



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Guatemala, Guatemala.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Maria Marcela Sánchez Halliday

Carné: 22000558

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Diseño de tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Guatemala, Guatemala.

Maria Marcela Sánchez Halliday

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, 23 de abril de 2025

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 TRES FOLLETOS IMPRESOS PARA ANUNCIAR A TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES, EL TURISMO GASTRONÓMICO, TURISMO DE AVENTURA Y AVITURISMO EN GUATEMALA. INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO -INGUAT-**. Así mismo solicito que el Mgtr. Arnulfo Guzmán sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



María Marcela Sánchez Halliday
22000558



Mgtr. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2025

Señorita:
María Marcela Sánchez Halliday
Presente

Estimada Señorita Sánchez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE TRES FOLLETOS IMPRESOS PARA ANUNCIAR A TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES, EL TURISMO GASTRONÓMICO, TURISMO DE AVENTURA Y AVITURISMO EN GUATEMALA. INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO -INGUAT-**. Así mismo, se aprueba al Mgtr. Amulfo Guzmán Morán, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 12 de diciembre de 2025


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 TRES FOLLETOS IMPRESOS PARA ANUNCIAR A TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES, EL TURISMO GASTRONÓMICO, TURISMO DE AVENTURA Y AVITURISMO EN GUATEMALA. INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO -INGUAT-**. Presentado por la estudiante: *María Marcela Sánchez Hallidar*, con número de carné: 22000558, 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,



Mgtr. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Academia de la Innovación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 13 de febrero de 2026

Señorita
María Marcela Sánchez Halliday
Presente

Estimada Señorita Sánchez:

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

Guatemala, 23 de marzo de 2026.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE TRES FOLLETOS IMPRESOS PARA ANUNCIAR A TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES, EL TURISMO GASTRONÓMICO, TURISMO DE AVENTURA Y AVITURISMO EN GUATEMALA. INSTITUTO GUATEMLATECO DE TURISMO - INGUAT-**, de la estudiante María Marcela Sánchez Halliday, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente,


Claudia Navas Dangel
Asesora Lingüística
Universidad Galileo

Claudia Navas Dangel
Licenciada en Ciencias de la Comunicación
Colegiada Activa 46983



Galileo
UNIVERSIDAD
La Asociación en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 7 de mayo de 2026

Señorita:
Maria Marcela Sánchez Halliday
Presente

Estimada Señorita Sánchez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE TRES FOLLETOS IMPRESOS PARA ANUNCIAR A TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES, EL TURISMO GASTRONÓMICO, TURISMO DE AVENTURA Y AVITURISMO EN GUATEMALA. INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO -INGUAT-**. Presentado por la estudiante: *Maria Marcela Sánchez Halliday*, 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 mi familia que siempre estuvo a mi lado apoyándome en todo momento.

A mis amigos que nunca dudaron en ayudarme y brindarme sus más honestas opiniones.

A mis compañeros que ampliaron mis conocimientos y resolvieron mis dudas.

A los catedráticos que brindaron conocimiento nuevo durante el transcurso de la carrera.

A mi gata Spooky que siempre me acompañó en los desvelos y horas de trabajo.

Resumen

A través del acercamiento con el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- se identificó que no cuenta con folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales el turismo gastronómico, el turismo de aventura y aviturismo en Guatemala para el INGUAT.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por mujeres y hombres, de 30 a 40 años, con un NSE B y C+, gustos por la naturaleza, la cultura y el descubrimiento de nuevas experiencias a través del viaje y tendencias a viajar en pareja o en grupos, así como a expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que el diseño de los tres folletos para anunciar el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala dirigido a turistas nacionales e internacionales, para el INGUAT.

Se recomendó colocar el material en oficinas de información turística de toda la República, y en eventos en dónde esté presente el INGUAT.

Para efectos legales únicamente el autor, **Maria Marcela Sánchez Halliday** es responsable del contenido de este proyecto y de su presentación audiovisual ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y reproducción por estudiantes y profesionales.

El autor 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.

Introducción.....1

Capítulo II: Problemática.

Contexto..... 2

Requerimiento de Comunicación y Diseño 4

Justificación 4

Magnitud..... 5

Vulnerabilidad..... 5

Trascendencia 6

Factibilidad 6

Capítulo III: Objetivos del diseño.

Objetivo general..... 8

Objetivos específicos 8

Capítulo IV: Marco de referencia.

Información general del cliente 9

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

Perfil geográfico..... 13

Perfil demográfico 13

Perfil psicográfico..... 13

Perfil conductual	14
-------------------------	----

Capítulo VI: Marco teórico.

Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
--	----

Turismo sostenible	15
--------------------------	----

Turismo gastronómico	16
----------------------------	----

Turismo de aventura.....	16
--------------------------	----

Aviturismo.....	16
-----------------	----

Folletos.....	16
---------------	----

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	17
--	----

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	17
--	----

Comunicación.	17
--------------------	----

Esquema de comunicación.....	19
------------------------------	----

Comunicación persuasiva	19
-------------------------------	----

Comunicación visual.....	19
--------------------------	----

Comunicación comercial	19
------------------------------	----

Comunicación intercultural.....	20
---------------------------------	----

Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	20
--	----

Diseño.	20
--------------	----

Diseño gráfico.....	20
---------------------	----

Diseño editorial.....	21
-----------------------	----

Diseño publicitario.....	21
Elementos de diseño	21
Diagramación.....	21
Fondo.....	22
Color.....	22
Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	22
Ciencias auxiliares	22
Semiología	22
Semiótica.....	23
Sociología.....	24
Antropología.....	24
Cibernética	25
Psicología.....	25
Psicología de la comunicación.....	25
Psicología del color.....	25
Psicología de la imagen.....	26
Artes.....	26
Fotografía.....	26
Artes tipográficas.....	27
Arte digital.....	27

Ilustración.....	27
Teorías.....	28
Teoría del color.....	28
Teoría de la Gestalt.....	28
Teorías del recorrido visual.....	29
Teoría del diseño.	29
Tecnologías	29
Computadora.....	29
Adobe Illustrator.....	29
Adobe Photoshop.....	30
Adobe InDesign.....	30
Microsoft Word.....	31
Tendencias.....	31
Diseño minimalista.	31
Fotos recortadas con forma personalizada.....	31
Tipografía impactante.	32
Tablero de tendencias.....	33
Capítulo VII Proceso de diseño y propuesta preliminar.	
Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	34

Comunicación	34
Diseño	34
Diseño editorial.....	34
Semiología	34
Semiótica.....	35
Diagramación.....	35
Cibernética	35
Psicología.....	35
Psicología de la comunicación.....	36
Psicología del color.....	36
Psicología de la imagen.	36
Ilustración	36
Teoría del color	36
Teoría de la Gestalt	37
Teoría del recorrido visual	37
Teoría del diseño	37
Adobe Illustrator	37
Adobe InDesign	37
Adobe Photoshop.....	38
Diseño minimalista	38

Fotos recortadas con forma personalizada.....	38
Tipografía impactante	38
Conceptualización.....	38
Método 1. Lluvia de ideas.....	39
Método 2. Mapa mental	41
Definición del concepto	42
Bocetaje.....	43
Proceso de digitalización de los bocetos.....	79
Propuesta Preliminar.....	129
Capítulo VIII: Validación técnica.	
Población y muestreo	201
Método e Instrumentos	202
Modelo de la encuesta.....	203
Resultados e interpretación de resultados	208
Cambios en base a los resultados.....	219
Capítulo IX Propuesta gráfica final.	
Capítulo IX Propuesta gráfica final	236
Capítulo X Producción, Reproducción y distribución.	
Plan de costos de elaboración	248
Plan de costos de producción.....	249

Plan de costos de reproducción.....	249
Plan de costos de distribución.....	250
Margen de utilidad	250
Tabla resumen de costos	251
Capítulo XI Conclusiones y Recomendaciones.	
Conclusiones.....	252
Recomendaciones	253
Capítulo XII Conocimiento general.	
Capítulo XII Conocimiento general.....	254
Capítulo XIII Referencias.	
Capítulo XIII Referencias.....	255
Capítulo XIV Anexos, gráficos y tablas.	
Capítulo XIV Anexos	263

Capítulo I. Introducción

Capítulo I. Introducción

Introducción

A través del acercamiento con El Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- se identificó que no cuenta con impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala.

Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Guatemala, Guatemala.

Para crear el concepto creativo se usó el método de la creación del mapa mental y lluvia de ideas y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creó un marco teórico que respalde la investigación.

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

Capítulo II: Problemática

Capítulo II: Problemática

Contexto

El Instituto Guatemalteco de Turismo fue creado como una entidad estatal descentralizada, con personalidad jurídica y patrimonio propio el 6 de octubre de 1967, según Decreto 1701 del Congreso de la República publicado en el Diario Oficial.

No obstante, los orígenes de la institución rectora del turismo en Guatemala deben situarse en los primeros años de la tercera década del siglo XX, exactamente el 27 de octubre de 1932, cuando se creó la Sección de Turismo en el segundo año de gobierno del general Jorge Ubico. En un principio la sede fue ubicada en el Hotel Palace, ubicado en el centro de la ciudad capital, y fue inaugurada con la llegada al país del primer grupo organizado de turistas.

Para 1944, durante el período presidencial del doctor Juan José Arévalo, la Oficina de Turismo se encontraba ubicada en el Palacio Nacional. Fue hasta el 12 de diciembre de 1952 que fue autorizado el Decreto Gubernativo No. 861 con el que oficialmente se crea la Oficina Nacional de Turismo, bajo el régimen presidencial de Jacobo Árbenz Guzmán. Esta se situó en la 6a. Avenida entre 10 y 11 calles de la zona 1.

Al poco tiempo fue reubicada en la 11 calle entre 4a. y 5a. Avenida de la zona 1 en un edificio perteneciente a la Familia Herrera, lugar en donde permaneció cerca de tres años hasta que, en 1954, la Oficina se trasladó hacia la 6a. Avenida 5-34, zona 1.

En octubre de 1961, mediante Decreto No. 1497 del Congreso de la República, La Oficina de Turismo se convirtió en el Centro Guatemalteco de Turismo, bajo la dirección del señor Roberto Bianchi Rosales, quien asumió el 1ro de diciembre de 1961.

El señor Alberto Urrutia Aparicio asumió la dirección en abril de 1962, luego el señor José Miguel Collado Morales en junio de 1962. En julio de 1964 fue nombrada la señora Lucy W. de Sturgilly finalmente en agosto de 1964, el coronel Ricardo Antonio Porras Figueroa.

En esta nueva institución se planificaron y materializaron dos de los logros más trascendentales para el futuro de la actividad turística del país. El primero de ellos se concretó en octubre de 1967, bajo la administración de quien sería el último gerente del Centro Guatemalteco de Turismo, el coronel Ricardo Antonio Porras Figueroa, que consistió en la fundación del Instituto Guatemalteco de Turismo, constituyéndose así en el primer director de dicha institución.

El segundo logro materializó la idea de construir un edificio que albergará y centralizará la labor administrativa de la actividad turística, proyecto que finalmente se llevó a cabo en agosto de 1973, al ser aprobado por el gobierno del general Carlos Arana Osorio y estando en la Dirección del Instituto el señor Jorge Senn Bonilla, quien ocupó el cargo de 1972 a 1979.

Los trabajos de construcción del edificio se iniciaron en abril de 1974, luego que el programa de inversión fue conocido y aprobado por el Consejo Nacional de Planificación Económica, al tomar en consideración el incremento del movimiento turístico, así como su carácter autofinanciable.

En la primera década de existencia del INGUAT, fungieron como directores, además de los mencionados, los señores Francisco López Urzúa, Leonel Sisniega Otero, Jorge D. Krausse y Álvaro Arzú, quienes dejarían un incuestionable saldo de beneficios económicos, sociales y culturales al país a pesar de los efectos negativos que ocasionó el trágico terremoto de 1976.

Para enero de 1978 Guatemala ya había recuperado su ritmo normal y seguía en ascenso, hasta alcanzar, el año siguiente, la mayor cifra de turismo receptivo hasta esa fecha.

Por otro lado, durante dicha década se crearon centros culturales de importancia como el Museo de Estanzuela en Zacapa y el Museo de La Democracia en Escuintla. Se organizaron los dos primeros seminarios de turismo a nivel de las municipalidades del país. Fue fundado el Mercado de Artesanías y se creó la infraestructura turística del Cerro del Baúl en Quezaltenango. También se invirtieron grandes sumas de dinero en el rescate y conservación de la Antigua Guatemala, la ladinización y ordenamiento del Mapa en Relieve, así como la urbanización e iluminación de la Plazuela España en la zona 9 de esta capital y la adquisición y posterior donación a la Municipalidad de Guatemala de dos barredoras.

El INGUAT creó grandes campañas promocionales, tanto para el turismo nacional como para el receptivo, entre otras obras de gran trascendencia. De acuerdo con registros de archivo, en 1976 se inició la participación en la Bolsa Internacional de Turismo-ITB, que se celebra en Berlín, Alemania.

Requerimiento de Comunicación y Diseño

El Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT no cuenta con folletos impresos para anunciar el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala dirigido a los turistas nacionales e internacionales.

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

En la República de Guatemala habitan 18,12 millones de personas, y está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra el Departamento de Guatemala, que en la actualidad acoge a más de 3,600,000 habitantes. Dentro del país se encuentran registradas 4,302 instituciones dedicadas al turismo en todo el país. Guatemala recibe anualmente un promedio de más de 3,000,000 de turistas internacionales y más de 1,900,000 turistas nacionales, lo que refleja la importancia del sector turístico en la economía y proyección cultural del país.



Vulnerabilidad

Si el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) no realiza el diseño de estos folletos impresos, se perderá la oportunidad de dar a conocer a los turistas internacionales y nacionales el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala y, por lo tanto, continuará la falta de material informativo accesible y atractivo, dando una visión incompleta del país.

Trascendencia

Al contar con el diseño de tres folletos impresos para anunciar el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala, el INGUAT podrá promover la riqueza cultural de Guatemala, además de brindar a los turistas información como un recuerdo de su viaje.

Factibilidad

El proyecto diseño de estos tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Para el INGUAT. Guatemala, Guatemala es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

Recursos Humanos. El INGUAT cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones relacionadas con la promoción cultural y turística a través del diseño, distribución y uso de material informativo como los folletos impresos que se desempeñan dentro de la organización.

Recursos Organizacionales. Los ejecutivos del INGUAT autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

Recursos Económicos. El INGUAT cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilitan la realización de este proyecto.

Recursos Tecnológicos El INGUAT cuenta con el equipo y las herramientas indispensables 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:

- Laptop DELL G5 15 5500, con un procesador Intel® Core™ i7 décima generación. Con una memoria RAM instalada de 32.0 GB y un sistema de 64 bits. Opera con el sistema operativo Windows 11 en versión 23H2. Con una tarjeta de video NVIDIA GeForce GTX 1650 Ti.
- Programas de diseño como Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign.

Capítulo III: Objetivos del diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

El objetivo general

Diseñar tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales el turismo gastronómico, el turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-.

Los objetivos específicos

Recopilar todos los datos necesarios del INGUAT a través de su sitio web oficial, documentos institucionales y material estadístico, para utilizar la información más completa y renovada en la investigación.

Investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de folletos impresos para la producción de los tres folletos impresos orientados al turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala.

Diagramar los tres folletos con la información obtenida del INGUAT acerca del turismo de aventura, gastronómico y de aviturismo, juntos con sus respectivas ilustraciones o fotografías, con fin de presentar de forma ordenada y clara la información para facilitar su comprensión al lector.

Capítulo IV: Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

Información general del cliente

Nombre del Cliente (institución): Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)

Dirección: 7ª Avenida 1-17, Zona 4, Centro Cívico, Ciudad de Guatemala, Guatemala

Teléfono: +502 2290-2800

Correo electrónico: info-lobby@inguat.gob.gt

Sitio web: www.inguat.gob.gt

Antecedentes

El INGUAT es una entidad estatal descentralizada, creada el 6 de octubre de 1967 mediante el Decreto 1701 del Congreso de la República. Su origen se remonta a 1932 con la creación de la Sección de Turismo durante el gobierno del general Jorge Ubico. Actualmente, es la autoridad superior en materia de turismo en Guatemala, encargada de promover y fomentar el desarrollo turístico sostenible del país, tanto a nivel nacional como internacional.

Misión

“Somos la autoridad superior rectora en materia de turismo en Guatemala, que facilita y articula las prioridades estratégicas sectoriales, tiende puentes y propone soluciones, que viabilicen la mejora de la experiencia turística del visitante e impulse el desarrollo social y económico de los presentadores de servicios y comunidades receptoras. Nos regimos bajo los principios de transparencia, disciplina, vocación de servicio, efectividad, equidad y pertinencia cultural”.

Visión

“Para el 2030, el INGUAT se ha consolidado como el ente rector que fomenta y promueve el desarrollo y la promoción turística del país, en articulación con las instituciones públicas y privadas, en el marco del Plan Maestro de Turismo vigente, en beneficio de la población guatemalteca”.

Valores institucionales

- Confidencialidad
- Disciplina
- Eficiencia
- Equidad
- Pertinencia cultural

Grupo objetivo

- Turistas nacionales e internacionales.
- Prestadores de servicios turísticos.
- Comunidades receptoras.
- Instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector turístico.

Objetivos estratégicos

Brindar asistencia técnica al sector público y privado para desarrollar e identificar productos turísticos, y contribuir a la competitividad e innovación de los destinos turísticos mediante el fortalecimiento de la capacidad empresarial para la prestación de servicios turísticos de calidad con capital humano capacitado y el respaldo de un marco normativo eficaz.

Mejorar el posicionamiento de la imagen del país como destino turístico, con atractivo cultural y natural a nivel nacional e internacional y enfocar los esfuerzos para contar con una Cuenta Satélite de Turismo.

Mejorar de forma continua los procesos, sistemas, plataformas y aplicaciones tecnológicas y financieras, capacitación del recurso humano, aplicación de normativas internas y externas, orientada hacia una gestión por resultados.

FODA

Fortalezas	Oportunidades
Experiencia consolidada en promoción turística nacional e internacional.	Tendencia global hacia el turismo sostenible y de experiencias auténticas.
Alianzas estratégicas con sectores público y privado para el desarrollo de productos turísticos.	Crecimiento del turismo interno post-pandemia, fomentando el redescubrimiento de destinos locales.
Implementación de programas de seguridad turística para mejorar la experiencia del visitante.	Participación en ferias internacionales, como FITUR en Madrid, para posicionar a Guatemala en nuevos mercados.
Debilidades	Amenazas
Limitaciones presupuestarias que afectan la ejecución de proyectos y campañas de promoción.	Competencia regional de destinos turísticos con mayor inversión en promoción y desarrollo.
Necesidad de actualización y digitalización de la información turística disponible para los visitantes.	Factores externos como desastres naturales o crisis sanitarias que pueden afectar el flujo turístico.
Falta de capacitación continua para operadores turísticos locales, lo que puede afectar la calidad del servicio.	Percepción de inseguridad en algunas regiones del país, lo que puede disuadir a potenciales visitantes.

Ver Brief completo en anexo I.

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 30 a 40 años, con un Nivel Socio Económico B y C+, con gustos por la naturaleza, la cultura y el descubrimiento de nuevas experiencias a través del viaje y tendencias a viajar en pareja o en grupos.

Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en ciudades principales como Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y La Antigua Guatemala trabaja en áreas urbanas, transita por zonas pavimentadas. Se entretiene en cafés, centros culturales, mercados artesanales, miradores, parques naturales, museos, senderos de ecoturismo y festivales gastronómicos, y redes sociales, *blogs* de viaje, documentales de naturaleza y gastronomía y foros. Puntualmente, el proyecto se ubicará en zonas rurales como oficinas de turismo y lugares con acceso a experiencias de turismo sostenible, como Verapaces, Petén, Lago de Atitlán, y alrededores de volcanes como Acatenango y Pacaya.

Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por hombres y mujeres de 30 a 40 años. Con un NSE C+, y contempla las expresadas en la tabla de NSE Multivex 2018.

Ver tabla completa de NSE en anexo II.

Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en Dios, la familia, el gobierno de derecha se reúne en organizaciones como clubs de excursionismo, redes ecoturísticas, e iglesias. Cree en el trabajo y en la diversión con propósito cultural y de aprendizaje, por lo que frecuenta parques naturales, zonas arqueológicas, museos, ferias tradicionales, y grupos de guías turísticas organizadas en

redes sociales. Rechaza actividades que no respetan el entorno cultural o tradiciones locales y acostumbra a asistir a celebraciones culturales, participar en caminatas organizados, talleres locales y actividades en familia con recetas tradicionales.

Perfil conductual

El grupo objetivo se comporta de forma exploradora, comparativa y exigente ante viajes y experiencias en otros destinos turísticos en el mundo. Tienden a informarse detalladamente antes de comprar o reservar experiencias turísticas, buscan autenticidad, y valoran las recomendaciones de otros usuarios.

Capítulo VI: Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

Turismo sostenible

La Organización Mundial del Turismo define el turismo sostenible como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

Además, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural. (ONU Turismo)

Turismo gastronómico

El turismo gastronómico consiste en viajar para conocer y disfrutar de la cocina de diferentes lugares. Los viajeros se centran en probar los platos típicos y las especialidades locales, elaboradas con productos autóctonos. Así, aprenden sobre las tradiciones culinarias y las costumbres de la zona. (Vidal, 2025)

Turismo de aventura

El turismo de aventura se refiere a la práctica de viajar a destinos con el propósito de realizar actividades de diferentes dificultades. Se centra en vivir experiencias auténticas y enriquecedoras que permiten a los viajeros conectar de manera profunda con la naturaleza y de poner a prueba sus emociones. (Navarro, 2023)

Aviturismo

Es una rama del ecoturismo que se encarga de la observación de aves, es decir, de ver e identificar distintos tipos en su hábitat natural. Consiste en entender la biodiversidad a través de la observación. Su impacto mínimo en la naturaleza se debe a que esta corriente turística no causa daños a la naturaleza. (CEUPE, 2023)

Folletos

Un folleto es un texto impreso en pequeñas hojas de diferentes formas que sirve como una herramienta publicitaria o informativa. Generalmente, los folletos son entregados en mano en la vía pública y tienen información de interés sobre restaurantes, bares, lugares turísticos, eventos o tiendas. (Raffino, 2024)

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Comunicación. La comunicación puede definirse como la capacidad para compartir significado a través del intercambio de información y comprensión común, y es clave para todas las demás habilidades. La comunicación es un intercambio verbal, no verbal o escrito de doble vía entre dos o más individuos y es una habilidad interpersonal firmemente basada en las relaciones sociales. Las buenas habilidades de comunicación incorporan el uso de diversas modalidades e implican saber elegir el mejor método para transmitir el mensaje. (UNICEF)

La comunicación es uno de los pilares fundamentales para el desarrollo humano, tanto a nivel personal como profesional y social. Es el proceso mediante el cual las personas intercambian información, ideas, emociones y conocimientos, permitiendo la construcción de relaciones sólidas, el entendimiento mutuo y la colaboración efectiva. Sin una comunicación clara y efectiva, las interacciones humanas estarían llenas de malentendidos, conflictos y barreras insalvables. (School, A. B.)

En el ámbito personal, la comunicación es esencial para expresar pensamientos, necesidades y sentimientos, fortaleciendo los lazos emocionales entre individuos y fomentando relaciones saludables y respetuosas. En el entorno profesional, facilita el trabajo en equipo, mejora la productividad y asegura que los objetivos comunes sean comprendidos y alcanzados.

A nivel social, la comunicación es la base para la transmisión de valores, tradiciones y conocimientos a través de generaciones, garantizando la preservación y evolución de las culturas. Además, es una herramienta clave para resolver conflictos, llegar a consensos y tomar decisiones colectivas en beneficio de la comunidad. (School, A. B.)

Elementos de la comunicación. Existen diferentes componentes que forman parte del proceso comunicativo, estos elementos son necesarios para facilitar el intercambio de información.

Emisor. El proceso de comunicación se inicia con el emisor, quien tiene algo que comunicar. Este mensaje o información ha de ser codificado para que sea comprendida tanto por el mismo emisor como por el receptor. (School, A. B.)

Mensaje. El intercambio de mensajes, e incluye factores físicos, emocionales, culturales y temporales. Un mismo mensaje puede interpretarse de maneras completamente diferentes según el contexto en el que se emita. (School, A. B.)

Código. Se refiere al sistema de signos, símbolos y reglas que el emisor utiliza para crear un mensaje y que el receptor debe descifrar. Puede ser verbal, como el lenguaje hablado o escrito, o no verbal, como los gestos y expresiones faciales. Ambos deben compartir el mismo código para que el mensaje sea comprendido correctamente. (School, A. B.)

Canal. La información se transmite a través de un canal que vincula al emisor con el receptor. El mensaje puede ser verbal, visual -no verbal- o escrito y se puede transmitir a través de una carta, un correo electrónico, el teléfono, un telegrama o a través de los medios de comunicación. Para lograr una comunicación eficaz es necesario saber seleccionar el canal de transmisión. (República, E, 2024)

Receptor. El receptor recibe el mensaje y lo decodifica para poder comprenderlo. Tanto el emisor como el receptor deben tener los mismos códigos. (República, E, 2024)

Esquema de comunicación



Comunicación persuasiva. Está diseñada para influir en las actitudes, creencias o comportamientos de los demás. Su objetivo principal es persuadir, convencer o motivar a una audiencia específica a adoptar una determinada idea, opinión o acción. (GES Comunicación, 2023)

Comunicación visual. Es toda aquella información que se percibe a través del sentido de la vista. El mensaje visual puede expresarse mediante diferentes elementos, como imágenes estáticas o animadas, objetos, símbolos, colores, textos, señas y expresiones corporales, entre muchos otros. (Azkue, 2024)

Comunicación comercial. La comunicación comercial se refiere al conjunto de estrategias y técnicas que utiliza una empresa para transmitir mensajes persuasivos con el objetivo de informar, atraer y retener a los clientes. Este tipo de comunicación puede adoptar diversas formas, como la publicidad, las relaciones públicas, el *marketing* directo, la promoción de ventas y el *marketing* digital. (Padilla, 2025)

Comunicación intercultural. Es un proceso mediante el cual personas de diferentes culturas interactúan y se comunican entre sí. Esta interacción puede ocurrir en diferentes contextos, como en el ámbito personal, profesional, educativo o social. (GES Comunicación, 2023)

Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

Diseño. El diseño es la tecnología de proyectar la apariencia función y producción de objetos funcionales a través de símbolos gráficos, ya sean objetos bidimensionales (carteles, logotipos, animaciones, portadas, etc.) u otros objetos tridimensionales (edificios, maquinarias, mobiliario, etc.). Aunque la palabra “nombre designado” en español tiene la misma raíz, su significado es “representar cosas en palabras o símbolos del lenguaje”. En cambio, en italiano, *disegnare* adquiere la sensación de “representar cosas a través de signos visuales”.

El propósito de diseñar es transmitir de manera eficaz y correcta la información que queremos transmitir. Por tanto, la sencillez juega un papel fundamental. Muchas veces escuchamos o leemos menos es más o mantenemos simple. Esto significa que un buen diseño integral complejo y una manera que es fácil de usar para los usuarios. En todo diseño, ya sea un logo o un sitio web, es sencillo, fácil y agradable para los usuarios, y el proceso de intervención del diseñador es muy complicado. (Vázquez, G., 2020)

Diseño gráfico. El diseño gráfico es una disciplina creativa que utiliza imágenes, texto y elementos visuales para comunicar mensajes o ideas de manera efectiva y atractiva. Los diseñadores gráficos combinan arte y tecnología para crear diseños que pueden aparecer en una variedad de medios, como impresiones físicas, medios digitales, publicidad, branding, empaques, y más. (GES Comunicación, 2024)

Ellen Lupton, reconocida diseñadora gráfica, curadora y escritora estadounidense, escribe en su libro “Thinking with Type”, que el diseño gráfico como “el arte y la práctica de combinar imágenes y texto para comunicar mensajes de manera visualmente efectiva”.

Por su parte, en el libro “Graphic Design: The New Basics”, el diseño gráfico es definido como “la disciplina creativa que se centra en la organización visual de elementos como texto, imágenes, formas y colores para comunicar mensajes de manera efectiva y persuasiva”. (GES Comunicación, 2024)

Diseño editorial. Libros, revistas y periódicos emplean diseño gráfico para organizar el contenido de manera atractiva, incluyendo la diagramación de páginas, selección de tipografías y la incorporación de elementos visuales como imágenes y gráficos. (GES Comunicación, 2024)

Diseño publicitario. Lo encontramos de forma cada vez más recurrente y en diferentes medios y plataformas: televisión, radio, redes sociales, webs, anuncios en plataformas de *streaming* o cartelera exterior, entre otras muchas opciones. Los consumidores son cada vez más exigentes, por lo que el objetivo principal de las diferentes marcas es la conexión con sus clientes. (Europea, U, 2022)

Elementos de diseño. Son las herramientas básicas que un diseñador utiliza para crear sus trabajos, y cada una tiene un papel importante en la creación de una composición equilibrada y efectiva. (MST Concept Design School, 2023)

Diagramación. Es el proceso en el que se ofrece claridad y comprensión, un diseño que es diagramado de manera correcta permite la lectura y comprensión de la información. (Publik Smart Channel, 2023)

Fondo. Se refiere a la parte de una composición visual que se encuentra en la parte posterior y que sirve como base sobre la cual se colocan otros elementos, como texto, imágenes o ilustraciones. (Trehitt, 2022)

Color. Puede ser una herramienta útil para comunicar un estado de ánimo o provocar una respuesta emocional en el espectador. La teoría del color y la rueda del color proporcionan una guía práctica para los diseñadores gráficos que desean seleccionar un solo color o combinar varios colores de forma armoniosa o intencionadamente discordante. (Sivewright, 2022)

Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

Ciencias auxiliares

Semiología. La semiología tiene origen griego, está formada por dos vocablos de dicha lengua: semeion, que puede traducirse como “signo”, y logos, que es sinónimo de “estudio” o “tratado”. La semiología es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos.

Puede decirse que la semiología se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza). El suizo Ferdinand de Saussure (1857-1913) fue uno de los principales teóricos del signo lingüístico, al definirlo como la asociación más importante en la comunicación humana. (Porto, Merino, 2021)

Para Saussure, el signo está formado por un significante (una imagen acústica) y un significado (la idea principal que tenemos en mente respecto a cualquier palabra). El estadounidense Charles Peirce (1839-1914), por su parte, definió al signo como una entidad de tres caras, con un significante (el soporte material), un significado (la imagen mental) y un referente (el objeto real o imaginario al cual hace alusión el signo). (Porto, Merino, 2021)

Semiótica. La semiótica es la disciplina científica que se encarga de estudiar los signos y las formas en que se construye y se transmite el sentido durante la comunicación. Forma parte de las teorías de lenguaje, donde el signo se define como la unidad mínima de una oración; un elemento (objeto, fenómeno, señal) que se utiliza para representar o sustituir a otro que no está presente; con lo cual, el signo es un elemento cargado de significados.

Para estudiar esto, la semiótica se divide en tres ramas principales: la semántica, la pragmática y la sintáctica. Entre sus antecedentes se encuentra la teoría de los signos de Saussure, que también es conocida como semiología.

El término semiología viene del griego “*semeion*” que significa signo. Sus antecedentes pueden encontrarse en el campo de la filosofía atomista, y también en el siglo XVII, cuando John Locke habló de la *semiotiké* como una ciencia o un conjunto de principios para explicar los signos.

En el mismo siglo, el filósofo alemán Johann Lambert escribió un tratado donde abordaba el mismo tema, ya bajo el concepto de semiótica. No obstante, el antecedente más reconocido de esta disciplina viene del siglo XX y de los estudios de Ferdinand de Saussure y Charles Sanders Peirce. (Grecia Guzmán Martínez, 2018)

Sociología. Es la ciencia que estudia cómo los seres humanos nos organizamos en sociedad, cómo interactuamos entre nosotros y con las estructuras que nos rodean. Gracias a la sociología, podemos comprender mejor las normas, valores e instituciones que influyen en nuestras vidas cotidianas y en las de los demás.

Esta disciplina busca entender las dinámicas sociales que rigen fenómenos tan diversos como la desigualdad, el poder, la educación o incluso el cambio social. En esencia, la sociología nos ayuda a analizar cómo las sociedades se transforman, se desarrollan y cómo estos cambios afectan tanto a individuos como a grupos.

La sociología ha demostrado su utilidad en una gran variedad de campos, desde la política hasta la cultura. En el ámbito político, los estudios sociológicos nos ayudan a entender la organización del poder, las dinámicas de dominación y la participación ciudadana en la construcción de sociedades democráticas. (UNIR, E. de la redacción de la U.I. de la R., 2024)

Antropología. La antropología es una ciencia relativamente joven, que surge entre finales del siglo XVIII y comienzos del XIX. La antropología estudia a los seres humanos de manera objetiva y científica, tratando de comprender cómo se relacionan entre sí y con su entorno.

La palabra antropología deriva de los términos griegos *anthropos*, haciendo referencia al hombre o ser humano, y *logos*, que significa saber o conocimiento. Es la ciencia que estudia al ser humano, su cultura y sociedad desde múltiples perspectivas.

En cuanto a la cultura, los antropólogos la definen como el conjunto de formas de vida de una sociedad, del conocimiento, costumbres, ritos, creencias, obras de arte e historia de un grupo social. (UNIR, E. de redacción de la U. I. de la R.2022)

Cibernética. Es un término que puede emplearse como sustantivo o como adjetivo. En el primer caso, se refiere a la especialidad científica que compara el funcionamiento de una máquina y el de un ser vivo, sobre todo en lo referente a la comunicación y a los mecanismos de regulación.

Como adjetivo, cibernética alude a aquello vinculado a la realidad virtual y a lo que fue producido o es controlado a través de una computadora. (Porto, Gaedey, 2022)

Psicología. Es la ciencia social que estudia la conducta humana y los procesos mentales que experimentan los individuos y grupos sociales en situaciones determinadas.

El campo de estudio de la psicología es amplio, abarca el análisis de la mente y la experiencia humanas desde diversas perspectivas, corrientes y metodologías. Utiliza el método científico para intentar encontrar regularidades en la conducta, los pensamientos y las motivaciones de las personas. Se pueden distinguir dos enfoques: los métodos comprensivos o cualitativos y los métodos objetivos o cuantitativos. (Gómez, 2025)

Psicología de la comunicación. La psicología y la comunicación son procesos ligados al quehacer de la sociedad y juegan un papel fundamental en la interacción del individuo y su entorno; tanto el laboral como el general, son la base de las funciones directivas, y el medio que unifica la actividad de toda organización. La psicología de la comunicación se constituye en columna vertebral del proceso formativo y del ejercicio profesional, sin ella es imposible la cooperación, coordinación e integración del trabajo. (Aranda Salas, Salas Vinent, 2025)

Psicología del color. El estudio de cómo el color afecta el comportamiento humano, siendo esta una rama del campo más amplio de la psicología del comportamiento. Esta ciencia argumenta que sentimos el color y que cada color tiene una poderosa influencia sobre el estado de ánimo y mental de un individuo.

El color tiene la capacidad de estimular o deprimir, de crear alegría o tristeza, y de despertar actitudes pasivas o activas. Algunos colores nos producen una sensación de serenidad y calma (que generalmente se encuentran del lado azul del espectro, conocido como el lado frío), mientras que otros nos inducen ira y nos hacen sentir incómodos. (Assael, 2021)

Psicología de la imagen. Es un conocimiento que, una vez dominado, ayudará a una persona a aumentar la marca personal y usarla para avanzar en la carrera y la vida. La psicología de la imagen no solo gobierna lo que es visual para los ojos, sino que también requiere el conocimiento del ser interno y la personalidad para ser utilizados correctamente para lograr el propósito deseado.

Al comprender los conceptos ocultos detrás de la formación de la imagen, podremos explorar cómo crear conscientemente lo que queremos para lograr el propósito y la posición que requerimos. (Cheong, Aida, 2020)

Artes

Fotografía. La fotografía es un arte que busca reinterpretar la realidad y transformarla en imágenes. Como un pintor sobre un lienzo, el fotógrafo es capaz de expresarse creativamente por medio de la cámara y crear sus obras a través de la luz y su imaginación.

Los fotógrafos artísticos son capaces de crear imágenes a partir de ideas que salen de su cabeza y que construyen con la realidad que tienen en su entorno, buscando transmitir un mensaje o simplemente, expresar sus emociones. Ahora bien, no siempre la fotografía fue una expresión artística.

Al principio, la fotografía surgió como una herramienta de la ciencia. De hecho, el 19 de agosto de 1839, Daguerre patentó su invento ante la Academia de Ciencias. (Enria, G.)

Artes tipográficas. La tipografía es una palabra que proviene del griego y que se divide en dos partes. Por un lado, tenemos “*typo*” que significa forma o golpe y por otro lado, “*graphia*” que se define como la cualidad de escribir. Uniendo ambos conceptos, nos lleva a definir la tipografía como la técnica para diseñar letras de forma gráfica. Conlleva un conjunto de caracteres que comparten entre sí algunos elementos o características particulares. (Adobe Creative Cloud, 2025)

Es una forma de arte visual que utiliza letras y caracteres tipográficos como elementos esenciales de la expresión creativa. Al manipular y reconfigurar las letras, este arte va más allá de la función del texto, comunicando significados directos y creando imágenes artísticas abstractas o figurativas.

Trasciende el papel tradicional de las letras como herramientas lingüísticas, transformándolas en entidades visuales con identidades únicas. Aquí, la forma y la estructura de las letras adquieren un valor estético, desdibujando los límites entre lenguaje e imagen. Es una reflexión sobre el poder y la flexibilidad de los símbolos en el arte visual. (Briciu, 2024)

Arte digital. Surgió en la década de 1960, revolucionó la forma en que se crea, comparte y experimenta el arte. Los primeros pioneros experimentaron con algoritmos y gráficos por computadora, sentando las bases para la pintura digital, la realidad virtual y las NFT, ofreciendo a los artistas oportunidades de innovación sin precedentes. (Valcheva, 2025)

Ilustración. Es un proceso creativo de creación de imágenes, normalmente en un estilo bidimensional, para contar una historia o comunicar un mensaje específico. Estas imágenes pueden pintarse a mano, dibujarse o crearse digitalmente.

Los ilustradores suelen centrarse más en dibujar y pintar, y posiblemente añaden algunos elementos tipográficos o de diseño a su trabajo para ayudar a transmitir el mensaje. Las ilustraciones suelen aparecer en páginas web, libros y plataformas de redes sociales. (García, 2024)

Teorías

Teoría del color. Se conoce como teoría del color a un conjunto de reglas básicas que guían la mezcla, la interacción, las propiedades y la percepción de los colores. Esta teoría es fundamental para diversas disciplinas, entre ellas, el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la producción audiovisual.

No existe una única teoría del color, sino un conjunto de aproximaciones al color y sus dinámicas. Muchas de ellas forman parte de la historia del arte y de la óptica (una rama de la física), y han sido desarrolladas por distintos científicos y artistas. (Canva's Design Wiki)

Teoría de la Gestalt. La teoría de la Gestalt es una corriente psicológica que estudia cómo percibimos lo que vemos. Según esta teoría, desarrollada por Max Wertheimer, no vemos las cosas de forma aislada, sino como un todo.

Es decir, nuestra mente organiza la información visual en patrones que tienen sentido para nosotros, en lugar de enfocarse en cada parte por separado.

Según la psicología de la Gestalt, la forma en que los humanos percibimos el mundo es única y subjetiva, ya que depende de nuestras vivencias, cultura y experiencias personales. Esto significa que cada persona puede interpretar lo que ve de manera diferente, según su propio contexto. (iLERNA, 2019)

Teorías del recorrido visual. La ley de figura-fondo es una ley de percepción visual o principio de la Gestalt. Describe cómo los humanos perciben una imagen al separarla en figura (primer plano) y fondo (fondo). Los diseñadores la utilizan para crear una jerarquía visual clara entre la figura frontal y el fondo circundante, y así dirigir la atención del usuario hacia elementos importantes del diseño. (Interaction Design Foundation, 2016)

Teoría del diseño. Es un conjunto de principios y prácticas que guían la creación de diseños visuales más efectivos. No son solo formas o colores, es un enfoque que funde la psicología, la estética, la funcionalidad y la comunicación para que la campaña de *marketing* sea más efectiva. Su objetivo es transmitir mensajes de manera clara y atractiva y asegurar que el público target se siente atraído mientras se comunica un mensaje de forma eficiente. (De Frutos, 2024)

Tecnologías

Computadora. Una computadora es una máquina electrónica que permite procesar y acumular datos. El término proviene del latín *computare* («calcular»). A este equipo indispensable en la vida cotidiana de hoy en día también se lo conoce por el nombre de computador u ordenador, dependiendo de la región geográfica. (Porto, Gaedey, 2025)

Adobe Illustrator. Es un software de diseño gráfico basado en la creación de gráficos vectoriales, desarrollado por Adobe Systems. A diferencia de los gráficos rasterizados, que dependen de píxeles, los gráficos vectoriales están compuestos por líneas y formas matemáticas que pueden ser escaladas indefinidamente sin perder calidad.

Esto hace que Illustrator sea la herramienta ideal para la creación de logotipos, ilustraciones, iconos, y cualquier diseño que requiera una alta calidad de impresión o que necesite ser ajustado a diferentes tamaños y formatos. (MarcosNew, 2022)

Adobe Photoshop. Este *software*, desarrollado por la compañía Adobe Systems Incorporated, es el programa más popular de edición y diseño de imágenes.

Fue creado en el año 1986 por los hermanos Knoll y aunque existen muchas opciones de retoque digital, Photoshop rápidamente se hizo popular entre fotógrafos y diseñadores por su fácil manejo y accesibilidad a herramientas completas.

Esta herramienta profesional de edición digital se usa principalmente por fotógrafos y diseñadores para retocar imágenes y editar videos, crear mapas de *bits* y *GIFs*, y hacer diseños e ilustraciones. También se pueden modificar colores y añadir filtros, efectos, textos, figuras y formas. (Jaraba, F., 2022)

Adobe InDesign. Es un *software* de diseño y maquetación desarrollado por Adobe Systems. Es utilizado principalmente para la creación de documentos que requieren una disposición precisa y profesional de texto e imágenes, como revistas, periódicos, libros, folletos, carteles y catálogos.

InDesign permite a los diseñadores organizar contenido en múltiples páginas, aplicar estilos tipográficos y ajustar el diseño para diferentes formatos y dispositivos, desde impresiones tradicionales hasta publicaciones digitales interactivas.

La capacidad de InDesign para manejar grandes cantidades de texto y gráficos de manera organizada lo hace ideal para cualquier proyecto editorial. (CEI, 2020)

Microsoft Word. Es un potente programa de procesamiento de textos que te permite crear documentos como cartas, informes, trabajos académicos y mucho más. Forma parte de Microsoft Office Suite, permitiéndote compartir tus documentos con otras personas, almacenarlos en una ubicación segura en la nube y acceder a ellos desde cualquier dispositivo. Con su interfaz intuitiva y sus completas herramientas, es fácil crear documentos de aspecto profesional de forma rápida y eficiente. (Lenovo México)

Tendencias

Diseño minimalista. Menos, es más. Con la frase atribuida al arquitecto, Mies Van der Rohe, podemos resumir qué es el minimalismo. Al inicio era utilizado para obras de alto nivel conceptual, pero de poca manufacturación, pero se ha ido transformando y permeado otras áreas. (Adobe Latinoamérica, 2022)

Se crea pensando en que el espectador encuentre lo que necesita en segundos, por eso usa pocos elementos y, aunque todos los colores son bienvenidos, una pieza debe tener pocos tonos para ser minimalista. El espacio vacío es otra de sus características. Debe lograr un equilibrio entre lo estético y lo efectivo. El diseño plano (flat) para UX es minimalista, elimina toda decoración para simplificar el mensaje. El diseño gráfico minimalista también se usa para elevar un producto de alta calidad. (Adobe Latinoamérica, 2022)

Fotos recortadas con forma personalizada. Los diseñadores han demostrado cómo liberarse de la tiranía del triángulo: recortando sus fotos para adaptarlas a la forma de una marca. Era como ver que las fotos se trataban como un líquido, que se vertían en la forma de una marca para que encajaran. Utilizar formas personalizadas en diseños puede ser más difícil de implementar para los no diseñadores. (Lee, S. 2024)

La clave no está en evitar por completo los rectángulos, sino en romperlos intencionadamente. Consiste en ser memorable, no sólo diferente. Eso significa causar una impresión que perdure; todos los elementos del diseño deben complementarse entre sí y alinearse con la identidad de la marca. (Lee, S. 2024)

Tipografía impactante. El diseño tipográfico juega un papel crucial en la comunicación visual, ya que la tipografía no solo transmite información, sino que también evoca emociones y crea una identidad única. Además, una tipografía adecuada contribuye a la coherencia visual de la pieza de diseño, creando una imagen sólida y profesional.

