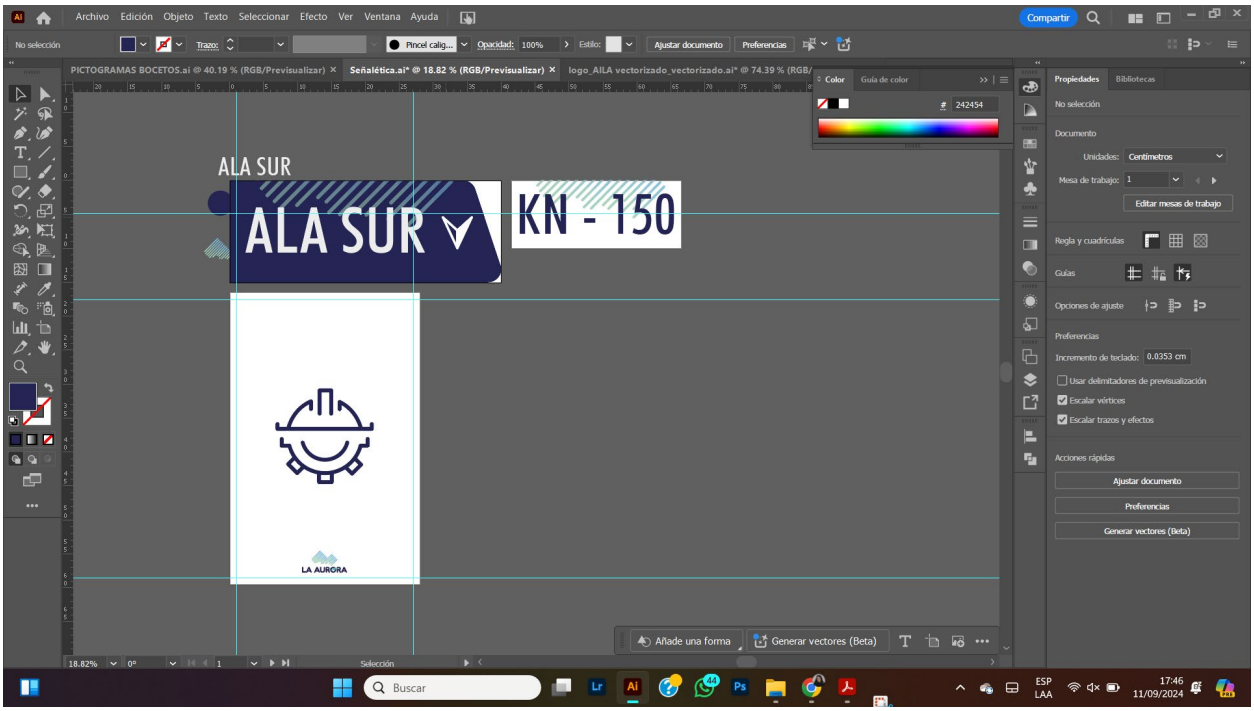
Digitalización de los pictogramas.

Paso #4



Organización y digitalización de pictogramas.

Paso #5

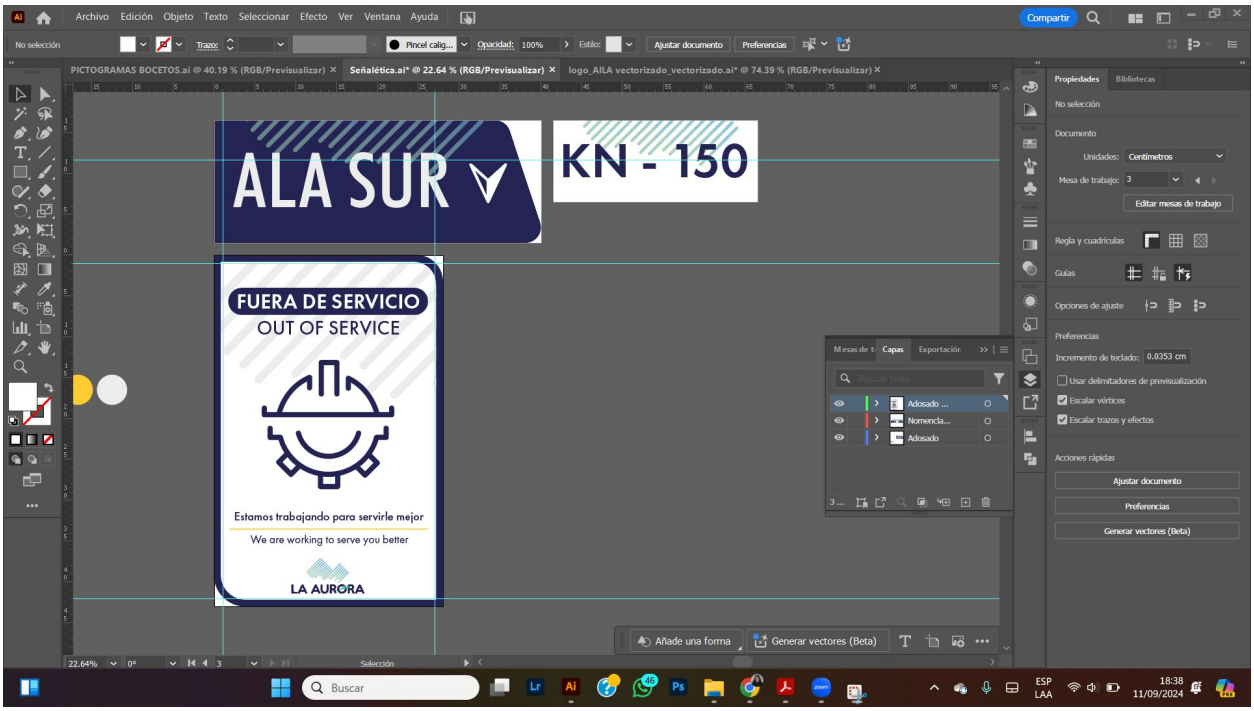


Digitalización de las señales adosadas.

Paso #6

Digitalización de las señales adosadas indicativas.

Paso #7



Colorización de las señales adosadas indicativas.

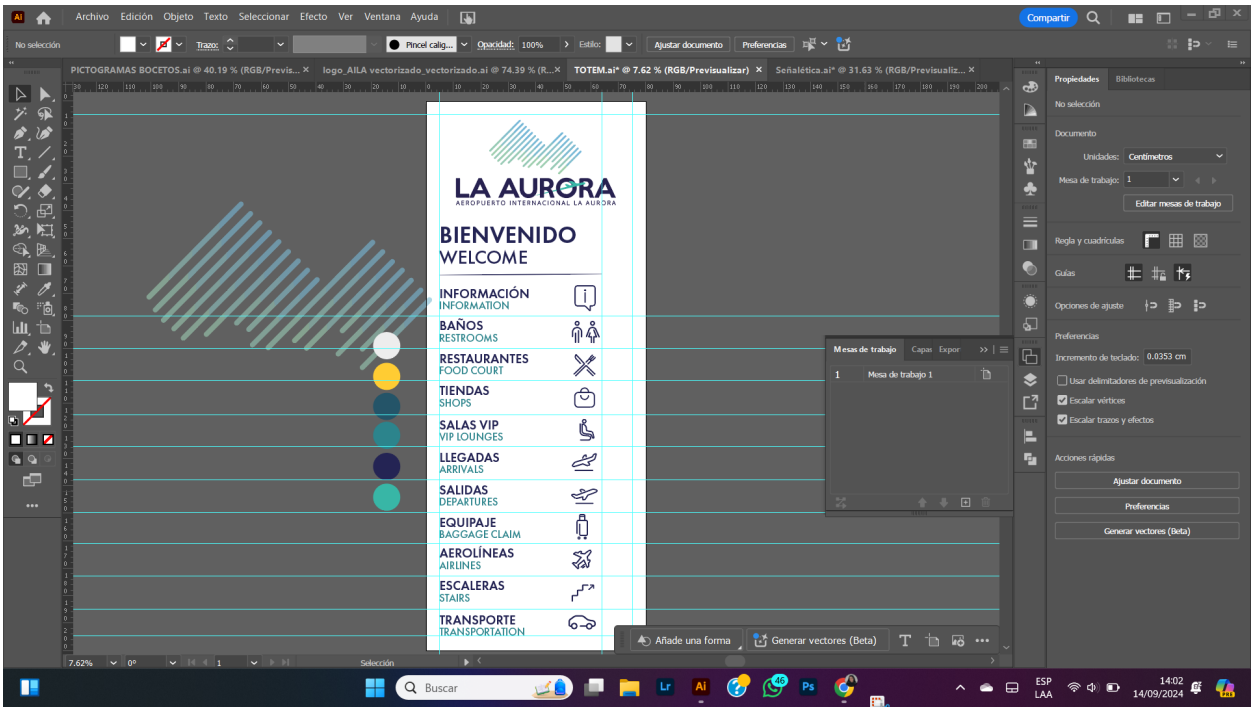
Paso #8

Colorización de las señales adosadas informativas..

Paso #9

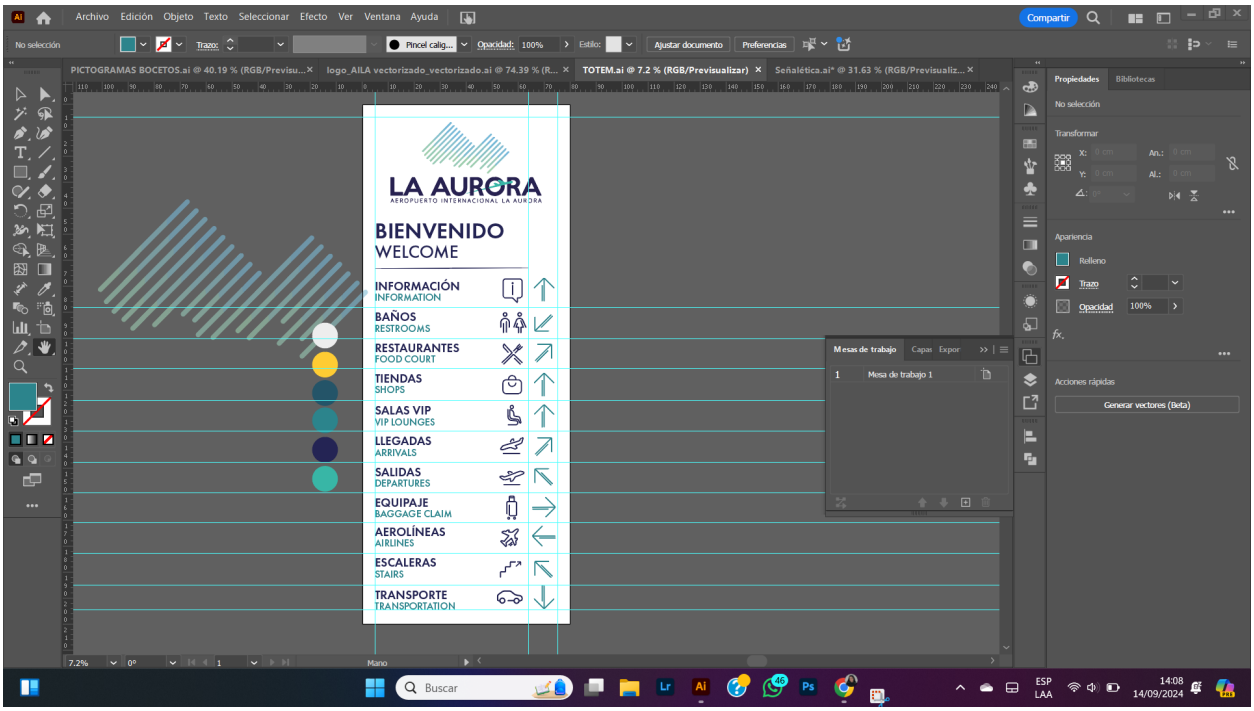
Colorización de las señales adosadas prohibitivas.

Paso #10



Digitalización de tótem indicativo.

Paso #11



Implementación de flechas indicativas en el tótem indicativo.

Propuesta preliminar

Adosado indicativo

Adosado indicativo “Ala sur” con pictograma y elemento del isotipo de fondo. 16”x6”

Adosado de nomenclatura

Adosado informativo de nomenclatura para los kioskos, fondo blanco y elemento del isotipo de fondo. 10”x4”

Adosado informativo

Adosado informativo de aviso de mantenimiento, fondo blanco, borde azul, elemento del isotipo el color gris, logo de la organización y texto informativo en inglés y español . 11”x17”

Adosado informativo

Adosado informativo de WIFI disponible, fondo azul y elemento del isotipo de fondo, logo incluido, pictograma de WIFI y texto en inglés y español. 8”x12”

Adosado prohibitivo

Adosado prohibitivo de no fumar, fondo azul y elemento del isotipo de fondo, pictograma de “no fumar” en inglés y español. 8”x6”

Tótem indicativo

Tótem indicativo de áreas del aeropuerto, fondo gris, logo de la organización, titular en inglés y español de bienvenida, indicaciones de áreas con pictogramas y flechas indicativas. 31”x 83”

CAPÍTULO VIII

VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño de manual de señalética establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de dos maneras: de forma virtual a través de Google Forms para clientes y grupo objetivo, e impresas para expertos.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a #25 número de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 25 personas divididas en tres grupos:

Clientes

Samantha Castellanos

Luis Estrada

José Aguilar

Oscar Porres

Brenda Villaverde

Expertos

Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y el área del diseño que aplica.

Lic. Arnulfo Guzmán

Mgtr. Antonio Gutiérrez

Licda. María Eugenia Aguilar

Licda. Andrea Aguilar

Licda. Lissette Pérez

Grupo objetivo

Mujeres y hombres, de 25 a 35 años de edad, con un nivel socioeconómico B, que disfruta de viajes por motivo de turismo en el interior o exterior, por placer, negocios, visitas familiares, estudios o eventos.

Método e instrumentos

La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios. Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

Modelo de la encuesta

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	☐	Experto	☐	Nombre	
M	☐	Cliente	☐	Profesión	
Edad	☐	Grupo Objetivo	☐	Puesto	

Encuesta de Validación del proyecto de:

Manual de Señalética para el Aeropuerto Internacional La Aurora

---

Antecedentes:

El Aeropuerto Internacional La Aurora de Guatemala fue fundado en el año 1945 durante el gobierno del presidente Jorge Ubico, el cual inicialmente funcionó como base de operaciones para la Fuerza Aérea Guatemalteca. Desde entonces, ha experimentado varias expansiones y mejoras para adaptarse al crecimiento del tráfico aéreo y cumplir con los estándares internacionales de aviación; incluyendo terminales, pistas y modernización de equipos.

En los últimos años se han realizado cambios significativos, con el fin de mejorar la experiencia del turismo nacional y cumplir con los estándares internacionales de seguridad y

eficiencia. Sin embargo, enfrenta desafíos en su sistema de señalética debido al alto flujo de pasajeros y la complejidad de sus áreas y ambientes de las instalaciones.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta del Diseño de manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora, y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar un manual de señalética establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora?

   Sí ___ No ___

2. ¿Considera importante recopilar toda la información necesaria de la identidad visual de la marca del Aeropuerto Internacional La Aurora para aplicarla en el diseño del manual de señalética y permitir que el turismo nacional tenga una experiencia consistente y satisfactoria?

   Sí ___ No ___

3. ¿¿Considera adecuado investigar conceptos, términos, teorías y tendencias de diseño, como legibilidad, jerarquía visual, tipografías, colores y usabilidad para comprender de manera efectiva los principios fundamentales de la señalética y crear un sistema claro, intuitivo y coherente para el turismo nacional?

   Sí ___ No ___

4. ¿Considera adecuado ilustrar prototipos de señalética que incorporen la identidad del Aeropuerto Internacional La Aurora de manera efectiva, por medio de herramientas de diseño, considerando aspectos de legibilidad y visibilidad para garantizar una señalización clara y comprensible para los el turismo nacional?

   Sí ___ No ___

Parte Semiológica:

5. Tomando en cuenta la línea gráfica del Aeropuerto Internacional La Aurora, ¿Qué tan adecuados considera que son los colores propuestos en el diseño?

   Muy adecuados ___ Adecuados ___ Poco adecuados ___

6. ¿Qué tanto considera que los colores corporativos (Azul, índigo, verde azulado, amarillo y blanco) denotan Confianza, atención, precaución, energía y relajación?

   Mucho ___ Poco ___ Nada ___

7. Considera que el tamaño de la tipografía utilizada en los títulos de las señales es:

   Muy adecuados ___ Poco Adecuados ___ Nada adecuados ___

8. Considera que el tamaño de la tipografía utilizada en los textos de las señales es:

   Muy adecuados ___ Poco Adecuados ___ Nada adecuados ___

9. Considera que los pictogramas utilizados en el diseño de las señales son:

   Muy intuitivos ___ Intuitivos ___ Poco intuitivos ___

10. Considera que la diagramación en las señales es:

    Ordenada ___ Poco ordenada ___ Nada ordenada ___

11. ¿Considera que los elementos gráficos utilizados en las señales (imagotipo de la empresa, pictogramas e íconos) transmiten confianza?

    Sí ___ No ___

Parte Operativa

12. Considera que la tipografía utilizada en los textos de las señales es:

    Muy legible ___ Poco legible ___ Nada legible ___

13. Considera que los elementos gráficos (imagotipo de la empresa, pictogramas e íconos) en la propuesta de las señales son:

    Muy visible ___ Poco visible ___ Nada visible ___

14. Considera que es la información en las señales es:

    Muy Adecuada ___ Poco Adecuada ___ Nada Adecuada ___

15. ¿Cree que el concepto del diseño "Descubre tu ruta en cada paso" del proyecto, va acorde a la inspiración gráfica de la empresa?

    Sí ___ No ___

16. ¿Considera que la tendencia de diseño "flat design" o diseño plano, reflejada en el diseño es:

    Llamativa ___ Poco Llamativa ___ Nada Llamativa ___

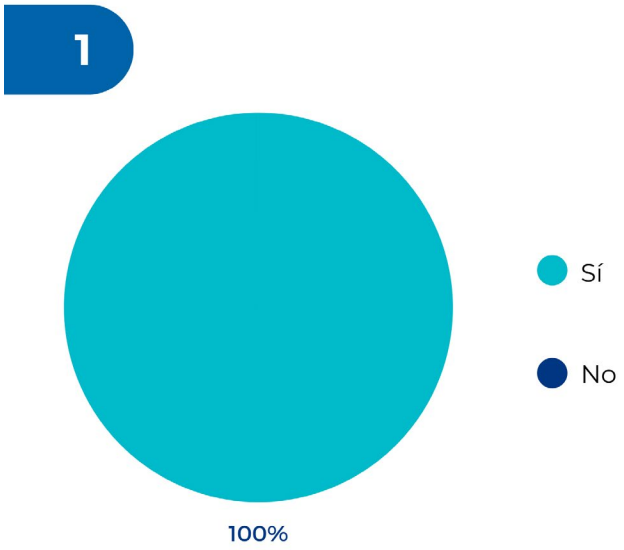
Si le gustaría hacer alguna observación, comentario o sugerencia, por favor escríbalo en esta sección

---

Resultados e interpretación de resultados

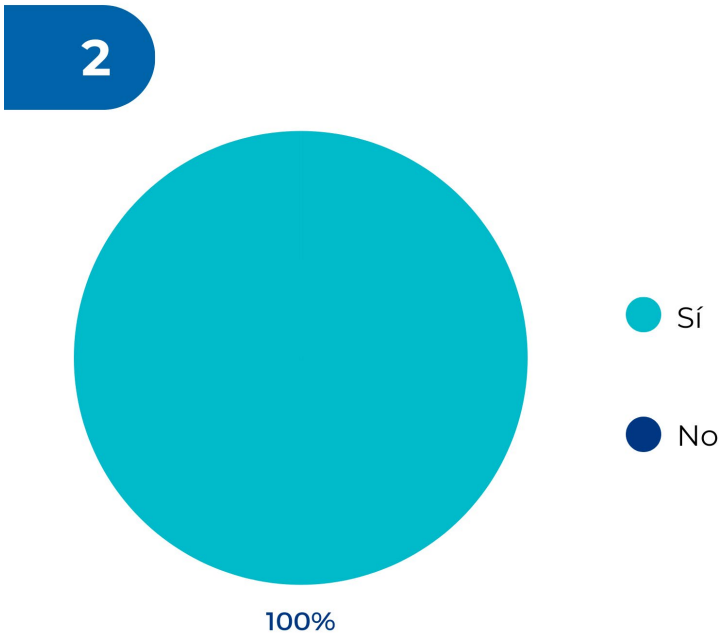
Parte Objetiva

¿Considera usted necesario diseñar un manual de señalética establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora?



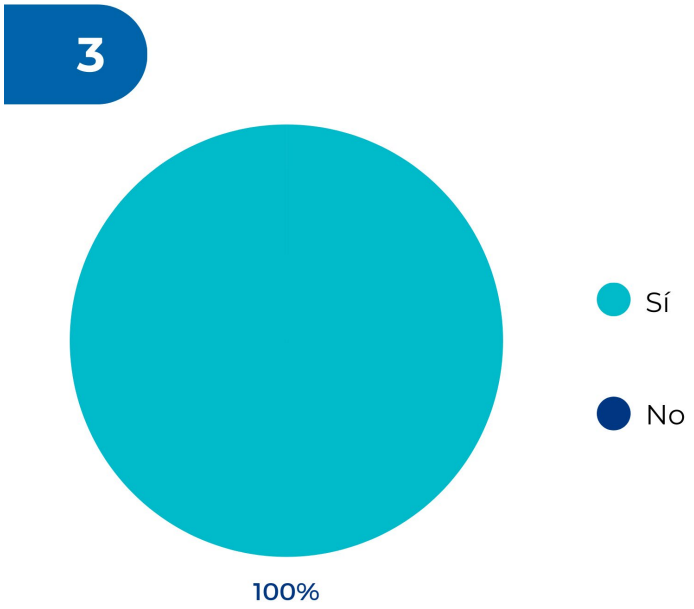
Interpretación. *El 100% de los encuestados indicaron que es necesario diseñar un manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que se cumple el objetivo general del proyecto..*

¿Considera importante recopilar toda la información necesaria de la identidad visual de la marca del Aeropuerto Internacional La Aurora para aplicarla en el diseño del manual de señalética y permitir que el turismo nacional tenga una experiencia consistente y satisfactoria?



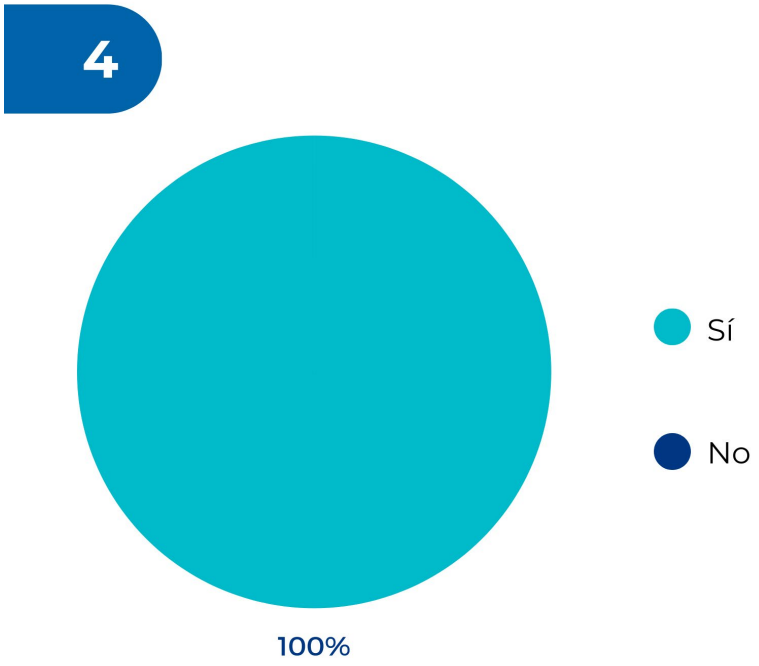
Interpretación. *El 100% de los encuestados indicaron que es importante recopilar toda la información necesaria de la identidad visual de la marca del Aeropuerto Internacional La Aurora para aplicarla en el diseño del manual de señalética y permitir que el turismo nacional tenga una experiencia consistente y satisfactoria; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que el primer objetivo específico del proyecto se cumple.*

¿Considera adecuado investigar conceptos, términos, teorías y tendencias de diseño, como legibilidad, jerarquía visual, tipografías, colores y usabilidad para comprender de manera efectiva los principios fundamentales de la señalética y crear un sistema claro, intuitivo y coherente para el turismo nacional?