Seleccionar la tipografía correcta puede marcar la diferencia en la percepción del diseño, transmitiendo la personalidad y el mensaje deseado de forma clara y atractiva. Es importante considerar la tipografía como una herramienta poderosa que puede potenciar la comunicación visual y mejorar la experiencia del usuario. (Pascual, M., 2024)

Cada tipo de letra tiene su propia personalidad y estilo, lo que influye en la percepción y la interpretación del texto. El diseño tipográfico no solo se trata de elegir una fuente bonita, sino de seleccionar la tipografía adecuada para el propósito y el público objetivo. La tipografía bien utilizada puede mejorar la legibilidad, la jerarquía visual y la cohesión de un diseño. (Pascual, M., 2024)

Tablero de tendencias.



Ver investigación de tendencias en anexo III.

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

En este proyecto se abarca la comunicación como principal concepto utilizando diferentes principios fundamentales en la comunicación tanto en general como comercialmente para llegar al público objetivo.

Diseño

En este proyecto se cubren los principios básicos del diseño, para garantizar que sean visualmente agradables y transmitan profesionalismo y coherencia con la identidad institucional INGUAT. Cuidando, de esta forma, sus colores, tipografías, imágenes y elementos gráficos.

Diseño editorial. En este proyecto se utilizaron los fundamentos del diseño editorial para organizar de manera clara y estética a la vez los textos e imágenes, tomando en cuenta la jerarquía de la información y la legibilidad.

Semiología

En este proyecto se utilizaron conceptos clave de la semiología, tanto de la imagen, como de los signos, símbolos, y elementos gráficos. De esta forma los turistas podrán conectar emocionalmente con el contenido de los folletos.

Semiótica

En este proyecto se aplicaron conceptos clave de la semiótica como la selección de signos visuales, símbolos e iconos que representen de forma clara y universal el contenido de los folletos. Permitiendo que los turistas compran el mensaje sin barreras culturales o lingüísticas.

Diagramación

En este proyecto se utilizó la diagramación para distribuir de forma ordenada y estratégica los textos, imágenes y gráficos en cada página de los distintos folletos. Esto apoya a crear un espacio fácil de leer guiando la mirada del lector hacia lo más relevante, creando una experiencia visualmente ordenada y coherente.

Cibernética

En este proyecto se utilizaron los conceptos de la cibernética estableciendo un flujo organizado y funcional en la comunicación visual de los folletos. Esto asegura que la información se procese de forma clara.

Psicología

En este proyecto se integró la psicología para tomar en cuenta y entender cómo podría reaccionar el público objetivo al contenido de los folletos, creando una conexión, además de que sean visualmente agradables.

Psicología de la comunicación. En este proyecto se integró la psicología de la comunicación para crear mensajes, tanto textuales como visuales, que sean memorables, persuasivos y culturalmente relevantes. Esto no solo será de fácil comprensión, sino también crea una conexión

Psicología del color. En este proyecto se aplicaron principios de psicología del color para seleccionar paletas que provoquen emociones positivas y transmitan el mensaje que se quiere dar de la mejor forma. Los colores se utilizarán para captar la atención del público objetivo y reforzar el mensaje.

Psicología de la imagen. En este proyecto se integró la psicología de la imagen seleccionando fotografías e ilustraciones que provoquen emociones positivas y transmitan autenticidad de forma atractiva.

Ilustración

En este proyecto la ilustración se utilizó para complementar las fotografías por medio de elementos gráficos que refuercen el mensaje y hagan que cada folleto tenga una personalidad visual propia.

Teoría del color

En este proyecto se utilizó la teoría del color para establecer combinaciones armónicas con contrastes efectivos que mejoren la legibilidad y resalten los puntos más importantes de los folletos. De esta forma se creó un impacto visual que refuerce el propósito comunicativo de estos.

Teoría de la Gestalt

En este proyecto se aplicaron los principios de la Gestalt para poder organizar los elementos a utilizar, como las fotografías, iconos, textos e ilustraciones, con el fin de mejorar la legibilidad y comprensión del contenido. De esta forma se mantuvo un equilibrio en las piezas gráficas de forma en que se guie la atención, mientras se utiliza un diseño que capte la atención del público objetivo y genere una experiencia profesional.

Teoría del recorrido visual

En este proyecto se aplicaron los principios de la teoría del recorrido visual para dirigir la mirada del lector a través de los folletos siguiendo un orden lógico para la lectura y organizado. Esto asegura que los elementos estén en orden de importancia.

Teoría del diseño

En este proyecto se aplicaron los fundamentos de la teoría del diseño para mantener un equilibrio y armonía en la composición de cada folleto. Esto asegura su calidad tanto estéticamente como funcional gracias a la jerarquía y contraste de este.

Adobe Illustrator

En este proyecto se utilizó el programa Adobe Illustrator como herramienta para la creación de ilustraciones, vectores y elementos gráficos. Esto garantiza calidad y escalabilidad.

Adobe InDesign

En este proyecto se utilizó el programa Adobe InDesign como herramienta principal para crear los folletos de forma ordenada y visualmente agradable. Esto manteniendo los requisitos que necesita un folleto impreso.

Adobe Photoshop

En este proyecto se utilizó el programa Adobe Photoshop como herramienta de edición y optimización de fotografías. De esta forma se garantiza que las fotografías a utilizar tengan la mejor calidad.

Diseño minimalista

En este proyecto se aplicó un diseño minimalista que mantenga coherencia con la identidad visual del INGUAT. De esta forma el diseño de los folletos se mantiene claro, ordenado y legible. Esto también evita la saturación visual y permite que el contenido y el diseño destaquen de forma balanceada.

Fotos recortadas con forma personalizada

En este proyecto se aplicó el uso de fotografías con recortes y formas personalizadas que mantengan coherencia con la identidad visual del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT). De esta forma se creó un dinamismo en el diseño y se perderá la rigidez de los formatos tradicionales, esto lo hará más agradable visualmente.

Tipografía impactante

En este proyecto se aplicaron tipografías llamativas y legibles que mantengan coherencia con la identidad visual del INGUAT. Además, reforzaron el mensaje y la identidad propia de cada folleto, esto variando tamaño y peso para destacar la información clave y facilitar la lectura.

Conceptualización

La conceptualización sirve como base para la creación de todos los elementos que se incluirán en el diseño de material digital para anunciar a turistas nacionales e internacionales el

turismo gastronómico, el turismo de aventura y aviturismo en Guatemala.

Esta guía permite que cada pieza de contenido refleje consistentemente la identidad de la marca, su profesionalismo y su capacidad para conectar con el público objetivo, mientras no pierda el propósito de la información que se quiere presentar.

Método 1. Lluvia de ideas

La lluvia de ideas, también conocida al inglés como *brainstorming*, es la técnica de pensamiento creativo en la que se aportan ideas nuevas. Alex F. Osborn introdujo este concepto en la industria de la publicidad y el *marketing* en 1930 como una solución al momento de aportar ideas nuevas y emocionantes, gracias a esto se utiliza en muchas empresas hoy en día.

Pasos para generar ideas, según la lluvia de ideas:

1ª Calentamiento, se define el tema o problema principal que se desea resolver.

2ª Generación de ideas, se generan todas las ideas que vayan acorde al objetivo posibles sin realizar críticas ni evaluaciones en esta fase.

3ª Trabajo con las ideas, se anotan todas las propuestas de forma visible para todos los participantes.

4ª Evaluación., una vez concluida la generación de ideas, se procede a analizarlas, agruparlas y seleccionar las más viables.

Aplicación del método lluvia de ideas al proyecto

1ª Se definió como tema principal el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT).

2ª Se propusieron ideas relacionadas con el tema principal y el objetivo de forma que conectaran en su mismo espacio.

3ª Se anotaron todas las ideas de forma organizada de forma en la que iban surgiendo, tomando en cuenta la identidad del INGUAT y los objetivos del proyecto.

4ª Se estructuran todas las ideas de forma visualmente agradable y ordenada con los diferentes temas y subtemas que se concluyeron en los anteriores pasos.

Aplicación del método lluvia de ideas al proyecto



Método 2. Mapa mental

El mapa mental es un diagrama que representa conceptos relacionados a partir de un tema principal o una palabra clave. Tony Buzan, un autor británico y estrella de televisión, fue quien popularizó el término en la década de los 70s gracias a la serie de la BBC en la que el protagonizaba.

Funciona como una forma visual de ordenar pensamientos espontáneos que surgen de un concepto inicial, puede incluir elementos gráficos como flechas, líneas curvas de diferentes grosores y diferentes colores.

Pasos para generar ideas, según el mapa mental:

1ª Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual.

2ª El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja.

3ª Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.

4ª De esos temas parten imágenes o palabras clave que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.

5ª Las ramificaciones forman una estructura nodal.

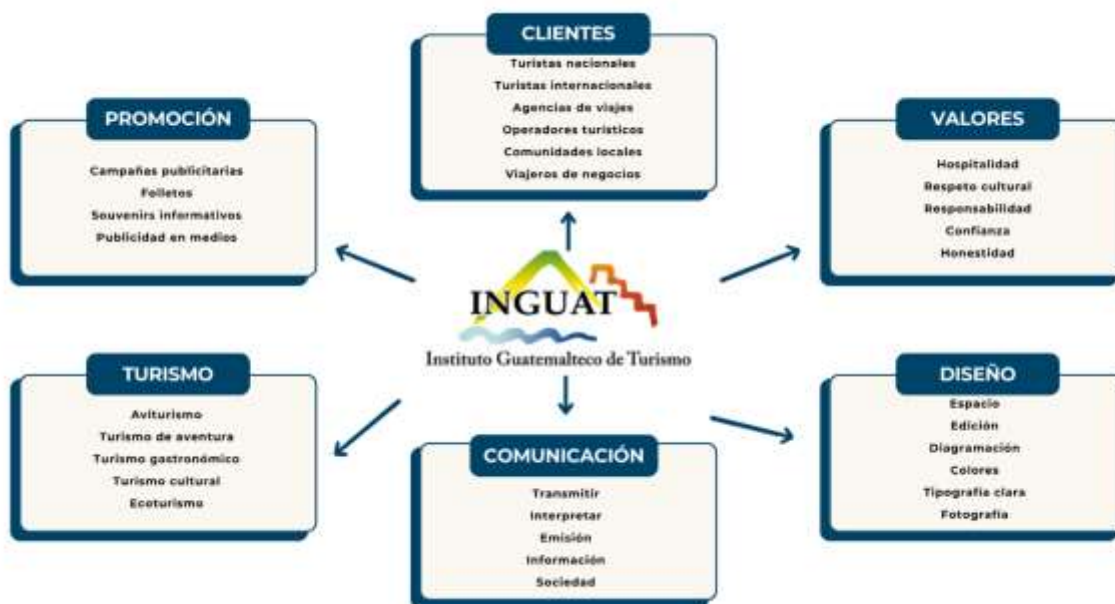
Aplicación del método mapa mental al proyecto

1ª De forma digital, se colocó la idea principal en el centro.

2ª Desde el centro se trazaron los temas principales.

3ª En cada rama se añadieron subtemas que iban surgiendo de forma espontánea alrededor de los demás temas.

4ª Se establecieron conexiones entre ideas comunes y se emplearon colores para ordenarlos que servirán como guía para mejor comprensión.



Definición del concepto

Por medio de ambos métodos se decidió que el concepto a emplear se definirá con la frase **“Vive Guatemala en cada experiencia”**.

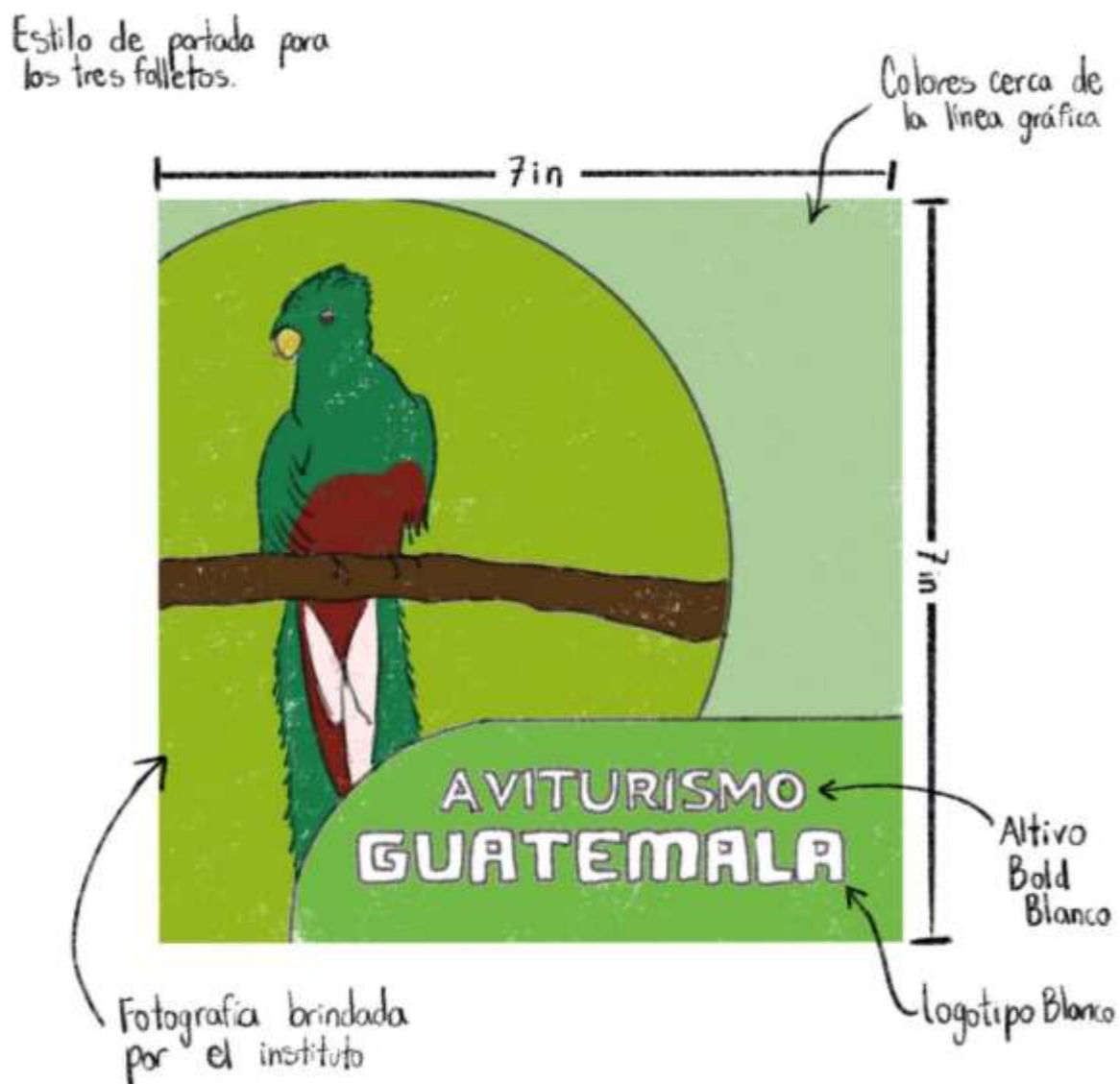
Esta frase fue seleccionada para el INGUAT porque resume la esencia de la oferta turística que se promocionará: aviturismo, turismo de aventura y turismo gastronómico. Su distinción de diversidad cultural y natural que ofrece Guatemala hace de esta frase transmitir una experiencia turística memorable para el público.

“Vive Guatemala” demuestra una conexión emocional, mientras que “en cada experiencia” evoca las distintas actividades y lugares que se pueden promover en el territorio nacional.

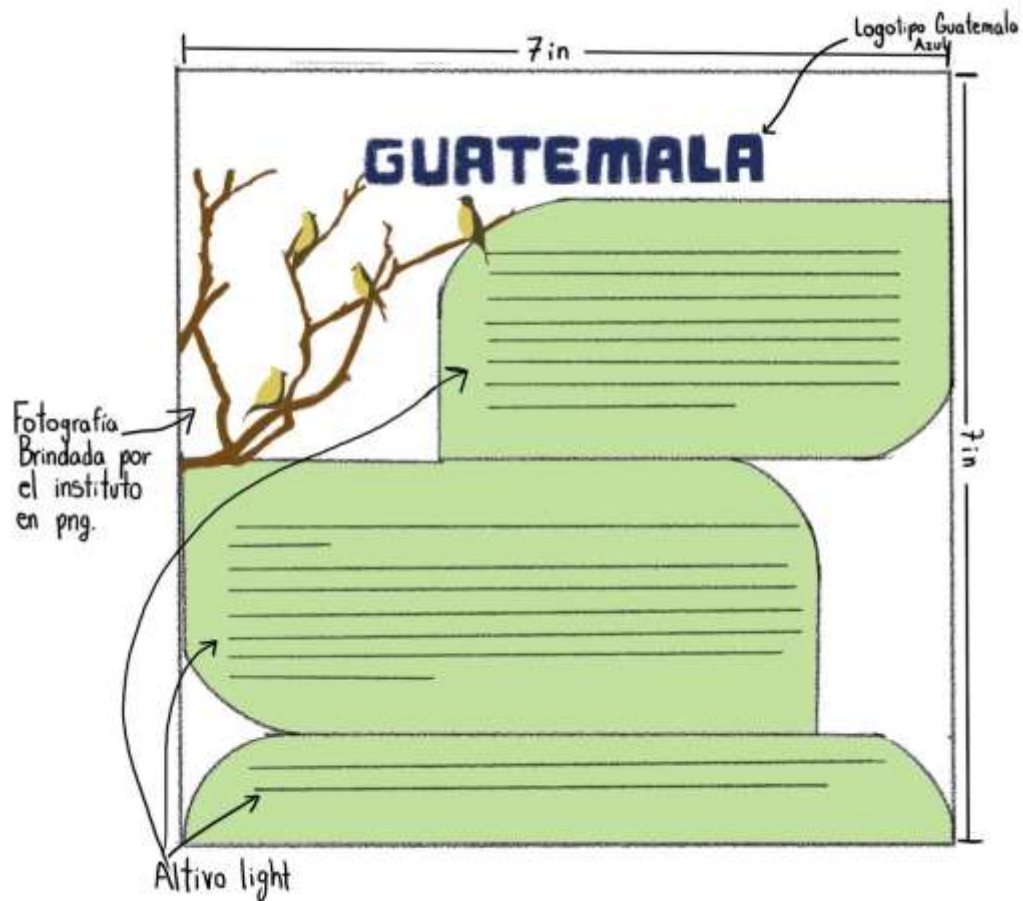
Sin embargo, como la institución ya cuenta con un eslogan, esta frase se usará únicamente como fuente de inspiración para el proyecto.

Bocetaje

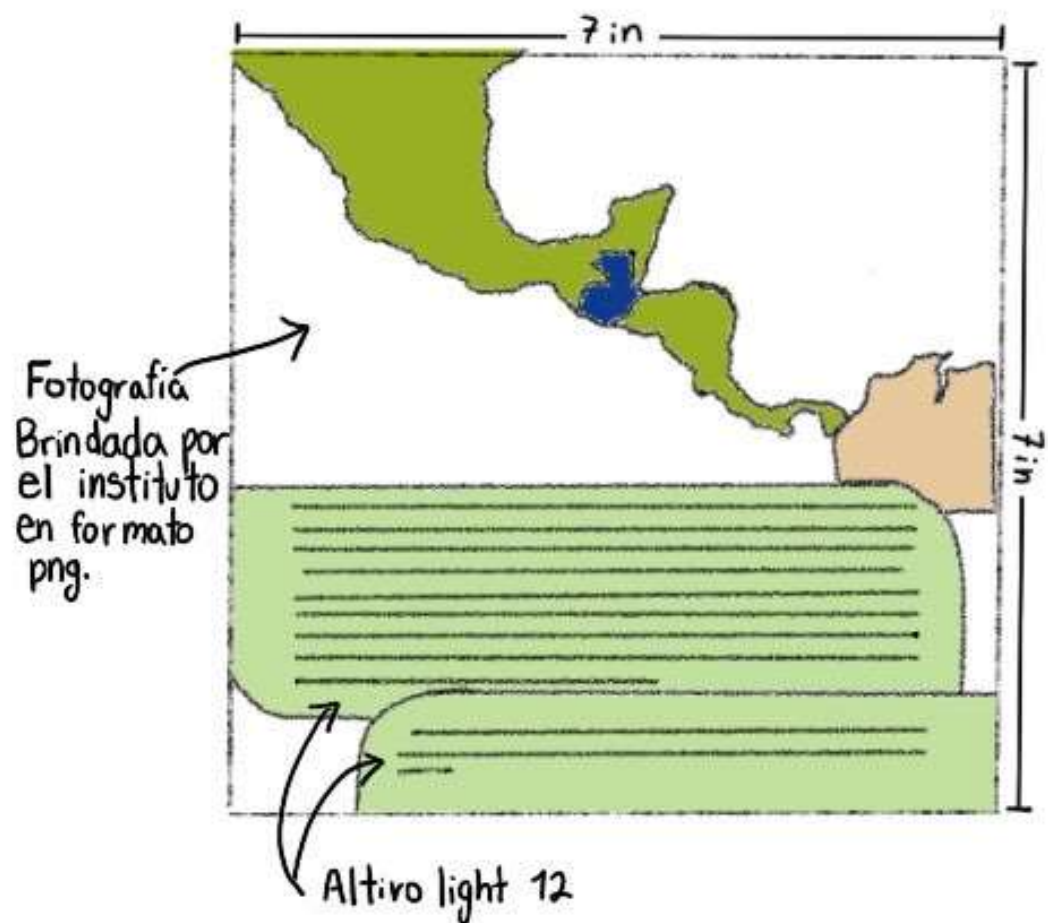
Bocetaje 1. Diseño de material para folletos impresos: Portada de turismo. 7 x7 in.



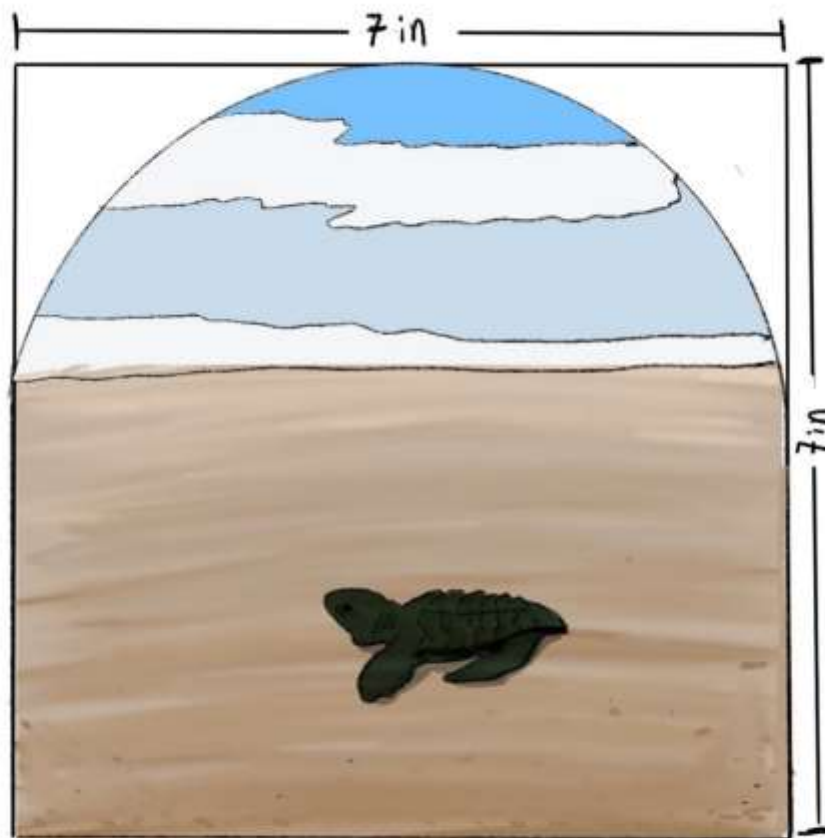
Bocetaje 2. Diseño de material para el folleto de aviturismo: Guatemala, introducción al tema con uso de fotografía recortada y cuadros de texto. 7 x 7 in.



Bocetaje 3. Diseño de material para el folleto de aviturismo: Introducción a Guatemala y mapa de Centroamérica. America. 7 x 7 in.

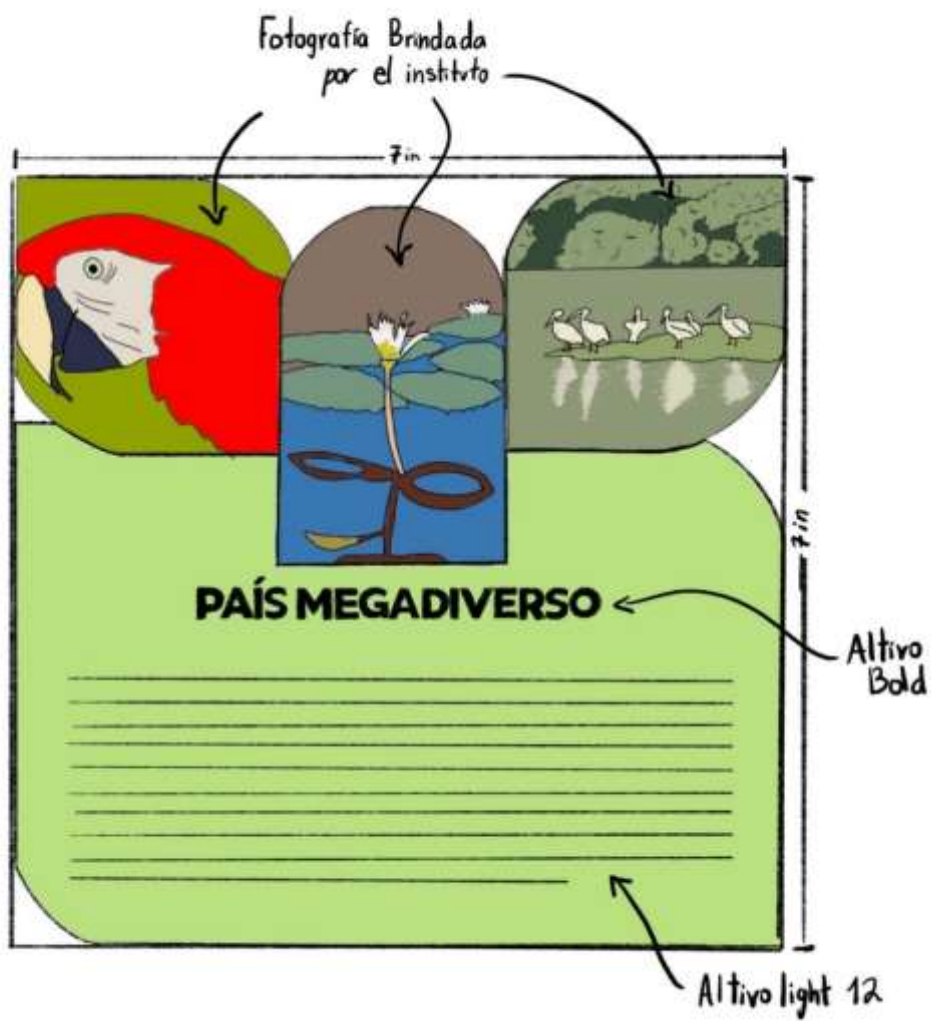


Bocetaje 4. Estilo de diseño de material para los tres folletos: Página divisora utilizando imagen con forma. 7 x 7 in.



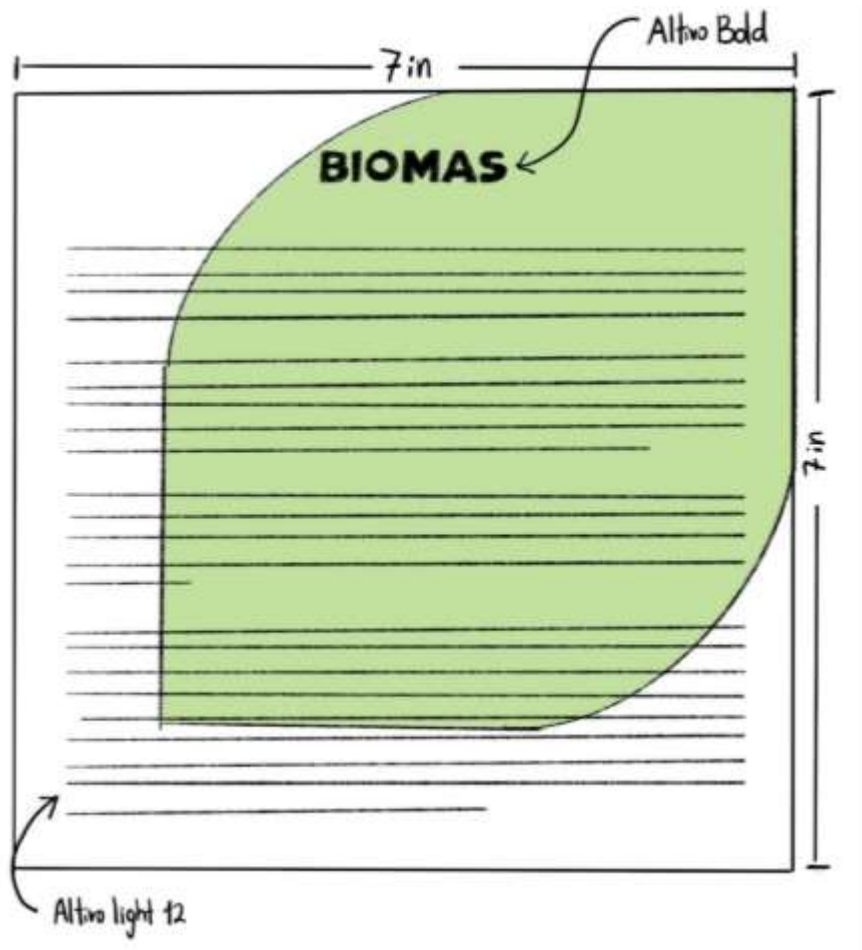
Fotografía brindada por el instituto

Bocetaje 5. Diseño de material para el folleto de aviturismo: País megadiverso. 7 x 7 in.

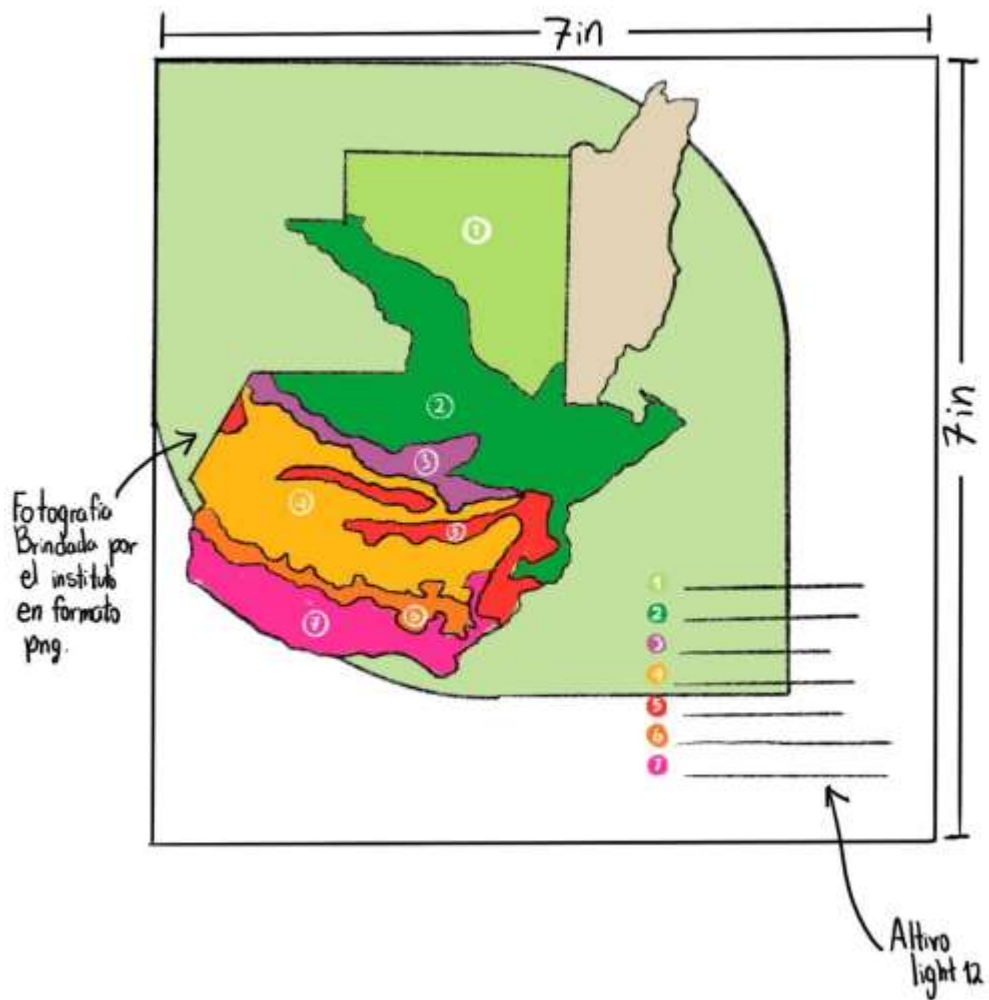


Bocetaje 6. Diseño de material para el folleto de aviturismo: Introducción a los biomas. 7

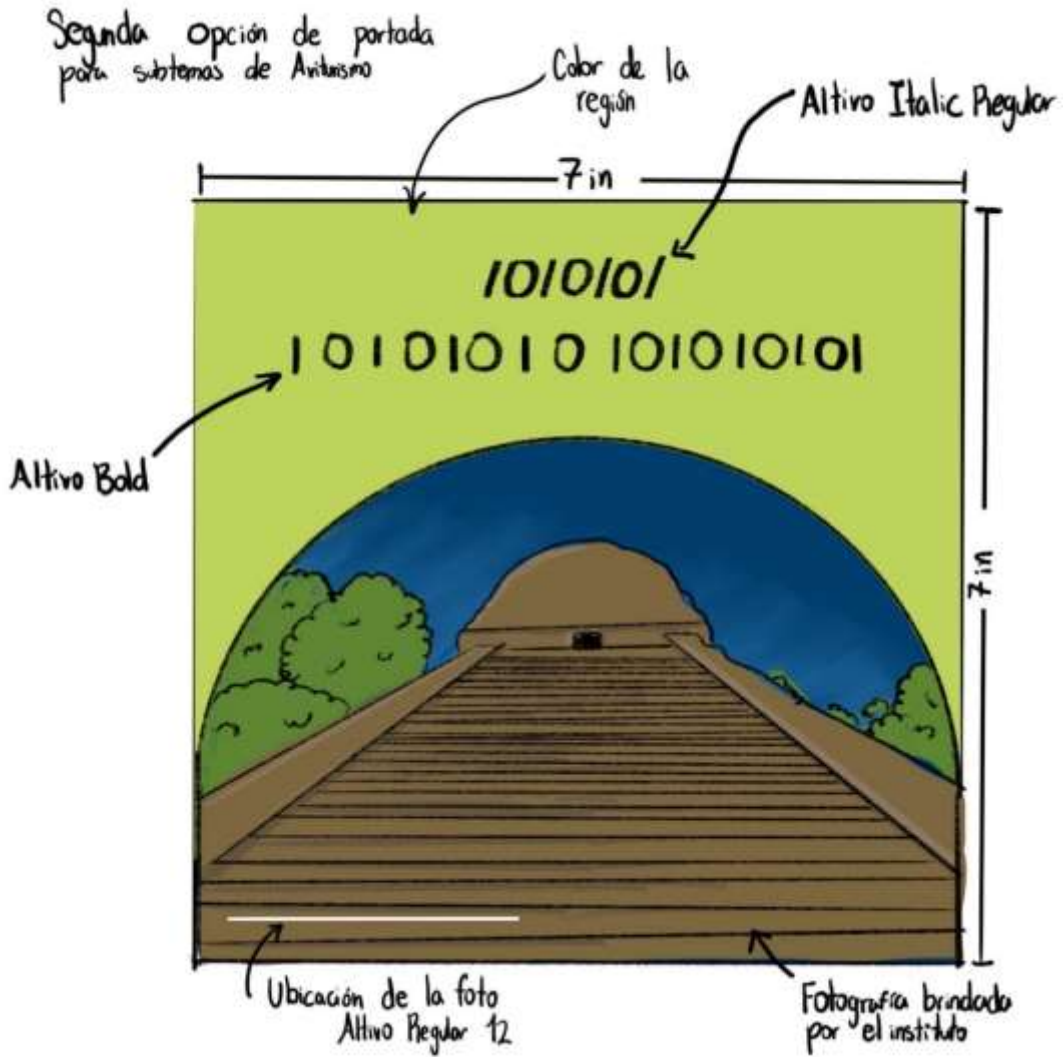
x 7 in.



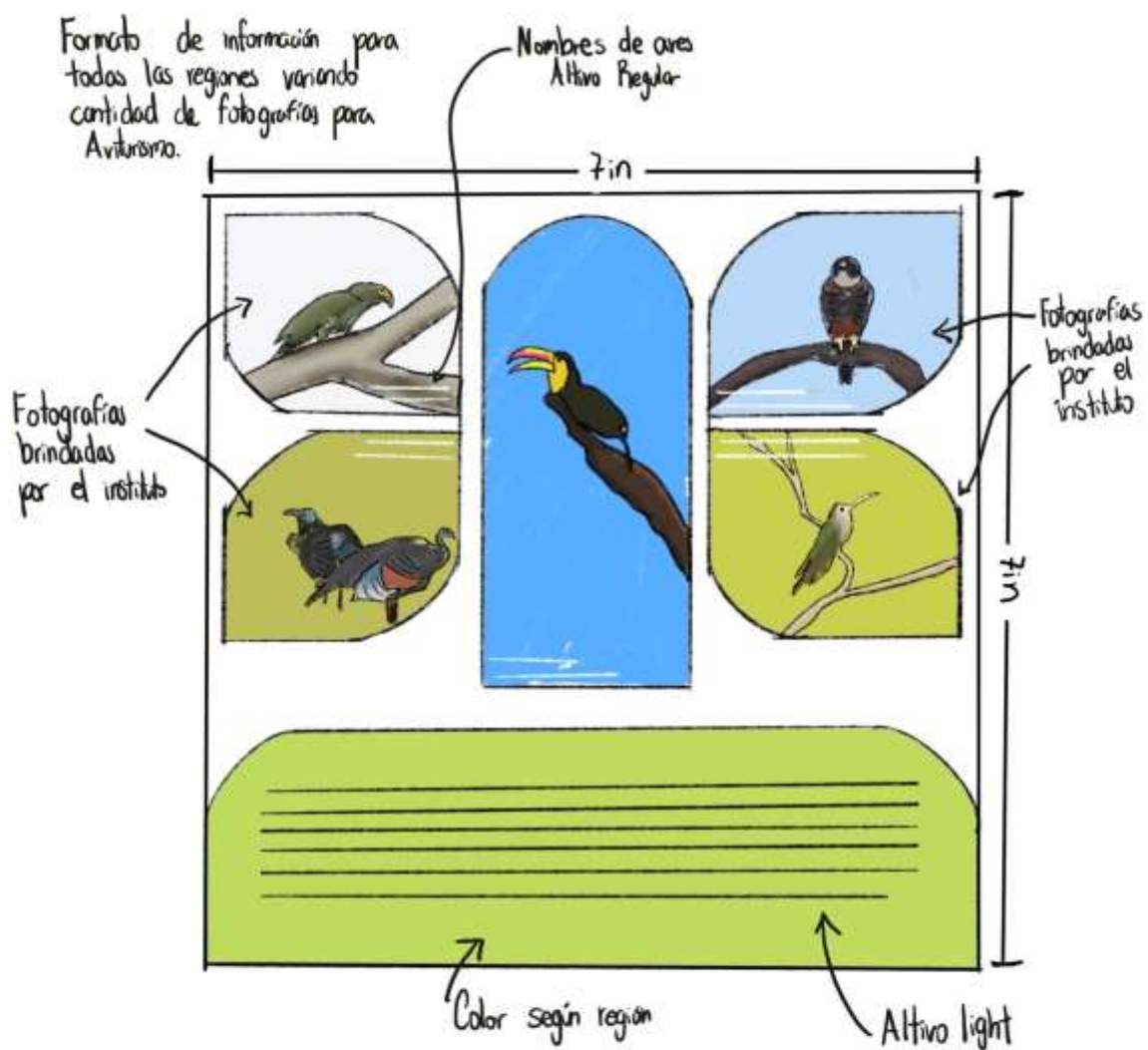
Bocetaje 7. Diseño de material para el folleto de aviturismo: Mapa de biomas. 7 x 7 in.



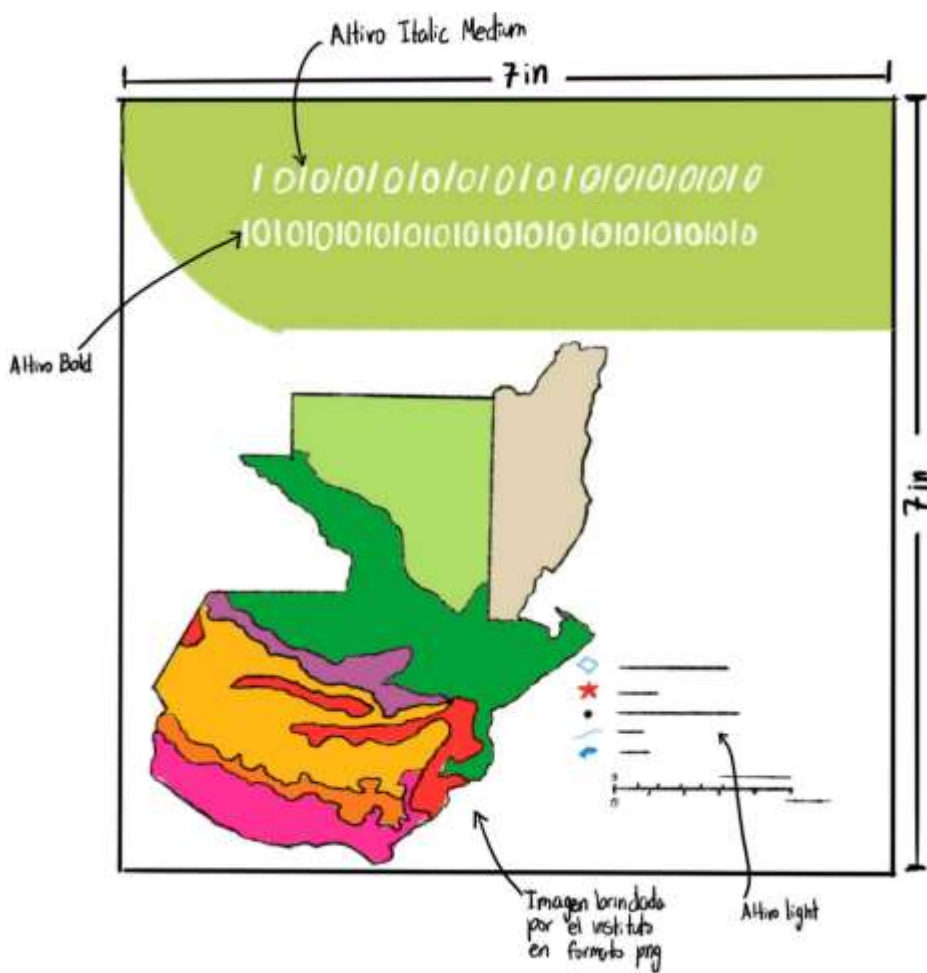
Bocetaje 8. Diseño de material para el folleto de aviturismo: Portada a bioma con imagen, formato que se utilizará con todos los biomas variando la posición del semicírculo. 7 x 7 in.