Interpretación. *El 100% de los encuestados indicaron que es adecuado investigar conceptos, términos, teorías y tendencias de diseño, como legibilidad, jerarquía visual, tipografías, colores y usabilidad para comprender de manera efectiva los principios fundamentales de la señalética y crear un sistema claro, intuitivo y coherente para el turismo nacional; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que se cumple el segundo objetivo específico del proyecto.*

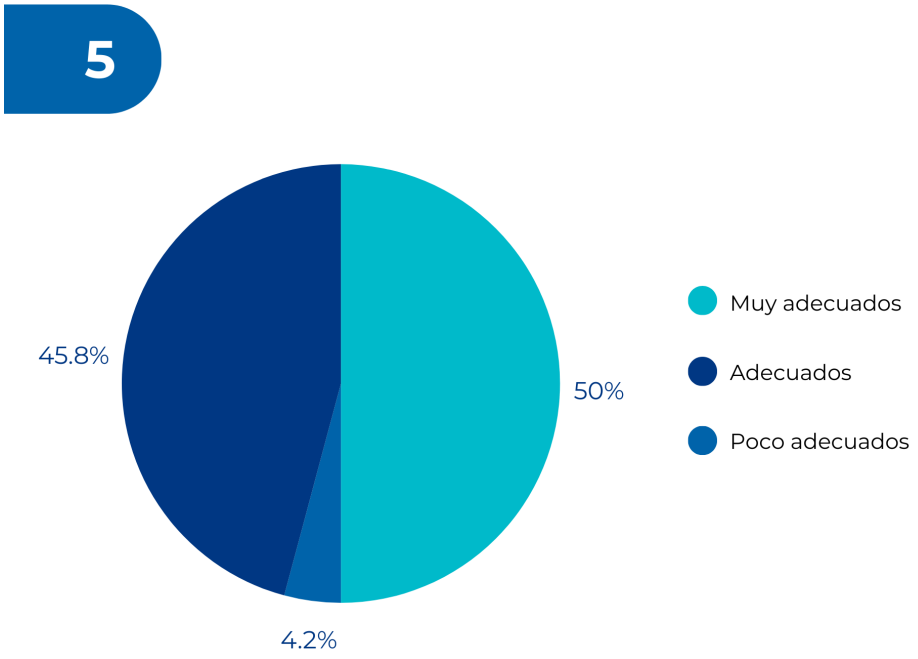
¿Considera adecuado ilustrar prototipos de señalética que incorporen la identidad del Aeropuerto Internacional La Aurora de manera efectiva, por medio de herramientas de diseño, considerando aspectos de legibilidad y visibilidad para garantizar una señalización clara y comprensible para los el turismo nacional?



Interpretación. *El 100% de los encuestados indicaron que es adecuado ilustrar prototipos de señalética que incorporen la identidad del Aeropuerto Internacional La Aurora de manera efectiva, por medio de herramientas de diseño, considerando aspectos de legibilidad y visibilidad para garantizar una señalización clara y comprensible para los el turismo nacional; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que el tercer objetivo específico del proyecto se cumple.*

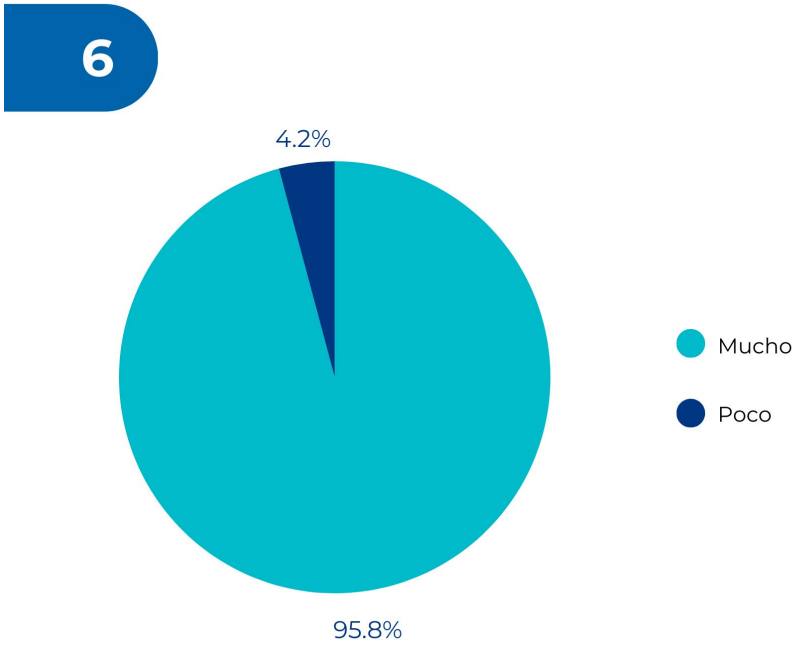
Parte Semiológica

Tomando en cuenta la línea gráfica del Aeropuerto Internacional La Aurora, ¿Qué tan adecuados considera que son los colores propuestos en el diseño?



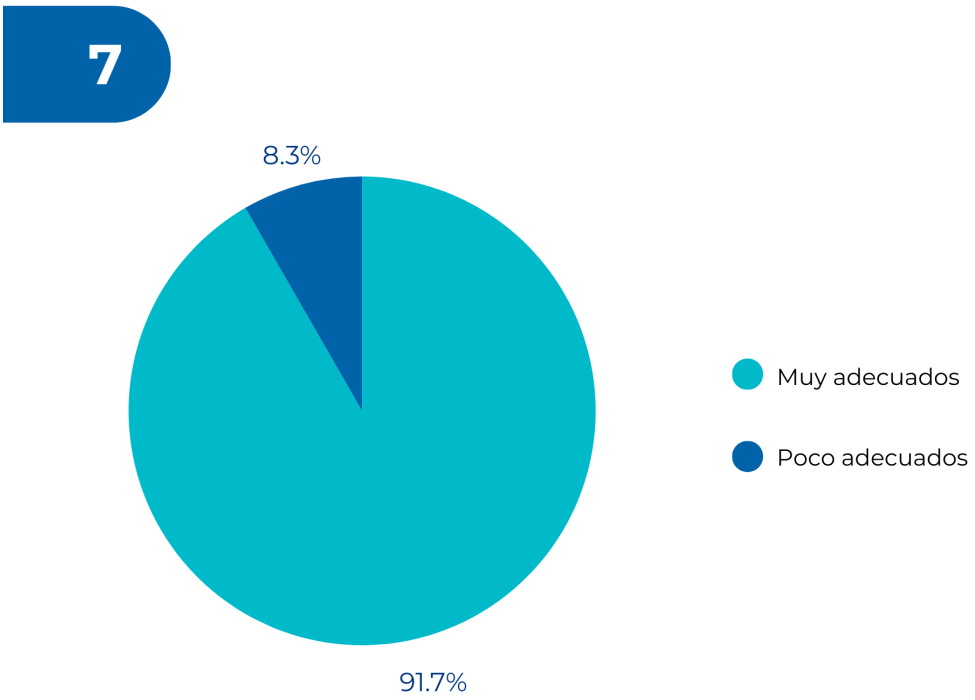
Interpretación. *El 50% de los encuestados indicó que tomando en cuenta la línea gráfica del Aeropuerto Internacional La Aurora, los colores propuestos en el diseño son muy adecuados, mientras que el 45.8% indicó que son adecuados y el 4.2% poco adecuados. Por consiguiente, esto demuestra que los colores propuestos en el diseño son adecuados para la línea gráfica del Aeropuerto La Aurora, según la mayoría de los encuestados.*

¿Qué tanto considera que los colores corporativos (Azul, índigo, verde azulado, amarillo y blanco) denotan Confianza, atención, precaución, energía y relajación?



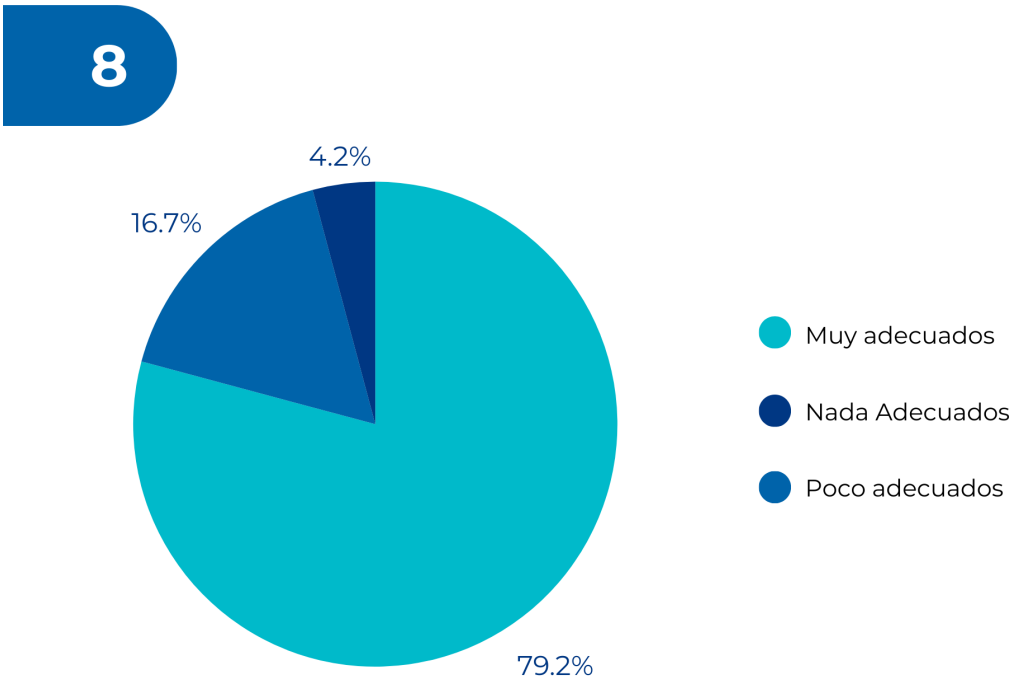
Interpretación. El 95.8% de los encuestados considera que los colores corporativos (Azul, índigo, verde azulado, amarillo y blanco) denotan mucha confianza, atención, precaución, energía y relajación; mientras que el 4.2% indicó que denotan poca confianza, atención, precaución, energía y relajación. Por consiguiente, esto demuestra que los colores corporativos seleccionados son percibidos de manera positiva, transmitiendo los valores de confianza, atención, precaución, energía y relajación, lo cual es respaldado por la gran mayoría de los encuestados.