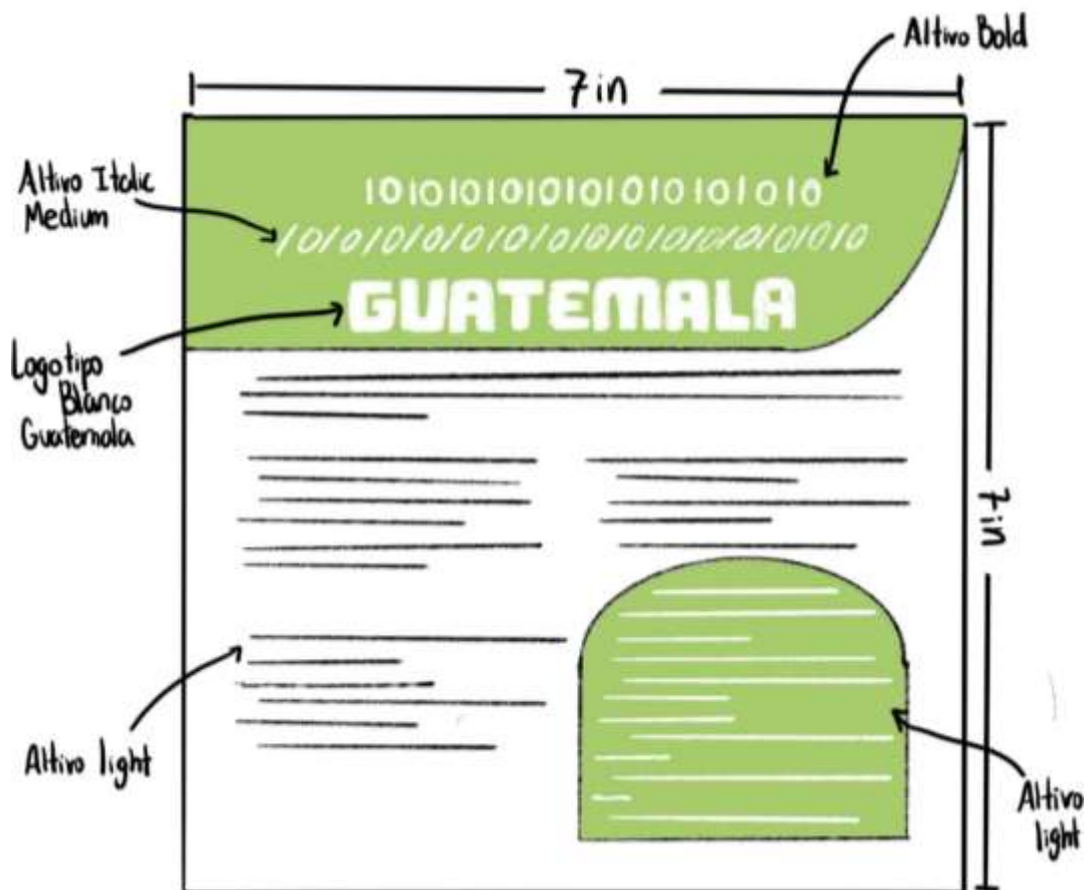
Bocetaje 9. Diseño de material para el folleto de aviturismo: Información de los biomas, con fotos de aves, formato que se utilizará con todos los biomas variando la cantidad de fotos por bioma. 7 x 7 in.



Bocetaje 10. Diseño de material para el folleto de aviturismo: Los mejores lugares para observar aves, mapa. 7 x 7 in

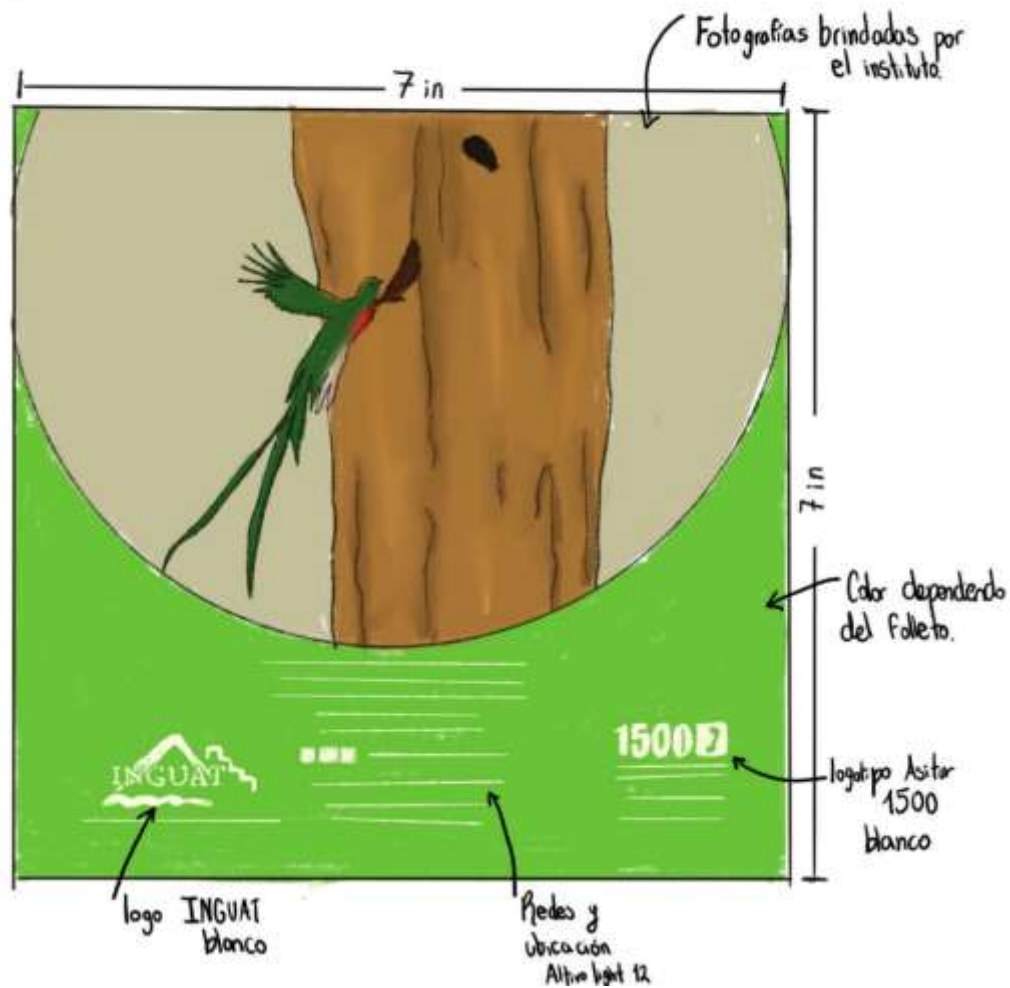


Bocetaje 11. Diseño de material para el folleto de aviturismo: Mejor temporada de avistamiento de aves en Guatemala, con recomendaciones. 7 x 7 in.

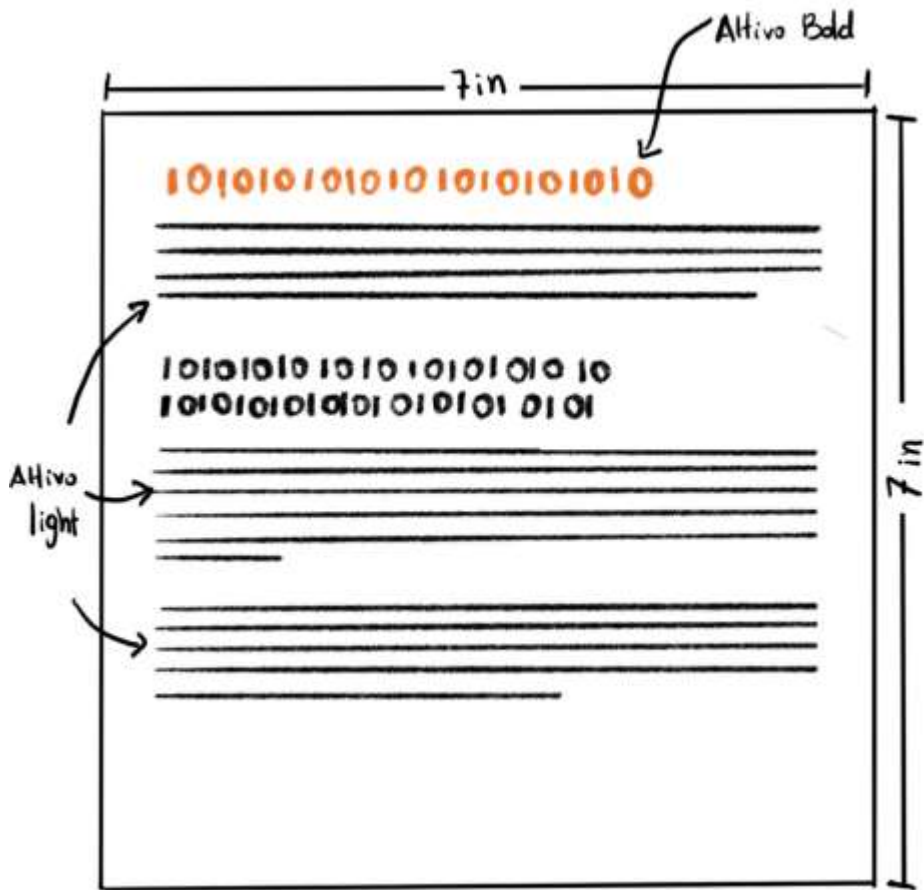


Bocetaje 12. Diseño de material para folletos impresos: Estilo de contraportada para los tres folletos. 7 x 7 in.

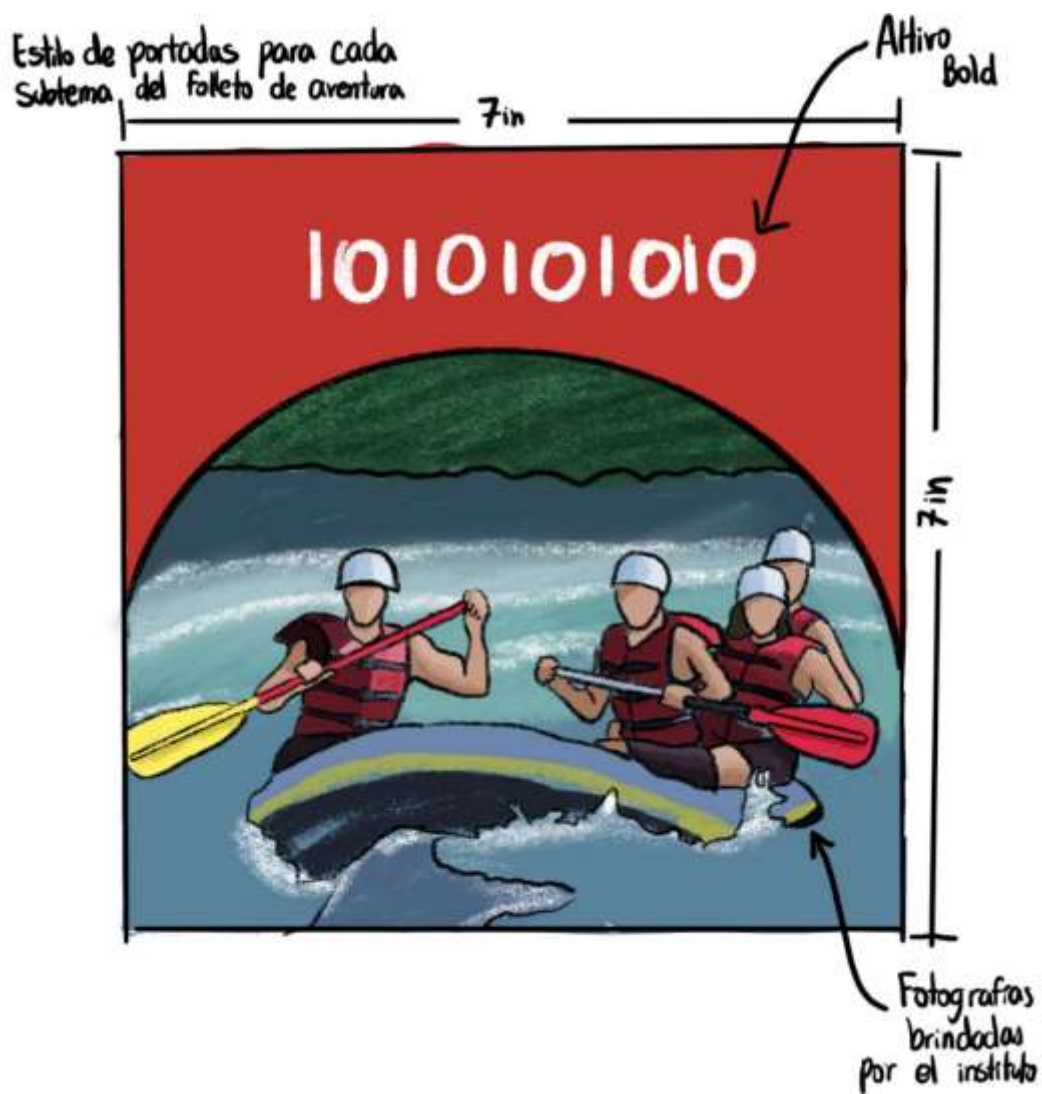
Estilo de contraportada
para los tres folletos



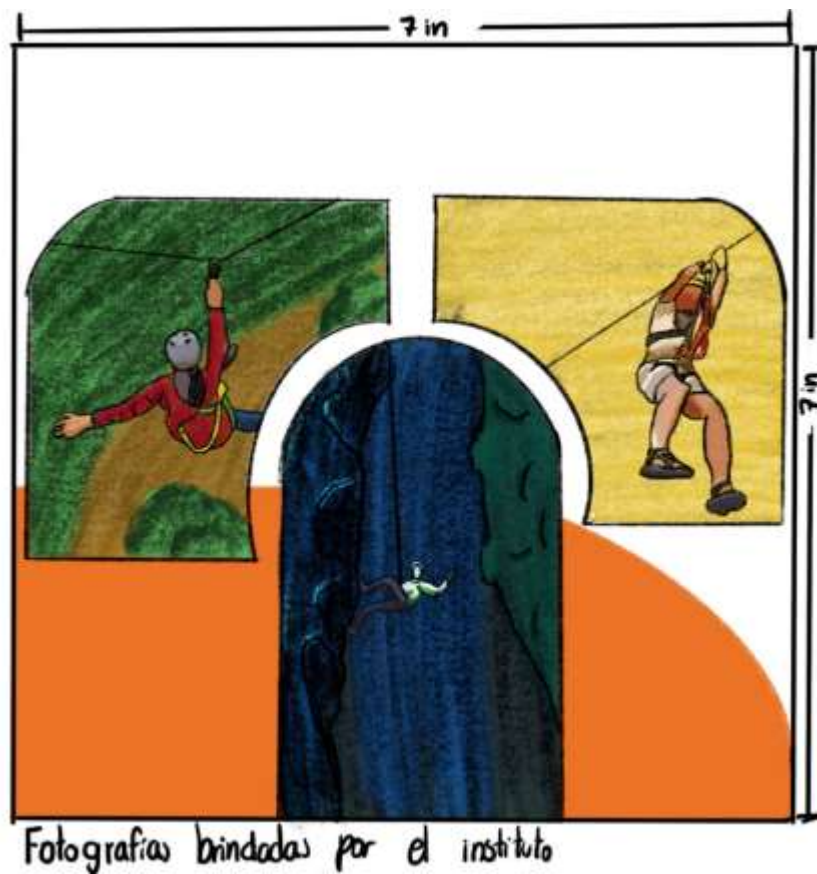
Bocetaje 13. Diseño de material para el folleto de aventura: Introducción al turismo de aventura en Guatemala. 7 x 7 in.



Bocetaje 14. Diseño de material para el folleto de aventura: Estilo de portada para cada subtema del folleto de aventura. 7 x 7 in.

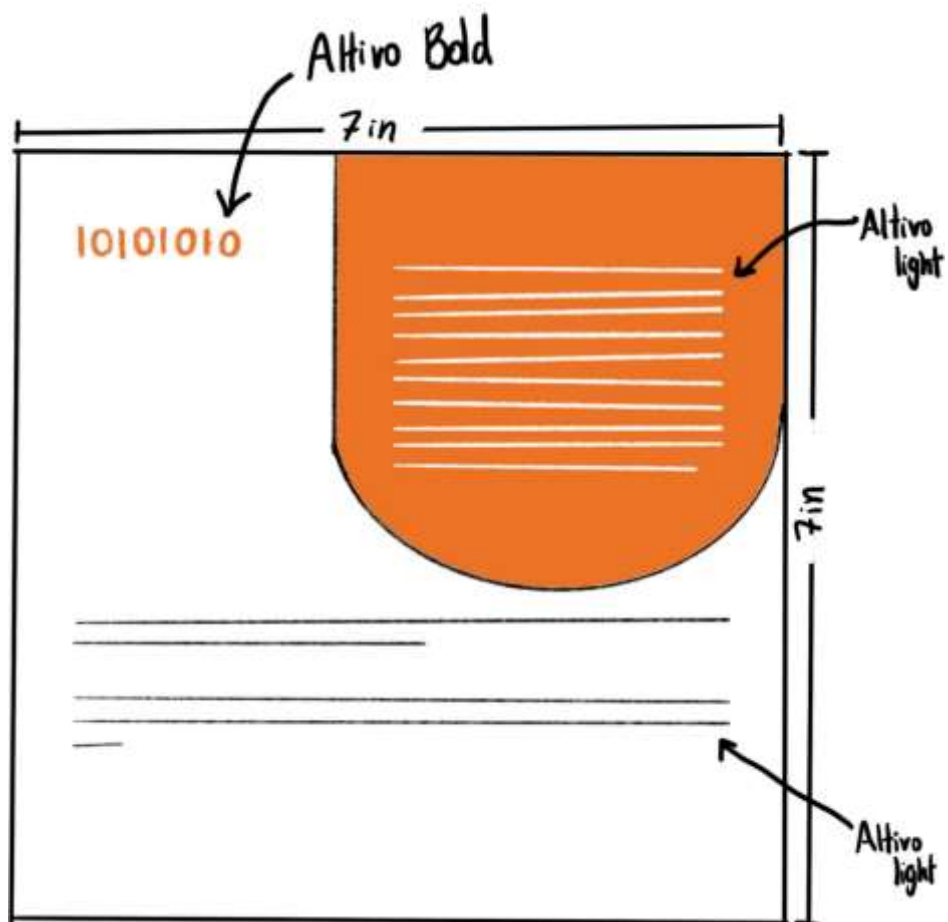


Bocetaje 15. Diseño de material para el folleto de aventura. Gráfico de collage de fotos para canopy. 7 x 7 in.



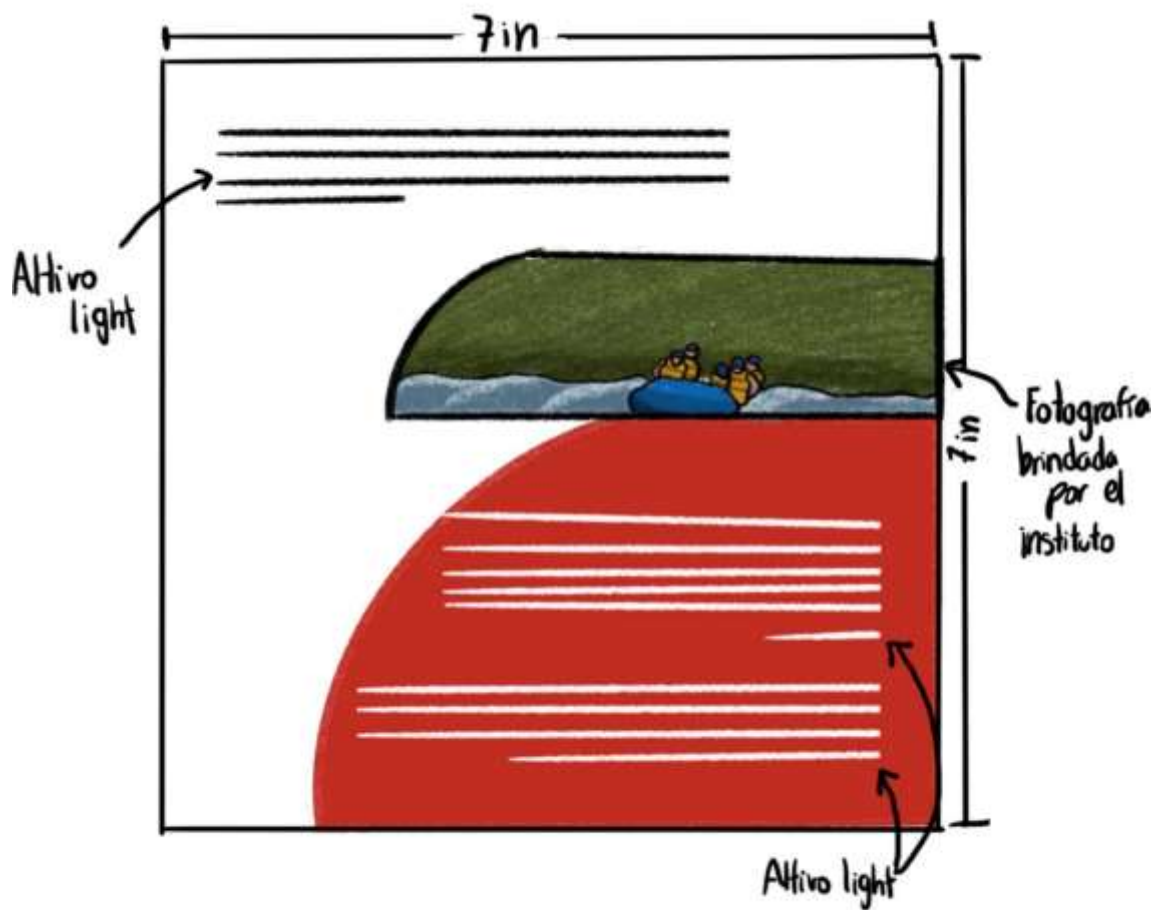
Bocetaje 16. Diseño de material para el folleto de aventura. Información de canopy. 7 x 7

in.

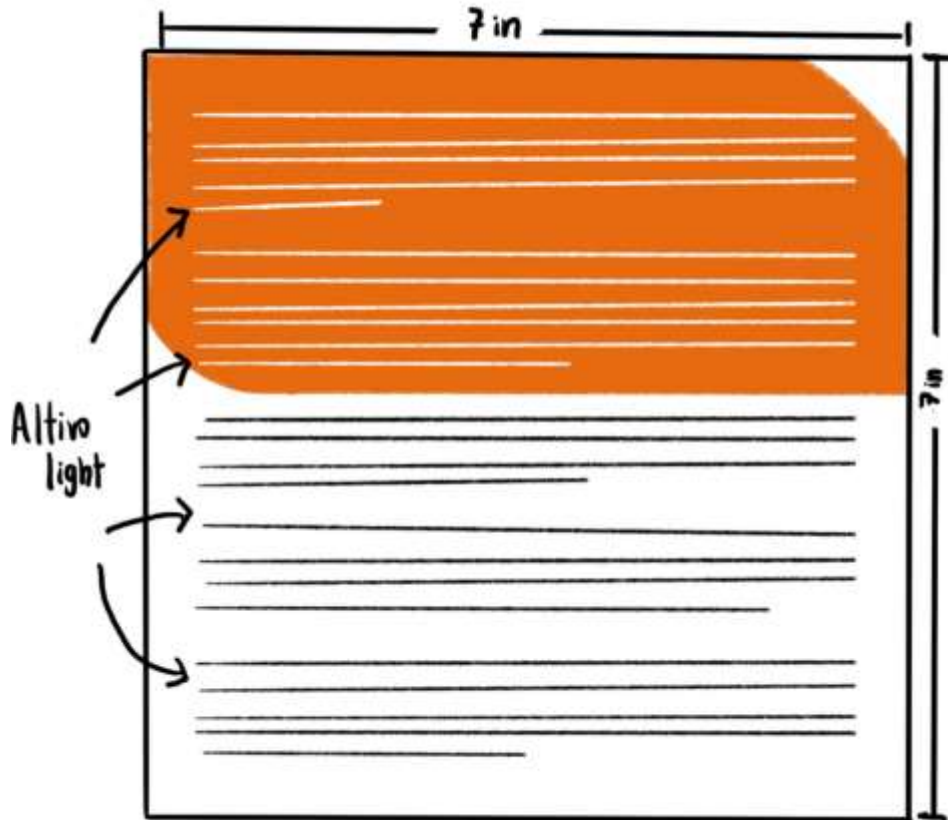


Bocetaje 17. Diseño de material para el folleto de aventura. Información de rafting. 7 x 7 in.

in.

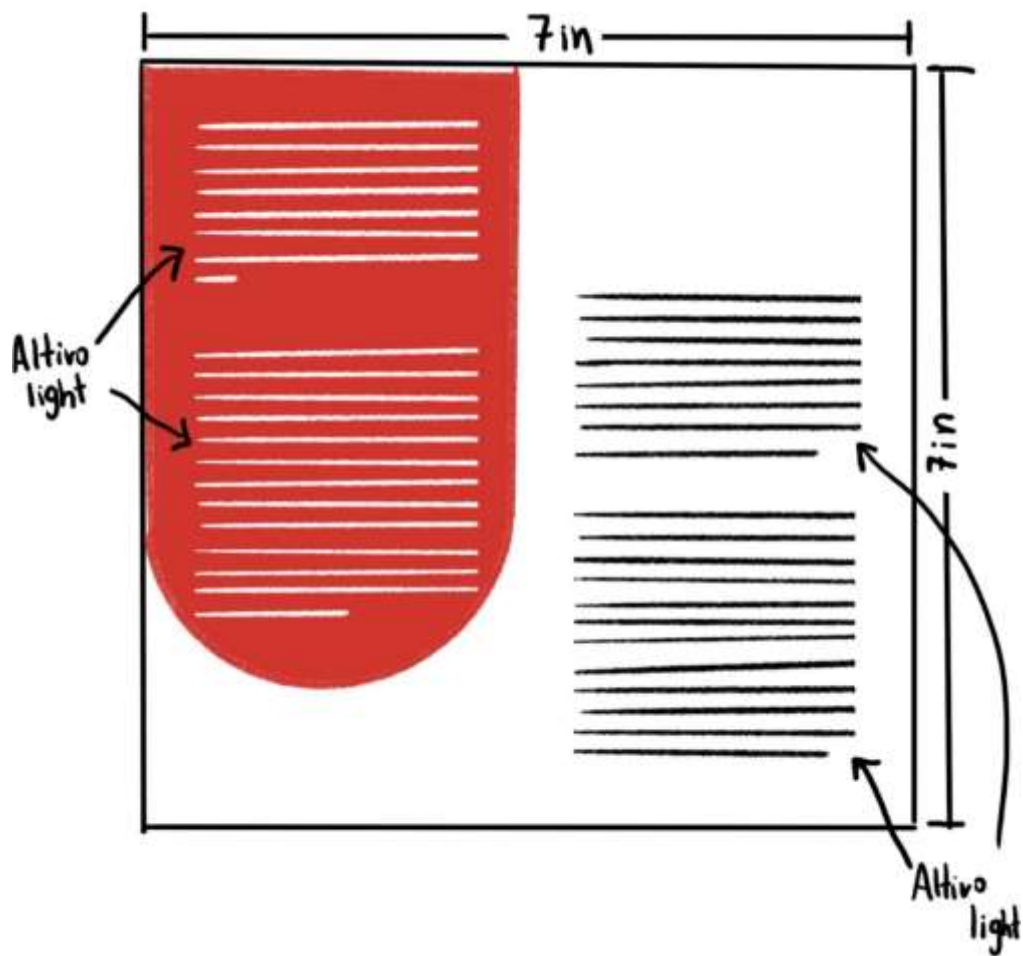


Bocetaje 18. Diseño de material para el folleto de aventura. Información de ciclismo de montaña. 7 x 7 in.

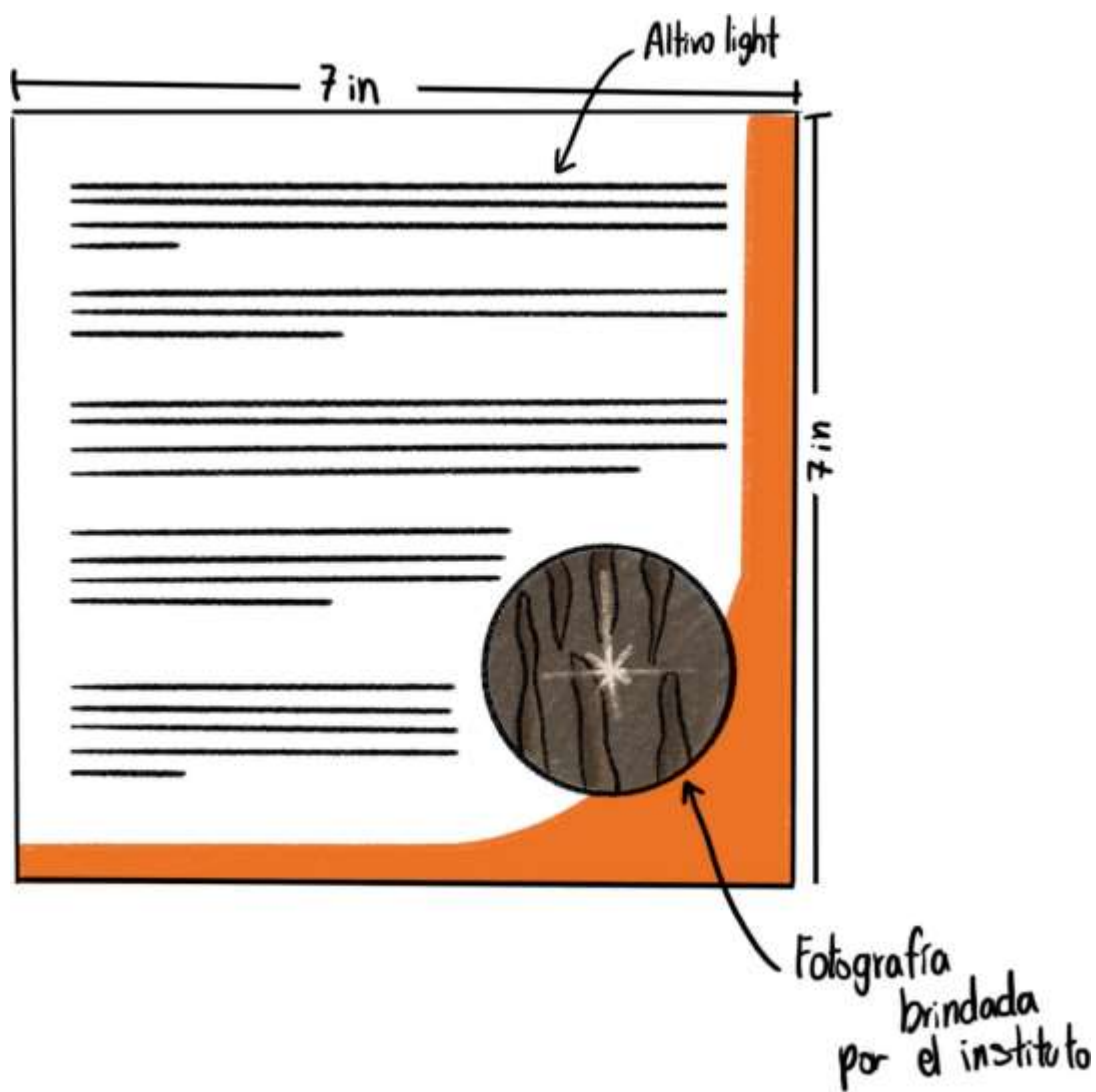


Bocetaje 19. Diseño de material para el folleto de aventura. Información de *trekking*. 7 x

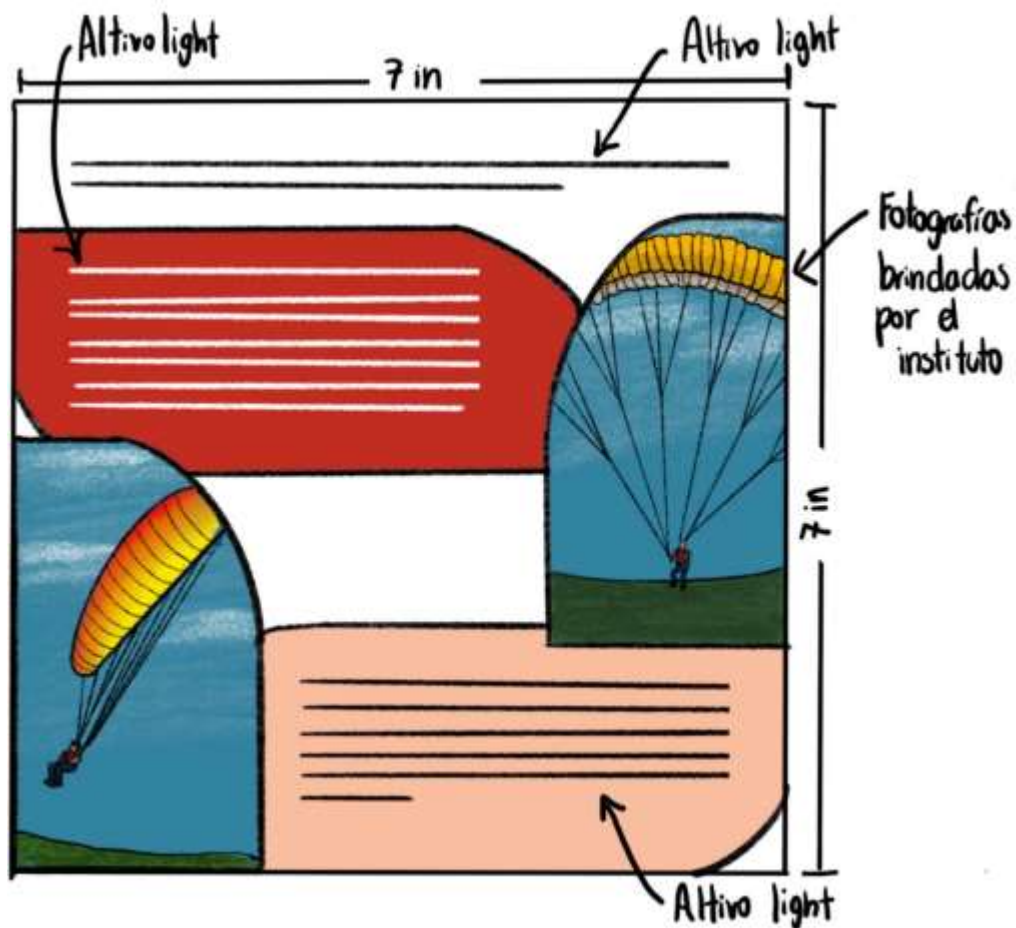
7 in.



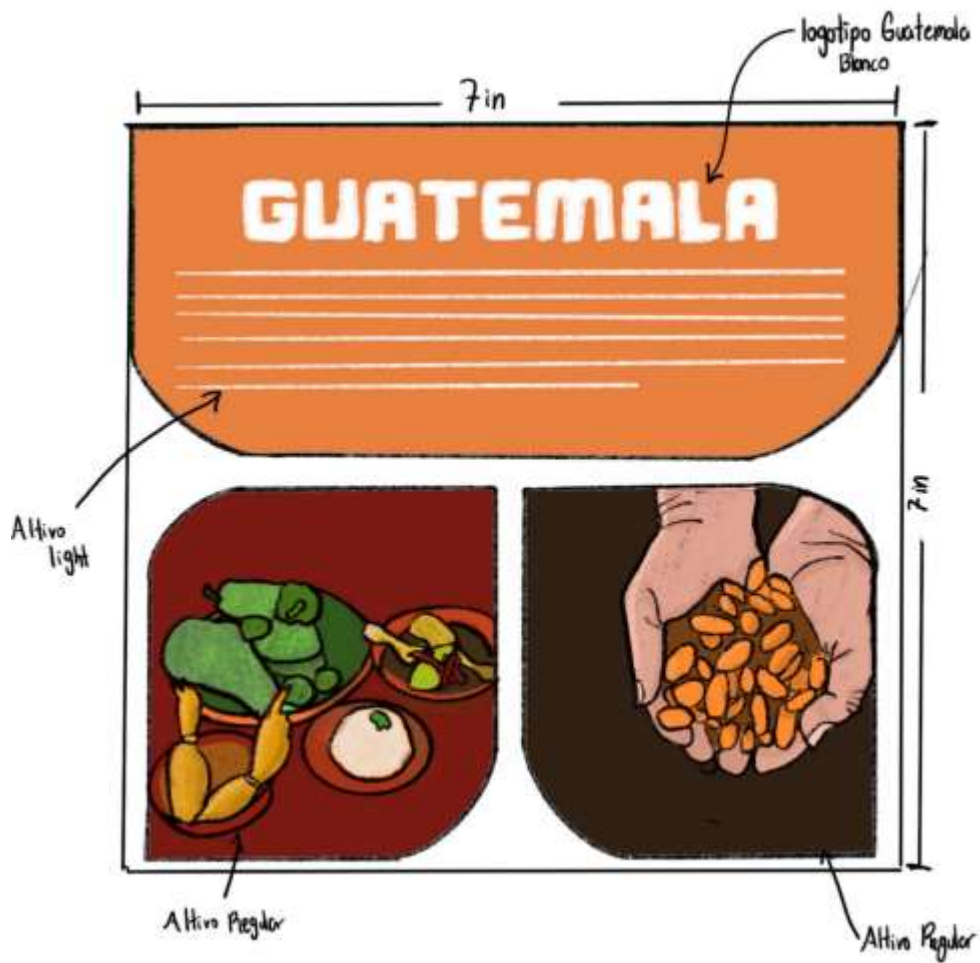
Bocetaje 20. Diseño de material para el folleto de aventura. Información de *caving* con ejemplo visual. 7 x 7 in.



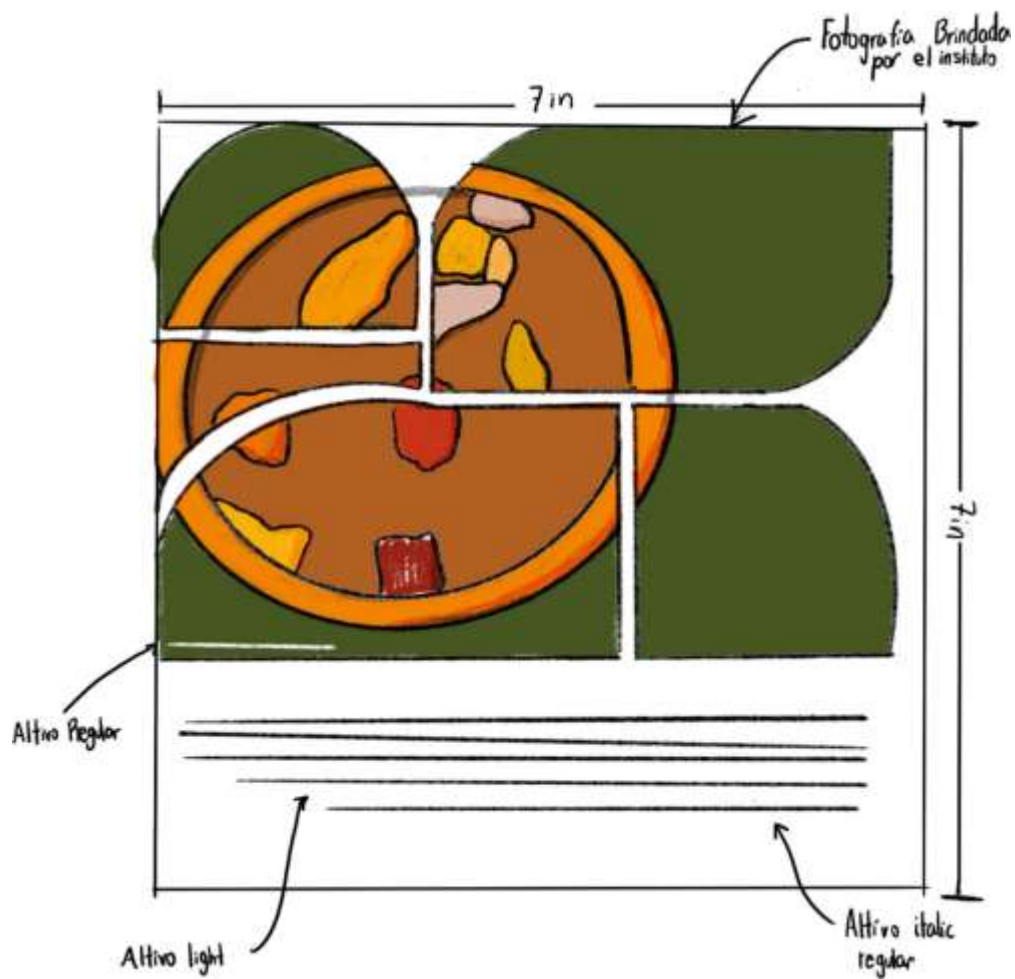
Bocetaje 21. Diseño de material para el folleto de aventura. Información de parapente con ejemplos visuales. 7 x 7 in.



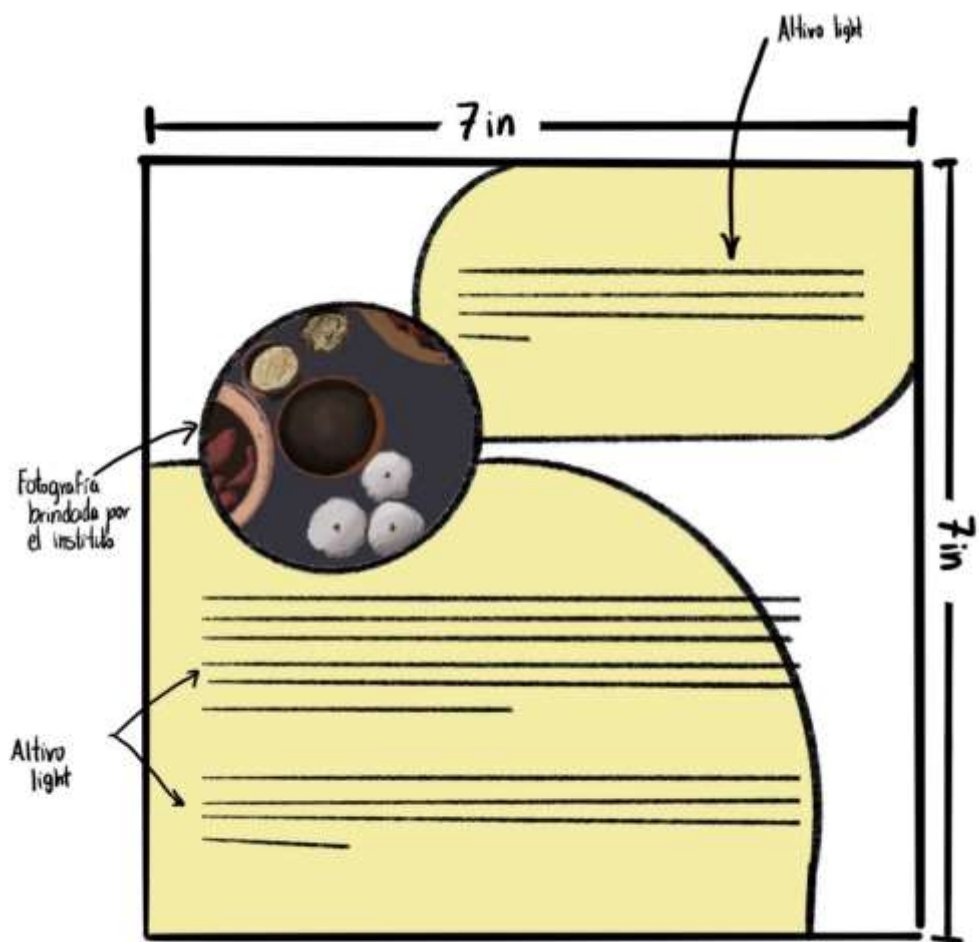
Bocetaje 22. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Introducción a Guatemala. 7 x 7 in.



Bocetaje 23. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Frase de INGUAT de la gastronomía. 7 x 7 in.

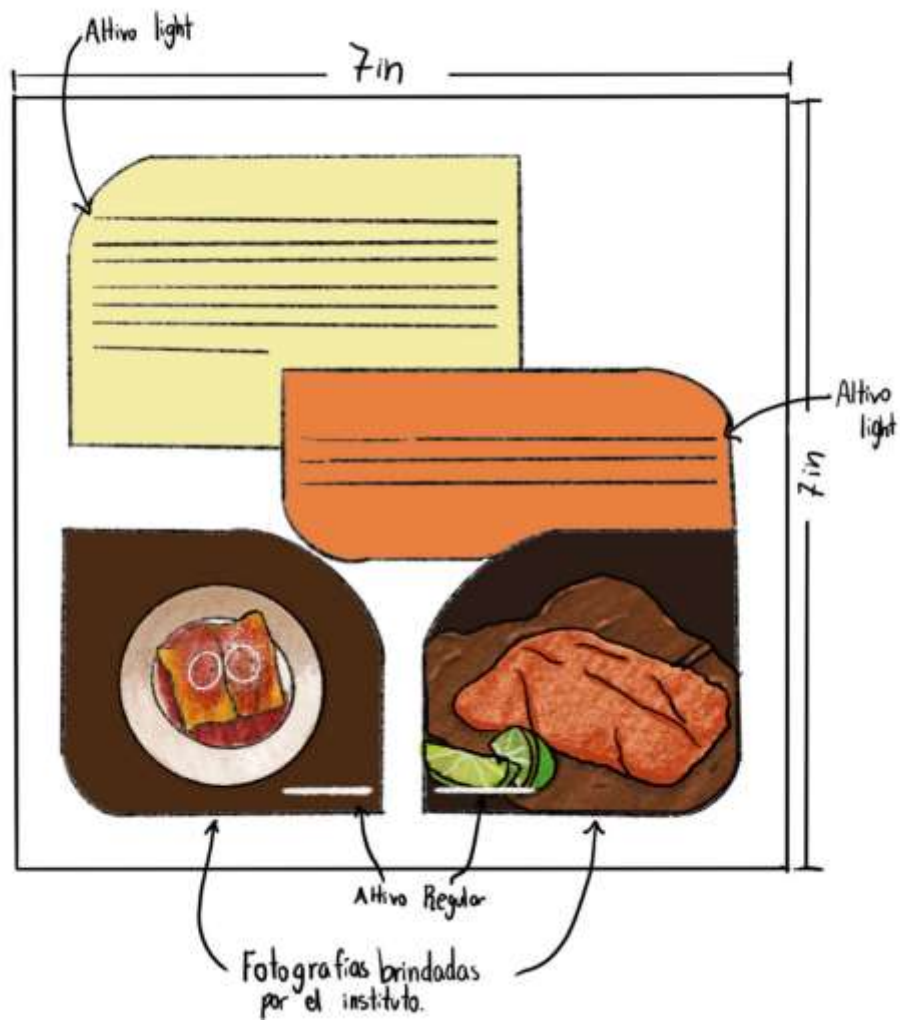


Bocetaje 24. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Información de la cultura gastronómica. 7 x 7 in.

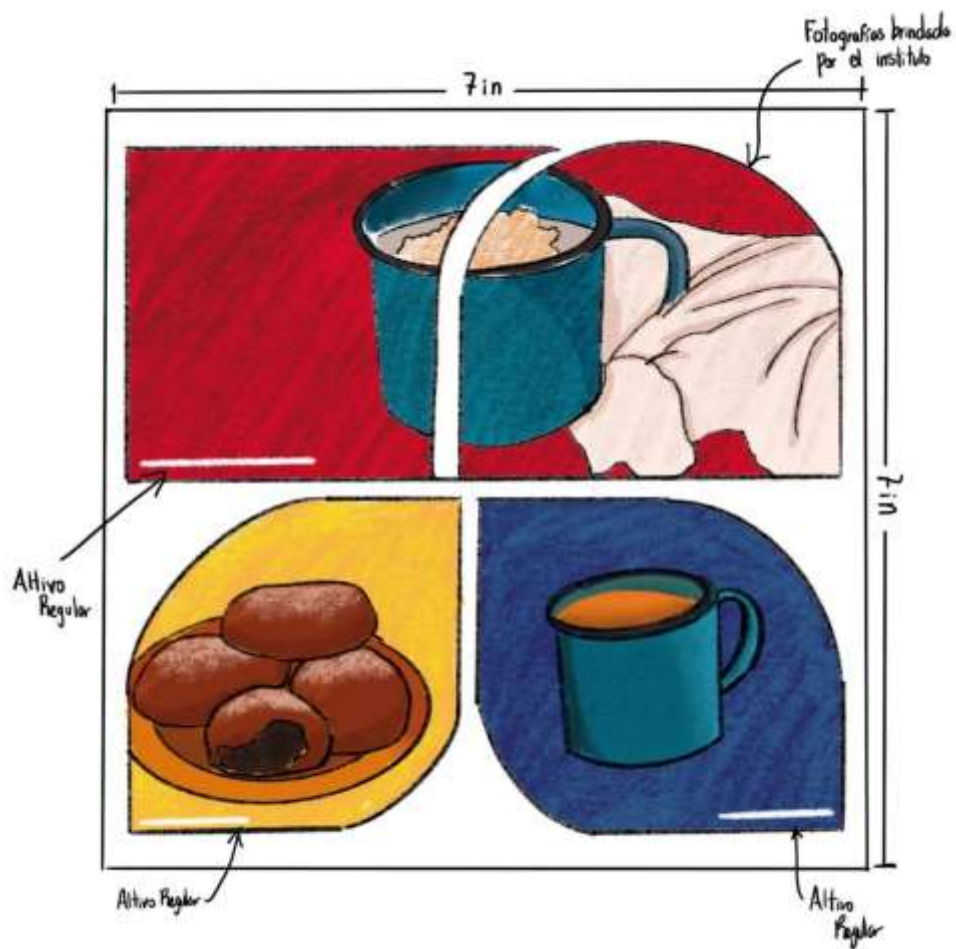


Bocetaje 25. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Información del maíz. 7 x

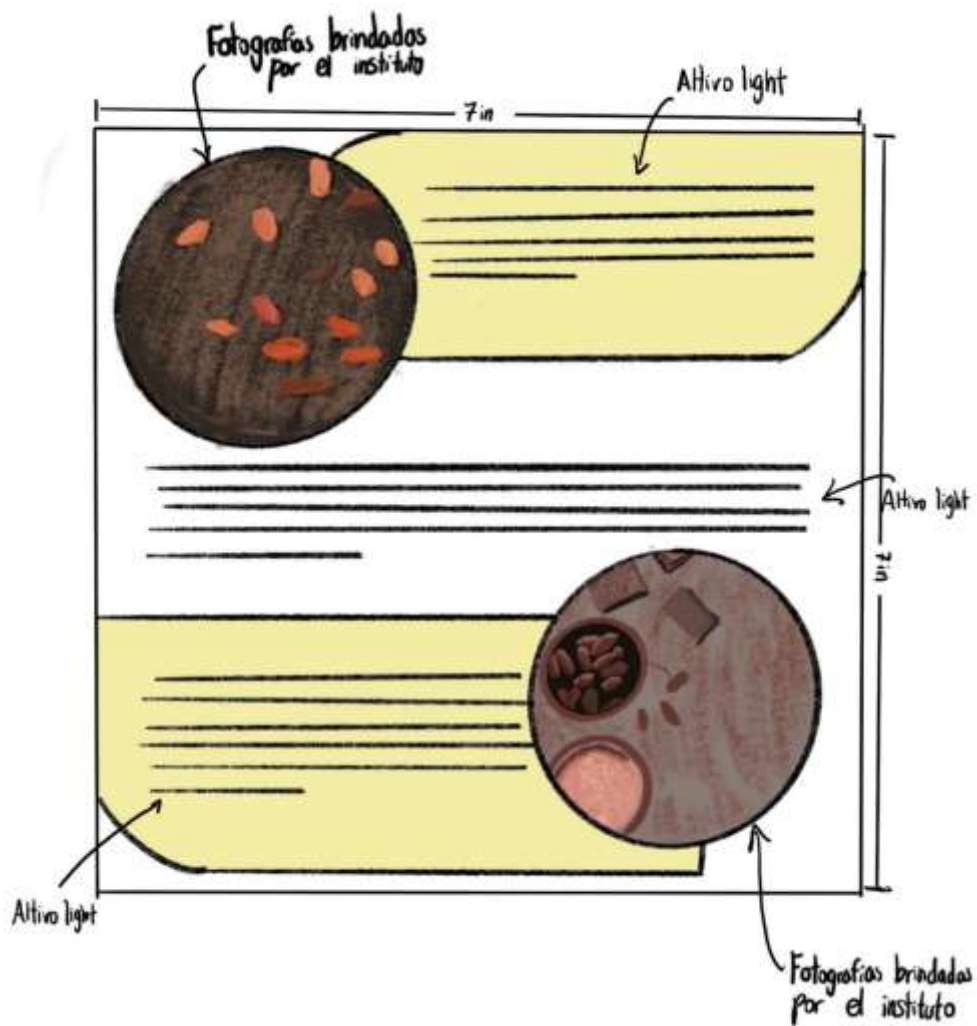
7 in.



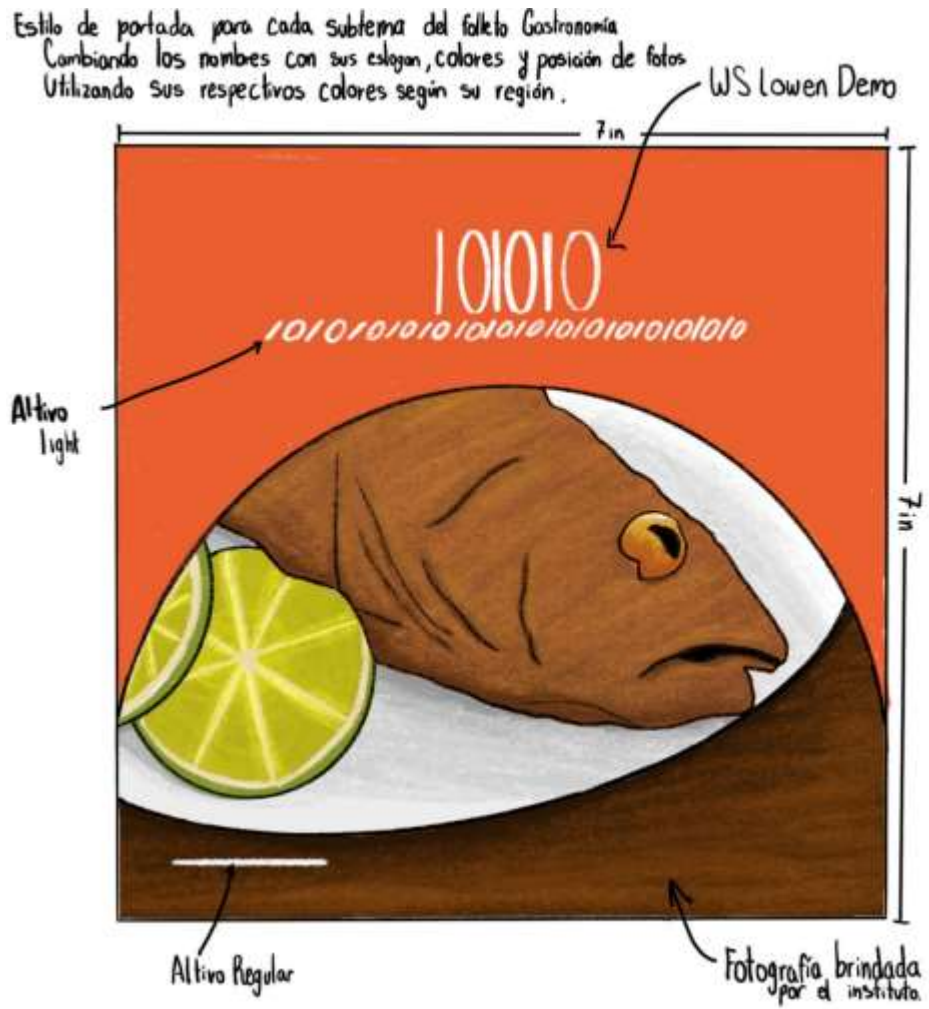
Bocetaje 26. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Collage de fotografías para el tema de la gastronomía guatemalteca. 7 x 7 in.



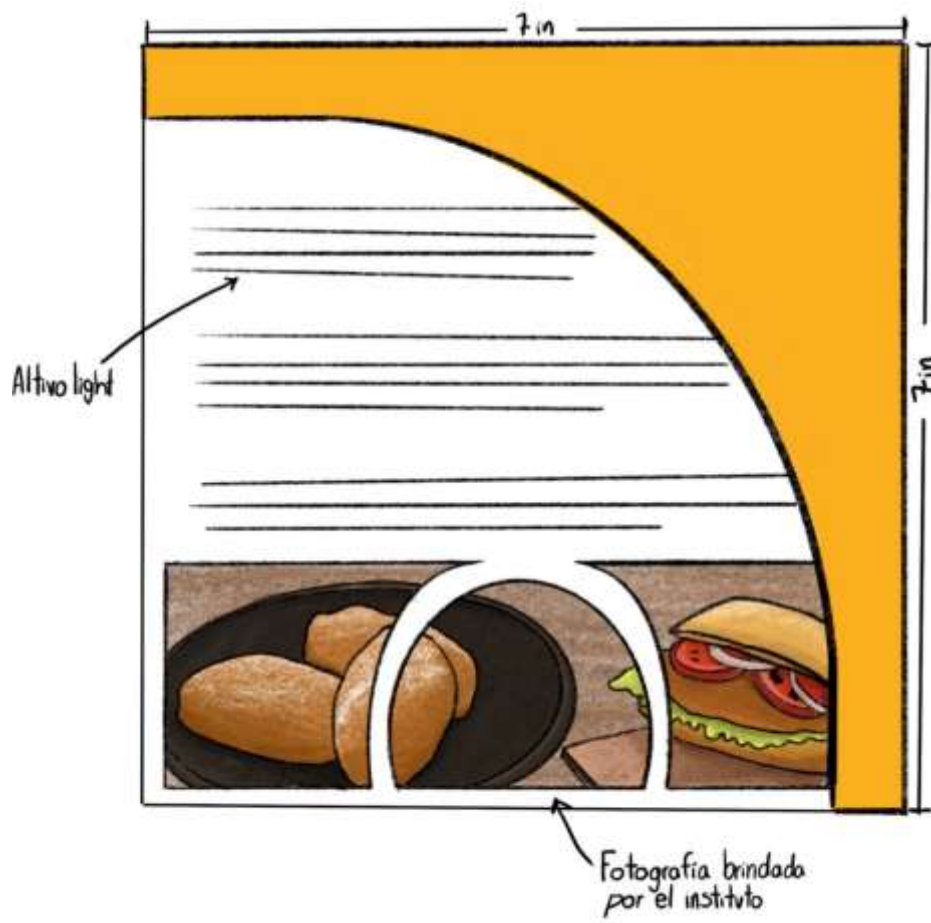
Bocetaje 27. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Información de la gastronomía guatemalteca. 7 x 7 in.



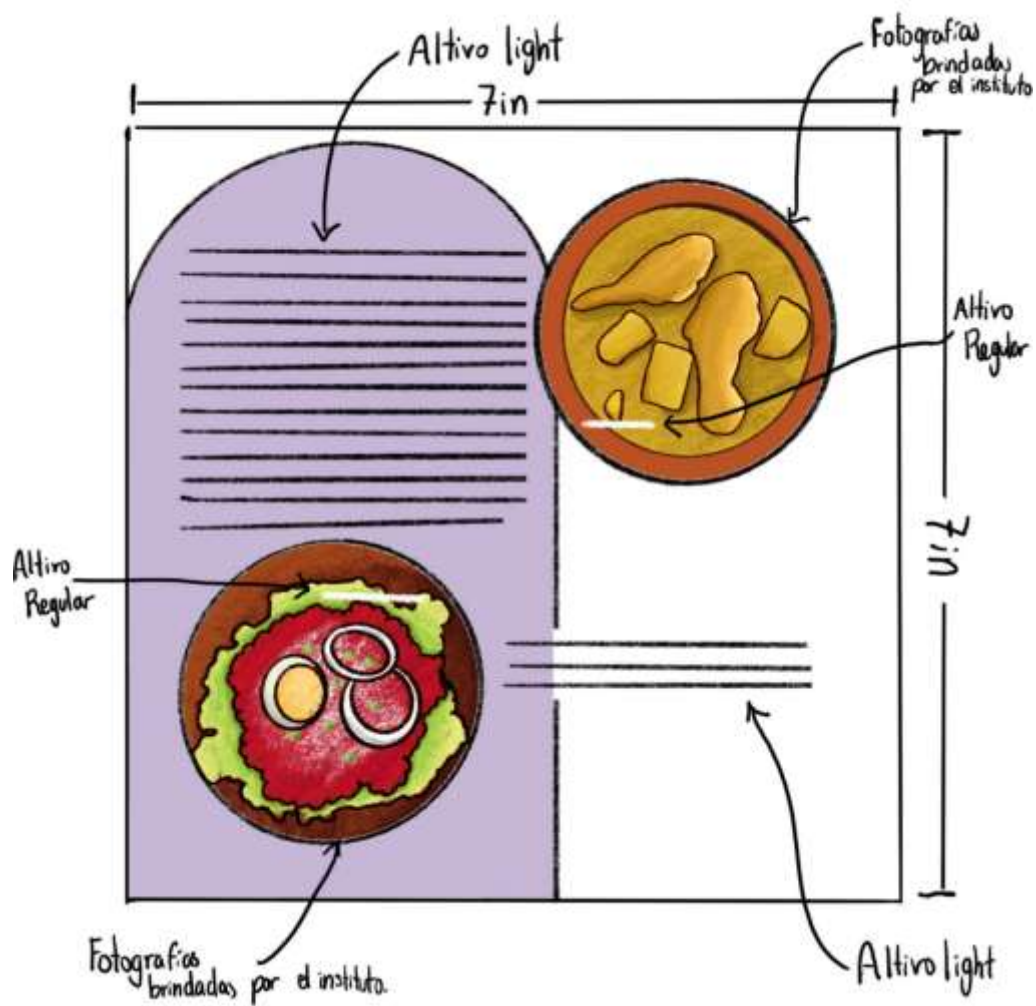
Bocetaje 28. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Estilo de portadas para los subtemas del folleto de gastronomía. 7 x 7 in.



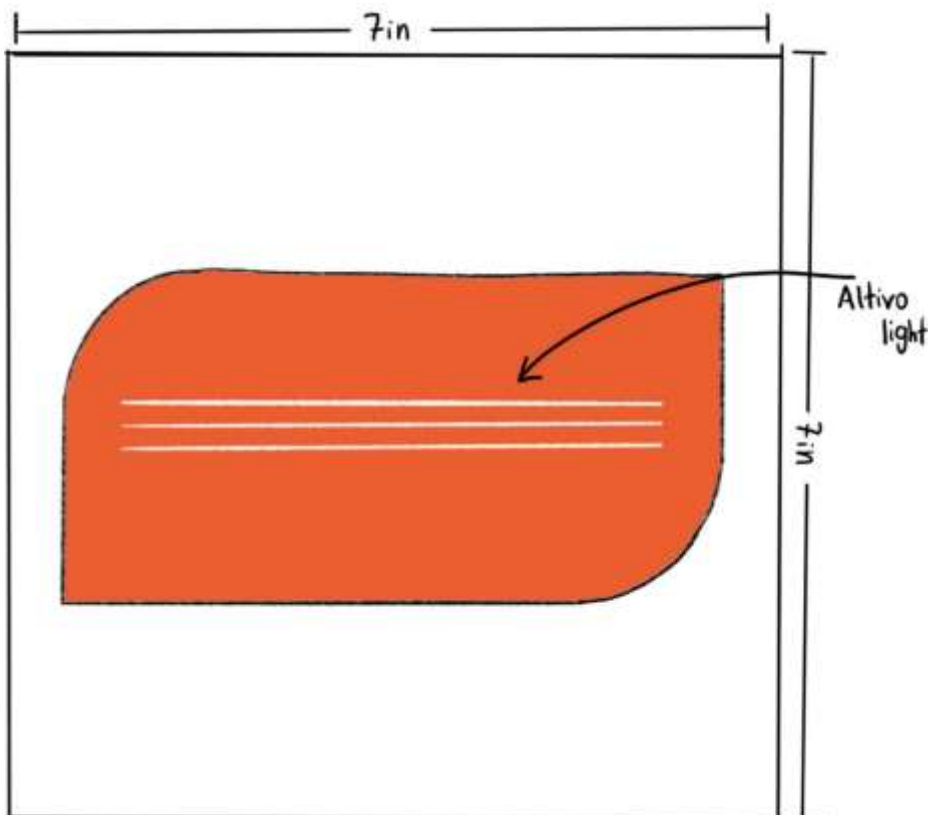
Bocetaje 29. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Información de la gastronomía de la región de Guatemala. 7 x 7 in.



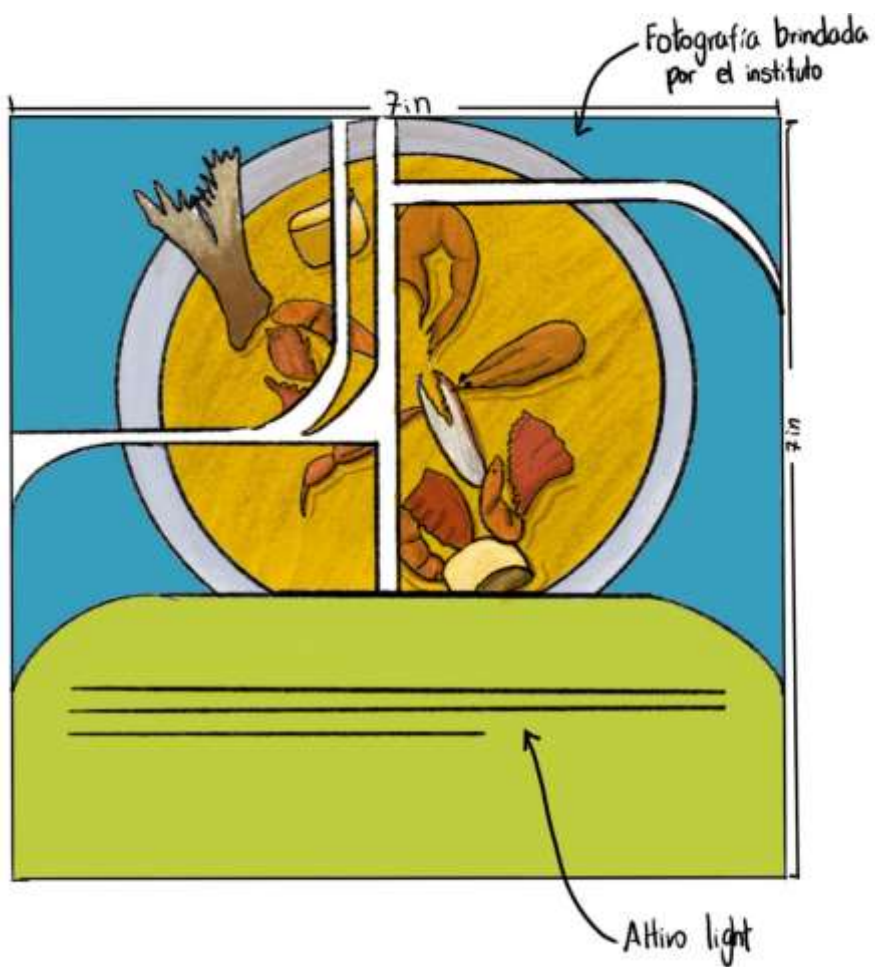
Bocetaje 30. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Información de la gastronomía de la región de altiplano. 7 x 7 in.



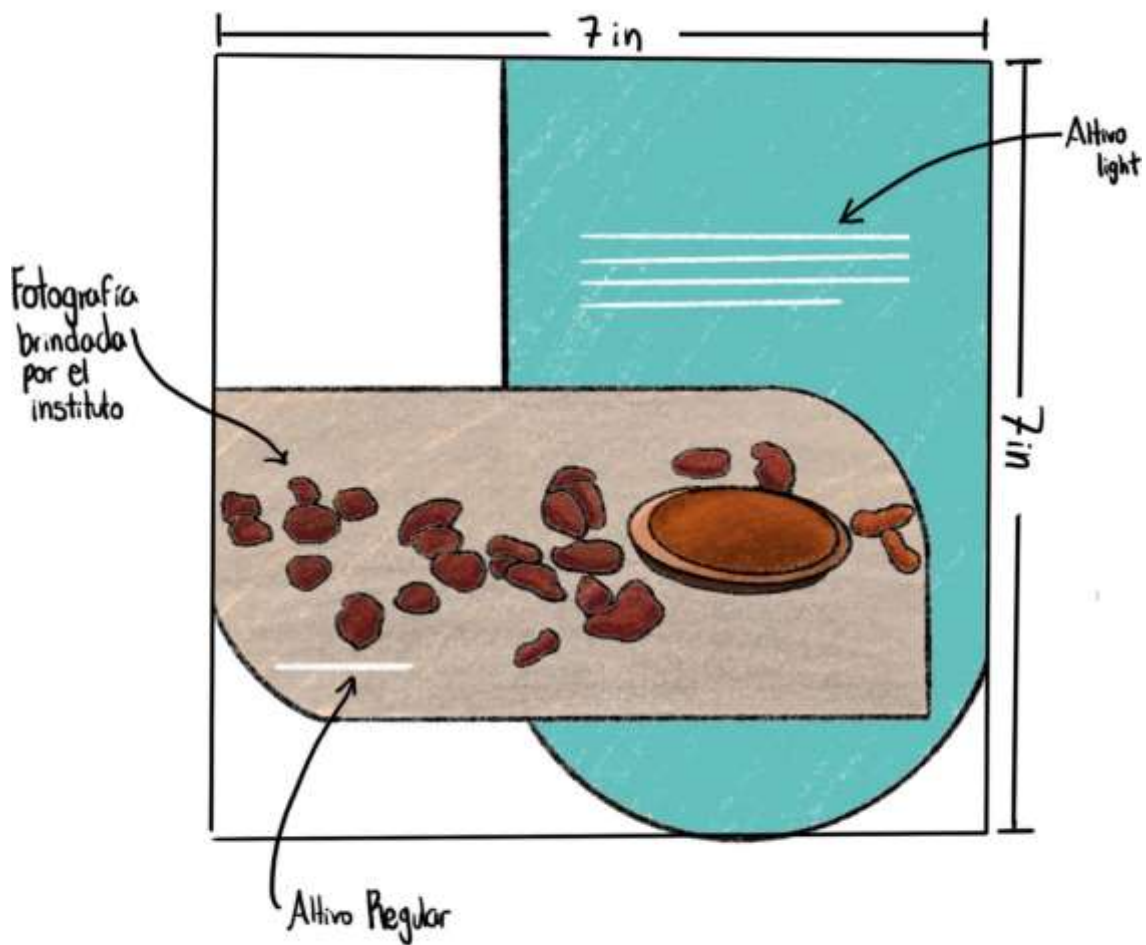
Bocetaje 31. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Información de la gastronomía de la región de Petén. 7 x 7 in.



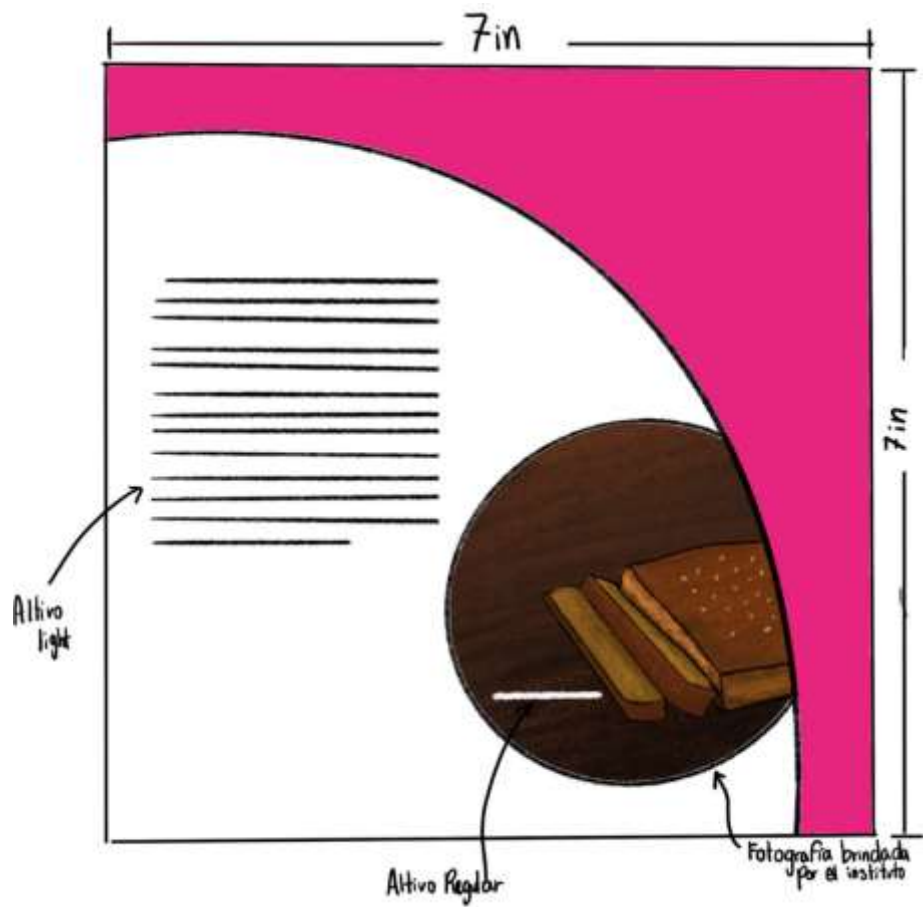
Bocetaje 32. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Información de la gastronomía de la región de Izabal. 7 x 7 in.



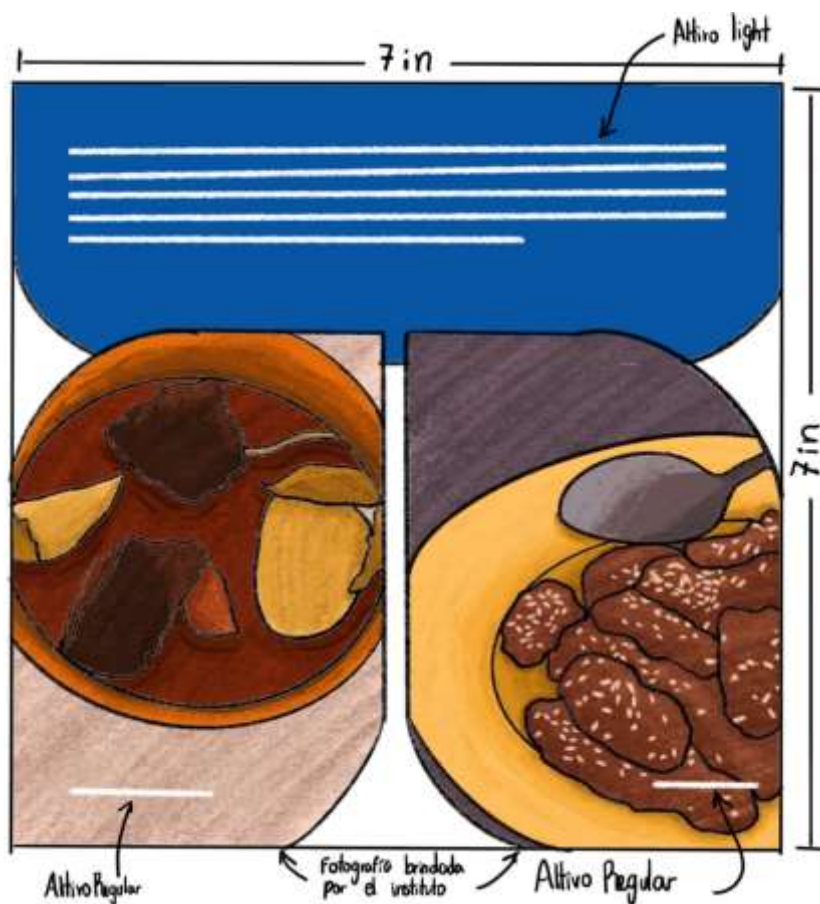
Bocetaje 33. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Información de la gastronomía de la región de Verapaces. 7 x 7 in.



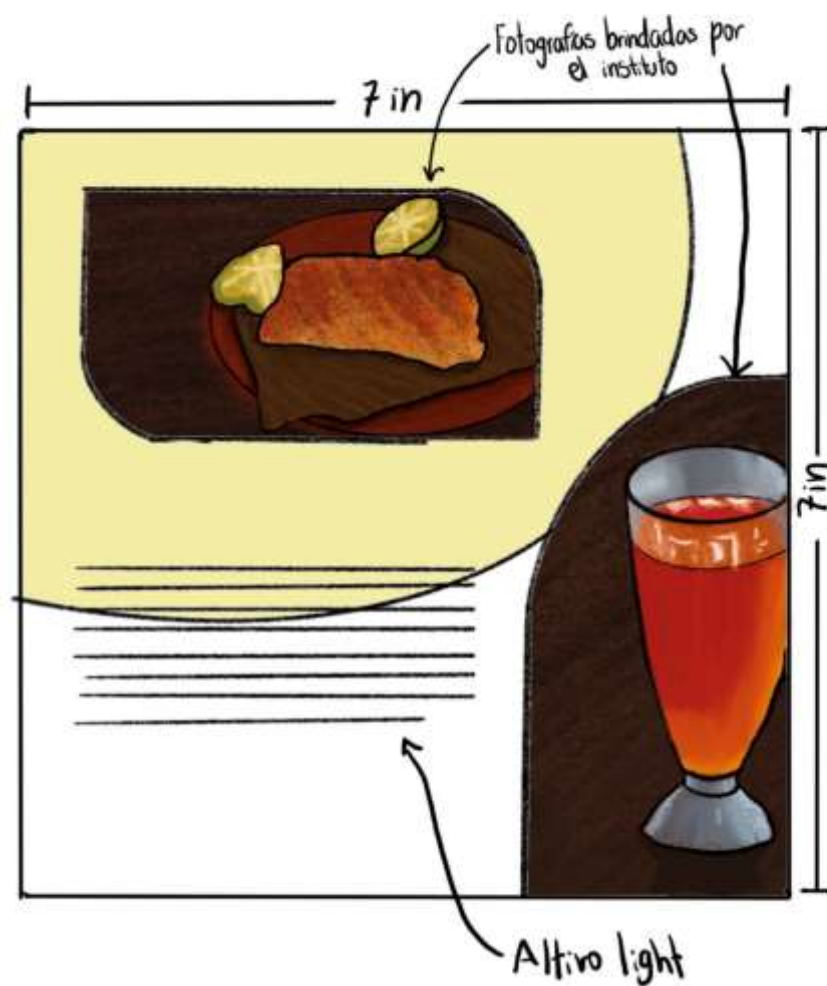
Bocetaje 34. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Información de la gastronomía de la región de Oriente. 7 x 7 in.



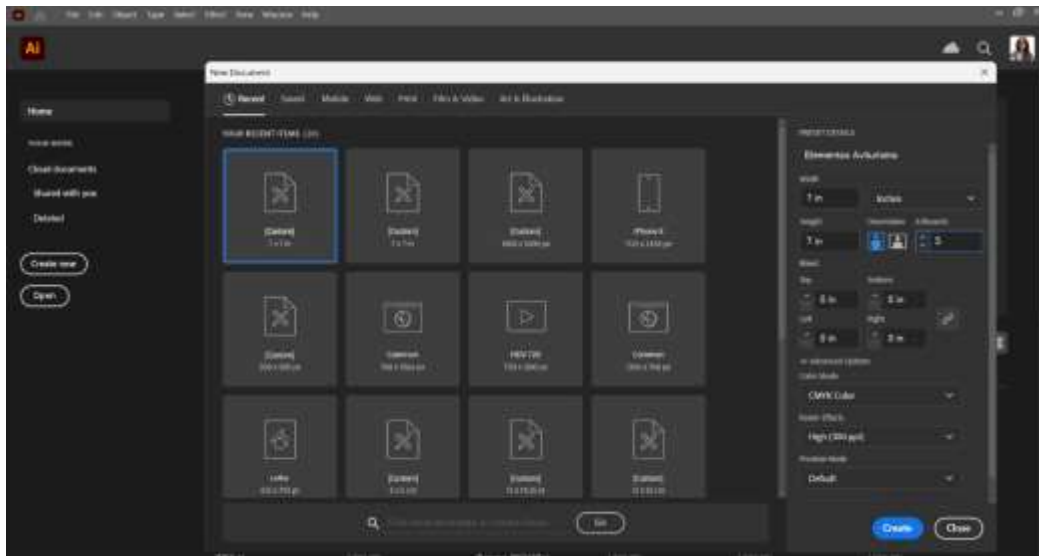
Bocetaje 34. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Información de la gastronomía de la región de Pacífico. 7 x 7 in.



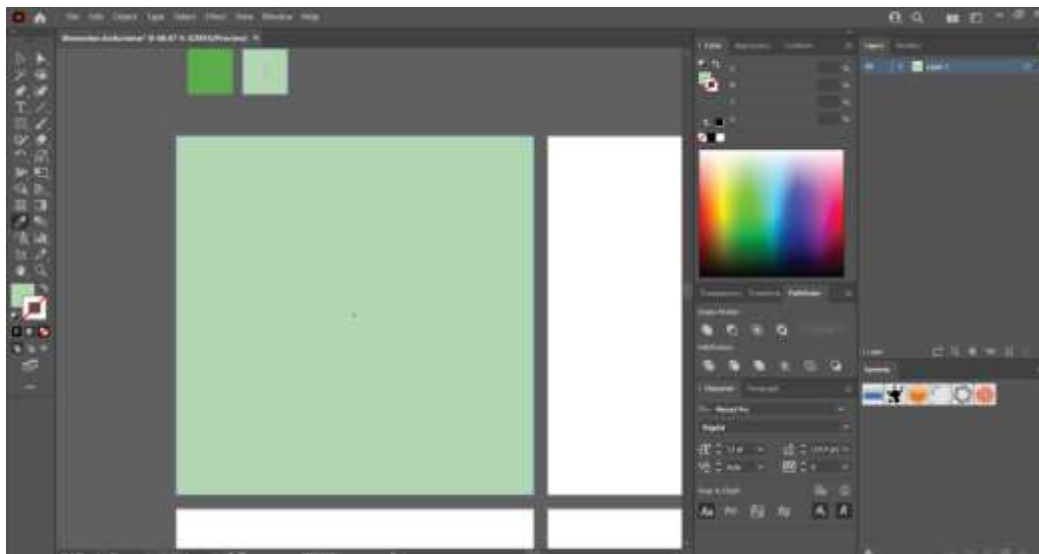
Bocetaje 35. Diseño de material para el folleto de gastronomía. Despedida y platillos de Patrimonio Cultural Intangible de la Nación. 7 x 7 in.



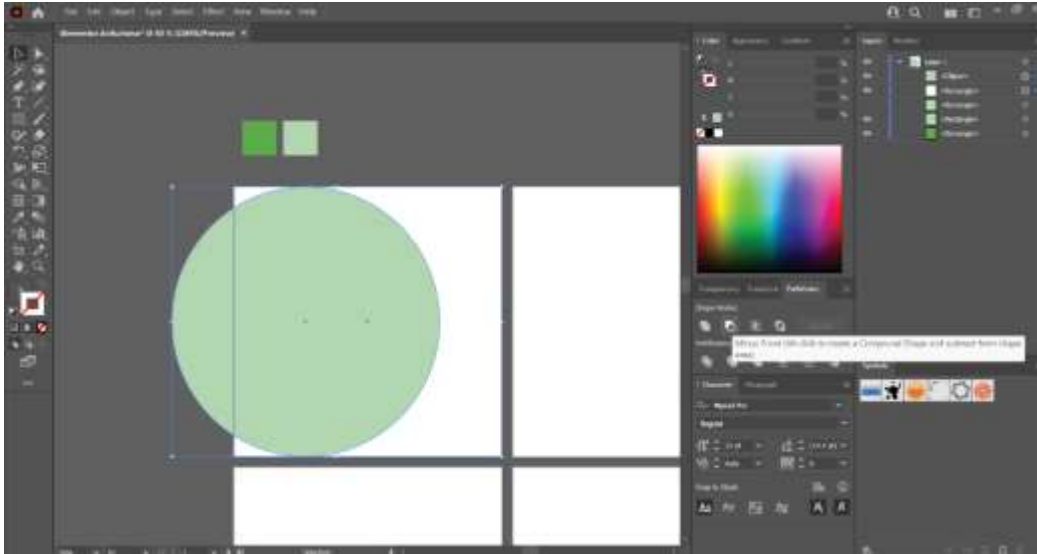
Proceso de digitalización de los bocetos



Se creó un nuevo documento en Adobe Illustrator de 7 x 7 pulgadas con modo de color CMYK. Este documento servirá para la creación de elementos y diseño de páginas.



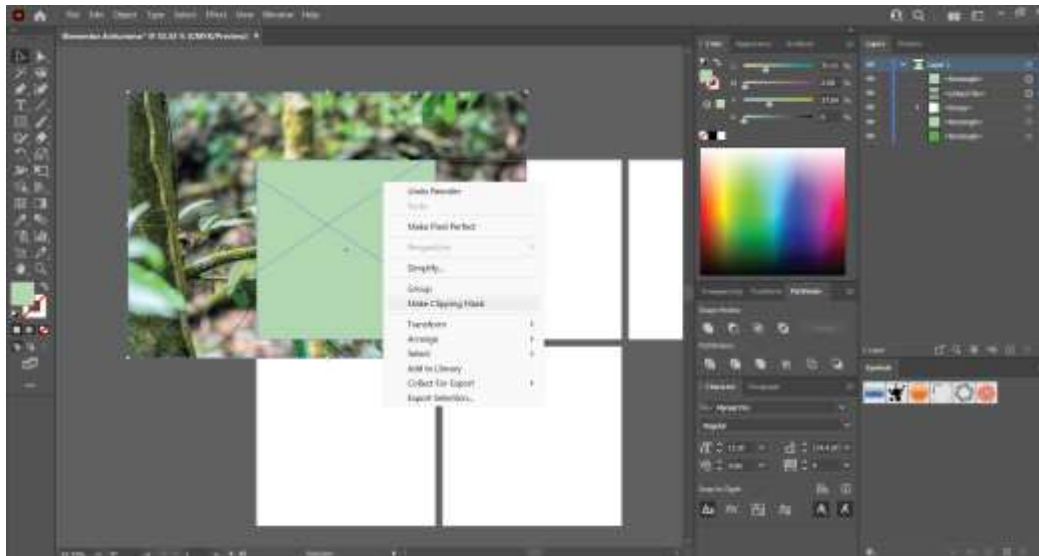
Con la herramienta de rectángulo se hizo un cuadrado en todo el tamaño de la mesa de trabajo.