Considera que el tamaño de la tipografía utilizada en los títulos de las señales es:



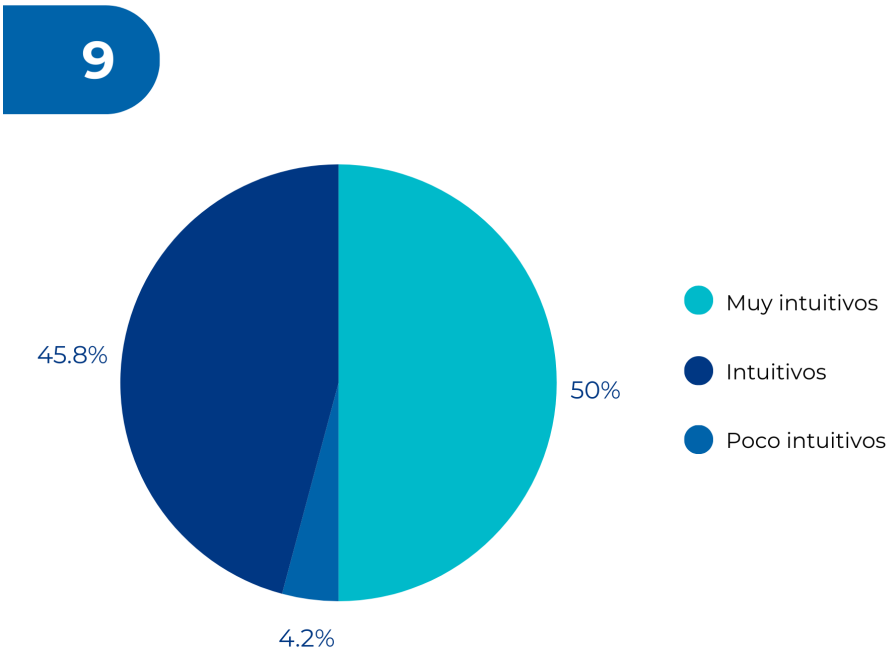
Interpretación. El 91.7% considera que el tamaño de la tipografía utilizada en los títulos de las señales es muy adecuado; mientras que el 8.3% indicó que es poco adecuado. Por consiguiente, esto demuestra que el tamaño de la tipografía utilizado en los títulos de las señales es apropiado, ya que la gran mayoría de los encuestados lo considera muy adecuado.

Considera que el tamaño de la tipografía utilizada en los textos de las señales es:



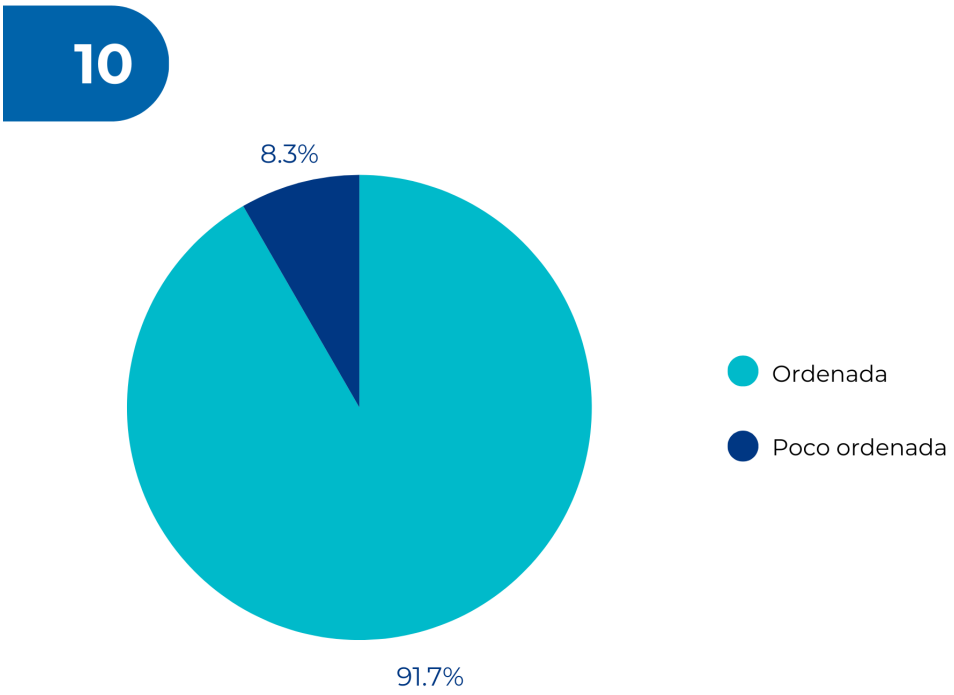
Interpretación. El 79.2% considera que el tamaño de la tipografía utilizada en los textos de las señales es muy adecuado; mientras que el 16.7% indicó que es poco adecuado y el 4.2% nada adecuado. Por consiguiente, esto demuestra que, aunque la mayoría considera adecuado el tamaño de la tipografía en los textos de las señales, es necesario revisar y ajustar el tamaño para mejorar la legibilidad según las opiniones de los encuestados.

Considera que los pictogramas utilizados en el diseño de las señales son:



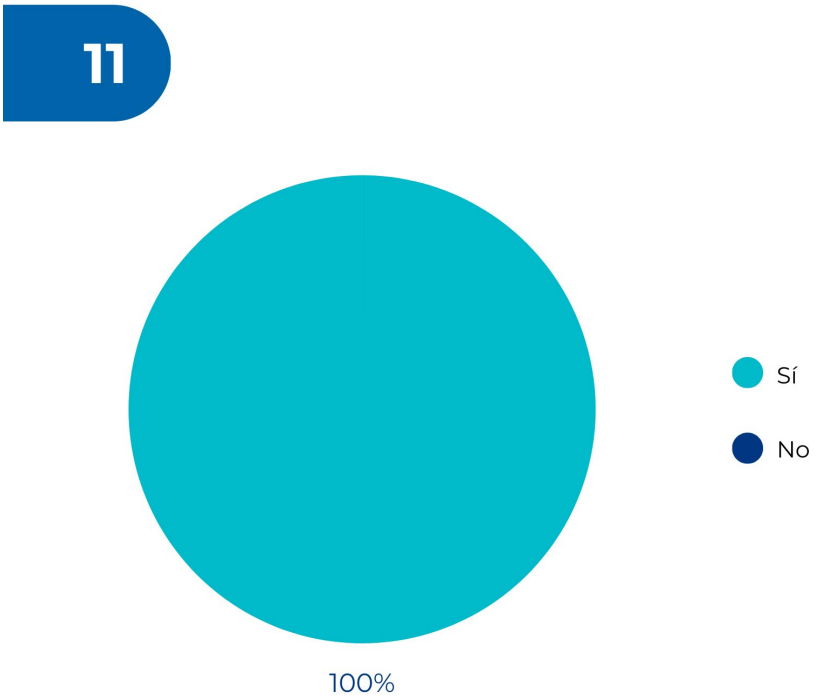
Interpretación. El 50% considera que los pictogramas utilizados en el diseño de las señales son muy intuitivos, mientras que el 45.8% considera que son intuitivos y el 4.2% poco intuitivos. Por consiguiente, esto demuestra que los pictogramas utilizados en el diseño de las señales son en su mayoría efectivos y comprensibles, aunque se podría considerar una mejora en la intuición de los mismos para satisfacer completamente a todos los encuestados.

Considera que la diagramación en las señales es:



Interpretación. El 91.7% considera que la diagramación es ordenada, mientras que el 8.3% poco ordenada. Por consiguiente, esto demuestra que la diagramación del diseño es en su mayoría efectiva y bien estructurada, aunque es posible realizar ajustes para mejorar la percepción de orden entre los encuestados.

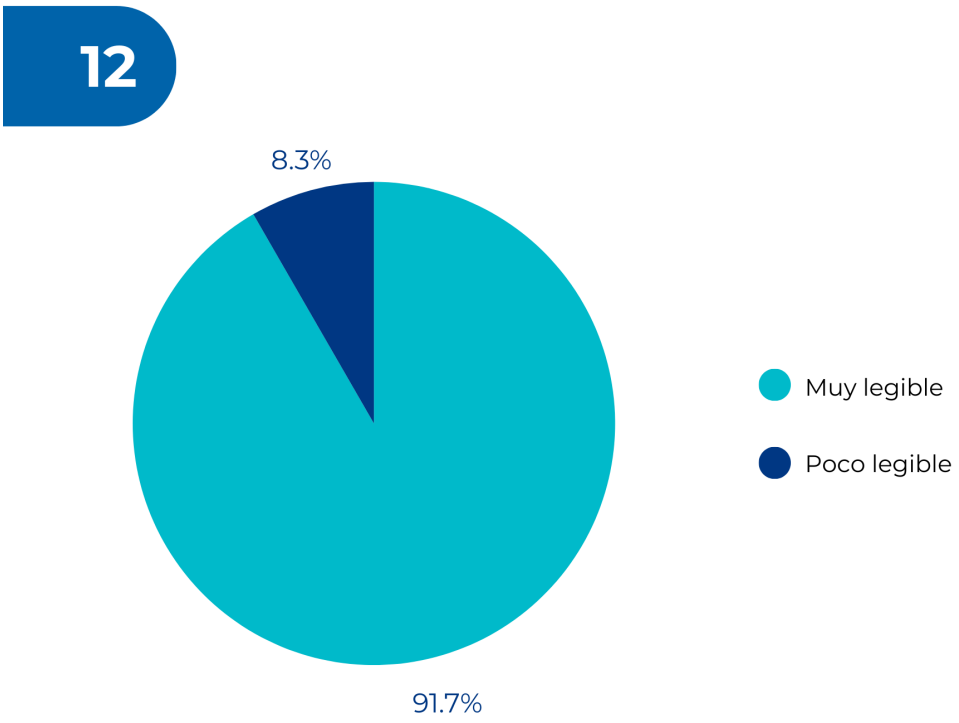
¿Considera que los elementos gráficos utilizados en las señales (imagotipo de la empresa, pictogramas e íconos) transmiten confianza?



Interpretación. El 100% considera que los elementos gráficos utilizados en las señales (imagotipo de la empresa, pictogramas e íconos) transmiten confianza, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que los elementos gráficos utilizados en las señales, como el imagotipo, los pictogramas y los íconos, son percibidos de manera positiva y logran transmitir confianza de manera efectiva.

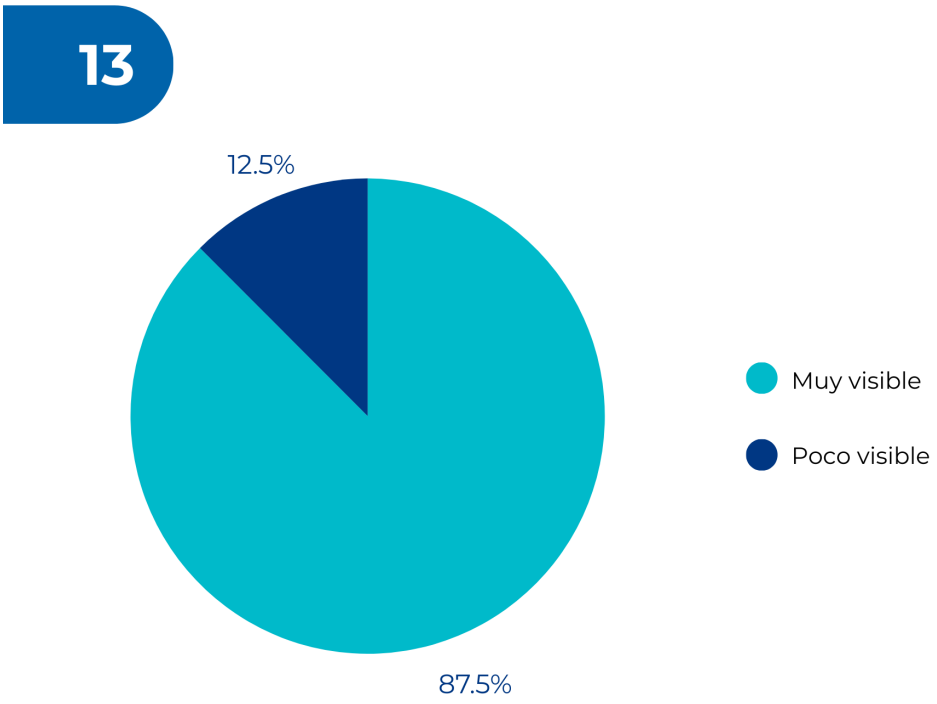
Parte Operativa

Considera que la tipografía utilizada en los textos de las señales es:



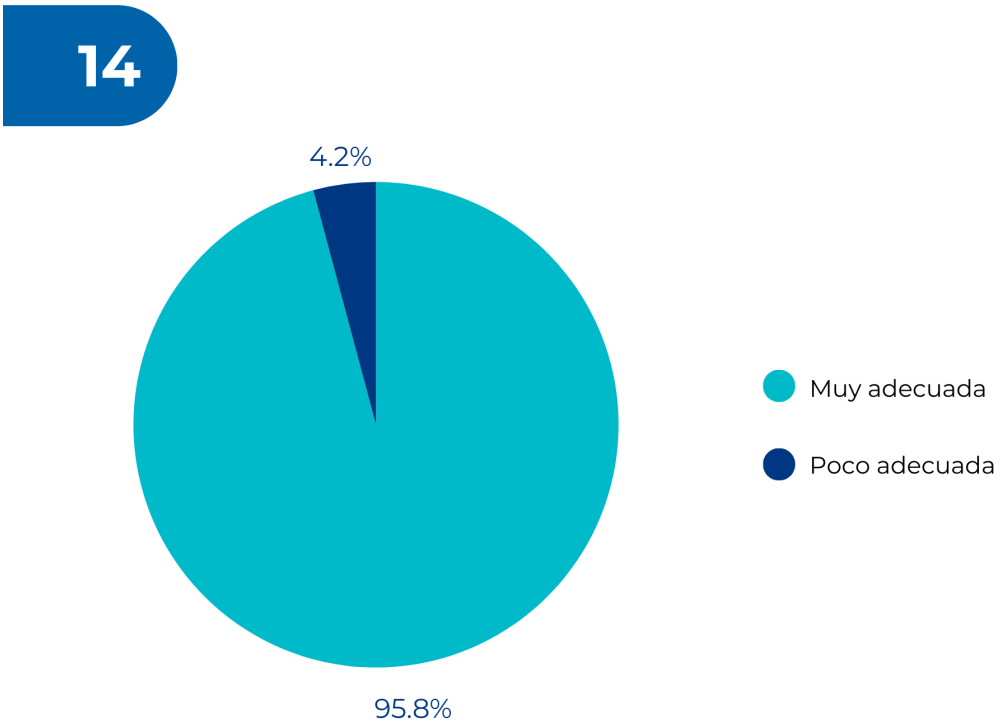
Interpretación. El 91.7% considera que la tipografía utilizada en los textos de las señales es muy legible, mientras que el 8.3% poco legible. Por consiguiente, esto demuestra que la tipografía utilizada en los textos de las señales es en su mayoría legible, aunque se podría considerar una revisión para mejorar la legibilidad según las opiniones de una pequeña parte de los encuestados.

Considera que los elementos gráficos (imagotipo de la empresa, pictogramas e íconos) en la propuesta de las señales son:



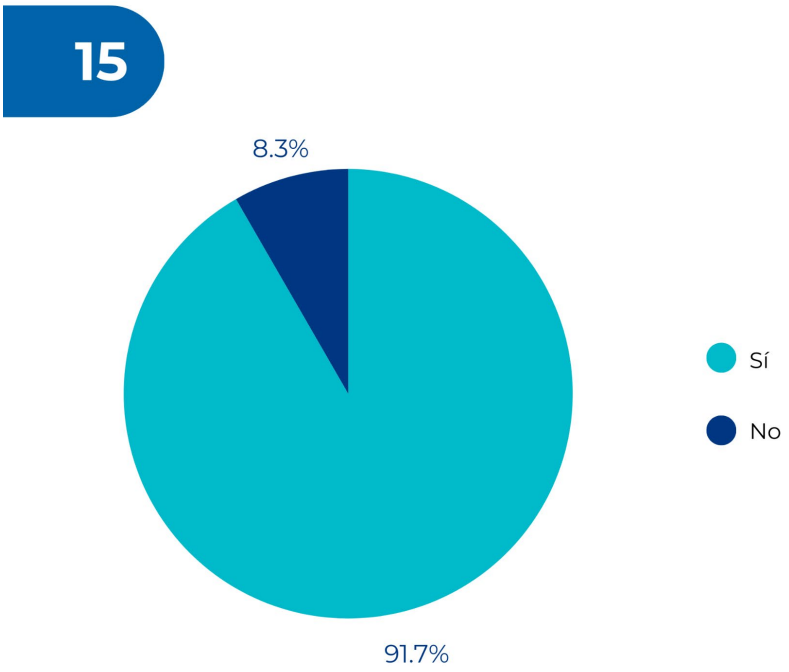
Interpretación. El 87.5% considera que los elementos gráficos (imagotipo de la empresa, pictogramas e íconos) en la propuesta de las señales son muy visibles, mientras que el 12.5% poco visibles. Por consiguiente, esto demuestra que los elementos gráficos utilizados en la propuesta de señales son, en su mayoría, altamente visibles, aunque se podría ajustar su visibilidad para mejorar la percepción de un pequeño porcentaje de los encuestados.

Considera que es la información en las señales es:



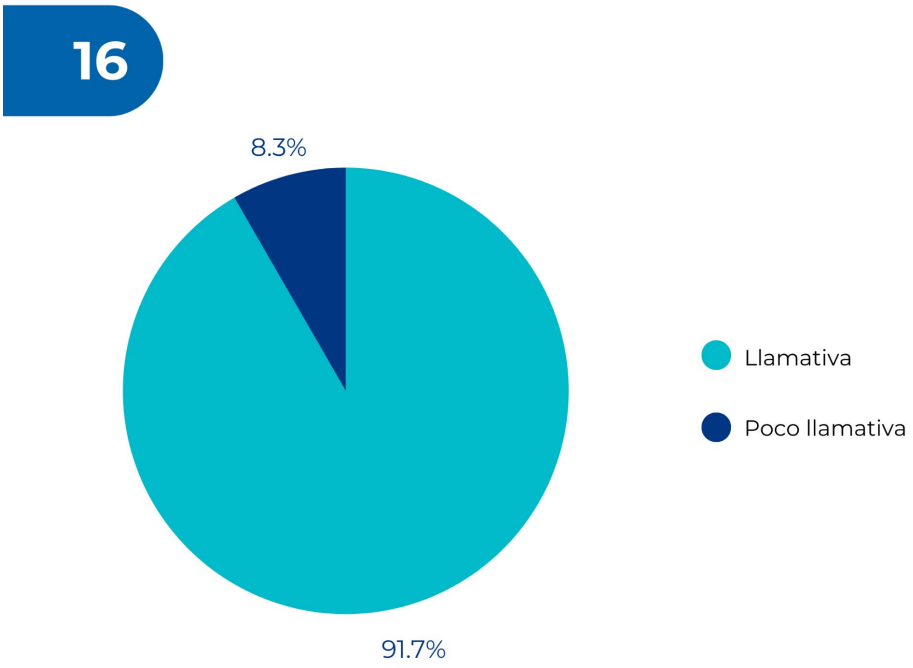
Interpretación. El 95.8% considera que la información en las señales es muy adecuada, mientras que el 4.2% poco adecuada. Por consiguiente, esto demuestra que los elementos gráficos utilizados en la propuesta de señales son, en su mayoría, altamente visibles, aunque se podría ajustar su visibilidad para mejorar la percepción de un pequeño porcentaje de los encuestados.

¿Cree que el concepto del diseño “Descubre tu ruta en cada paso” del proyecto, va acorde a la inspiración gráfica de la empresa?



Interpretación. El 91.7% considera que el concepto del diseño “Descubre tu ruta en cada paso” del proyecto, va acorde a la inspiración gráfica de la empresa, mientras que el 8.3% considera que no va acorde a la inspiración gráfica. Por consiguiente, esto demuestra que el concepto del diseño "Descubre tu ruta en cada paso" es percibido como coherente con la inspiración gráfica de la empresa por la mayoría de los encuestados, aunque podría afinarse para alinearse completamente con las expectativas de todos.

Considera que la tendencia de diseño “flat design” o diseño plano, reflejada en el diseño es:



Interpretación. El 91.7% considera que la tendencia de diseño “flat design” o diseño plano, reflejada en el diseño es llamativa, mientras que el 8.3% considera que es poco llamativa. Por consiguiente, esto demuestra que la tendencia de diseño "flat design" es considerada llamativa por la mayoría de los encuestados, aunque podría evaluarse un ajuste para atraer aún más la atención de todos.

Cambios en base a los resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar el tamaño de la tipografía utilizada en los textos de las señales.
- Es necesario cambiar el tamaño de los elementos gráficos utilizados para que sean más visibles.
- Es necesario cambiar el isotipo utilizado como elemento gráfico a un color sólido por temas de impresión y visibilidad.
- Es necesario cambiar la estructura del manual en general, agregar normas de uso, medidas de las señales e indicaciones de instalación y ubicación para que cumplan con su propósito efectivamente.

Antes

Después

Justificación

Banderín indicativo / Previamente el isotipo utilizado como elemento gráfico contaba con un color gradiente. Ahora el elemento tiene un color sólido para mejor visibilidad.

Antes

Después

Justificación

Adosado prohibitivo / Previamente el isotipo utilizado como elemento gráfico contaba con un color gradiente, el fondo era blanco y la tipografía más delgada. Ahora el elemento tiene un color sólido para mejor visibilidad, a solicitud del cliente se cambió el fondo a un color azul sólido y la tipografía es más ancha.

Antes

Después

Justificación

Adosado indicativo / Previamente el isotipo utilizado como elemento gráfico contaba con un color gradiente. Ahora el elemento tiene un color sólido de la paleta de colores para mejor visibilidad.

Antes

Después

Justificación

Adosado preventivo / Previamente el isotipo utilizado como elemento gráfico contaba con un color gradiente, el fondo era blanco y la tipografía más delgada. Ahora el elemento tiene un color sólido, el fondo color azul sólido y la tipografía es más ancha. Así mismo se cambió el pictograma a uno global para que fuera intuitivo.

Antes

Después

Justificación

Adosado prohibitivo / Previamente el isotipo utilizado como elemento gráfico contaba con un color gradiente, a solicitud del cliente se cambió el fondo a un color azul sólido y la tipografía es más ancha

Antes

Después

Justificación

Adosado prohibitivo / Previamente el isotipo utilizado como elemento gráfico contaba con un color gradiente, la tipografía es más ancha y el pictograma se modificó para que la línea de prohibición estuviera inclinada al mismo lado.

Antes

Después

Justificación

Adosado prohibitivo / Previamente el isotipo utilizado como elemento gráfico contaba con un color gradiente. Ahora cuenta con un color sólido de la paleta de colores para mejor contraste y visibilidad.

Antes

Después

Justificación

Adosado informativo / Previamente el isotipo utilizado como elemento gráfico contaba con un color gradiente. Ahora cuenta con un color sólido de la paleta de colores para mejor contraste y visibilidad.

CAPÍTULO IX

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Posterior a realizar los cambios recomendados por los expertos, se obtuvo la propuesta gráfica final del diseño de manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora. En esta propuesta gráfica definitiva, se ha establecido el tamaño de cada sección a 1,920 por 1,080 píxeles.

Colores. Se ha elegido una combinación de tonos azul, índigo, verde azulado, amarillo y blanco.

Tipografía. Respecto a la tipografía, se ha utilizado la familia tipográfica Futura ST para diversos elementos del diseño, tales como:

- Texto primario: Futura Condensed Medium
- Textos secundarios: Futura Medium y Futura Book

Además, como elementos visuales se han incorporado pictogramas y elementos vectoriales del isotipo en varias secciones del manual.