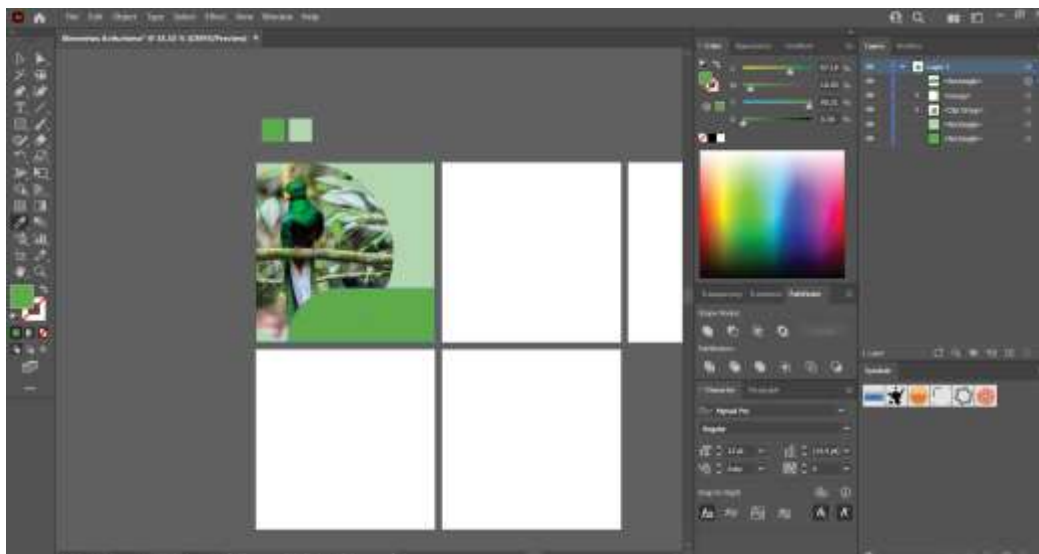
Se agregó un círculo con la herramienta de elipse encima del cuadrado, se seleccionaron ambos y con el busca trazos se hace menos frente.



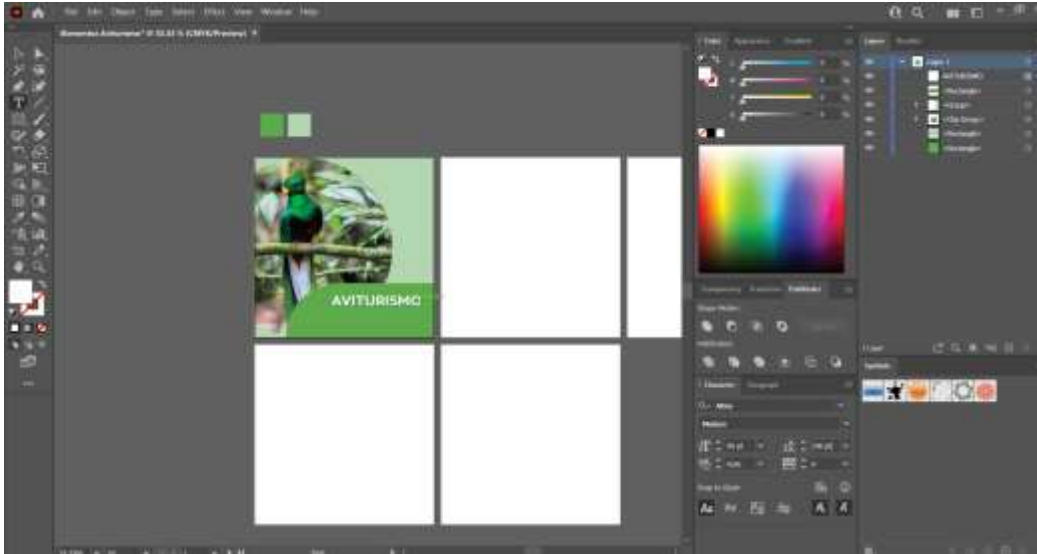
Se pintó de verde el elemento creado con menos frente, alineado con la nueva línea gráfica del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-.



Se agregó la foto brindada por el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- y se coloca un cuadrado del tamaño de la mesa de trabajo encima de este. Se seleccionaron ambos elementos y se hace una máscara de recorte, de forma a que la foto quede del tamaño de la mesa de trabajo.



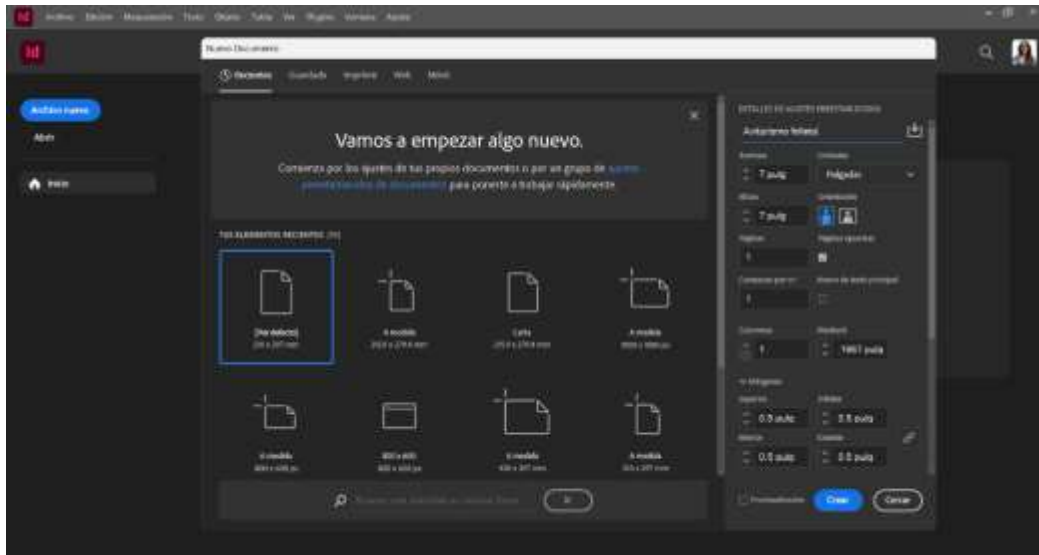
De lado de las capas se movió la foto debajo del menos frente antes creado. Se agregó un rectángulo en la esquina inferior derecha y se redondeó la esquina superior izquierda del rectángulo, luego, con el gotero se cambió su color por el verde oscuro.



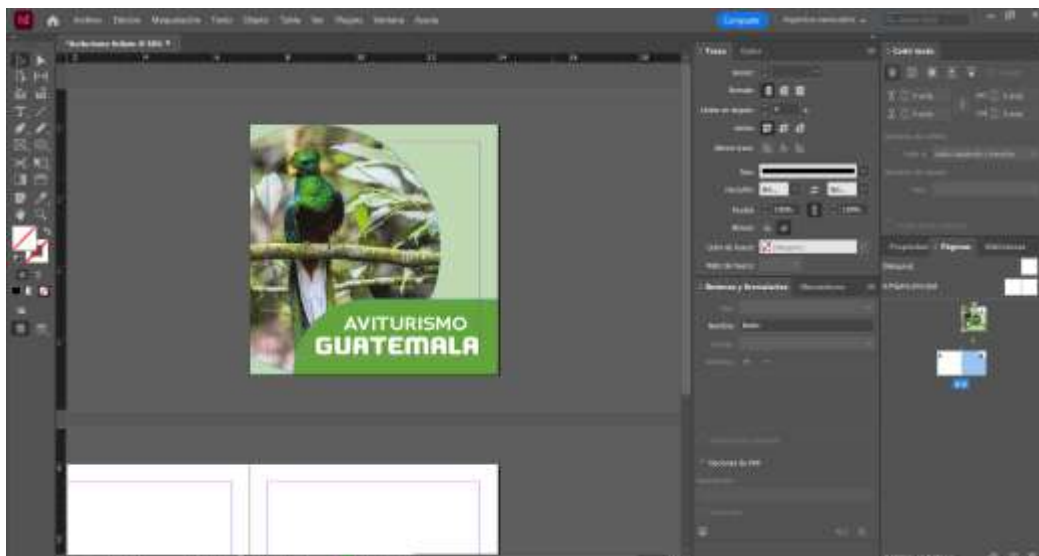
Se agregó un bloque de texto y se agregó el título de “Aviturismo” que lleva el folleto en la tipografía Altivo Medium color blanco.



Se agregó el logotipo de marca país de Guatemala color blanco debajo del título. Se seleccionó todo lo realizado y se copió.



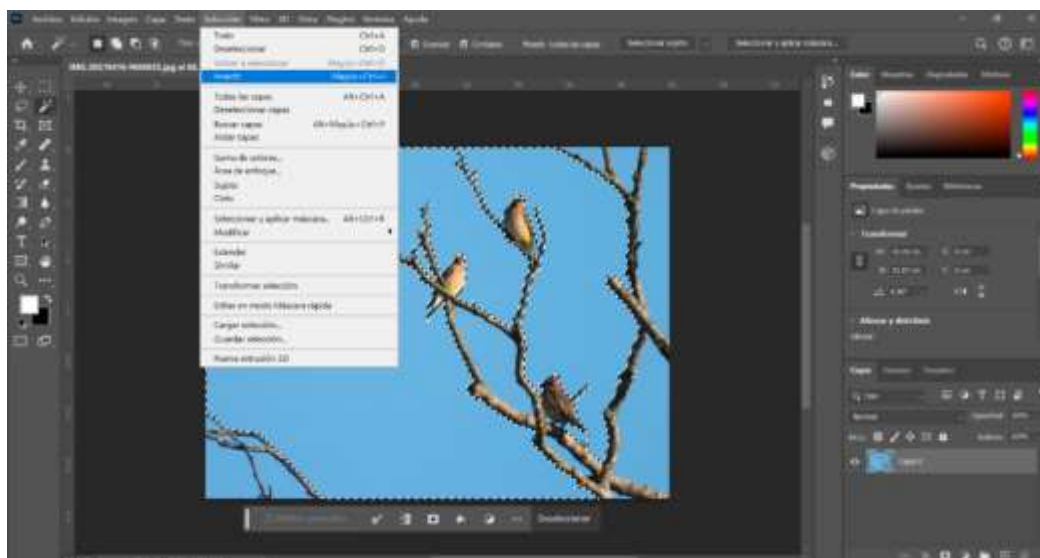
Se abrió el programa Adobe InDesign y se creó un documento nuevo de 7 x 7 pulgadas con color CMYK, en donde se estarán pasando los elementos realizados en Illustrator.



Se pegaron los elementos copiados del documento de Illustrator al documento de InDesign y agregaron dos páginas más.



Se agregó el logotipo de marca país Guatemala color azul de la línea gráfica al documento de InDesign.



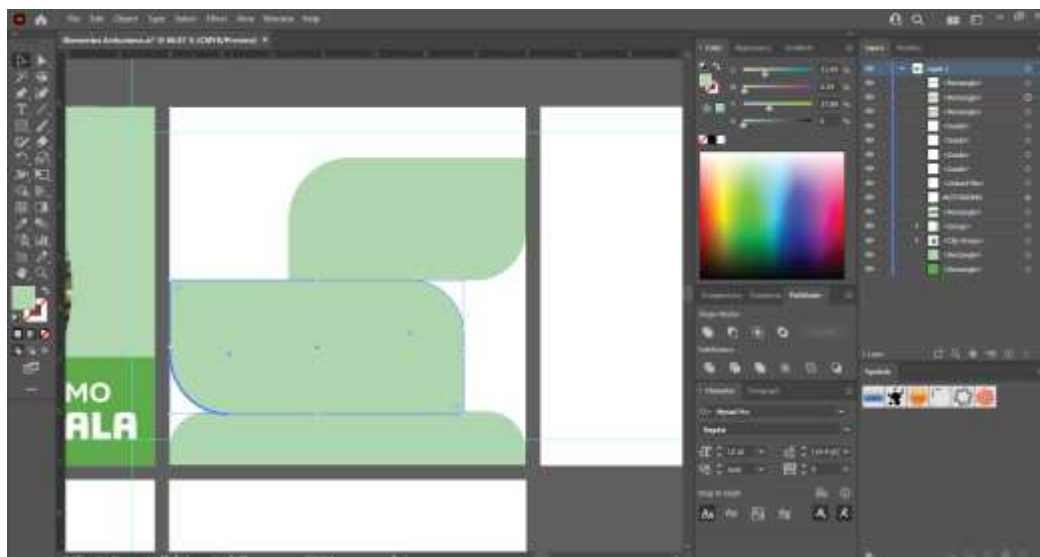
En el programa Adobe Photoshop se abrió la imagen brindada por el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Se seleccionó con la herramienta varita mágica el cielo, y en el menú de selección se hizo clic a la parte de invertir



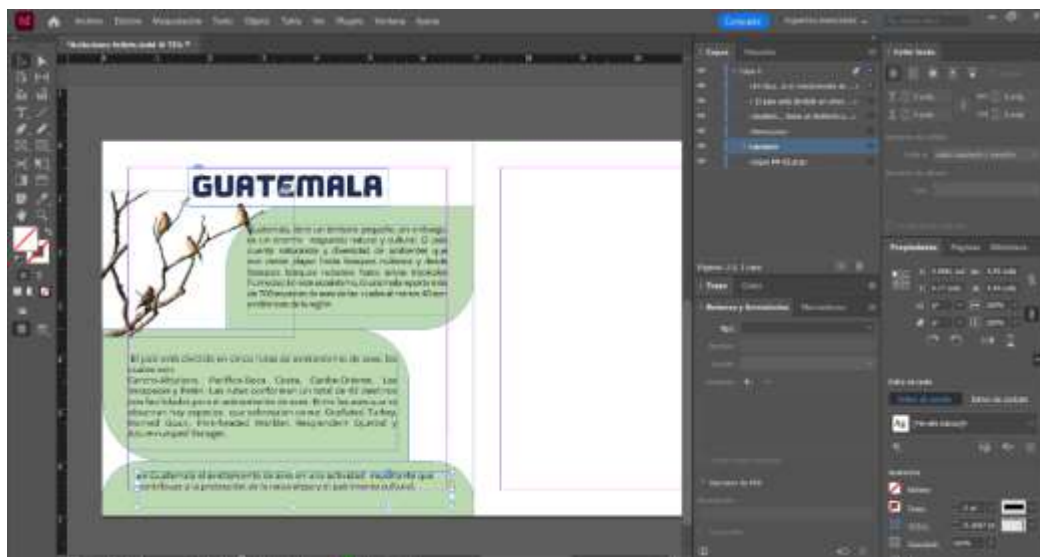
La selección se invirtió a ser del cielo a las ramas y pájaros, y se creó una máscara a partir de la selección. Se exportó en PNG.



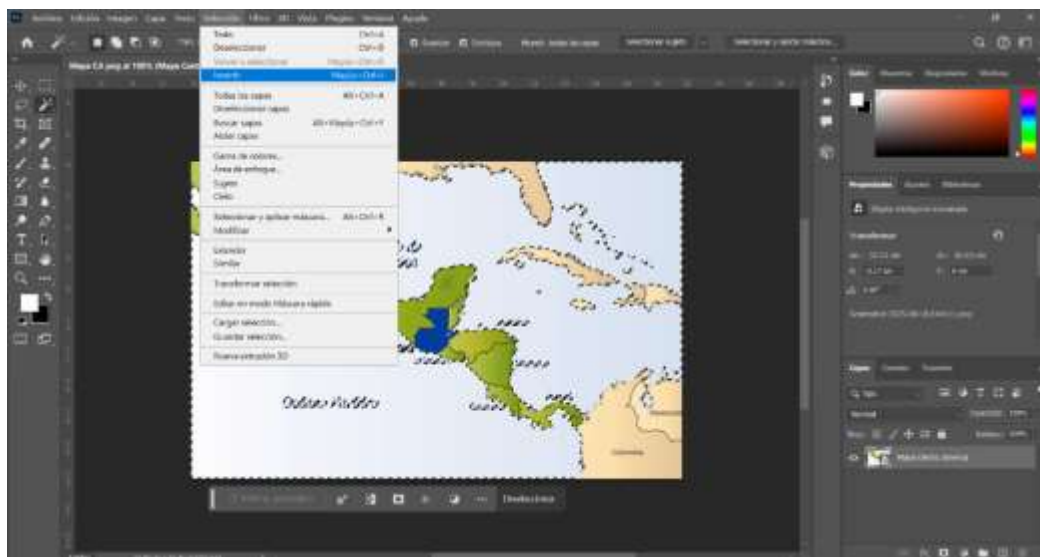
En el programa Adobe InDesign se agregó la foto PNG de los pájaros en la misma página. Se editó la imagen al tamaño deseado y se invirtió.



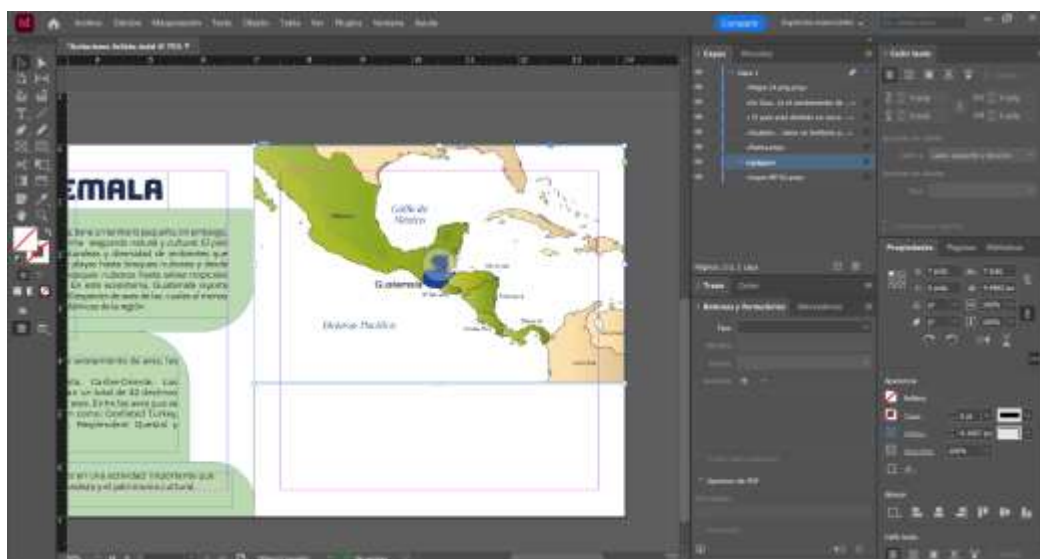
En el documento de Illustrator se hicieron tres rectángulos con la herramienta de rectángulo que rellenaron el lienzo, en el primer rectángulo se redondearon las esquinas superior izquierda e inferior derecha, y en el segundo rectángulo lo contrario, en el tercer rectángulo solo se redondearon las esquinas superiores.



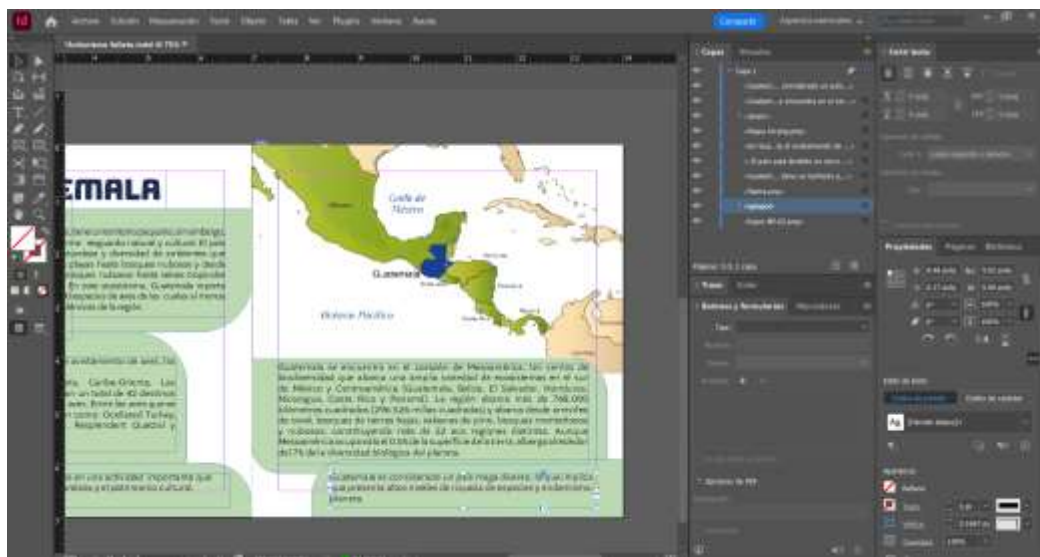
Se colocaron los elementos trabajados en el documento de InDesign y se colocaron debajo de la foto de los pájaros. Luego se agregaron cuadros de textos por cada rectángulo.



En el programa Adobe Photoshop se abrió la imagen brindada por el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Se seleccionó con la herramienta varita mágica la parte celeste, y en el menú de selección se hizo clic a la parte de invertir. Se creó una máscara a partir de la selección. Se exportó en PNG.



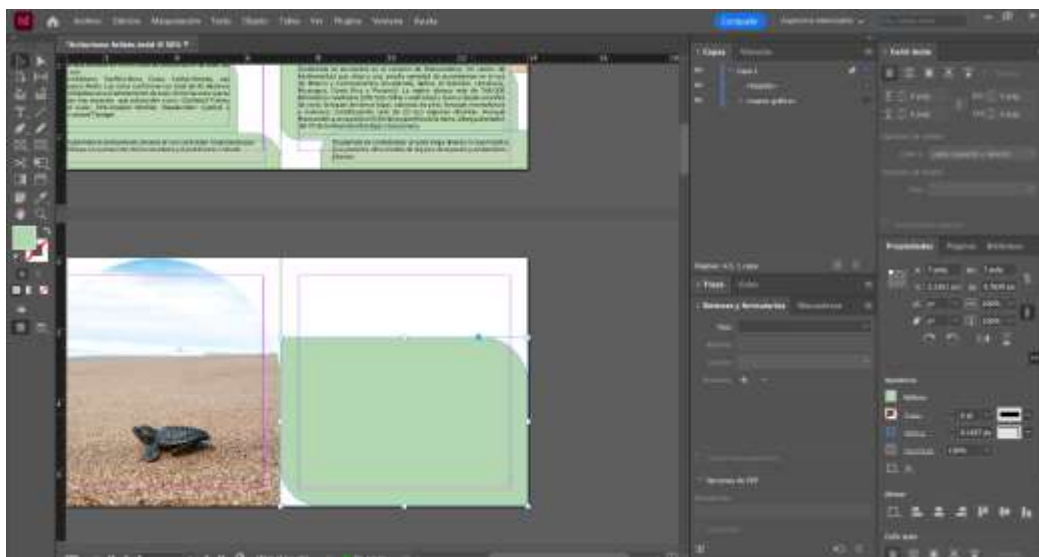
Se pegó la foto recién trabajada en Photoshop en el documento de InDesign en la parte de arriba de una nueva página.



En el documento de Illustrator se copiaron los rectángulos antes trabajados y se editaron su tamaño y puntas redondeadas. Se colocaron los elementos trabajados en Illustrator debajo de la fotografía en el documento de InDesign. Se agregaron cuadros de texto.



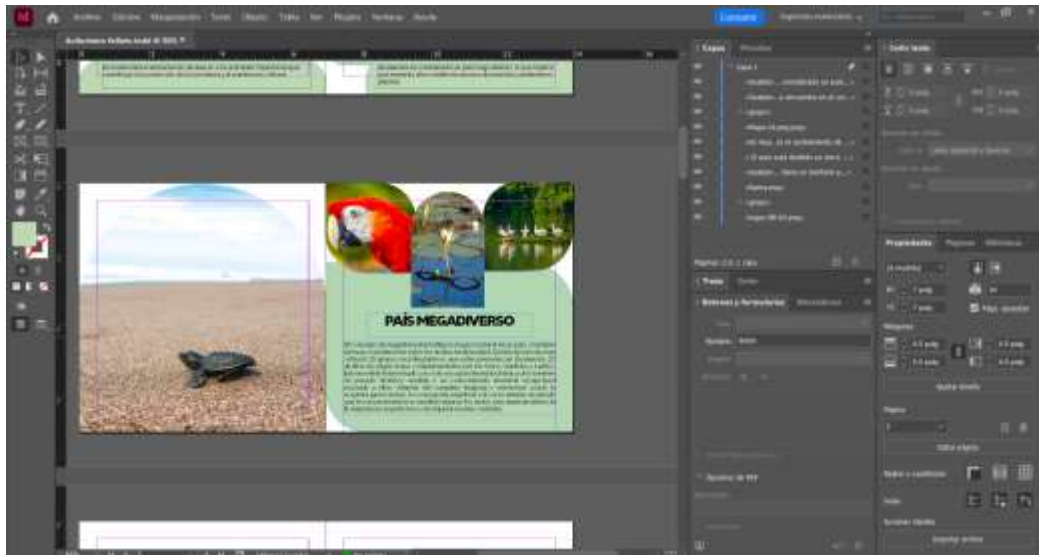
En el documento en Illustrator se creó un cuadrado del tamaño del lienzo y se redondearon todas las esquinas superiores. Se agregó la fotografía a utilizar debajo del elemento creado y se seleccionaron ambos. Se hizo una máscara de recorte y se copió la fotografía con forma.



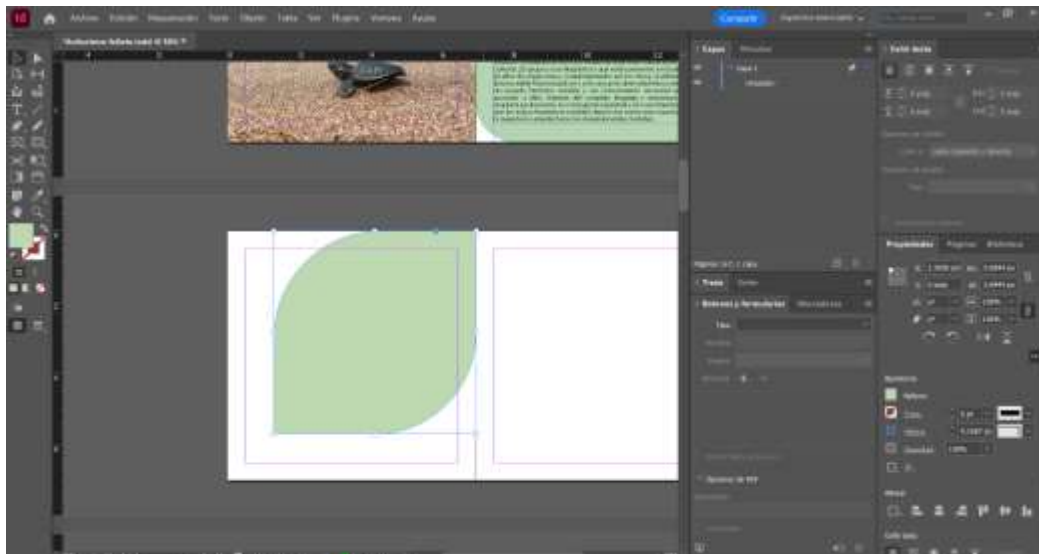
En el documento de InDesign se agrega la foto recortada con forma en una nueva página ocupando todo su espacio. En la página de al lado, se pega uno de los rectángulos con esquinas redondeadas creadas anteriormente y se estira un poco.



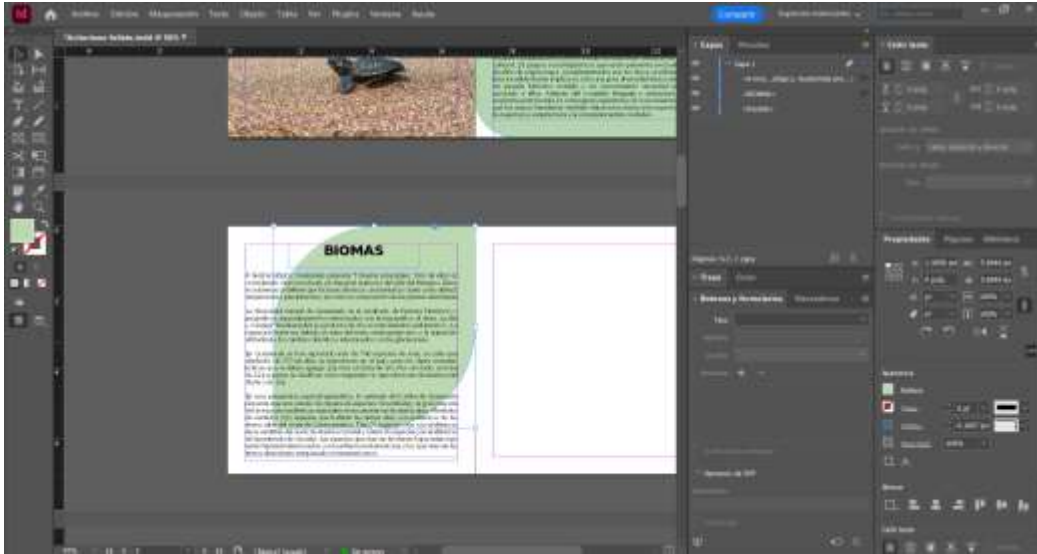
En Illustrator, a partir de los elementos trabajados antes, se hicieron dos cuadrados con esquinas opuestas redondeadas y un rectángulo vertical al que se le redondean las esquinas superiores. Se agregaron las fotografías a utilizar y se colocaron debajo del elemento creado, luego se seleccionaron ambos elementos y se creó una máscara de recorte.



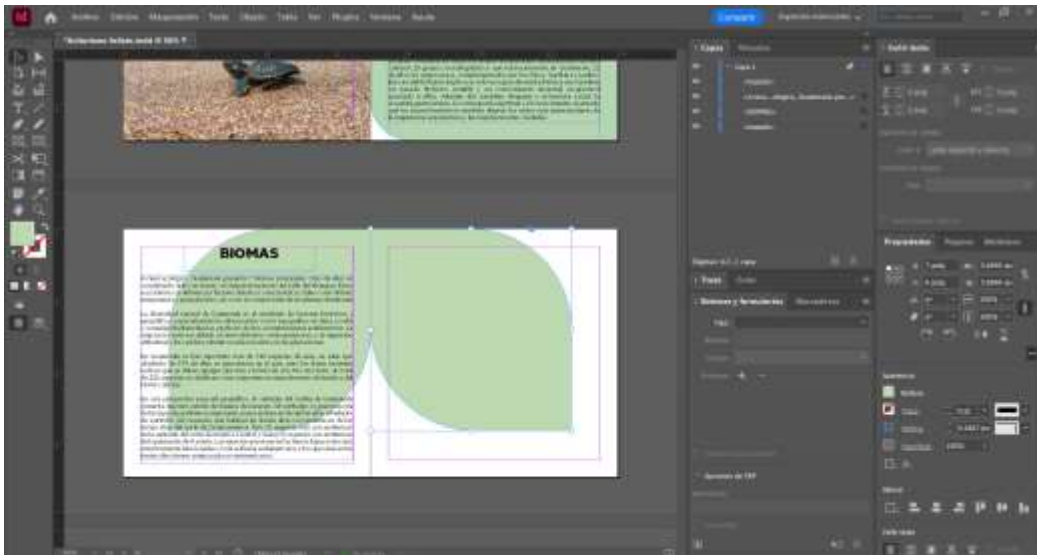
Se pegaron las fotos en el documento de InDesign y se ajustaron a su posición. Se agregaron dos cuadros de texto al documento de InDesign, en donde iría la información y el título. Se colocó el título “País Megadiverso” en Altivo Bold 30 y la información brindada por el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- en Altivo Light 12



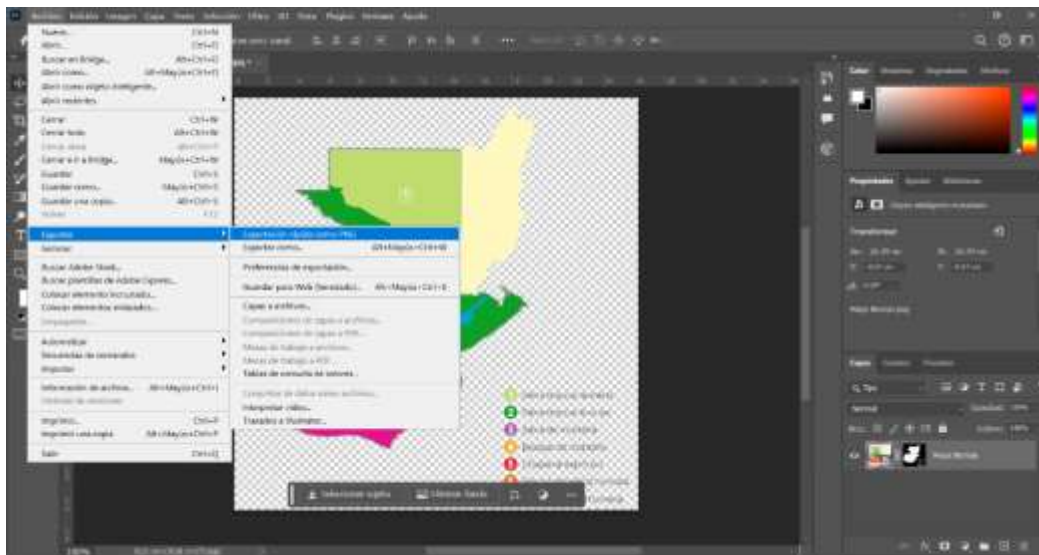
Con la herramienta del rectángulo se hizo un cuadrado y se redondearon sus esquinas opuestas. Se pegó el elemento elaborado en Illustrator al documento InDesign



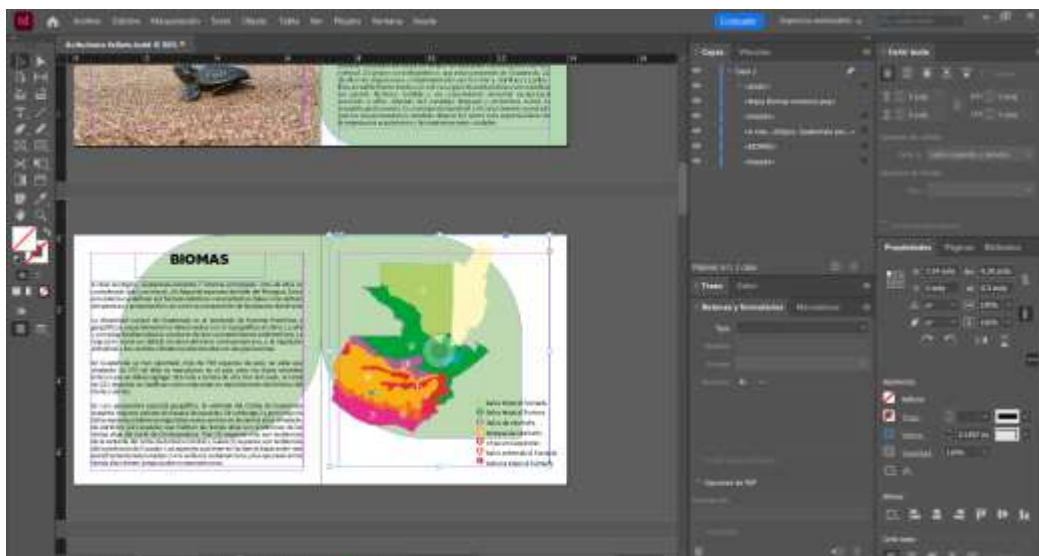
Se agregaron dos cuadros de texto y a estos agrego el título “Biomás” en Altivo Bold 30 y la información brindada por el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- en Altivo light 12.



Se duplicó el elemento de la página de al lado y se invirtió para generar una continuación.



En el programa Photoshop, se abre la imagen del mapa de Guatemala dividida por biomas brindada por el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Se seleccionó con la herramienta varita mágica el fondo y en el menú de selección se hizo clic en la parte de invertir. Se creó una máscara de recortes y se exportó como PNG.



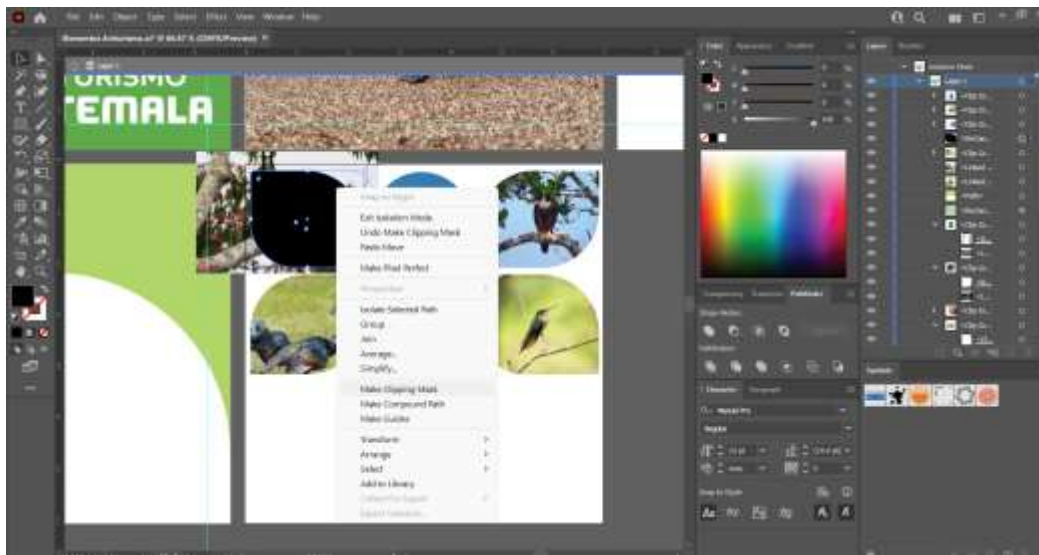
Se agregó la fotografía PNG al documento de InDesign tomando un espacio completo del lienzo.



En el documento de Illustrator, se realizó un cuadrado con la herramienta de rectángulo y otro encima de ese cuadrado al que se le redondean las esquinas superiores. Se seleccionaron ambos y se creó un menos frente, utilizando la herramienta del gotero se cambió el color al del primer bioma utilizando de ejemplo la imagen del mapa.



En el documento de InDesign, en una nueva página, se colocó el elemento creado en Illustrator y debajo de este la fotografía a utilizar recortada al tamaño del lienzo. Se agregó un cuadro de texto en el que se puso la localización de la foto en Altivo Bold 12 puntos.



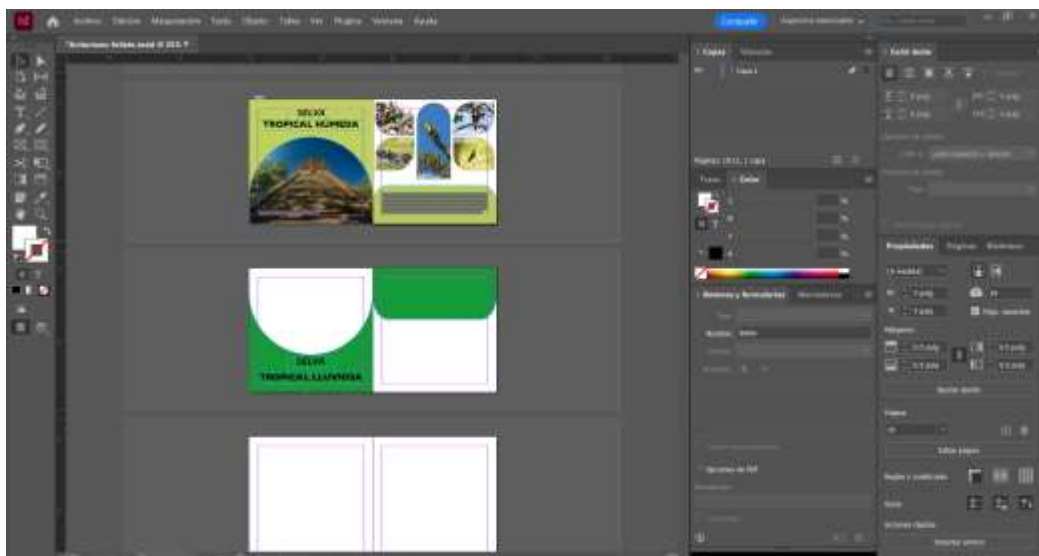
En el documento de Illustrator se agregaron cuatro rectángulos horizontales y uno vertical con la herramienta de rectángulo. Se les redondearon sus esquinas opuestas, para generar un conjunto. Se colocaron las fotos a utilizar en este bioma detrás de los elementos. Se realizaron máscaras de recorte en cada una de las fotos con los elementos.



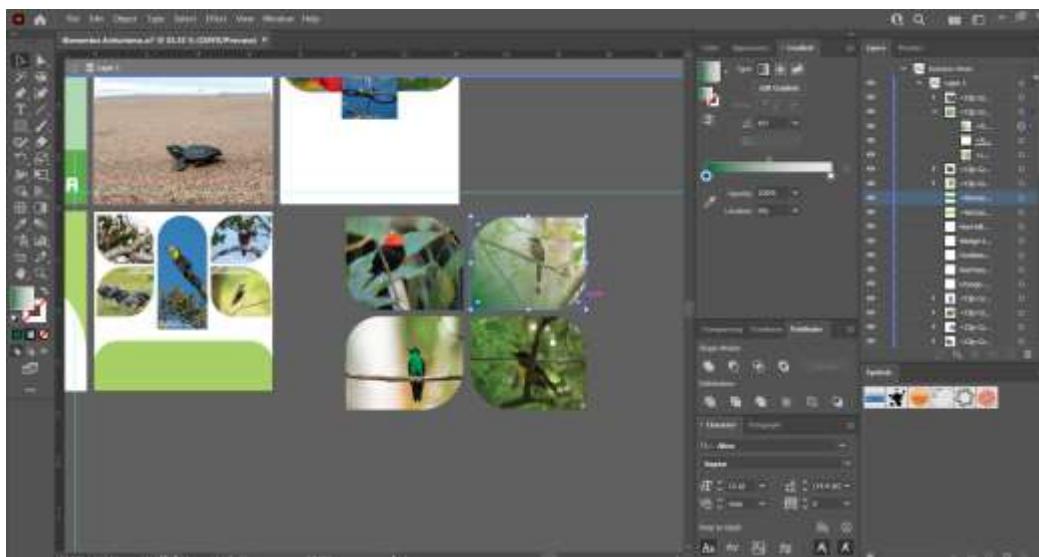
Se agregaron cuadros de texto en altivo regular 12 a los que se les colocaron los nombres de las aves. Se agregó el elemento creado al documento de InDesign en una página nueva.