Pieza 1

Portada del manual de señalética, índice, página titular de antecedentes y página de introducción. Medida 1920x1080px

Pieza 2

Página de la historia del aeropuerto, página titular de Estrategia, problemática y objetivos. Medida 1920x1080px

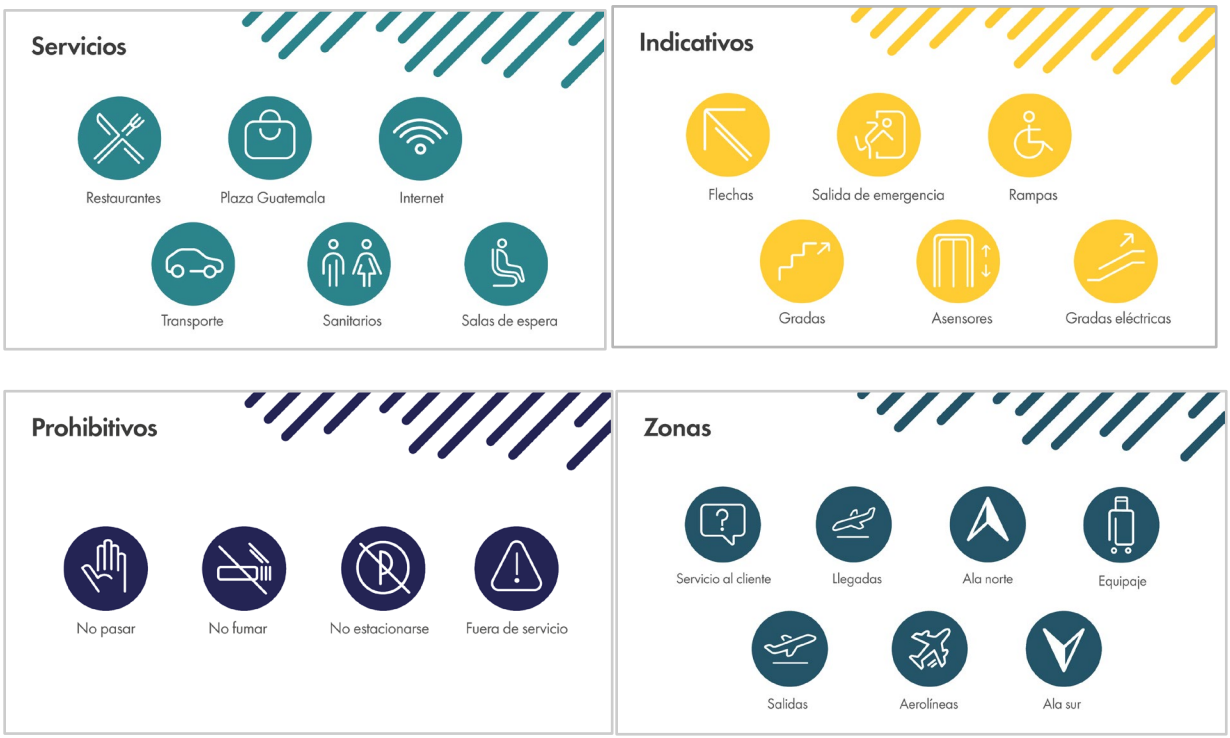
Pieza 3

Página titular de lineamientos, construcción del imagotipo, paleta de color y página de familia tipográfica. Medida 1920x1080px.

Pieza 4

Página titular de señalética, retícula de pictogramas y listado de pictogramas. Medida 1920x1080px.

Pieza 5



Página de clasificación de pictogramas de servicios, indicativos, prohibitivos y de zonas. Medida 1920x1080px.

Pieza 6

Clasificación de señales

Indicativas

Estas señales cumplen la función de orientar a los usuarios hacia diferentes áreas y servicios dentro del aeropuerto. Se utilizan para indicar direcciones, rutas y ubicaciones específicas, como zonas de abordaje, salidas, mostradores de información y servicios esenciales. La señalización indicativa es clave para facilitar el flujo de pasajeros y mejorar su experiencia de desplazamiento.

Informativos

Las señales informativas proporcionan datos relevantes para los pasajeros sobre ubicaciones específicas y el estado de servicios. Incluyen:

- Identificación de kioskos mediante nomenclatura, como "KN-150" para que los usuarios puedan reconocer fácilmente en qué lugar exacto se encuentran.
- Estado de disponibilidad de los servicios, con mensajes como "Fuera de Servicio" o "Mantenimiento en Proceso" cuando algún servicio no esté disponible temporalmente.
- Disponibilidad de servicios complementarios, como el acceso a Wi-Fi, con mensajes claros.

Estas señales informativas buscan brindar información clara y útil que mejore la experiencia de los pasajeros en el aeropuerto.

Prohibitivas

Las señales prohibitivas establecen límites y restricciones para asegurar la seguridad de los usuarios y el correcto funcionamiento de las instalaciones. Indican conductas no permitidas dentro del aeropuerto, como fumar en áreas específicas, ingresar a zonas restringidas, o estacionarse en lugares no autorizados. Estas señales son esenciales para evitar incidentes y mantener el orden en el espacio aeroportuario.

5

IMPLEMENTACIÓN

Página de clasificación de señales indicativas, informativas y prohibitivas. Medida 1920x1080px.

Pieza 7

Especificaciones de instalación de las señales. Medida 1920x1080px.

Pieza 8

Especificaciones de instalación de las señales. Medida 1920x1080px.

Pieza 9

Especificaciones de instalación de las señales y retiro del manual. Medida 1920x1080px.

Link para acceder al documento:

https://drive.google.com/file/d/1nuIJDYZdwkP4nI07VGZnT1Yr04mbL2PT/view?usp=sharing

CAPÍTULO X

PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del Diseño del manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora., es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

Plan de costos de elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	2	Q50.00
Recopilación de información	1	3	Q75.00
Bocetaje	2	5	Q125.00
Total de costos de elaboración			**Q250.00**

Plan de costos de producción

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	2	6	Q150.00
Costos variables de operación (luz, internet)	2	6	Q8.00
Artes finales de señales.	2	6	Q250.00
Artes finales del manual.	2	4	Q250.00
Total de costos de elaboración			**Q658.00**

Plan de costos de reproducción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Manual de 14x8.5in, lomo cuadrado, papel couché.	1	Q450.00	Q450.00
Total			**Q450.00**

Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que será ubicado en las instalaciones de la empresa.

Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 10% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q1,358.00

Utilidad 10% = Q135.80

Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q250.00
Plan de costos de producción	Q658.00
Plan de costos de reproducción	Q450.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
Subtotal I	Q1,358.00
Margen de utilidad 10%	Q135.80
Subtotal II	Q1,493.00
IVA 12%	Q162.96
TOTAL	**Q1,656.76**

CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIÓN

Capítulo XI: Conclusiones Y Recomendaciones

Conclusiones

- Se diseñó un manual de señalética para establecer una comunicación visual efectiva, facilitando la orientación del turismo en el Aeropuerto Internacional La Aurora.
- Se recopiló información necesaria de la identidad visual de la marca del Aeropuerto Internacional La Aurora, mediante la información proporcionada por el cliente por medio del brief, para aplicarla en el diseño del manual de señalética y permitir que el turismo nacional tenga una experiencia consistente y satisfactoria.
- Se investigó conceptos, términos, teorías y tendencias de diseño, como legibilidad, jerarquía visual, tipografías, colores y usabilidad, a través del análisis de fuentes especializadas en diseño gráfico y señalética, para comprender de manera efectiva los principios fundamentales de la señalética y crear un sistema claro, intuitivo y coherente para el turismo nacional.
- Se ilustró prototipos de señalética que incorporen la identidad del Aeropuerto Internacional La Aurora de manera efectiva, por medio de herramientas de diseño, considerando aspectos de legibilidad y visibilidad para garantizar una señalización clara y comprensible para los el turismo nacional.

Recomendaciones

- Se recomienda al Aeropuerto Internacional La Aurora instalar las señales de acuerdo con las especificaciones detalladas en el manual de señalética para garantizar una implementación coherente y eficaz.
- Se recomienda al Aeropuerto Internacional La Aurora realizar estudios periódicos de usabilidad con los usuarios para identificar áreas de mejora en la comprensión y accesibilidad de las señales, ajustando el diseño conforme a los resultados obtenidos.
- Se recomienda al Aeropuerto Internacional La Aurora actualizar y ajustar la señalización del aeropuerto en caso de expansiones o remodelaciones, para reflejar los cambios en la infraestructura y mantener la coherencia visual en todo el espacio.
- Se recomienda al Aeropuerto Internacional La Aurora capacitar periódicamente al personal sobre el significado y uso de las señales, con el fin de mejorar la experiencia del usuario y asegurar una correcta interpretación de la señalética.

CAPÍTULO XII

CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII Conocimiento general

Demostración de conocimientos

Figura 15. Realizada por Cristy Guzmán. Infografía del conocimiento adquirido durante la carrera, que fue aplicado al proyecto.

CAPÍTULO XIII

REFERENCIA

Capítulo XIII: Referencias

Biblioweb

A

Aicad Business School. (2020, 28 noviembre). Psicología organizacional. https://www.aicad.es/psicologia-organizacional-que-es

Air Cargo Latin America. (s.f.). CARGAS AEREAS: Conceptos Básicos. Obtenido de https://aircargolatinamerica.com/cargas-aereas-conceptos-basicos/#aerolineas

Asión, L. (s.f.). Estudio de los Métodos de Diseño Modular y sus Aplicaciones. Obtenido de https://zaguan.unizar.es/record/63678/files/TAZ-TFM-2017-771_ANE.pdf

Assael, D. (2021a, noviembre 23). La psicología del color: el significado de los colores y cómo aplicarlos a tu marca. Aprende. https://www.canva.com/es_mx/aprende/psicologia-del-color/

B

Baez, D. (2023, 5 agosto). ¿Qué es el diseño modular? - Estudio Guía. Estudio Guía - Guía universitaria de carreras creativas. https://estudioguia.com/que-es-el-diseno-modular/

Brazier, Y. (2021, 22 enero). ¿Qué es la psicología y en qué consiste? https://www.medicalnewstoday.com/articles/es/psicologia

C

Castro, R. Q. (2006). Elementos del Turismo. Euned.

Carreño, D. (2017a, septiembre 14). ¿Qué es el diseño plano o flat design? Agencia Marketing Fuerteventura. https://waarket.com/que-es-el-diseno-plano-o-flat-design/

Claude Shannon y Warren Waver. (1948) La Teoría Matemática de la Comunicación.

Conforti, F. (2020). Aeropuertos. Biblioteca Aeronáutica.

Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos. Bolivia: Grupo Editorial Design.

Creativo News. (2021, noviembre 28). *Tipos de señalética de orientación*. Ideakreativa. https://ideakreativa.net/tipos-de-senaletica-de-orientacion/

Cok, S. (2024, 7 febrero). El estilo minimalista en el diseño gráfico y sus características. Toulouse Lautrec. https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/estilo-minimalista-en-diseno-grafico-sus-caracteristicas#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20minimalista%20usa%20lo,las%20im%C3%A1genes%20destaquen%2C%20se%20luzcan.

D

Dabner, D., Stewart, S., Vickress, A. (2022). Diseño gráfico: Fundamentos y prácticas. Alemania: Blume.

Díaz, P. (2022, 8 agosto). Flat design: principales características y ventajas. Blog de Acumbamail. https://acumbamail.com/blog/flat-design/

Dirección General de Aeronáutica Civil. (2005). Dirección General de Aeronáutica Civil. Obtenido de DEFINICIONES Y ACRÓNIMOS OPERATIVOS DE LA D.G.A.C.: /https://www.dgac.gob.cl/wp-content/uploads/2019/06/Lexico.pdf

Discorp. (s. f.). Minimalismo Funcional. Discorp | Escenarios de Marca. https://discorp.com.co/minimalismo-funcional/

Dobuss. (2021a, diciembre 20). La señalética: qué es y para qué sirve | Dobuss. *Dobuss*. https://www.dobuss.es/la-senaletica-que-es-y-para-que-sirve/

Duncan, O. (2016). *[Fotografía de placa señalética con textos visibles]*. Pexels. Recuperado de: https://www.pexels.com/es-es/foto/administracion-servicios-corporativos-reaseguro-junta-legal-etiquetada-189476/

E

Edgar Estrada Esparza. (s. f.). Paul Rand y las artes gráficas. https://todosobreldg.blogspot.com/2016/11/paul-randnacido-peretz-rosenbaum-15-de.html

ESADA - Escuela Superior de Arte y Diseño de Andalucía. (2023, 1 septiembre). Massimo Vignelli: La Elegancia Intemporal en el Diseño Gráfico. https://www.esada.es/disenadores/716-massimo-vignelli-la-elegancia-intemporal-en-el-diseno-grafico

G

Gómez, F. S. J. (2016). La comunicación. Salus, 20(3), 5-6.

González Balletbó, I. G. (2023, 20 diciembre). El porqué de la sociología. Arts I Humanitats. https://blogs.uoc.edu/humanitats/es/que-es-la-sociologia-y-porque-estudiarla/

Guerrini, S., & Guerrini, S. (2015, 28 enero). Soy diseñador antropólogo. FOROALFA. https://foroalfa.org/articulos/soy-disenador-antropologo

Guiraud, P. (1979). La semiología. Argentina: Siglo Veintiuno.

I

Innovación Gráfica. (2018, 10 febrero). Nueva guía de uso de señalética modular. Innovación Gráfica. https://www.innovaciongrafica.com.mx/nueva-guia-uso-senaletica-modular/

Isabel. (2015, 24 abril). 4 elementos de la señalización, recomendaciones. Blogartesvisuales. https://www.blogartesvisuales.net/diseno-grafico/senaletica/4-elementos-de-la-senalizacion-recomendaciones/

L

Llasera, J. (2021). [Ejemplificación de las leyes de la Gestalt]. Imborrable. Recuperado de: https://imborrable.com/blog/teoria-de-la-gestalt/

M

Martin, F. (2017, January 26). ¿Qué es la diagramación y cuál es su importancia dentro del diseño editorial? Agencia CHAN! https://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-diseno-editorial/

McLean, R. (1993). Manual de tipografía. España: Tursen.

Torres, M. M. (2012). University of Barcelona. Obtenido de Psicología de la comunicación: https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaciónMMartinez_M.pdf

Ministerio de Finanzas Públicas. (26 de Diciembre de 2007). Ministerio de Finanzas Públicas. Obtenido de ACUERDOMINISTERIAL NÚMERO 67-2007: https://www.minfin.gob.gt/images/archivos/leyes/tesoreria/Acuerdos%20Ministeriales/ACUERDO%20MINISTERIAL%2067-2007.pdf

Muñoz Cosme, A. (2007). Iniciación a la arquitectura. España: Reverté.

P

Proceso de comunicación | Koiwe. (s. f.). https://www.koiwerrhh.com.ar/comunicaciones_proceso.html

R

Ramos, M. E. (2016). La conceptualización del diseño. Actas de Diseño.

Reyero, V. (2018, 26 marzo). ¿Antropología y Diseño? - Antropología 2.0 Blog. Antropología 2.0 Blog. https://blog.antropologia2-0.com/es/antropologia-y-diseno/

Rivera, A. (2023, 22 febrero). La digitalización del diseño interior visualiza como reales las ideas. ExpoCihac Media. Recuperado de: https://www.expocihachub.com/nota/diseno-e-interiorismo/la-digitalizacion-del-diseno-interior-visualiza-como-reales-las-ideas#:~:text=La%20digitalizaci%C3%B3n%20del%20dise%C3%B1o%20abarca,y%20toma%20de%20decisiones%20aut%C3%B3noma.

Rivera, D. (2022, 10 enero). Identidad visual de marca. Incitrus. Recuperado 6 de junio de 2024, de https://www.incitrus.com.mx/post/identidad-visual-de-marca

S

Santos, D. (2023, 6 junio). Qué es el diseño gráfico, para qué sirve y ejemplos. HubSpot. Recuperado 6 de junio de 2024, de https://blog.hubspot.es/marketing/diseno-grafico#tipos

T

Terreros, D. (2023, January 20). ¿Qué es la psicología del consumidor y por qué es importante? HubSpot. https://blog.hubspot.es/marketing/psicologia-del-consumidor

U

Universidad Nacional Autónoma de México. (s.f.). Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de: http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/456/A4.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Unir, V. (2024, 26 abril). Diseño digital: la evolución natural desde el diseño gráfico tradicional. UNIR. https://www.unir.net/ingenieria/revista/diseno-digital-diseno-grafico/

Viartola. (2020, 9 diciembre). Las claves para entender qué es la psicología audiovisual y escénica (PAE) y cómo puede ayudarte a ti. Cristina Viartola. https://cristinaviartola.com/psicologia-audiovisual-y-escenica/

W

Watzlawick, P. (2014). No es posible no comunicar. Alemania: Herder Editorial.

CAPÍTULO XIV

ANEXOS

Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1: Brief

FACOM | Facultad de Ciencias de la Comunicación

BRIEF

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

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Cristy Joanna Guzmán Mármol

No. de Carné: 21000516 Celular: 40201414

Email: cristy.guzman@gmail.com

Proyecto: Diseño de sistema de señalética para establecer la ubicación de las diferentes áreas y ambientes internos dirigido al turismo, para Aeropuerto Internacional la Aurora. Guatemala, Guatemala.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Aeropuerto Internacional La Aurora

Dirección: Ciudad de, 9 Avenida 14-75, Cdad. de Guatemala

Email: info-aeropuerto@inguat.gob.gt Tel: 31286900

Contacto: Gerencia Aeroportuaria Celular: 31286900

Antecedentes: El Aeropuerto Internacional La Aurora, fue fundado en el año 1945 durante el gobierno del presidente Jorge Ubico, el cual inicialmente funcionó como base de operaciones para la Fuerza Aérea Guatemalteca. Actualmente, es el principal centro de transporte aéreo de Guatemala y ofrece una amplia gama de servicios para pasajeros y carga, siendo un punto vital de entrada y salida para viajes nacionales e internacionales.

Oportunidad identificada: Desorganización en la señalización interna del aeropuerto.

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Proporcionar servicios de transporte aéreo seguros y eficientes, facilitando la conectividad nacional e internacional para impulsar el desarrollo económico y turístico de Guatemala.

Visión: Excelencia operativa y posicionamiento como centro de conexión líder en la región centroamericana, contribuyendo al desarrollo y proyección internacional de Guatemala.

Delimitación geográfica: Guatemala, Guatemala.

Grupo objetivo: Usuarios del turismo nacional

Principal beneficio al grupo objetivo: Facilidad de acceso y conexión a destinos nacionales e internacionales.

Competencia: No existe

Posicionamiento: Principal conexción aereopuertuaria del país.

Factores de diferenciación: Ubicación estratégica.

Objetivo de mercadeo: Posicionar el Aeropuerto Internacional La Aurora como el principal centro de conexión aereopuertaria, destacando su seguridad, eficiencia y excelencia operativa.

Objetivo de comunicación: Comunicar la experiencia única y la eficiencia del Aeropuerto Internacional La Aurora como el principal punto de acceso a Guatemala, inspirando confianza en los usuarios.

Mensajes claves a comunicar: Conectividad global, seguridad y eficiencia.

Estrategia de comunicación: Transmitir mensajes que inspiren confianza en los viajes aéreos, resaltando las medidas implementadas para garantizar la seguridad de los pasajeros.

Reto del diseño y trascendencia: Mejorar la orientación de los pasajeros, reducir retrasos, confusiones y establecer una identidad visual coherente para el aeropuerto.

BRIEF

Materiales a realizar: Señalización de áreas y ambientes internas del aeropuerto.

Presupuesto: Q150,000.00

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: #2c2655 , #242454, #2c848c, #247984, #245468

Tipografía: Familia tipográfica Futura

Forma: Isologo

LOGOTIPO

LA AURORA
AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA

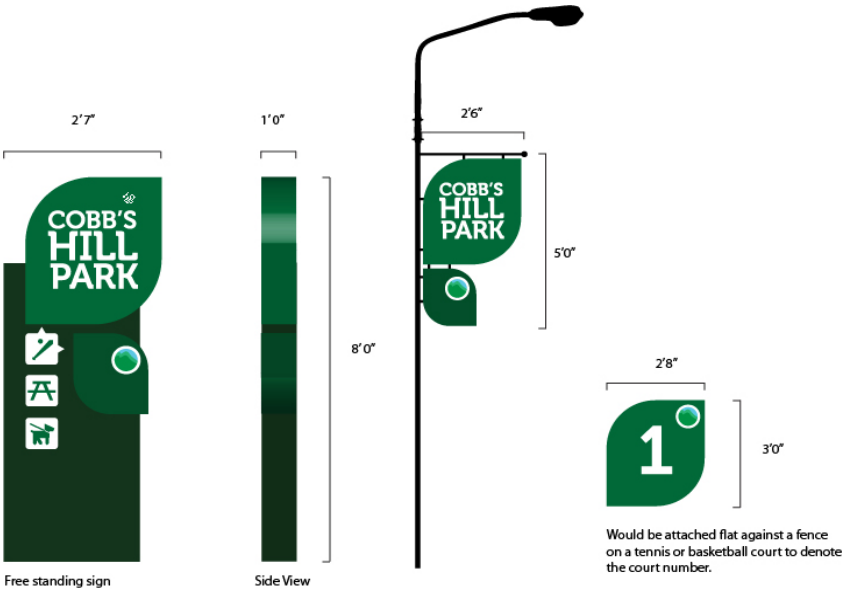
Fecha: 3 de mayo del 2024

Anexo 2: Tabla de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex

CARACTERISTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestria, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestria, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanzo en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel minimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel minimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo 3: Imágenes de tablero de tendencias de Diseño Modular en Marco teórico.

[Ejemplificación señaletica modular]. Elaborado por Mauricio Aparicio. Recuperado de Innovación gráfica.



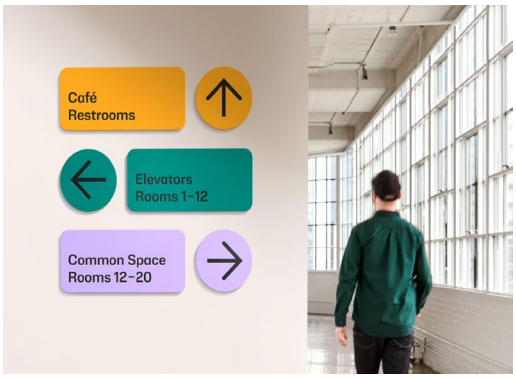
[Ejemplificación señaletica modular]. Recuperado de S3images.

[Ejemplificación señaletica modular]. Recuperado de Gráffica. Elaborado por Marta Fabián.

[Ejemplificación señaletica modular]. Recuperado de PinIMG.

[Ejemplificación señaletica modular]. Recuperado de Studio Maat. Elaborado por Aaron Chapman.

[Ejemplificación señaletica modular]. Recuperado de Multiple Studio.

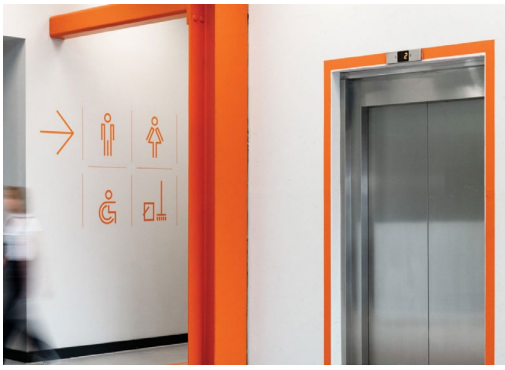


[Ejemplificación señaletica modular]. Recuperado de Wolff Olins.

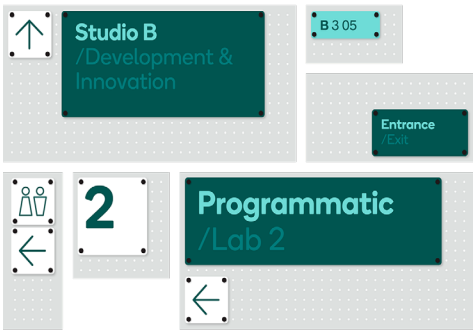
Anexo 4: Imágenes en tablero de tendencias de diseño minimalista.