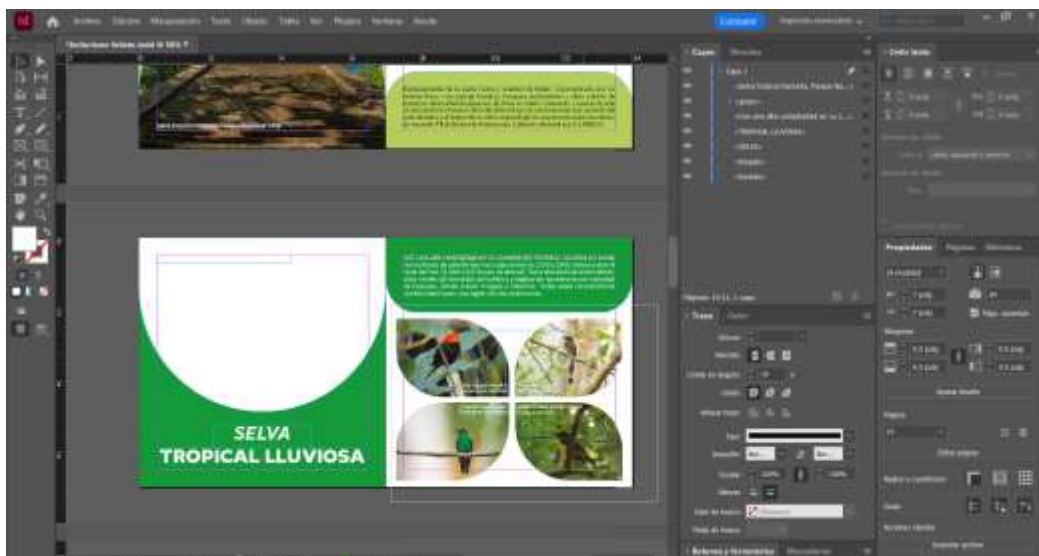
En el documento de Illustrator se realizó un rectángulo con la herramienta de rectángulos y se redondearon las esquinas superiores. Se agregó el rectángulo al documento de InDesign y se agregó un cuadro de textos con la información del bioma en Altivo light punto 12.



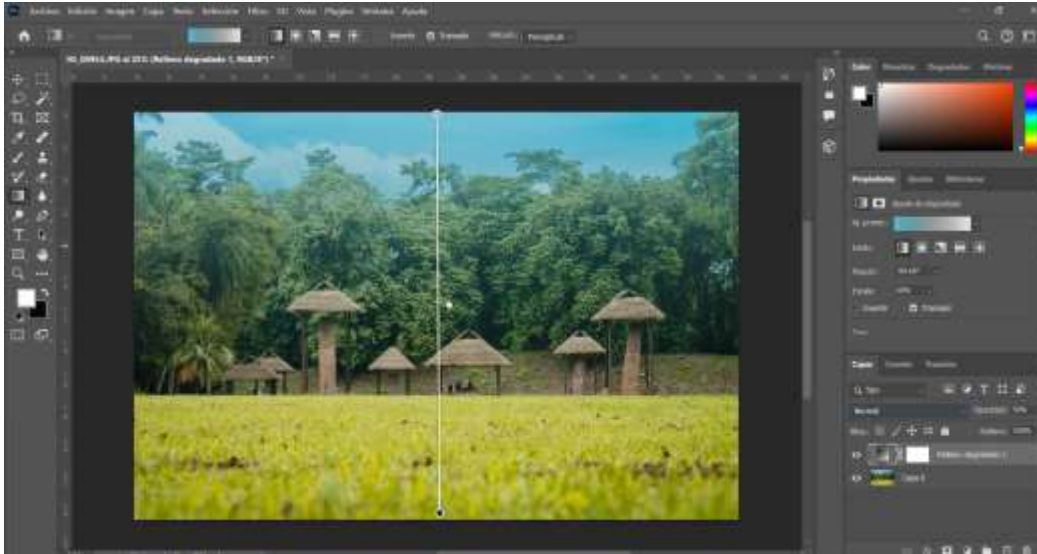
Se duplicaron los elementos trabajados y con la herramienta de gotero se cambió de color al bioma respectivo. Además, se duplicaron los textos y se cambiaron los nombres.



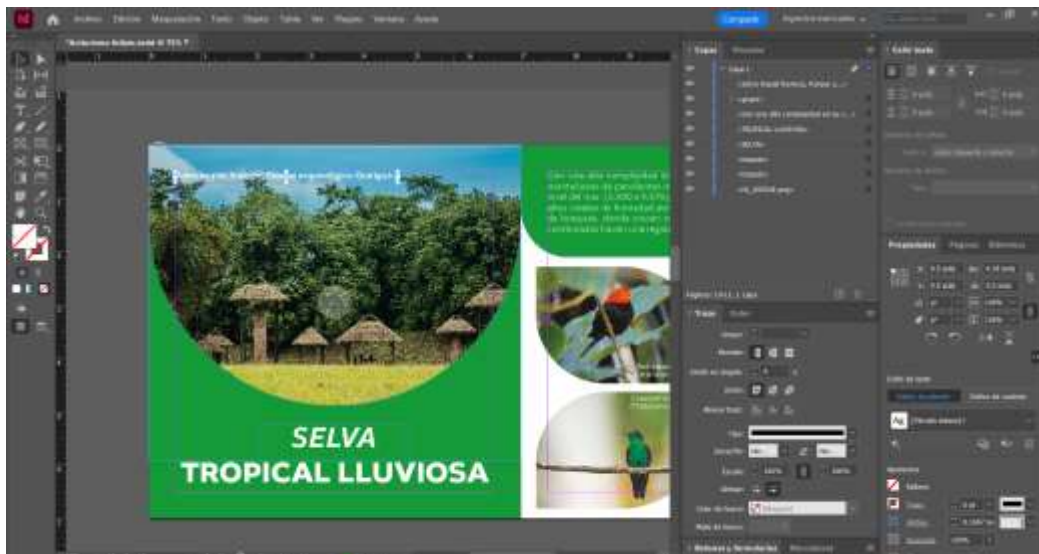
En el documento de Illustrator se agregaron cuatro rectángulos horizontales y se les redondearon sus esquinas opuestas. Se colocaron las fotos a utilizar en este bioma detrás de los elementos y se realizaron máscaras de recorte en cada una de las fotos con los elementos. Se creó un rectángulo con difuminado verde con opacidad 30% en una esquina y en 0% en la otra.



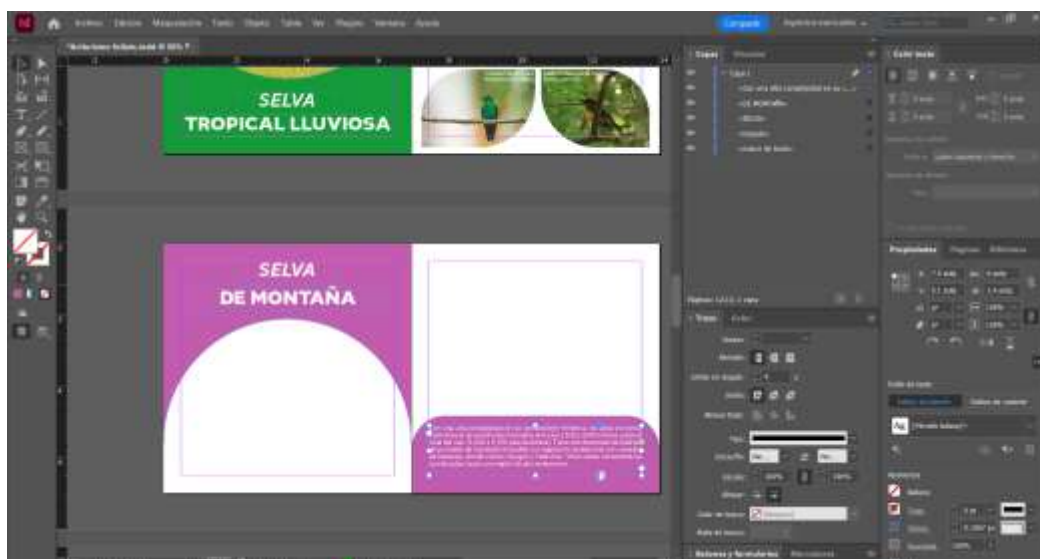
Se colocaron las fotos realizadas en Illustrator en el documento de InDesign, se colocaron los nombres de cada ave en su respectivo espacio, y un cuadro de textos con la información del bioma.



En Photoshop se abrió la foto que se utilizará como portada del bioma. Con la herramienta de relleno degradado se colocó uno de color celeste desde arriba hasta debajo de la fotografía y se baja la opacidad a 50%. Se le hizo una subexposición lineal y se exportó en PNG.



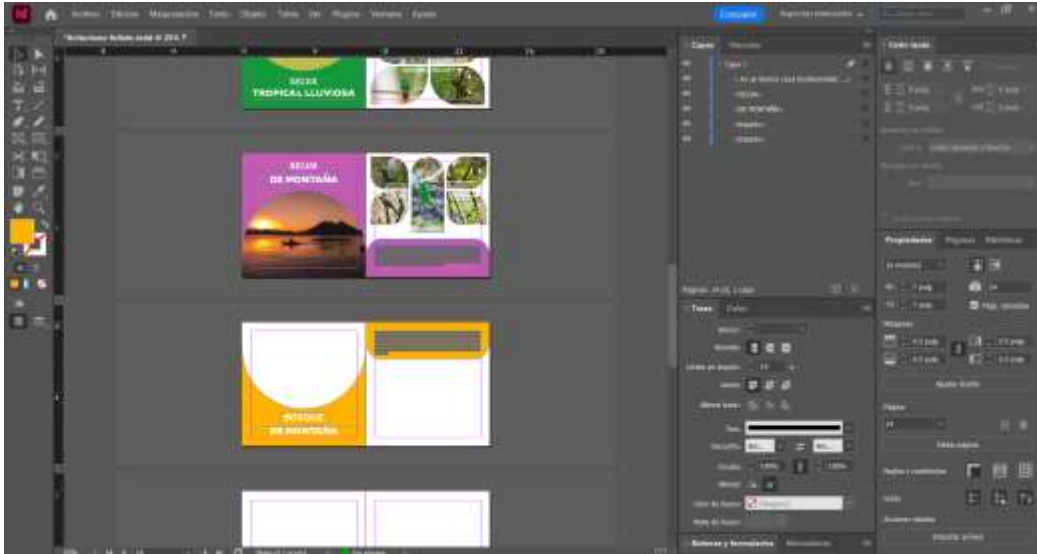
Se coloca la foto editada en el documento de InDesign con un cuadro de texto en la esquina superior izquierda con su nombre respectivo.



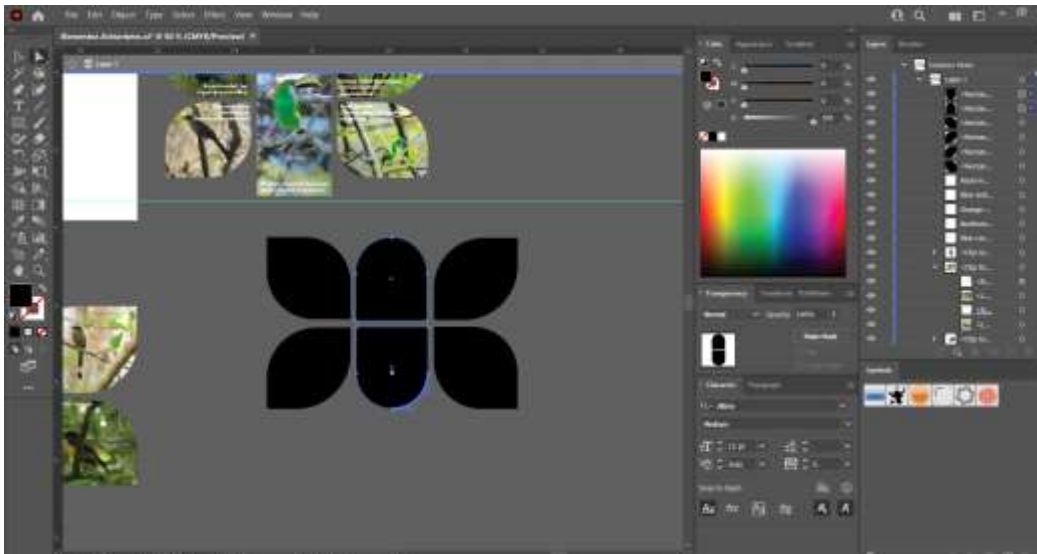
En una nueva página se duplicaron los elementos trabajados y con la herramienta de gotero se cambió de color al bioma respectivo. Además, se duplicaron los cuadros de textos y se editaron.



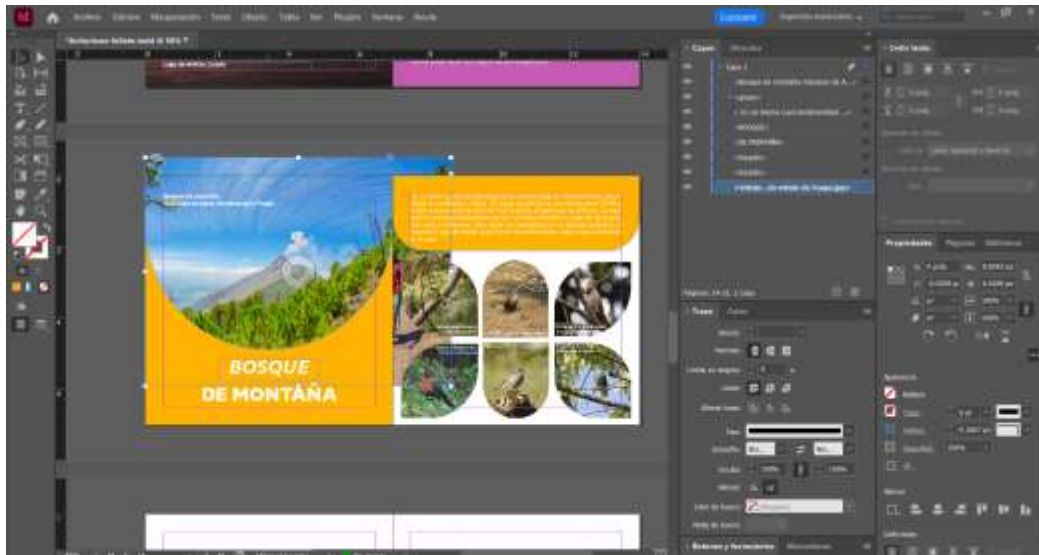
En el documento de Illustrator se duplica el conjunto de elementos trabajados anteriormente y se eliminan las fotos. Se cambian las fotos de las aves del bioma predeterminado y se colocan sus nombres.



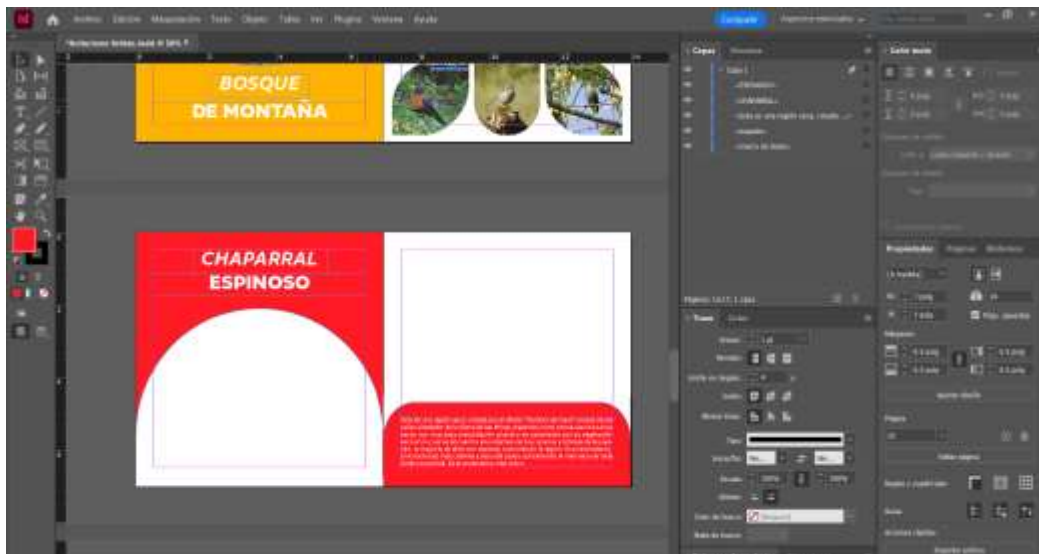
Se colocó el conjunto de fotografías al documento de InDesign. En una nueva página se duplicaron los elementos trabajados y con la herramienta de gotero se cambió de color al bioma respectivo. Además, se duplicaron los cuadros de textos y se editaron.



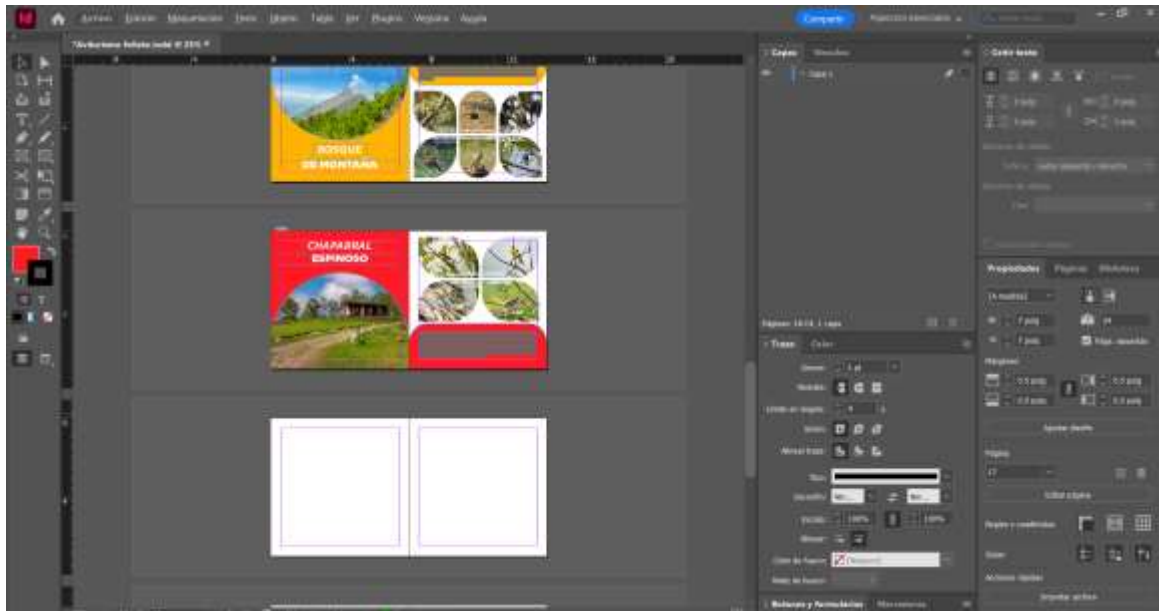
En el documento de Illustrator se duplica el conjunto de elementos trabajados anteriormente y se eliminan las fotos. Se agregaron dos cuadrados y se redondearon las esquinas superiores del cuadrado de arriba y las esquinas inferiores del cuadrado de abajo.



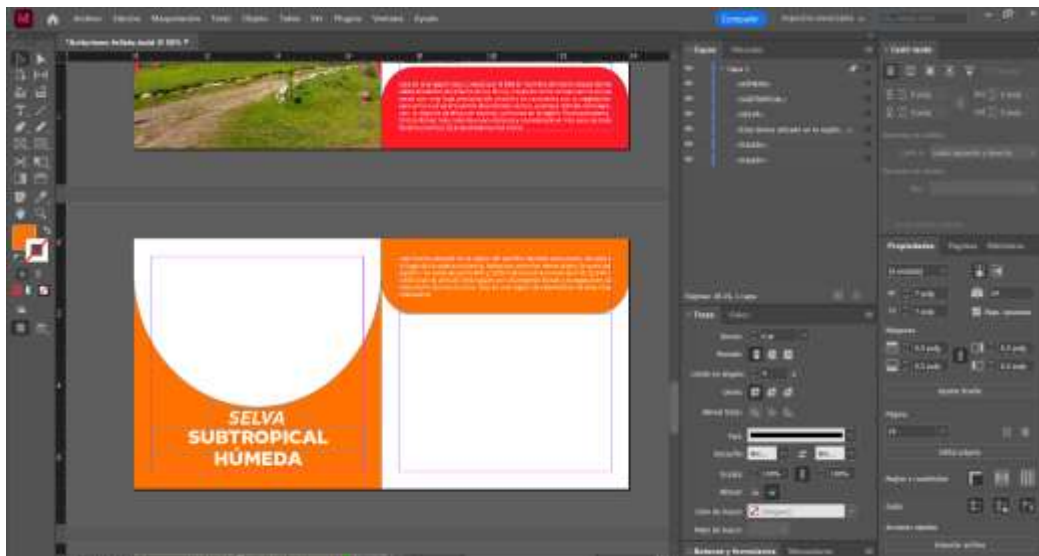
Se agregaron las fotografías de las aves del bioma respectivo por medio de máscara de recorte y sus nombres. Se colocaron los elementos en el documento de InDesign, además de la foto de portada y su ubicación.



En una nueva página se duplicaron los elementos trabajados y con la herramienta de gotero se cambió de color al bioma respectivo. Además, se duplicaron los cuadros de texto y se editaron.



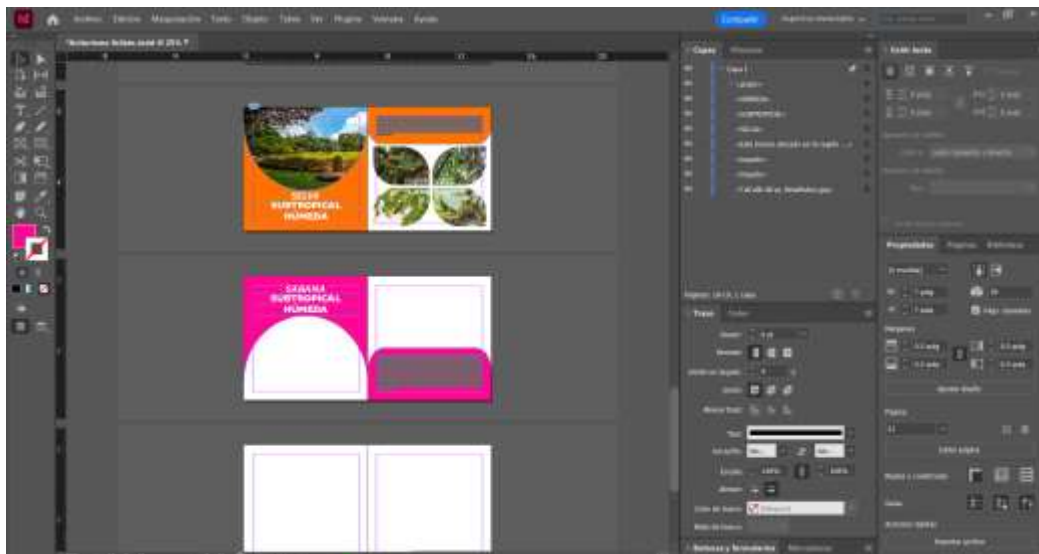
En el documento de Illustrator, se duplicaron los elementos antes creados y se cambiaron las fotografías a las aves del bioma respectivo y sus nombres. Se colocan los elementos realizados en el documento de InDesign y la fotografía de portada.



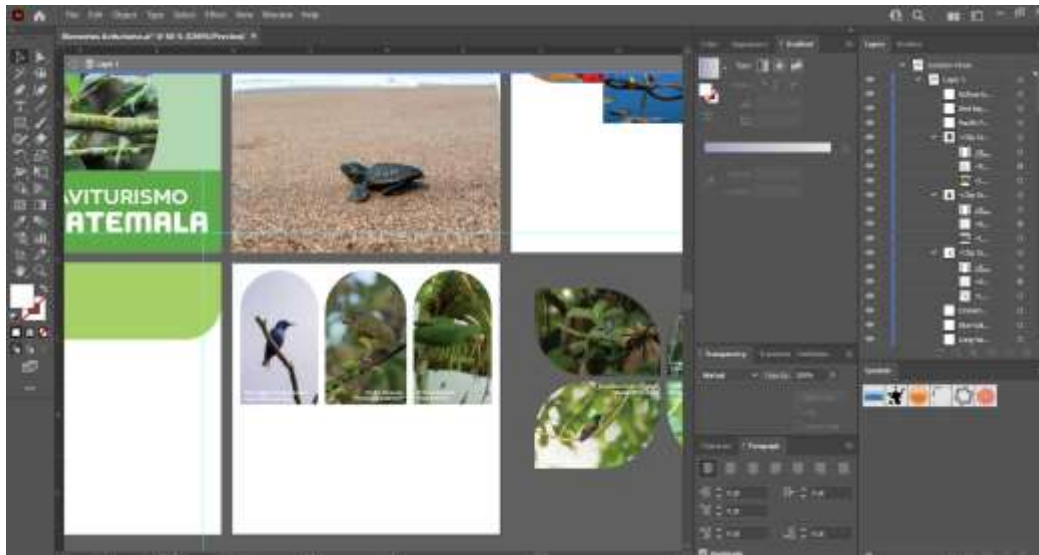
En una nueva página se duplicaron los elementos trabajados y con la herramienta de gotero se cambió de color al bioma respectivo. Además, se duplicaron los cuadros de texto y se editaron.



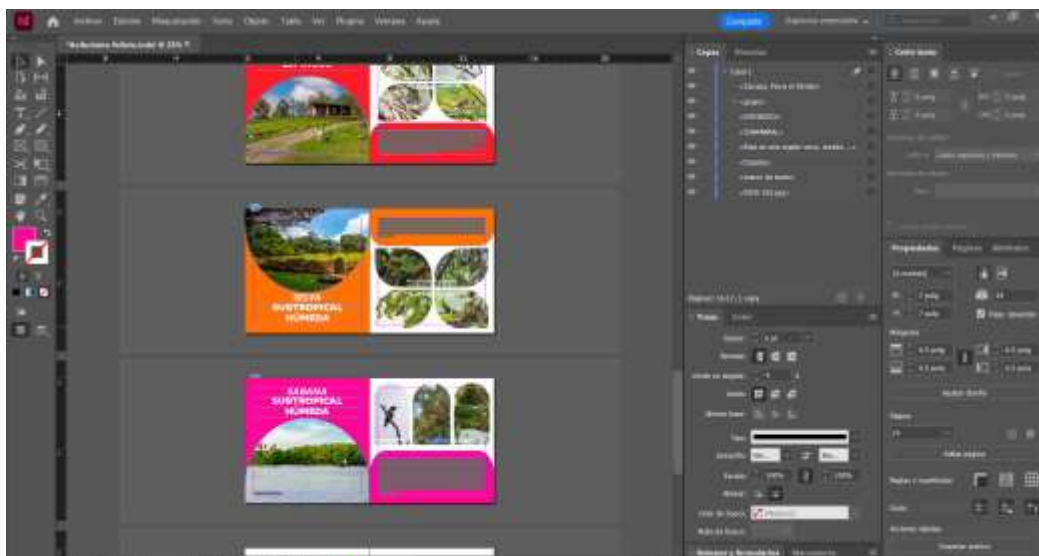
En el documento de Illustrator, realizando los anteriores pasos, se duplicó el conjunto de elementos pasado y se cambiaron las fotografías y textos de las aves. Se agregaron los elementos de Illustrator a InDesign, además se agregó la foto de la portada.



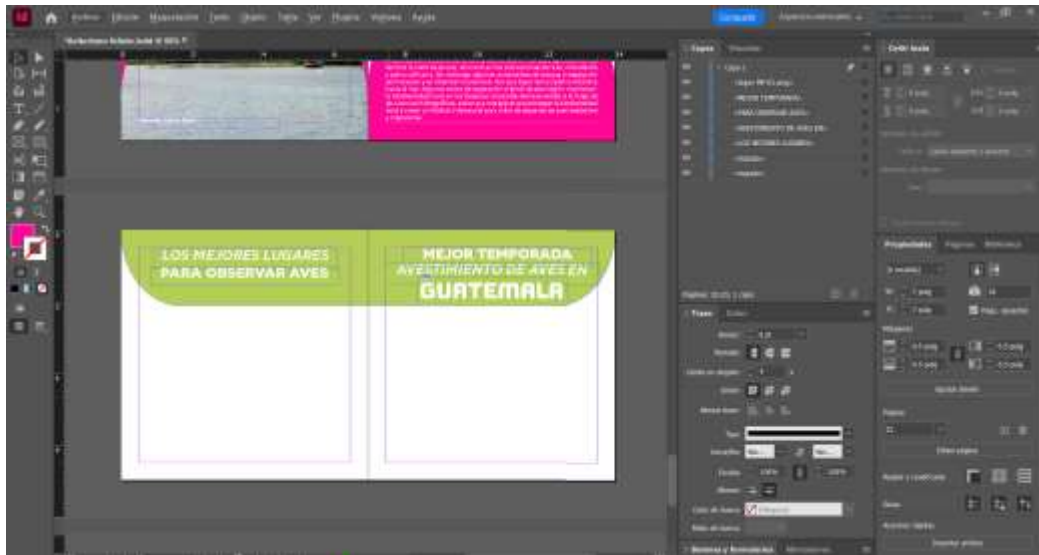
En una nueva página se duplicaron los elementos trabajados y con la herramienta de gotero se cambió de color al bioma respectivo. Además, se duplicaron los cuadros de texto y se editaron.



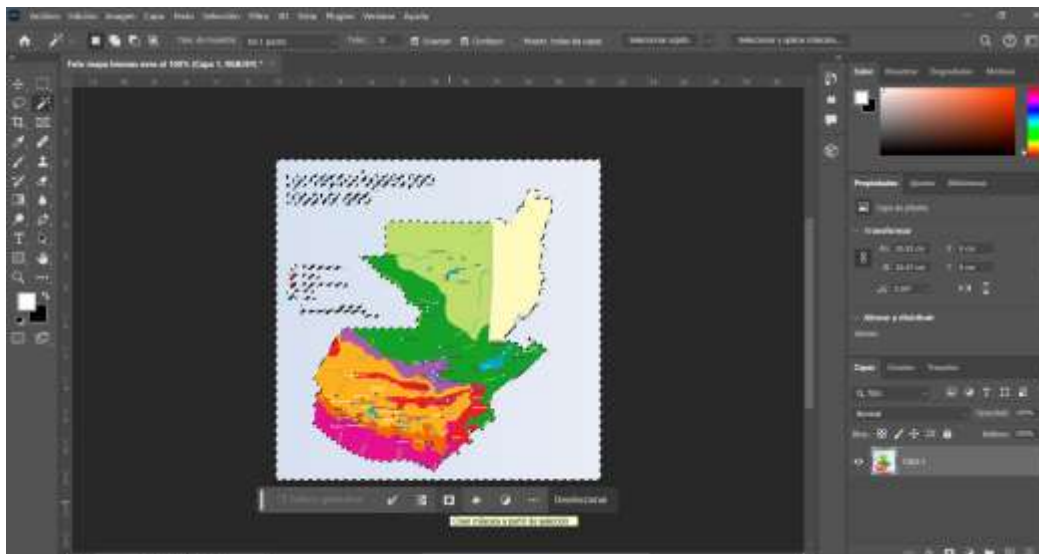
En el documento de Illustrator se crearon tres rectángulos con la herramienta de rectángulos redondeando las esquinas superiores. Se colocaron las fotografías a utilizar debajo de los elementos y se seleccionó cada elemento con su fotografía para crear una máscara de recorte. Se crearon las máscaras de recorte y se agregaron los textos con los nombres de cada ave.



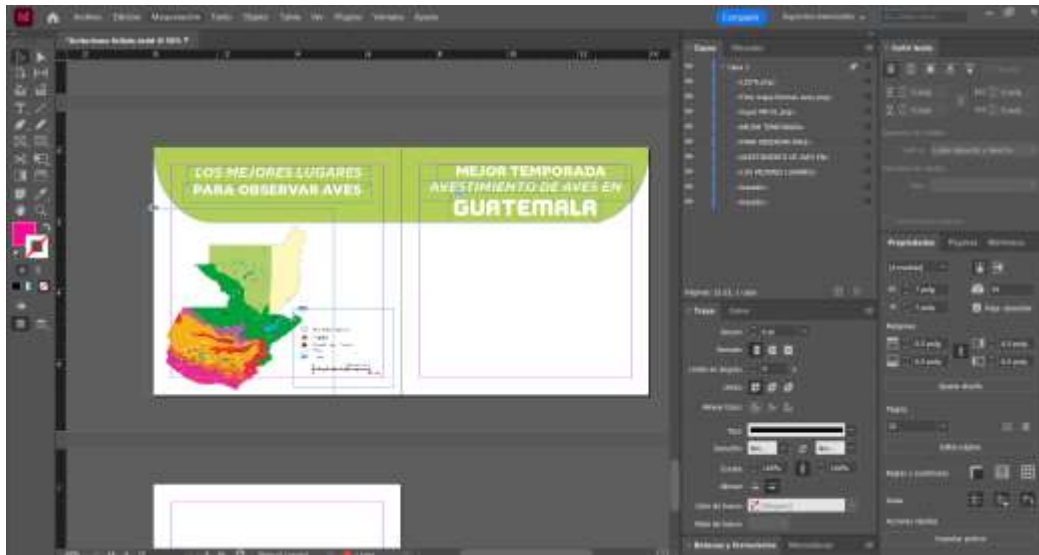
Se colocaron los elementos elaborados en el documento de Illustrator al documento de InDesign, además se agregó la foto de la portada. Se agregaron las ubicaciones a las fotografías de portadas que faltaban.



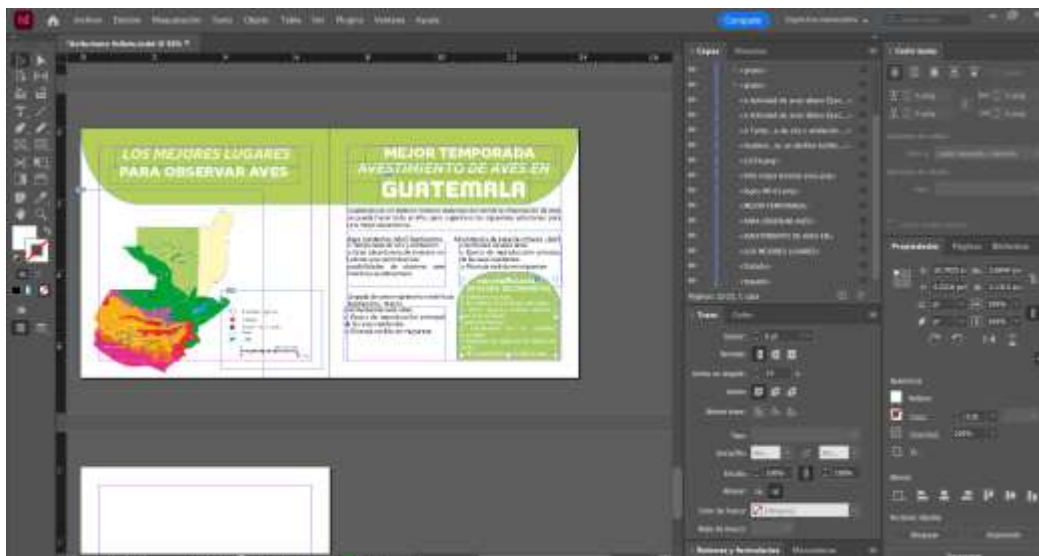
En el documento de Illustrator, se realizó un rectángulo con la herramienta de rectángulo y se redondeó únicamente la esquina superior derecha. En InDesign, en una nueva página se coloca el elemento creado en Illustrator y se duplica e invierte a la página de al lado haciendo una unión entre ambas páginas. A ambas páginas se les agregaron cuadros de texto con el título.



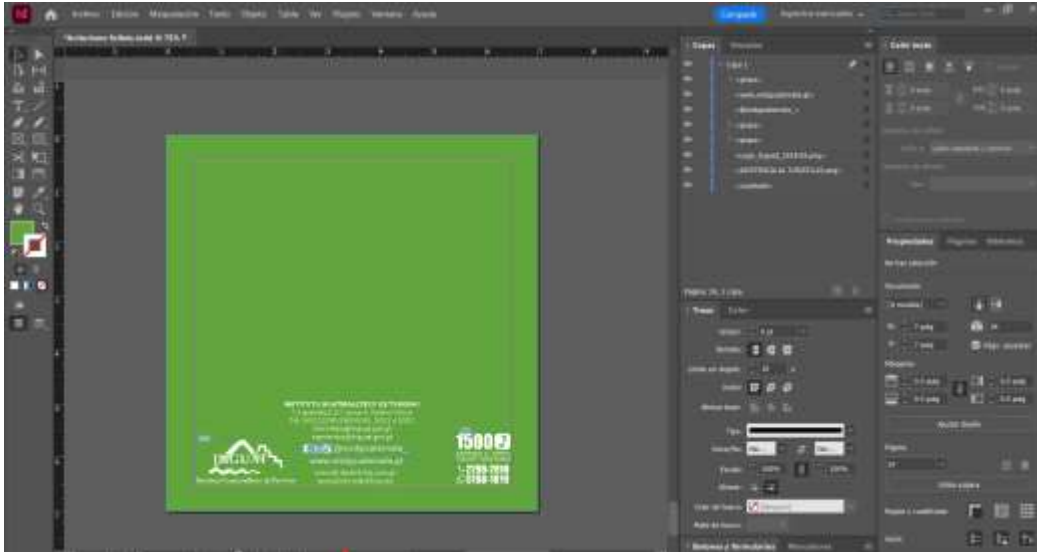
Y con la varita mágica, se seleccionó la parte que se quiere quitar y se hace una máscara de recorte. Se exportó en PNG.



Se agregó la foto editada al documento InDesign.



Se agregaron los textos de información brindada por el Instituto y un rectángulo con las esquinas superiores onduladas creado anteriormente, al que se le agregó la información brindada.



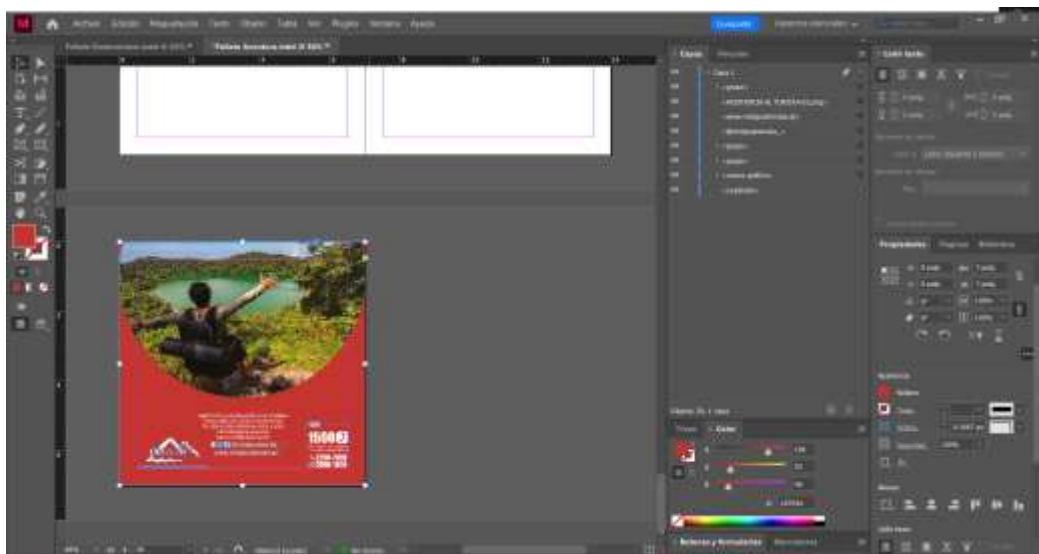
En una nueva página, se creó un cuadrado con la herramienta de rectángulos rellenando toda la mesa de trabajo con el segundo color de la portada. Se agregó un cuadro de texto en el que se colocó la información de contraportada utilizada por la institución. Se agregan logo INGUAT, y logo 1500 ASISTUR, en ambas esquinas inferiores.



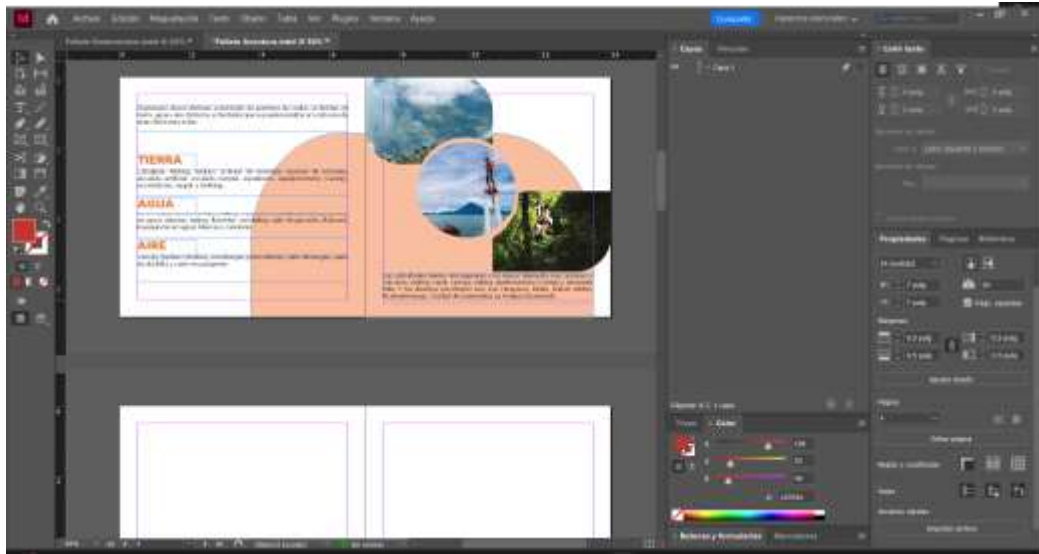
En el documento de Illustrator se crea un círculo con la herramienta de elipses. Se colocó la foto a utilizar debajo del círculo y se creó una máscara de recorte. Se pegó la imagen en el documento de InDesign y se recortó al tamaño del lienzo.



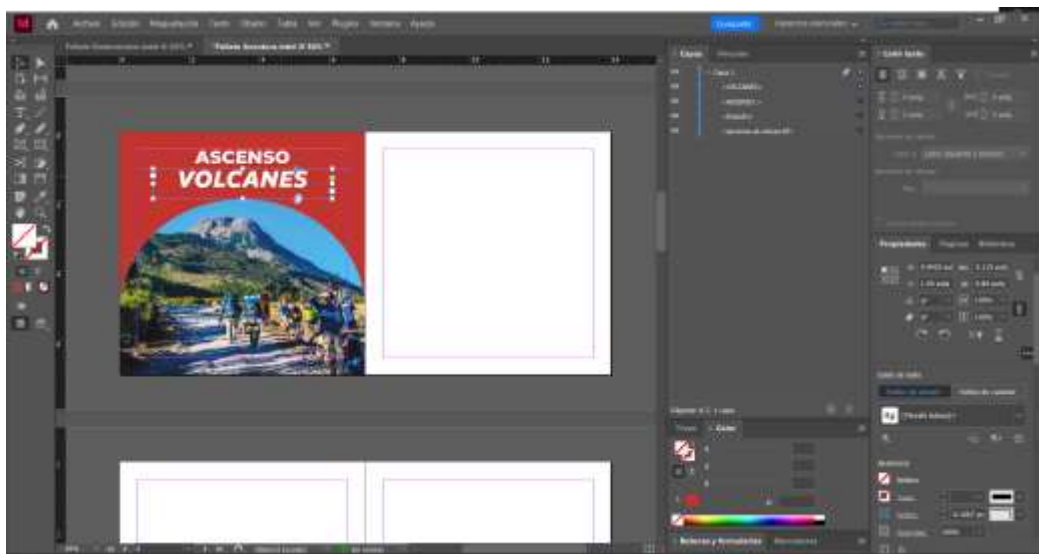
En InDesign, se creó un documento nuevo de 7x7in, se realizó la portada del folleto de aventura utilizando el mismo formato, se cambió los colores alineados a la línea gráfica nueva y se agregó dos cuadros de texto para el título, uno en médium y el otro en médium italic.