[Ejemplificación señaletica minimalista]. Recuperado de Tomat Design.

[Ejemplificación de pictogramas minimalistas]. Recuperado de Tomat Design.



[Ejemplificación de señalética minimalistas]. Recuperado de DNCO.



[Ejemplificación de señalética minimalistas]. Recuperado de Behance. Creado por Bold Copenhagen.

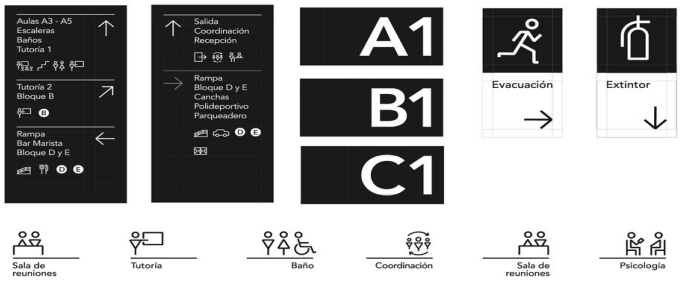
[Ejemplificación de señalética minimalistas]. Recuperado de Studio Matthews.

[Ejemplificación de señalética minimalistas]. Recuperado de Ashton Design.

[Ejemplificación de señalética minimalistas]. Recuperado de Ashton Design.

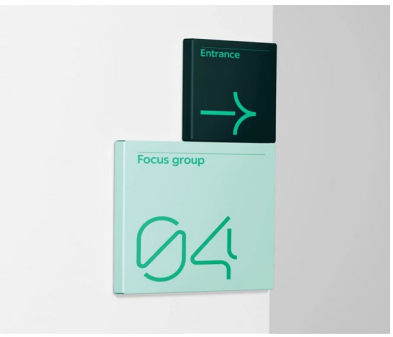
[Ejemplificación de señalética minimalistas]. Recuperado de Behance. Creado por DASA.

Anexo 5: Imágenes en el *Tablero de la tendencia Diseño Plano.*



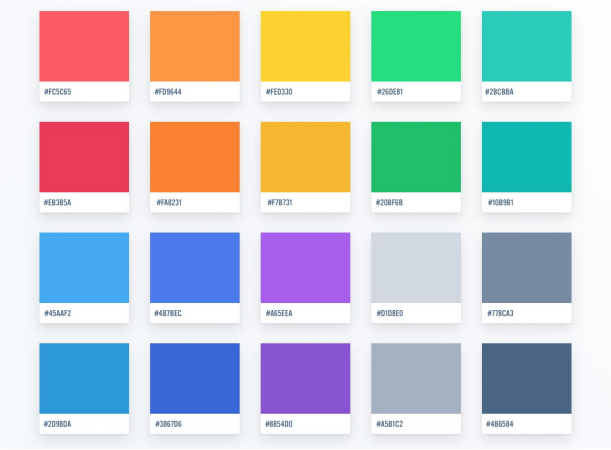
[Ejemplificación de diseño plano]. Recuperado de Flandoli. Creado por Espinoza Carvajal.

[Ejemplificación de diseño plano]. Recuperado de Rico Lins Studio.



[[Ejemplificación de diseño plano]. Recuperado de Essen International.

[[Ejemplificación de diseño plano]. Recuperado de Dribbble.

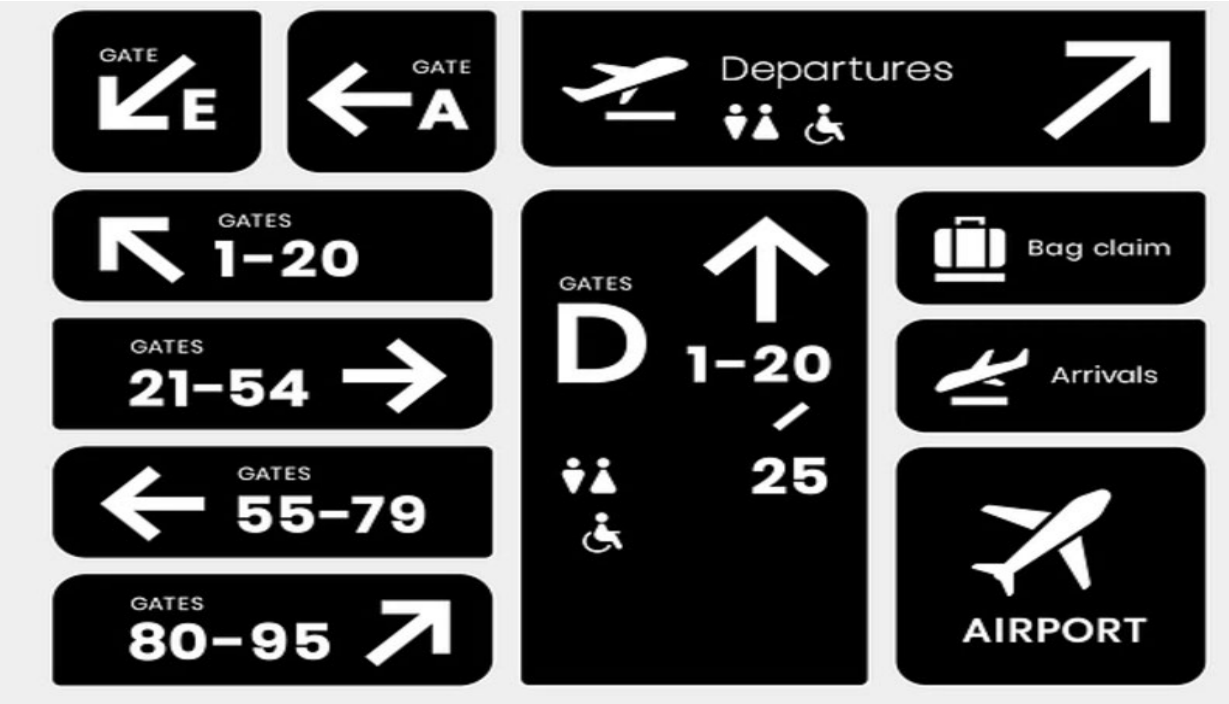


[Ejemplificación de diseño plano]. Recuperado de Dribbble.

[Ejemplificación de diseño plano]. Recuperado de Issuu.

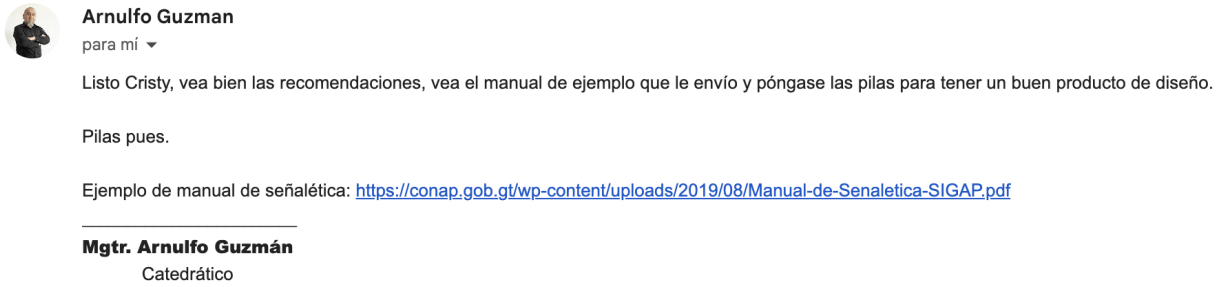
[Ejemplificación de diseño plano]. Recuperado de Clase BCN.

[Ejemplificación de diseño plano]. Recuperado de Clase BCN.



[Ejemplificación de diseño plano]. Recuperado de Raw Pixel..

Anexo 6: Evidencia de validación de expertos



Arnulfo Guzman
para mí

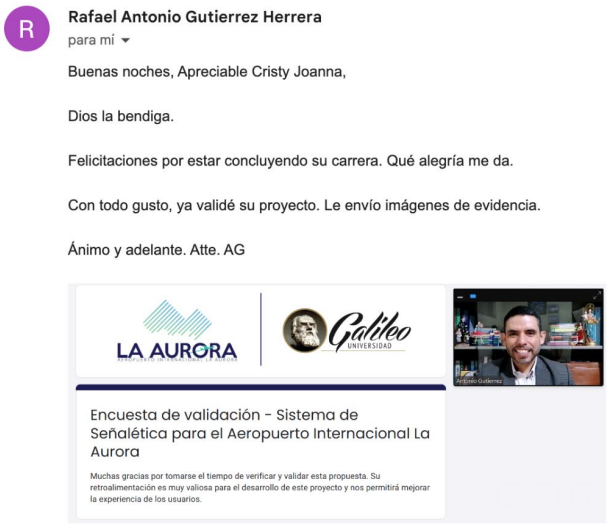
Listo Cristy, vea bien las recomendaciones, vea el manual de ejemplo que le envío y póngase las pilas para tener un buen producto de diseño.

Pilas pues.

Ejemplo de manual de señalética: https://conap.gob.gt/wp-content/uploads/2019/08/Manual-de-Senaletica-SIGAP.pdf

Mgtr. Arnulfo Guzmán
Catedrático

Lic. Arnulfo Guzmán - Comunicólogo



Rafael Antonio Gutierrez Herrera
para mí

Buenas noches, Apreciable Cristy Joanna,

Dios la bendiga.

Felicitaciones por estar concluyendo su carrera. Qué alegría me da.

Con todo gusto, ya validé su proyecto. Le envío imágenes de evidencia.

Ánimo y adelante. Atte. AG

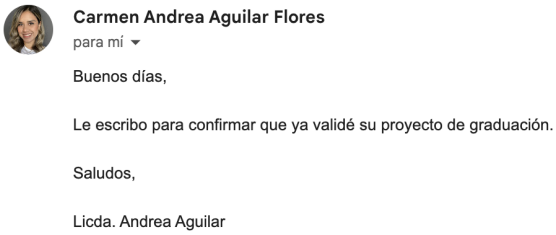
LA AURORA

Galileo UNIVERSIDAD

Encuesta de validación - Sistema de Señalética para el Aeropuerto Internacional La Aurora

Muchas gracias por tomarse el tiempo de verificar y validar esta propuesta. Su retroalimentación es muy valiosa para el desarrollo de este proyecto y nos permitirá mejorar la experiencia de los usuarios.

Mftr. Rafael Gutierrez - Docente Universitario



Carmen Andrea Aguilar Flores
para mí

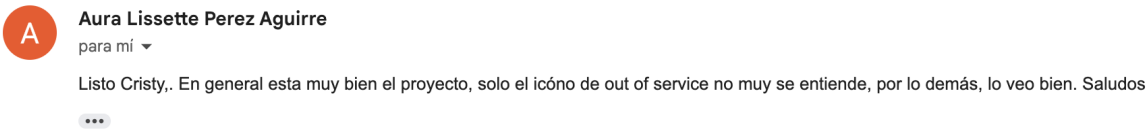
Buenos días,

Le escribo para confirmar que ya validé su proyecto de graduación.

Saludos,

Licda. Andrea Aguilar

Licda. Carmen Aguilar - Comunicóloga y Diseñadora gráfica



Aura Lissette Perez Aguirre
para mí

Listo Cristy,. En general esta muy bien el proyecto, solo el icóno de out of service no muy se entiende, por lo demás, lo veo bien. Saludos

Licda. Aura Perez - Comunicóloga

Encuesta de validación - Sistema de Señalética para el Aeropuerto Internacional La Aurora

Facultad de Ciencias de la Comunicación | Licenciatura en Comunicación y Diseño | Proyecto de Graduación | Cristy Guzmán Mármol

Se ha registrado el correo del encuestado (**mariaguilar@galileo.edu**) al enviar este formulario.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombre y apellido *

María Eugenia Aguilar

Edad *

59 años

Profesión *

Lic. en Comunicación y disñeo

Puesto

Asesora de proyectos de graduación y catedrática

Licda. Maria Aguilar - Comunicóloga