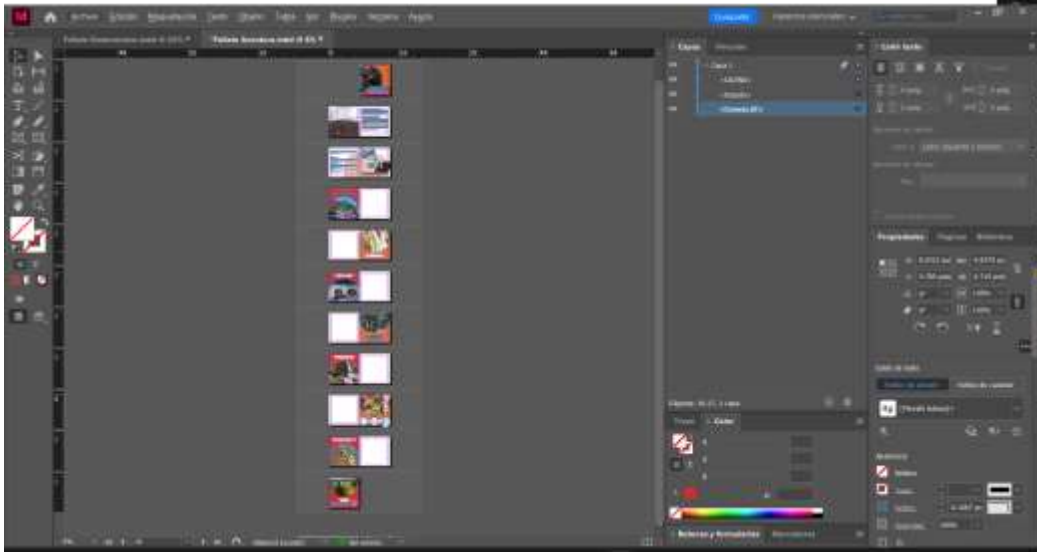
En el documento de InDesign, se realizó un cuadrado del color secundario a la portada y utilizando la máscara de recorte circular de la contraportada pasada, se cambió la fotografía y se agregó la información de oficina, logo ASISTUR y logo INGUAT.



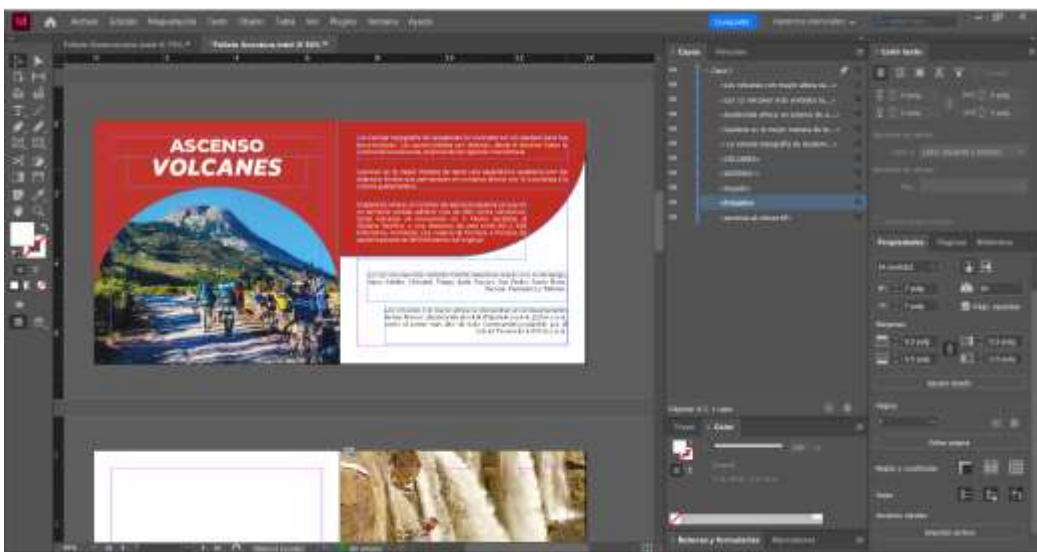
En Illustrator se crearon dos rectángulos a los que se les redondearon sus esquinas opuestas, se les hizo un menos frente con un círculo y luego se hicieron máscaras de recorte de los tres elementos con sus fotografías. Se hizo un rectángulo con las esquinas superiores redondas. Se colocaron estos elementos en el documento de InDesign, además de ocho cuadros de texto.



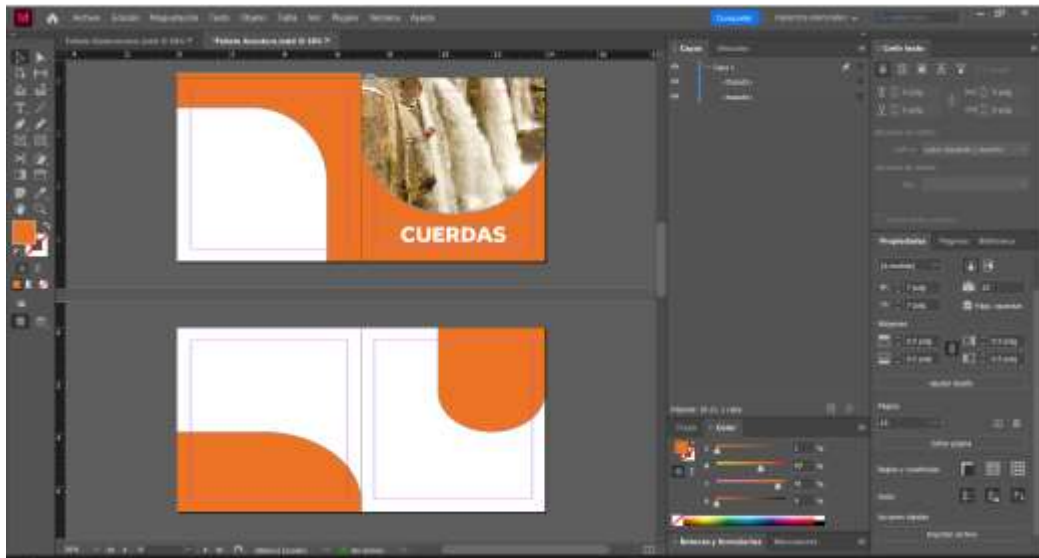
Se copió el elemento utilizado en el folleto anterior para portadas de temas y se cambió su color a rojo. Se agregaron dos cuadros de texto, uno activo bold y uno bold italic, y se agregó la fotografía de portada.



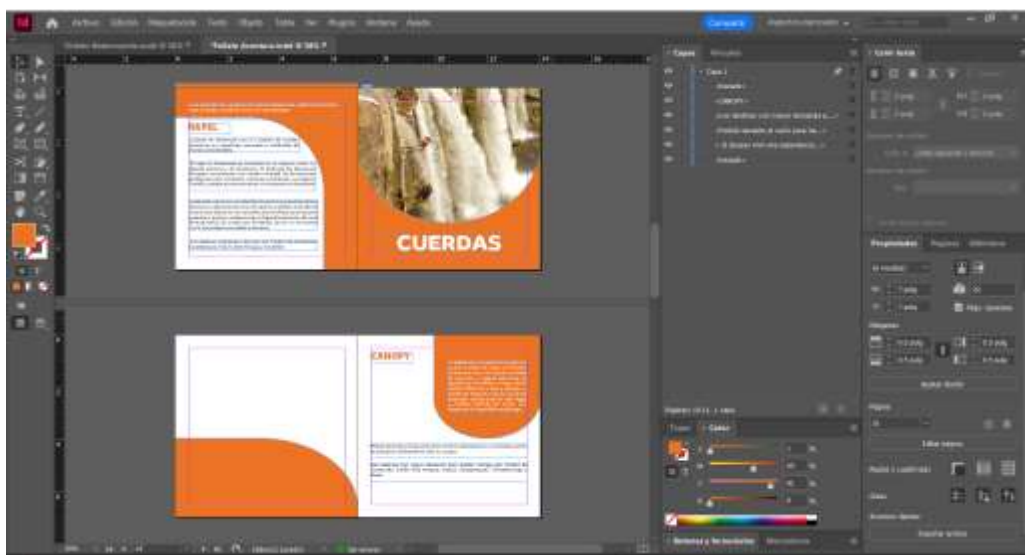
En InDesign se duplicó el formato realizado en las portadas intercambiando los colores por rojo y naranja, y los títulos dependiendo del tema. Se cambiaron de posición y orientación dependiendo del lado de página.



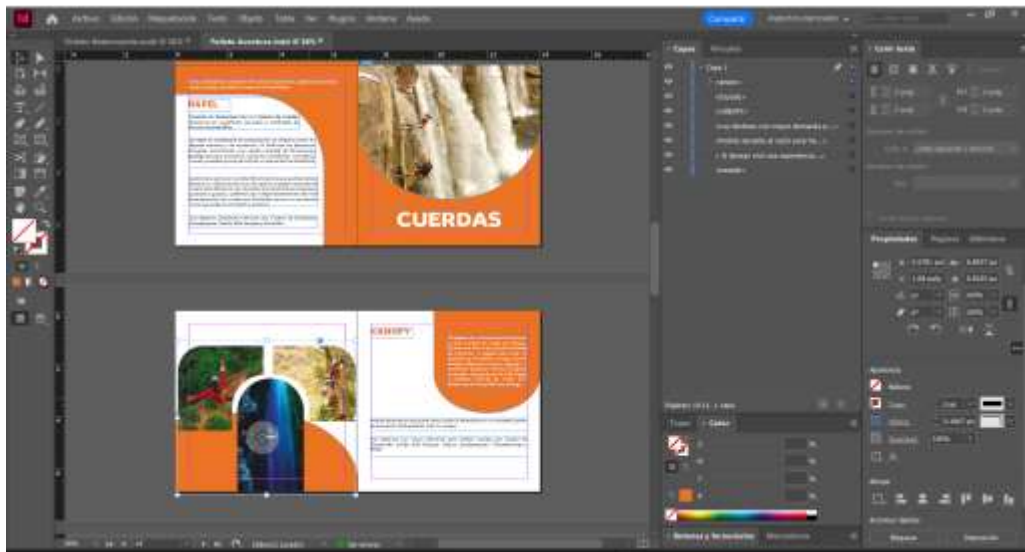
En Illustrator se realizó un rectángulo y se redondeó la esquina inferior derecha. Esto se agregó al documento de InDesign, además de cinco cuadros de texto, tres con fuente blanca, y dos con negra.



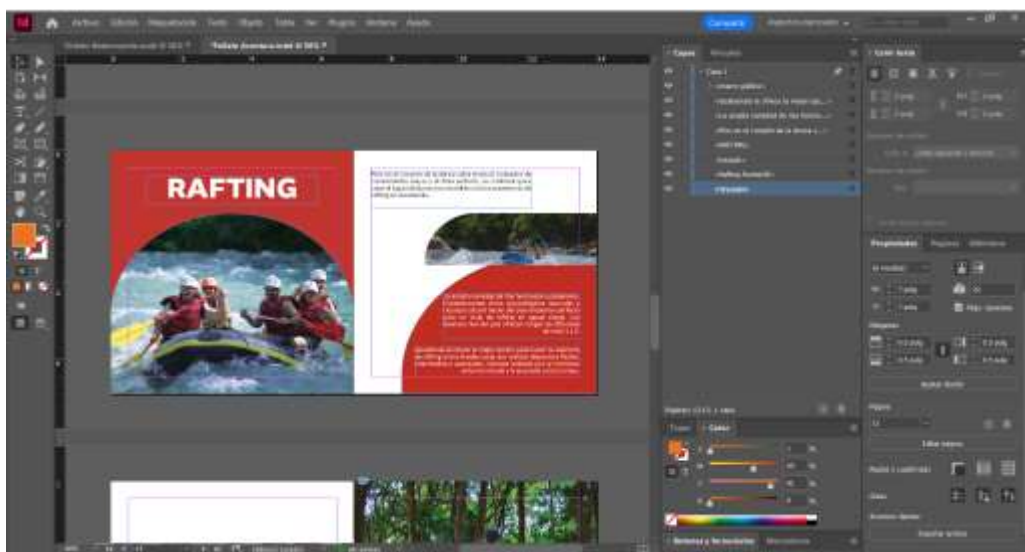
En el documento de Illustrator se crearon dos rectángulos, uno del tamaño del lienzo y otro con la esquina superior derecha redondeada, se hizo un menos frente de estos. También se redondearon las esquinas superiores inferiores de un rectángulo vertical, y la esquina superior derecha de uno horizontal. Se agregaron estos elementos al documento InDesign.



Se agregaron seis cuadros de texto negros y dos blancos, además de dos cuadros de texto para los títulos en bold.



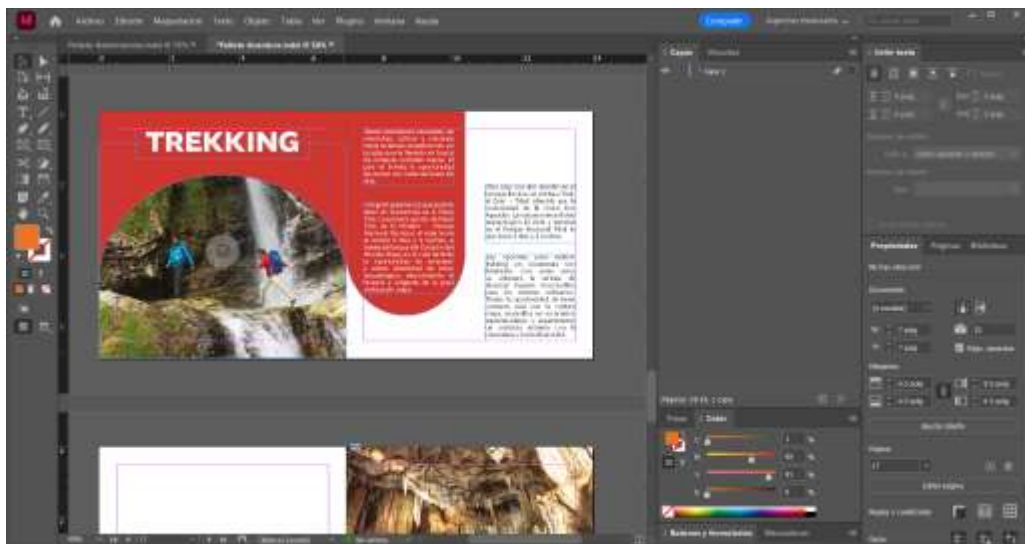
En el documento de Illustrator se creó un rectángulo horizontal al que se le redondeó la esquina superior izquierda y luego se duplicó invirtiéndolo. También se hizo un rectángulo vertical al que se redondearon las esquinas superiores. Se creó un menos frente de ambos rectángulos horizontales con el vertical, y se hicieron máscaras de recorte a los elementos para colocarlos en InDesign.



En Illustrator se creó una máscara de recorte en un rectángulo con una esquina redonda. En InDesign, se duplicó el elemento antes utilizado y se estiró, se colocaron tres cuadros de texto.



En Illustrator se creó un rectángulo y se redondearon sus esquinas opuestas. Se colocó este elemento en InDesign y con cuadros de texto blancos, seguidos por tres negros.



En InDesign se duplicó y estiro un elemento antes utilizado y se agregaron cuatro cuadros de dos negros y dos blancos.



En el documento de Illustrator se crearon dos rectángulos, uno del tamaño del lienzo y otro con la esquina superior derecha redondeada, se hizo un menos frente de estos. También se utilizó una máscara de recorte de un círculo antes creado y se cambió la fotografía. Se agregaron estos elementos al documento InDesign y cinco cuadros de texto.



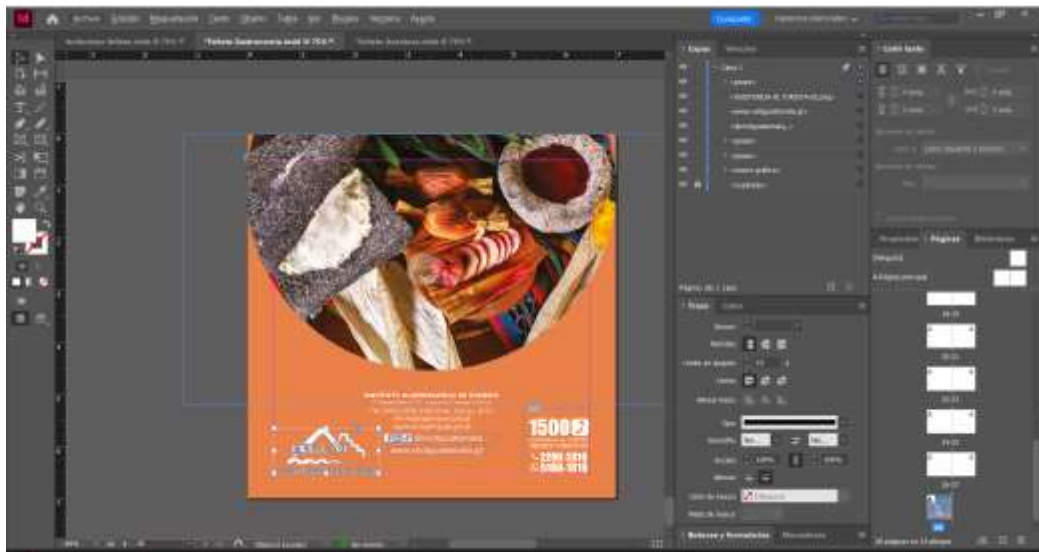
En el documento de Illustrator se creó un cuadrado y se redondeó la esquina superior derecha, luego se duplicó este elemento y se volteó. Se agregaron las fotografías a utilizar debajo de los elementos y se hicieron máscaras de recorte.



En el documento InDesign, se agregaron dos rectángulos con esquinas opuestas redondeadas utilizados anteriormente, cambiando los colores. Se agregaron las máscaras de recorte realizadas anteriormente, y tres cuadros de texto, uno de estos de color blanco.



En InDesign, se creó un documento nuevo de 7x7in y se realizó la portada del folleto de aventura utilizando el mismo formato, se cambió los colores a unos parecidos a la línea gráfica nueva y se agregó dos cuadros de texto para el título, uno en médium y el otro en médium italic.



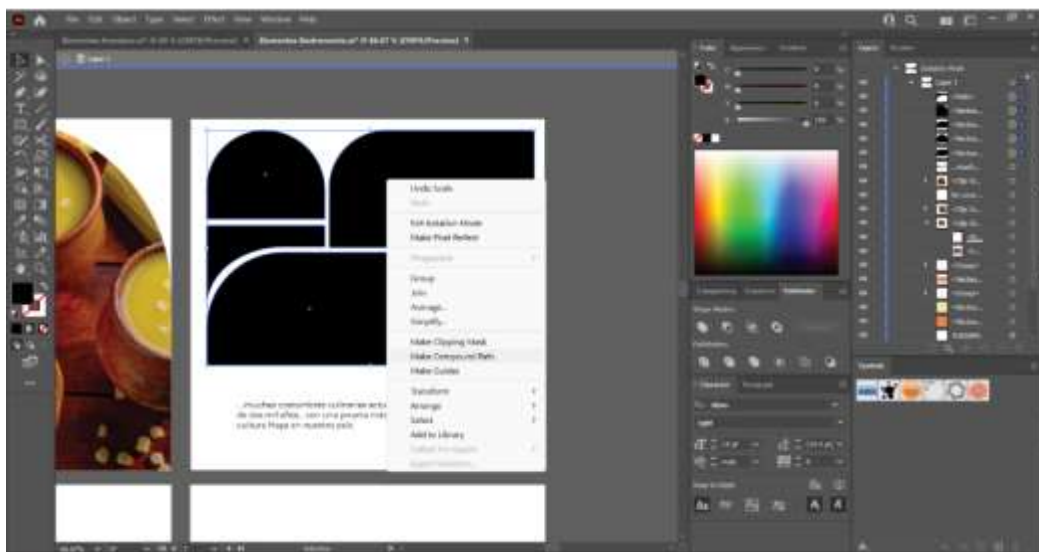
En el documento de InDesign, se realizó un cuadrado del color secundario a la portada y utilizando la máscara de recorte circular de la contraportada pasada, se cambió la fotografía y se agregó la información de oficina, logo ASISTUR y logo INGUAT.



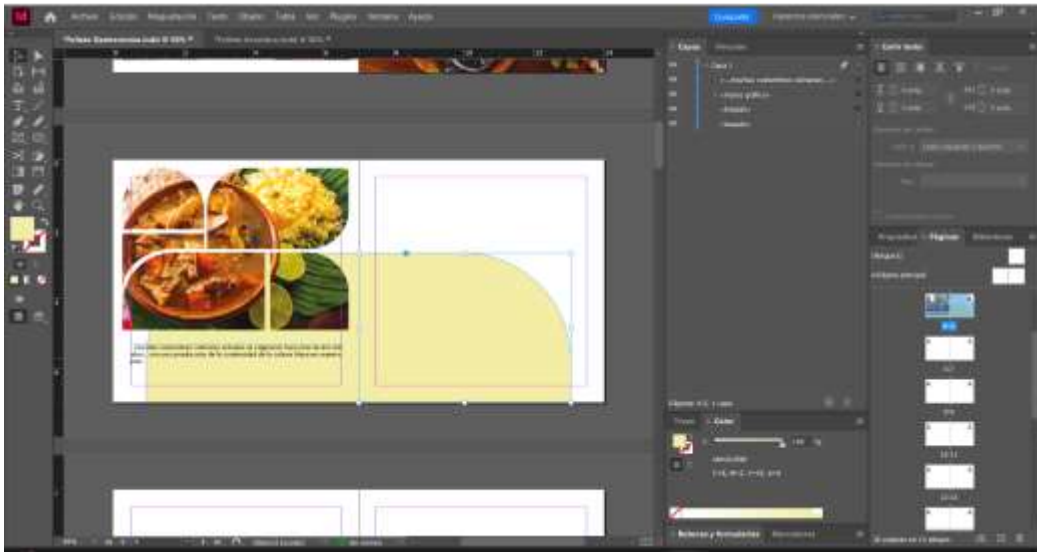
En el documento de Illustrator se redondeó las esquinas inferiores de un rectángulo naranja y se creó dos cuadrados y se redondeó sus esquinas opuestas, se creó una máscara de recorte por cada rectángulo con una fotografía. Se pegó los elementos al documento InDesign y se agregó un cuadro de texto con la información y dos cuadros de texto por fotografía con sus nombres.



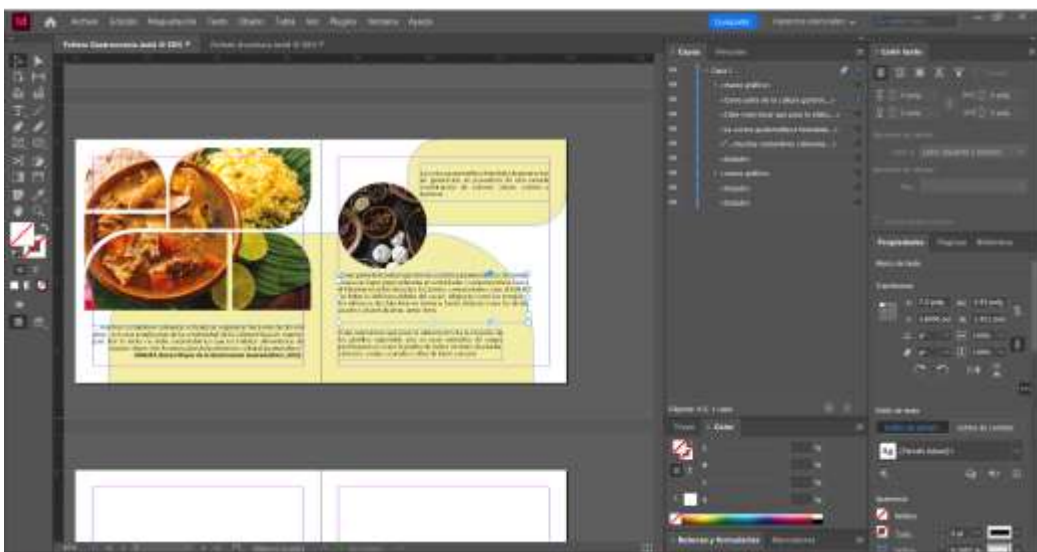
En el documento de Illustrator se redondeó las esquinas superiores de un cuadrado y se hizo una mascaró de recorte con la fotografía. Se colocó en el documento de InDesign y se agregó el nombre en un cuadro de texto en la esquina inferior derecha.



En el documento de Illustrator se crearon diferentes elementos y, seleccionando todos, se creó un trazado compuesto. Luego se hizo una máscara de recorte con el trazado compuesto y la fotografía.



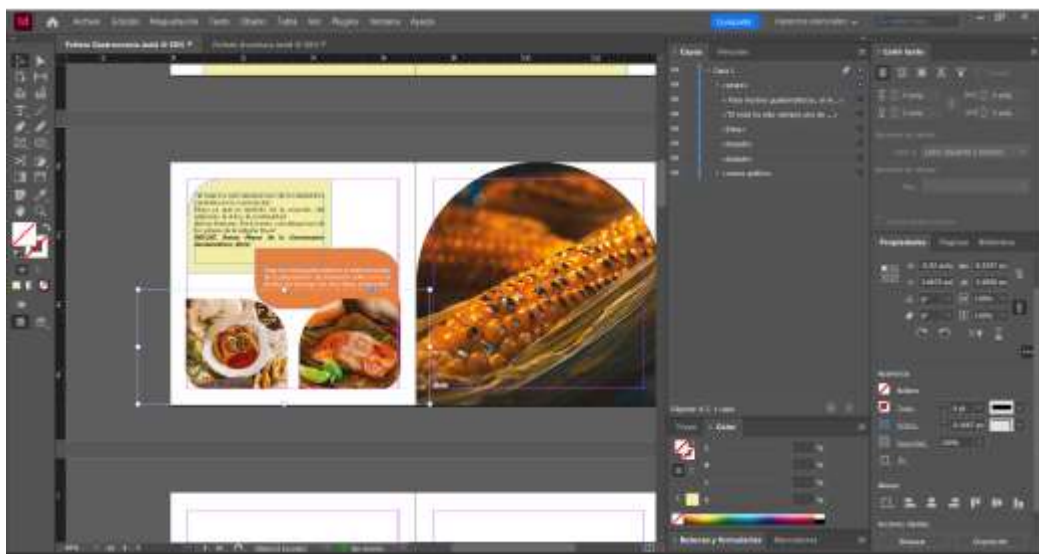
En el documento de InDesign se agregó la máscara de recorte realizada en Illustrator y se agregó un cuadro de texto debajo de este con la información. Se agregó un cuadro amarillo y se redondeó la esquina superior izquierda, se duplicó el elemento y rotó a la página siguiente.



En el documento de Illustrator se hizo otro cuadro con el mismo color amarillo y se redondeó la esquina superior izquierda y la inferior derecha. Se hizo un círculo y se realizó una máscara de recorte con una fotografía. En el documento de InDesign se colocaron estos elementos y tres cuadros de texto.



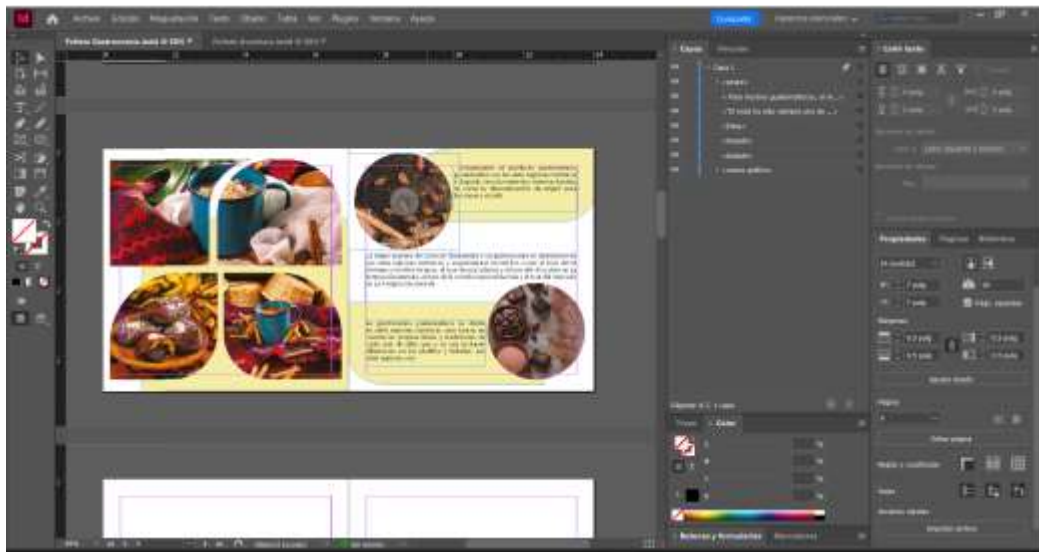
En el documento de Illustrator se hizo una máscara de recorte con la fotografía a utilizar y se colocó en el documento de InDesign.



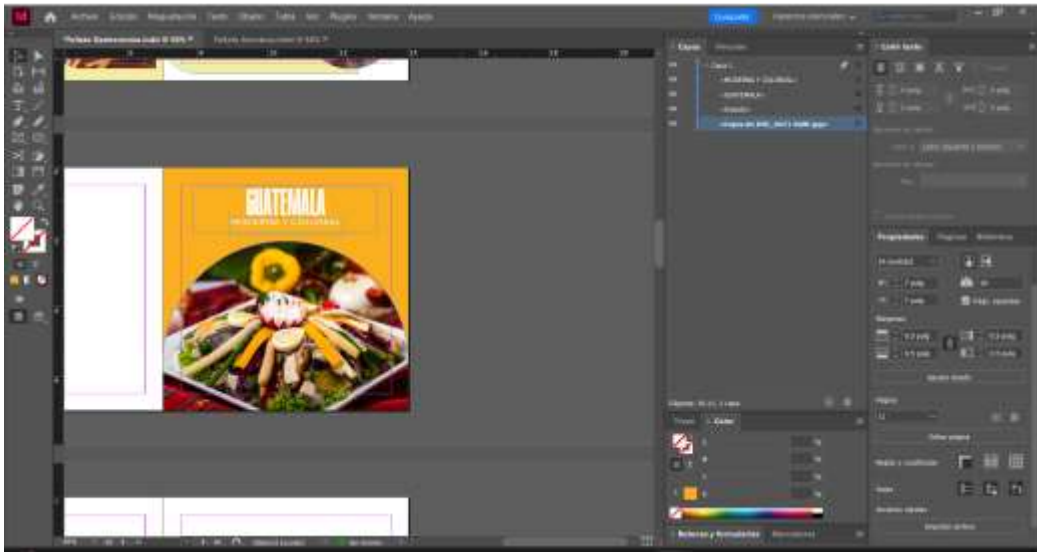
En el documento de Illustrator se hicieron dos rectángulos con esquinas opuestas redondeadas y se hicieron dos máscaras de recorte con diferentes fotografías. Se utilizó el rectángulo de la hoja pasada y se duplicó del color naranja para colocar cuadros de textos en ellos.



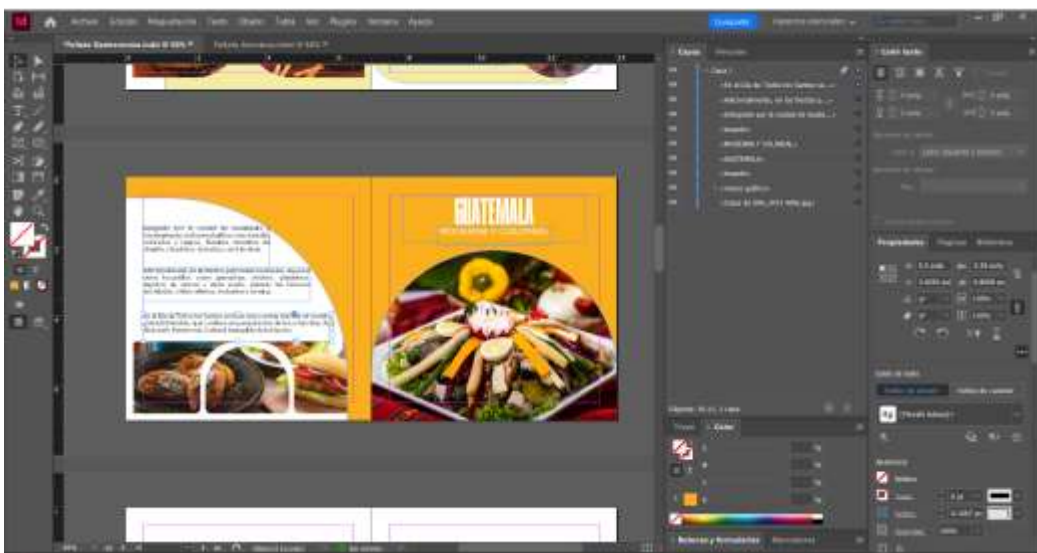
En el documento de Illustrator se hicieron cuatro rectángulos, a dos se les redondearon las esquinas opuestas, y los otros dos se unieron creando un trazado compuesto, luego se realizó una máscara de recorte con cada elemento y su fotografía.



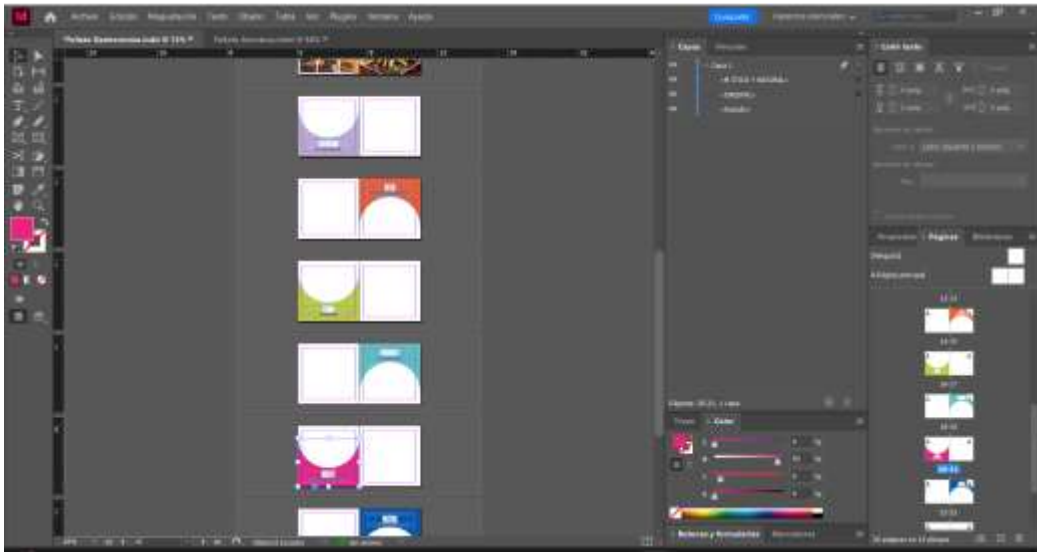
En el documento de InDesign se agregaron las máscaras de recorte realizadas anteriormente en la página. En Illustrator se hizo un rectángulo y se redondeó una esquina superior, se colocó en el documento de InDesign. Se duplicaron los rectángulos trabajados en la página anterior y se dejaron en color amarillo y se agregaron tres cuadros de texto. En Illustrator se realizó una máscara de recorte con dos círculos para dos fotografías y se colocaron en InDesign.



Se copió el elemento utilizado en el folleto anterior para portadas de temas y se cambió su color al de la región, se agregaron dos cuadros de texto, uno con el nombre de la región y el otro con su eslogan como se está manejando en la línea gráfica nueva. Se agregó la fotografía debajo de todas las capas.



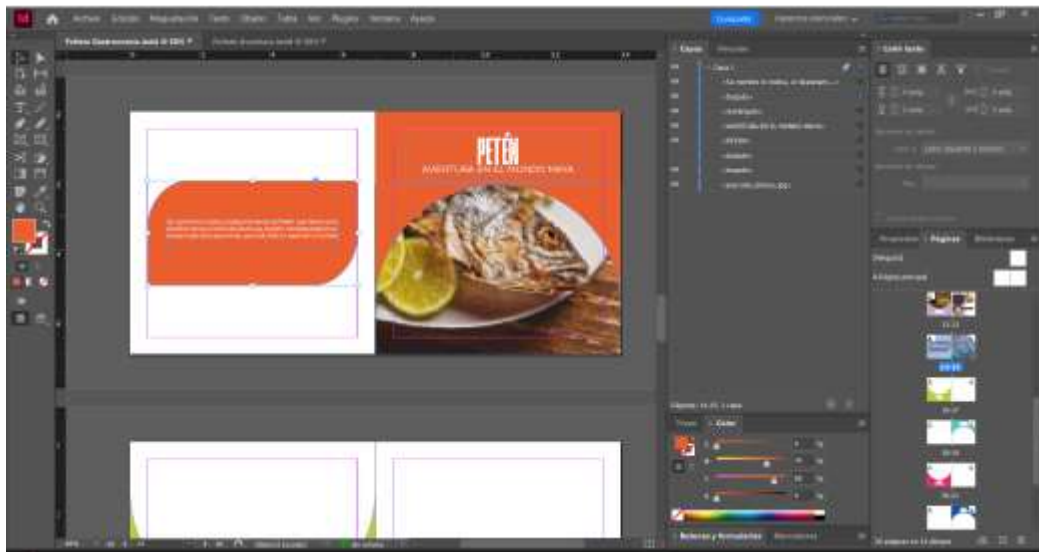
En Illustrator se creó un menos frente con un cuadrado y otro cuadrado con una esquina redondeada y se cambió de color al de la región. Luego se hace un trazado compuesto con dos rectángulos redondeados las esquinas superiores de uno de ellos y se hace una máscara de recorte con una fotografía. Se colocan en InDesign y se agregan tres cuadros de texto.



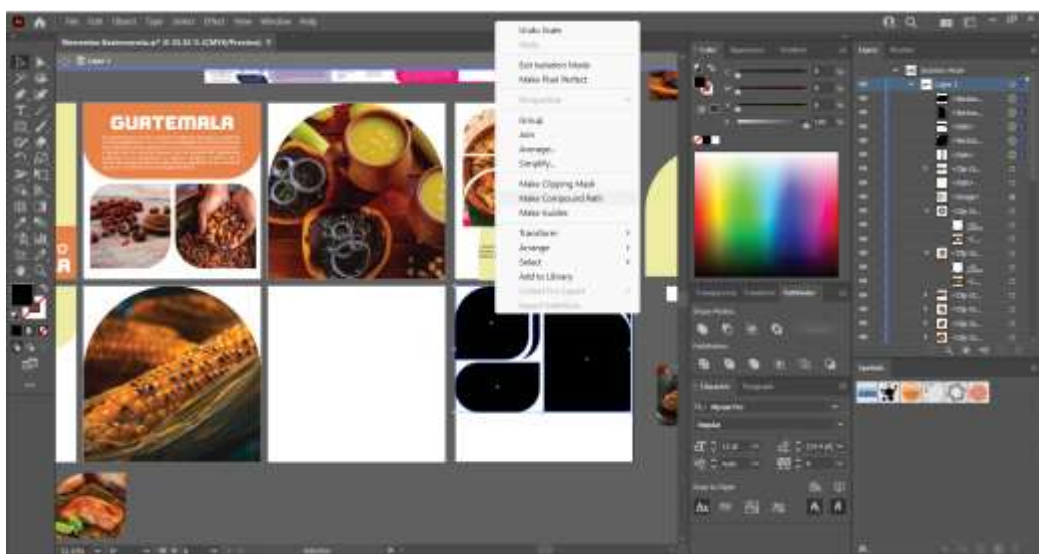
En InDesign se duplicó el formato realizado en las portadas cambiando los colores, títulos y eslogan por región. Se cambiaron de posición y orientación dependiendo del lado de página.



En la portada se agregó la fotografía y un cuadro de texto en la esquina con el nombre del plato. En Illustrator se creó un rectángulo alto y se redondean las esquinas superiores, también se utilizó la máscara de recorte utilizada anteriormente y se cambian las fotografías. Se colocaron en InDesign y se agregaron cuadros de texto con información y con los nombres de platos.



En la portada se agregó la fotografía y se agregó un rectángulo del color de la región al que se le redondearon las esquinas opuestas y un cuadro de texto con la información.



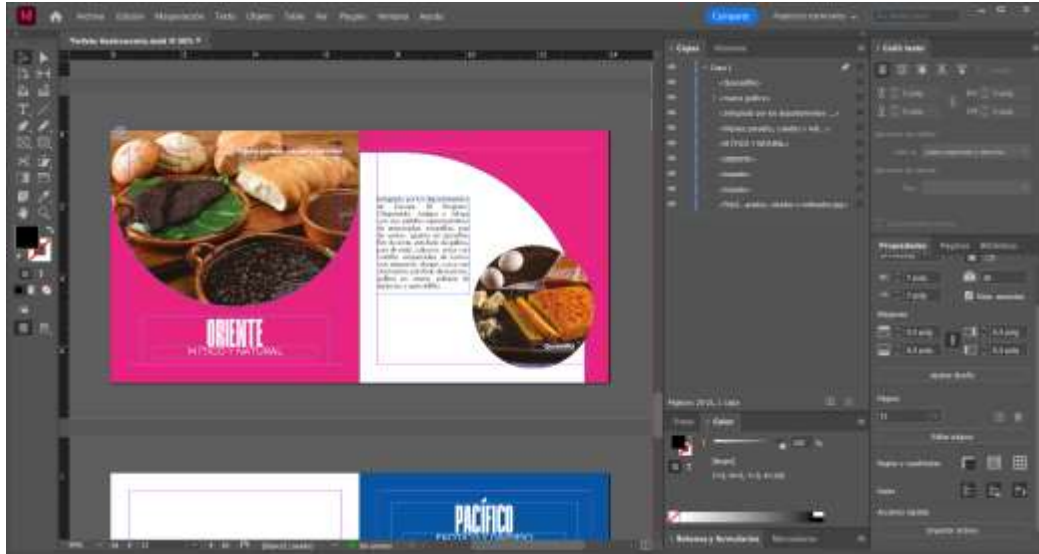
En el documento de Illustrator se crearon tres rectángulos a los que se les redondearon sus esquinas opuestas. A dos de estos se les hizo un trazado compuesto duplicando su figura. Se finalizó creando una máscara compuesta de todos los elementos y creando una máscara de recorte con la fotografía.



En el documento de InDesign se agregó la fotografía de portada debajo de las capas con su respectivo nombre. Se agregó la máscara de recorte creada y un rectángulo con esquinas superiores redondeadas del color de la región con un cuadro de texto con la información.



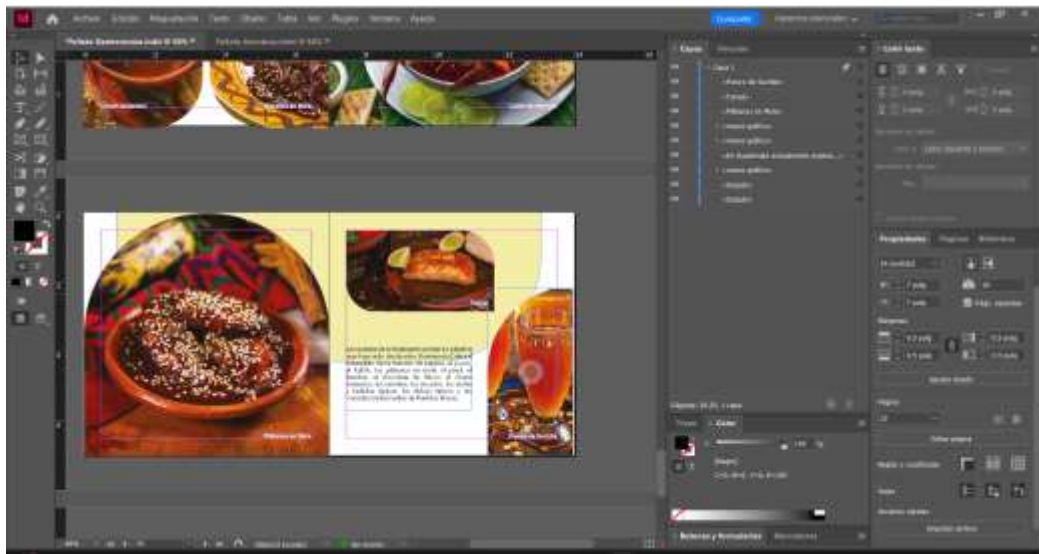
En el documento de Illustrator se creó un rectángulo y se redondearon sus esquinas opuestas, para luego hacer una máscara de recorte. En el documento de InDesign se agregó la fotografía de portada debajo de las capas con su respectivo nombre. Se duplicó el rectángulo con las esquinas superiores redondeadas, se invirtió para que sean las inferiores y se cambió al color de la región. Se agregó la máscara de recorte realizada y un cuadro de texto con la información. Además de otros dos con los nombres de los platos.



En el documento de InDesign se agregó la fotografía de portada debajo de las capas con su respectivo nombre. Además, se duplicó un menos frente utilizado anteriormente y se cambió su color al de la región. Se agregó un cuadro de texto y una máscara de recorte de un círculo con la fotografía a utilizar.



En el documento de Illustrator se realizaron dos rectángulos con esquinas redondeadas opuestas, a las que se hicieron máscaras de recorte. En el documento de InDesign se agregaron las máscaras de recorte realizadas y se agregó la fotografía de portada debajo de las capas con sus respectivos nombres de plato. Además, se agregó la máscara de recorte creada y un rectángulo con esquinas superiores redondeadas del color de la región con un cuadro de texto con la información.



En el documento de Illustrator se redondearon las esquinas opuestas de un rectángulo y se hizo una máscara de recorte, también se hizo una máscara de recorte con un rectángulo al que solo se redondeó la esquina superior izquierda. En el documento de InDesign, se agregó un rectángulo al que solo se redondea la esquina inferior izquierda y se duplicó invirtiéndolo en la otra página. Se agregó la fotografía de portada utilizando una máscara de recorte anteriormente realizada, un cuadro de texto con la información y las máscaras de recorte realizadas en Illustrator.


Propuesta Preliminar

Hoja 1. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Portada para el folleto de Aviturismo.

Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 2. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, Guatemala como centro de biodiversidad mesoamericana. Dimensiones: 7 x 7 in.



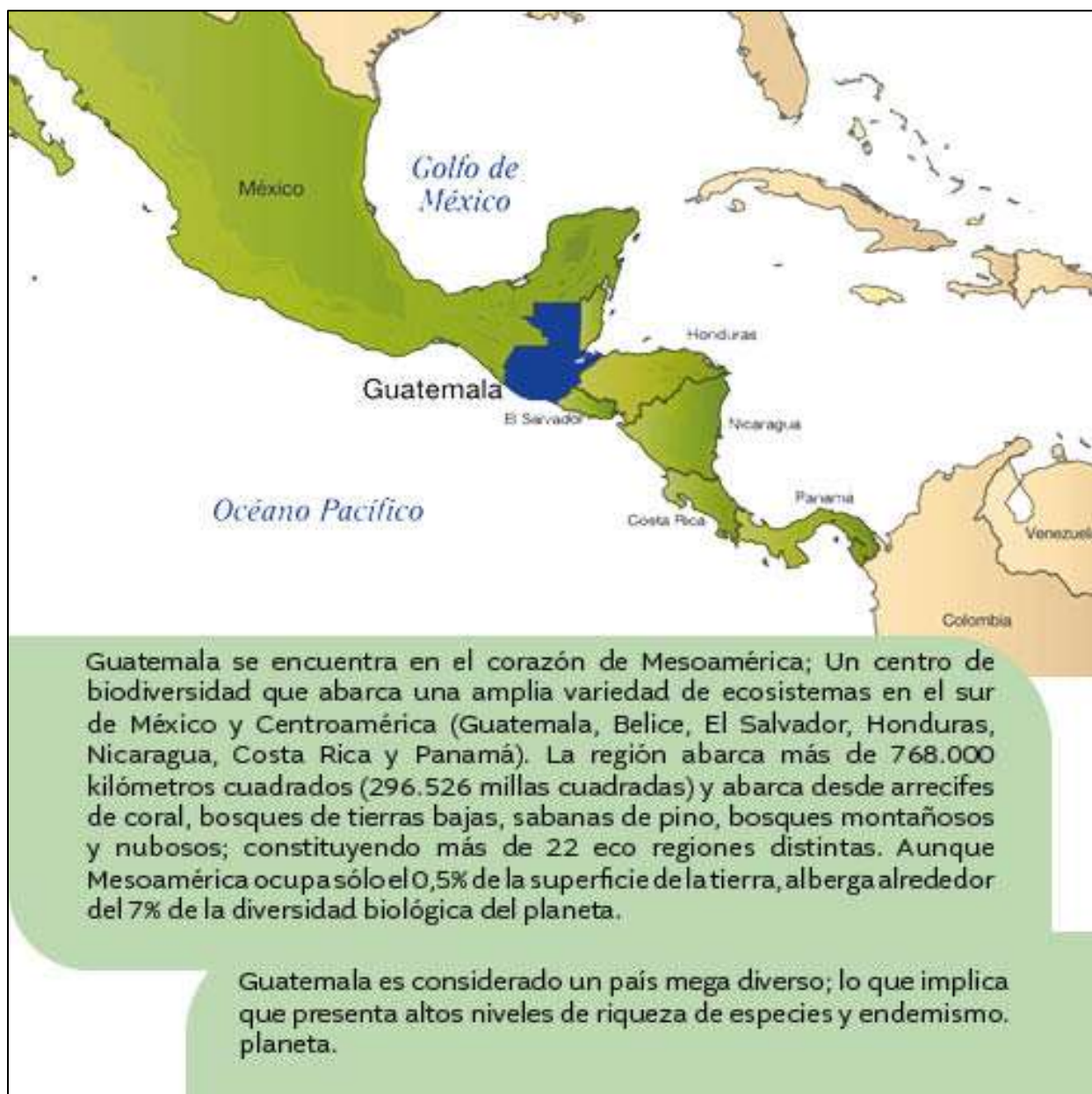
GUATEMALA

Guatemala, tiene un territorio pequeño, sin embargo, es un enorme resguardo natural y cultural. El país cuenta naturaleza y diversidad de ambientes que son desde playas hasta bosques nubosos y desde bosques bosques nubosos hasta selvas tropicales húmedas; En este ecosistema, Guatemala reporta más de 700 especies de aves de las cuales al menos 40 son endémicas de la región.

El país está dividido en cinco rutas de avistamiento de aves, las cuales son:
Centro-Altiplano, Pacífico-Boca Costa, Caribe-Oriente, Las Verapaces y Petén. Las rutas conforman un total de 42 destinos con facilidades para el avistamiento de aves. Entre las aves que se observan hay especies que sobresalen como: Ocellated Turkey, Horned Guan, Pink-headed Warbler, Resplendent Quetzal y Azure-rumped Tanager.

En Guatemala el avistamiento de aves en una actividad importante que contribuye a la protección de la naturaleza y el patrimonio cultural.

Hoja 3. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, Guatemala como centro de biodiversidad mesoamericana. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 4. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, País megadiverso: riqueza natural y cultural. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 5. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, País megadiverso: riqueza natural y cultural. Dimensiones: 7 x 7 in.



PAÍS MEGADIVERSO

El concepto de megadiversidad refleja la riqueza natural de un país; y también toma en consideración todos los niveles de diversidad. Desde el punto de vista cultural, 25 grupos sociolingüísticos que están presentes en Guatemala; 22 de ellos de origen maya, complementados por los Xinca, Garífuna y Ladino. Esta increíble fusión implica no sólo una gran diversidad étnica sino también un pasado histórico notable y un conocimiento ancestral excepcional asociado a ellos. Además del complejo lenguaje y estructura social, la exquisita gastronomía, la cosmogonía espiritual y el conocimiento avanzado que los mayas heredaron; también dejaron los restos más espectaculares de la majestuosa arquitectura y las impresionantes ciudades.

Hoja 6. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, Biomas de Guatemala y su influencia en la diversidad de aves. Dimensiones: 7 x 7 in.

BIOMAS

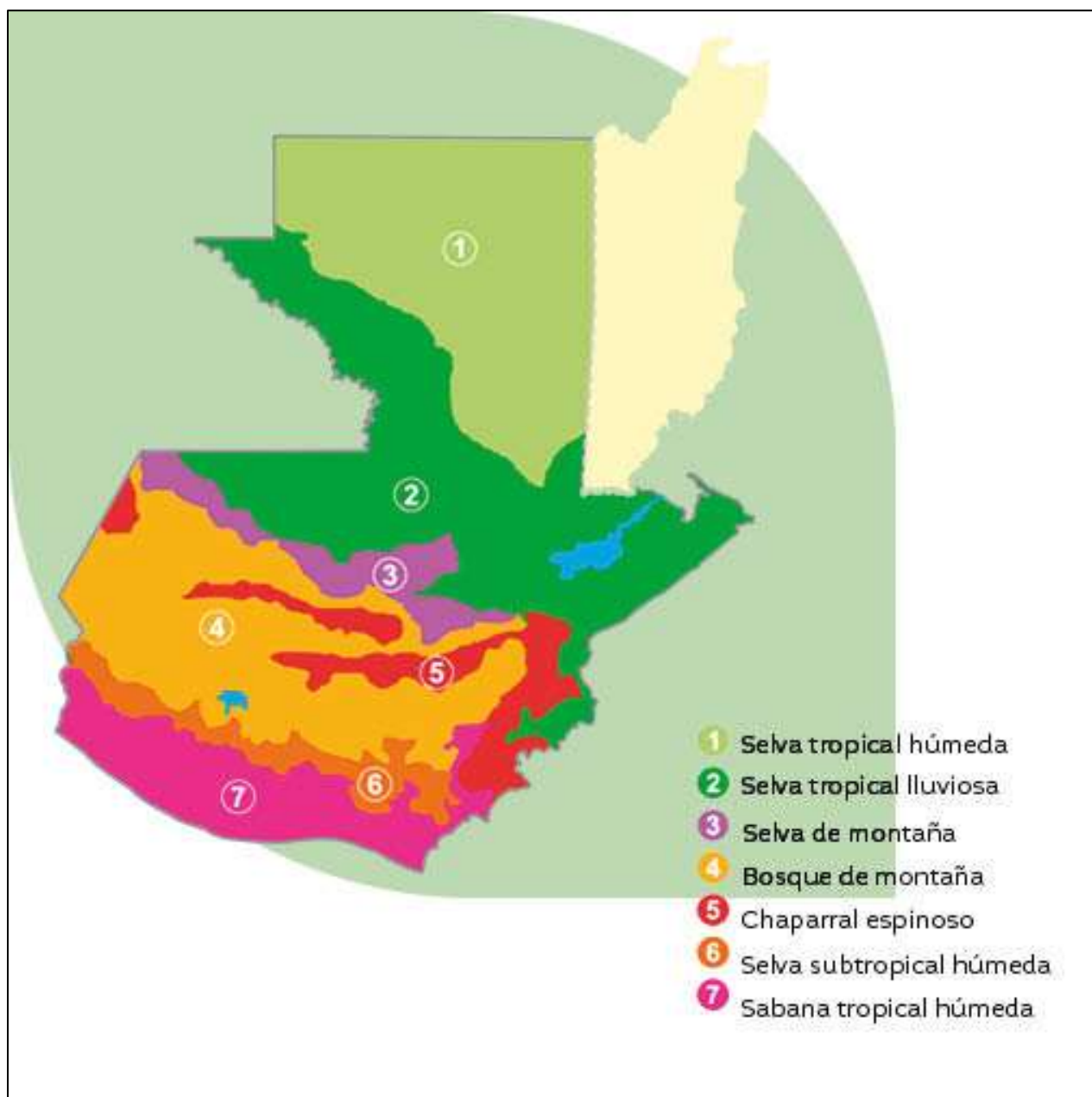
A nivel ecológico, Guatemala presenta 7 biomas principales. Uno de ellos es considerado único en el país, el chaparral espinoso del valle del Motagua. Estos ecosistemas se definen por factores abióticos característicos (tales como altitud, temperatura y precipitación), así como la composición de las plantas dominante

La diversidad natural de Guatemala es el resultado de factores históricos y geográficos, especialmente los relacionados con la topografía y el clima. La alta y compleja biodiversidad es producto de dos acontecimientos prehistóricos; La migración norte-sur debido al cierre del istmo centroamericano, y la migración altitudinal y los cambios climáticos relacionados con las glaciaciones.

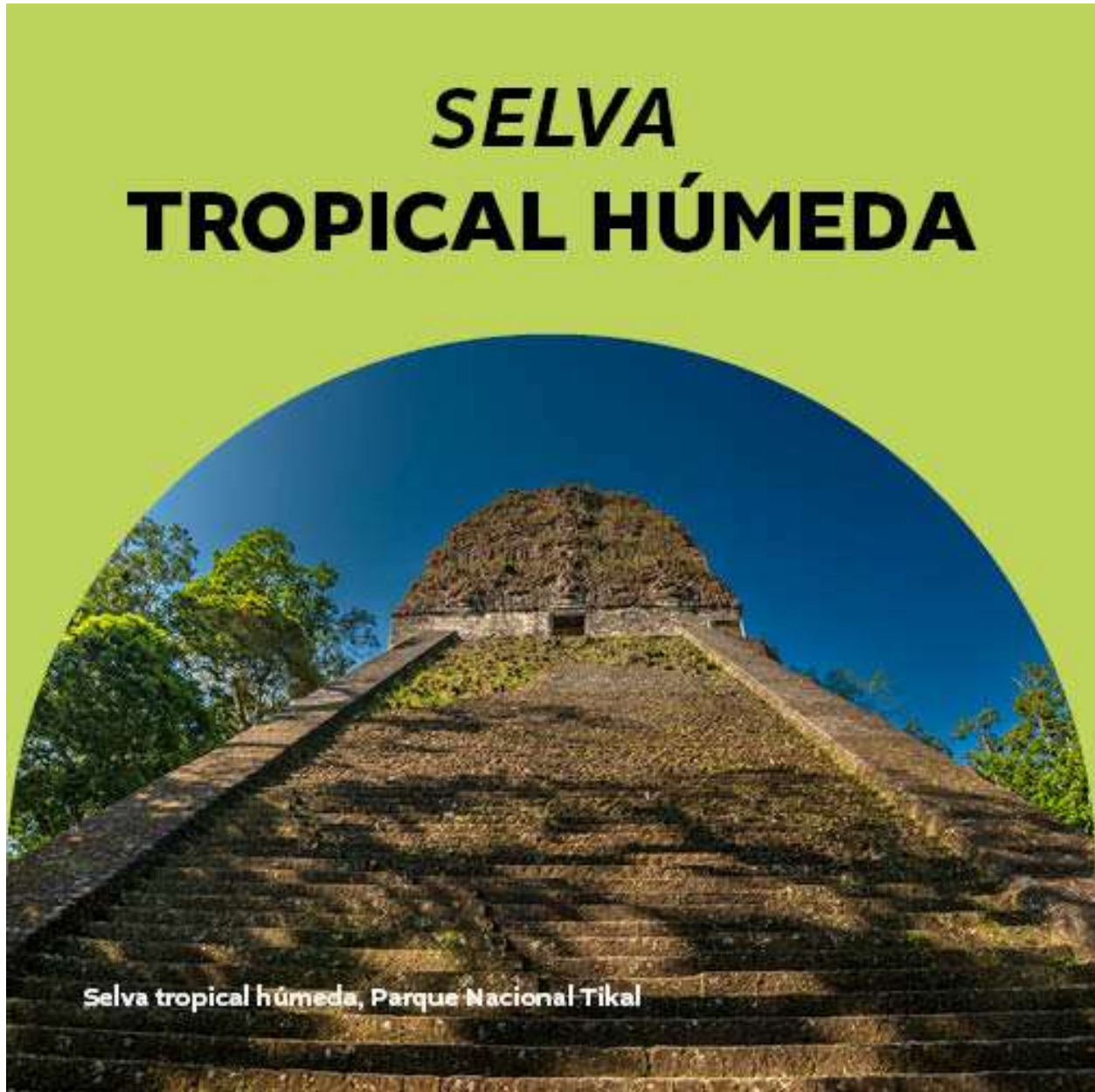
En Guatemala se han reportado más de 740 especies de aves; se sabe que alrededor de 370 de ellas se reproducen en el país, pero los datos recientes indican que se deben agregar 116 más a la lista de cría. Por otro lado, un total de 221 especies se clasifican como migrantes no reproductores de América del Norte o del Sur.

En una perspectiva espacial geográfica, la vertiente del Caribe de Guatemala presenta mayores valores de riqueza de especies. Sin embargo, la gran mayoría de las especies endémicas regionales se encuentran en las tierras altas. Alrededor de veintidós (22) especies que habitan las tierras altas son endémicas de las tierras altas del norte de Centroamérica. Tres (3) especies más son endémicas de la vertiente del norte de América Central y nueve (9) especies son endémicas de la península de Yucatán. Las especies que viven en las tierras bajas están más estrechamente relacionadas con la avifauna sudamericana; y los que viven en las tierras altas tienen antepasados norteamericanos.

Hoja 7. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, Biomas de Guatemala y su influencia en la diversidad de aves. Dimensiones: 7 x 7 in.



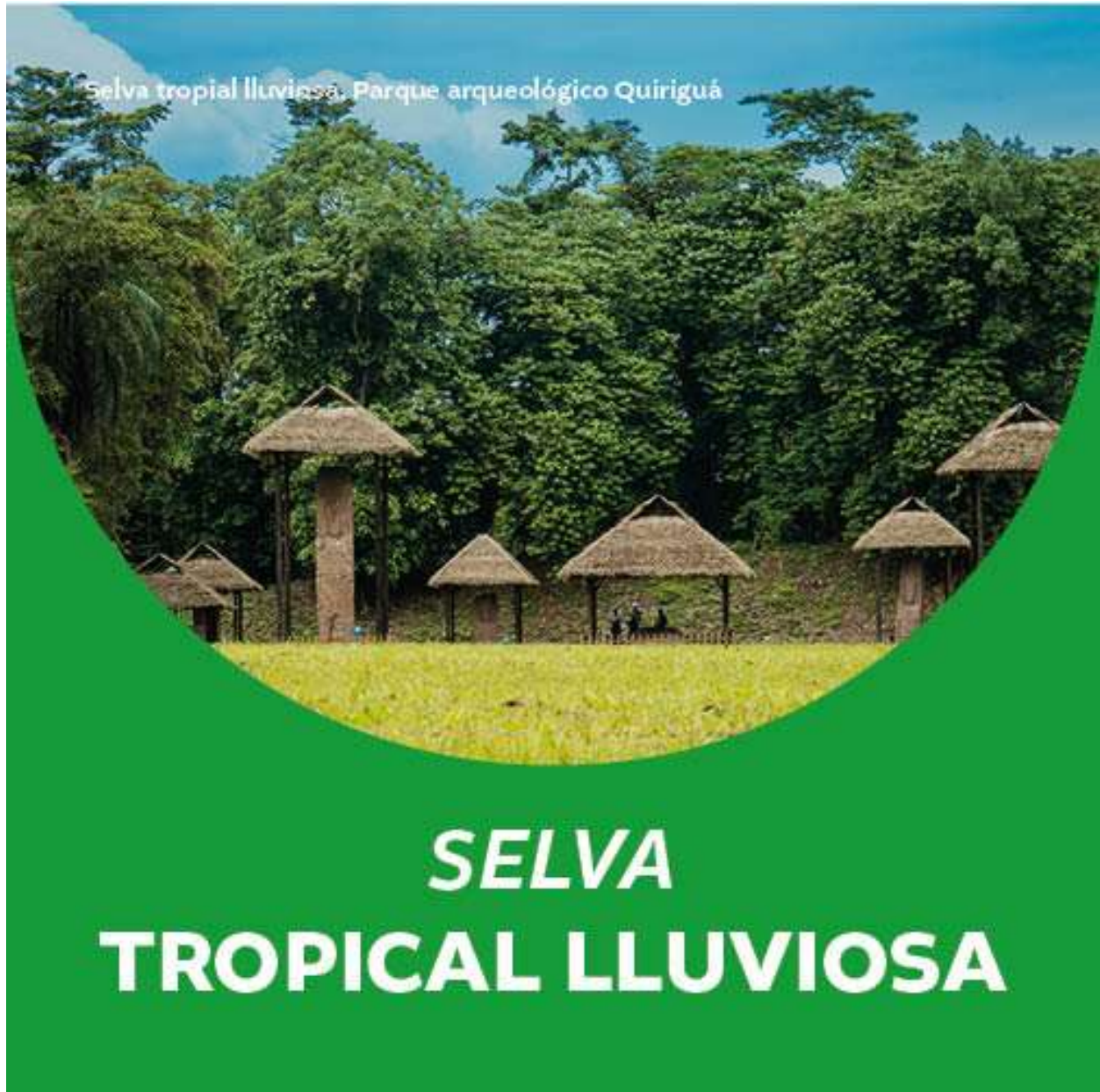
Hoja 8. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, Selva tropical húmeda: características, aves representativas y Tikal. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 9. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, Selva tropical húmeda: características, aves representativas y Tikal. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 10. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, Selva tropical lluviosa: ecosistemas montañosos y especies endémicas. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 11. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, Selva tropical lluviosa: ecosistemas montañosos y especies endémicas. Dimensiones: 7 x 7 in.

Con una alta complejidad en su composición florística, se ubica en zonas montañosas de pendientes marcadas entre los 1100 y 2900 metros sobre el nivel del mar. (3,300 a 9,570 pies de altitud). Tiene alta diversidad de hábitat, altos niveles de humedad atmosférica y vegetación exuberante con variedad de bosques, donde crecen musgos y helechos. Todas estas características combinadas hacen una región de alto endemismo.



Hoja 12. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, Selva de montaña:
biodiversidad, endemismo y especies representativas. Dimensiones: 7 x 7 in.

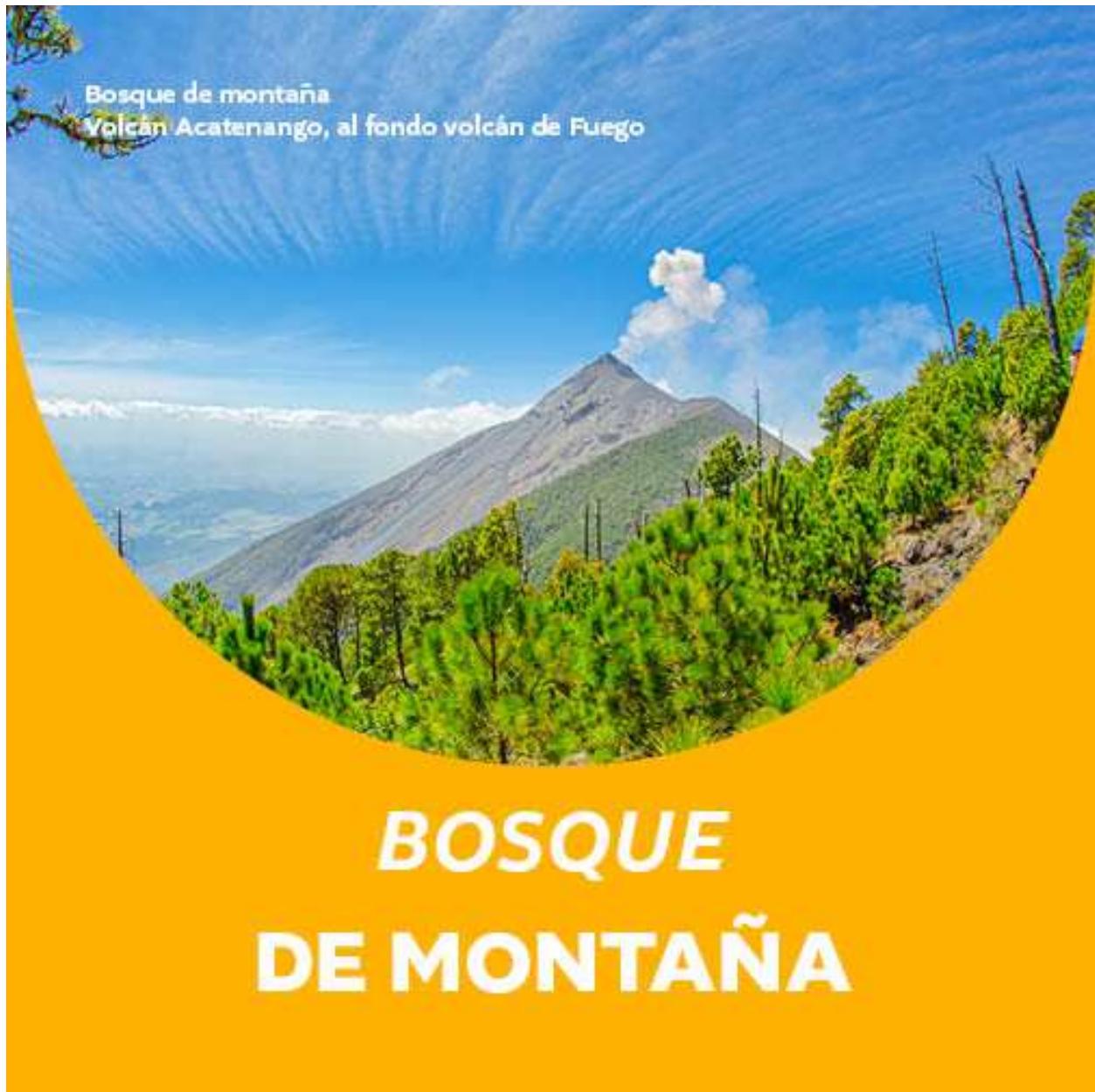


Hoja 13. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, Selva de montaña:
biodiversidad, endemismo y especies representativas. Dimensiones: 7 x 7 in.



Con una alta complejidad en su composición florística, se ubica en zonas montañosas de pendientes marcadas entre los 1100 y 2900 metros sobre el nivel del mar. (3,300 a 9,570 pies de altitud). Tiene alta diversidad de hábitat, altos niveles de humedad atmosférica y vegetación exuberante con variedad de bosques, donde crecen musgos y helechos. Todas estas características combinadas hacen una región de alto endemismo.

Hoja 14. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, Bosque de montaña:
paisajes volcánicos, altitud y aves típicas. Dimensiones: 7 x 7 in.

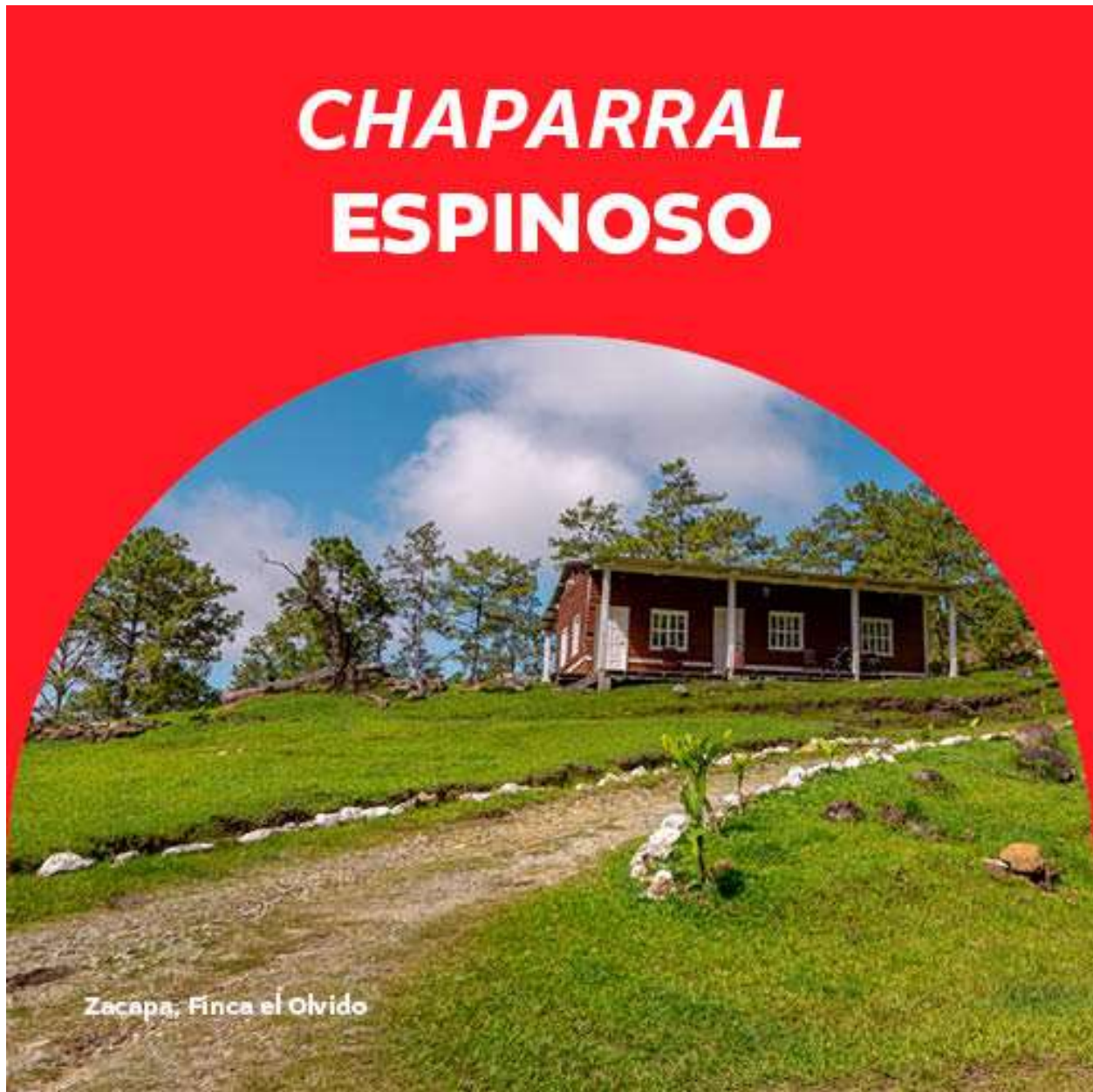


Hoja 15. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, Bosque de montaña: paisajes volcánicos, altitud y aves típicas. Dimensiones: 7 x 7 in.

Es un bioma cuya biodiversidad está influenciada por Norteamérica, abundante en coníferas y robles. El rango de altitud se encuentra entre 2,000 a 4,200 metros sobre el nivel del mar (6,600 a 13,860 pies de altitud). La vegetación cambia notablemente con los cambios climáticos, pasando de la estación seca a la lluviosa. Esta región se caracteriza por su paisaje volcánico, el hermoso Lago de Atitlán y por tener las poblaciones mayas más numerosas en el país.



Hoja 16. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, Chaparral espinoso: clima seco, vegetación y aves adaptadas. Dimensiones: 7 x 7 in.

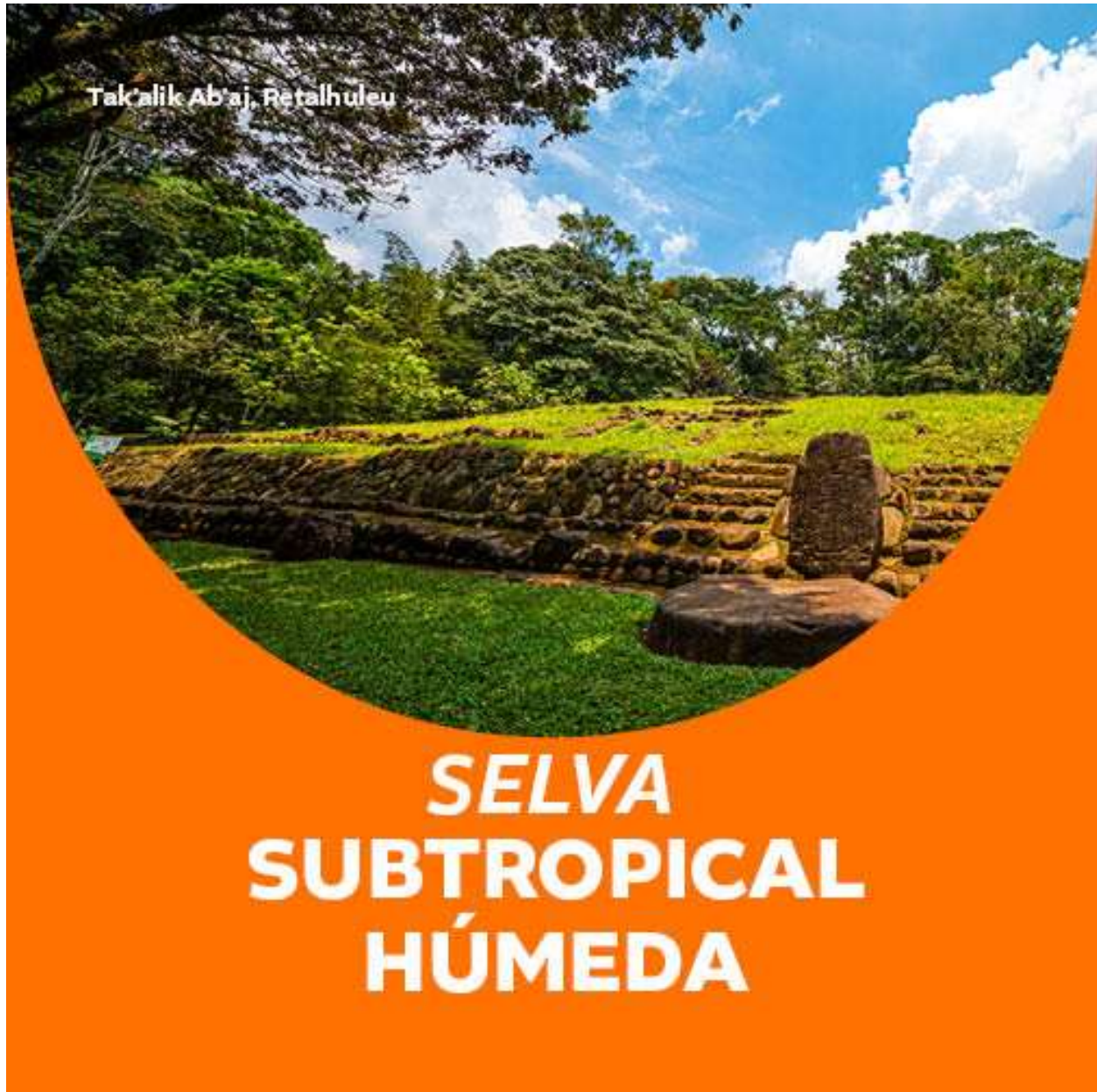


Hoja 17. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, Chaparral espinoso: clima seco, vegetación y aves adaptadas. Dimensiones: 7 x 7 in.



Esta es una región seca, creada por el efecto "Sombra de lluvia" propia de los valles alrededor de la Sierra de las Minas, trayendo como consecuencia zonas secas con muy baja precipitación pluvial y se caracteriza por su vegetación seca en la cual se encuentra abundantes cactus, acacias y árboles de Guayacán, la mayoría de ellos con espinas, comunes en la región. Es el ecosistema (microclimas) más caliente y seco del país y considerado el más seco de toda América Central. Es el ecosistema más único.

Hoja 18. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, Selva subtropical húmeda: ubicación en la Boca Costa y riqueza de especies. Dimensiones: 7 x 7 in.

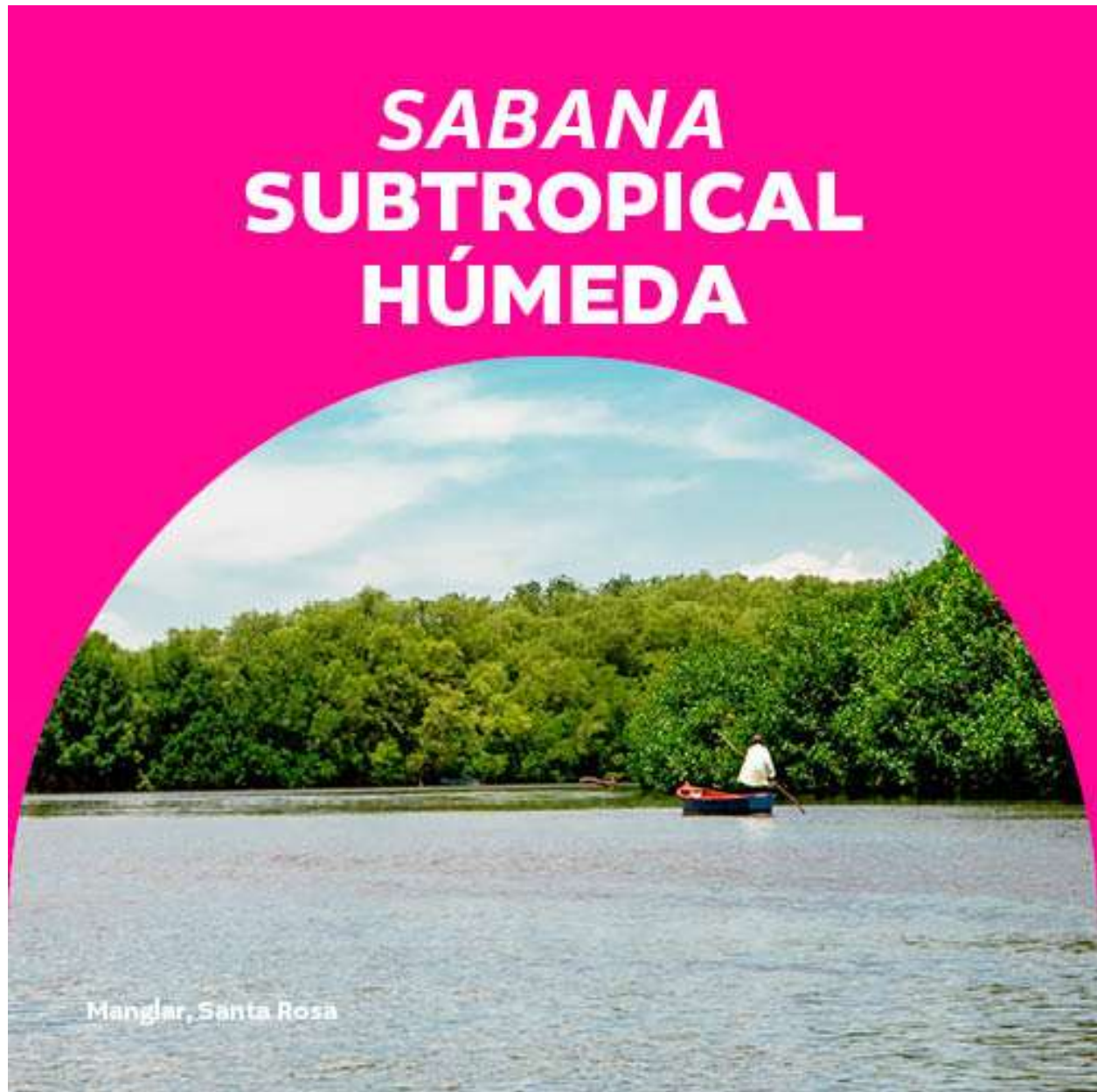


Hoja 19. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, Selva subtropical húmeda: ubicación en la Boca Costa y riqueza de especies. Dimensiones: 7 x 7 in.

Este bioma ubicado en la región del pacífico llamada Boca-costa, situado a lo largo de la cadena volcánica, ladera sur, entre las tierras altas y la costa del pacífico. Se extiende entre 800 y 1200 metros sobre el nivel del mar (2,640 a 3,600 pies de altitud). Está regado por abundantes lluvias y la vegetación de hoja ancha domina la zona. Esta es una región de observación de aves muy interesante.



Hoja 20. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, Sabana subtropical húmeda: región agrícola y hábitats de aves residentes y migratorias. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 21. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, Sabana subtropical húmeda: región agrícola y hábitats de aves residentes y migratorias. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 22. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 1, Cierre con mejores lugares y temporadas para observar aves, código de conducta. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 23. Diseño de material para Folleto Aviturismo. Parte 2, Cierre con mejores lugares y temporadas para observar aves, código de conducta. Dimensiones: 7 x 7 in.

MEJOR TEMPORADA AVESTIMIENTO DE AVES EN GUATEMALA

Guatemala es un destino turístico espectacular donde la observación de aves se puede hacer todo el año; pero sugerimos las siguientes estaciones para una mejor experiencia.

Aves residentes: Abril-Septiembre

- o Temporada de cría y anidación.
- o Gran abundancia de insectos voladores que optimizan las posibilidades de observar aves mientras se alimentans

Abundancia de especies: Marzo - Abril

- o Actividad de aves altas
- o Época de reproducción principal de las aves residentes
- o Plumaje molido en migrantes


Llegada de aves migratorias neárticas: Septiembre - Marzo

- o Actividad de aves altas
- o Época de reproducción principal de las aves residentes
- o Plumaje molido en migrantes


**RECOMENDACIONES
DE CODIGO DE CONDUCTAS**




- o Hablar en voz baja.
- o No realizar movimientos abruptos.
- o Vestir ropas de colores neutros y procurar no llevar perfumes fuertes.
- o Mantenerse en los senderos marcados.
- o Respetar las reglas de las áreas que visita.
- o No invadir el territorio de las aves




Hoja 24. Contraportada y datos de contacto de INGUAT. Dimensiones: 7 x 7 in.



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO
7.2 avenida 1-17, zona 4, Centro Cívico
Tel. (502) 2290-2800 Exts. 1021 y 1022
Info-lobby@inguat.got.gt
segmentos@inguat.got.gt


Instituto Guatemalteco de Turismo

   @visitguatemala_
www.visitguatemala.gt
www.birdwatching.com.gt
www.birds-watching.org

1500 
ASISTENCIA AL TURISTA
TOURIST ASSISTANCE
 **2290-2810**
 **5188-1819**

Ver documento completo en:

<https://www.calameo.com/books/007302317d3c7152f04d0?authid=HlhXdLGMQGcv>

Hoja 1. Diseño de material para Folleto Aventura. Portada del folleto de turismo de aventura en Guatemala. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 2. Diseño de material para Folleto Aventura. Página visual principal de impacto con imagen a página completa. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 3. Diseño de material para Folleto Aventura. Introducción y contextualización sobre turismo de aventura en Guatemala. Dimensiones: 7 x 7 in.

TURISMO DE GUATEMALA

Guatemala cuenta con muchos aspectos geomorfológicos y bióticos que generan una gran riqueza para el desarrollo del turismo de aventura, lo que da como resultado una gran variedad de micro climas y ecosistemas, que permiten diferentes actividades para realizar en distancias relativamente cortas

¿POR QUÉ HACER TURISMO DE AVENTURA EN GUATEMALA?

Se encuentra dentro de la lista de los 19 países mega diversos del mundo, por lo que dentro tu experiencia de aventura podrás disfrutar de un encuentro cercano con una gran cantidad de fauna exótica en un paraíso verde e indómito. Sus paisajes son gran parte del atractivo y una ventaja para Guatemala es que se puede realizar turismo de aventura durante todo el año, debido a su increíble clima

Viajar por Guatemala te permitirá vivir entre la cultura local, compartir con las comunidades mayas, visitar sitios arqueológicos mayas y disfrutar de su maravillosa naturaleza y biodiversidad. La geomorfología del país es perfecta para aventuras como ascensos a volcanes, ciclismo de montaña, senderismo, trekking y pesca deportiva en aguas profundas.

Hoja 4. Diseño de material para Folleto Aventura. Presentación de categorías de actividades tierra, agua, aire. Dimensiones: 7 x 7 in.

Guatemala ofrece distintas actividades de aventura las cuales se dividen en tierra, agua y aire. Entre las actividades que se pueden realizar en cada una de estas divisiones están

TIERRA

Cabalgata, hiking, enduro, ciclismo de montaña, ascenso de volcanes, escalada artificial, escalada natural, espeleísmo, espeleoturismo (caving), montañismo, rappel y trekking.

AGUA

Buceo autónomo, buceo libre, rafting, espeleobuceo, hidrospeed, kаяquismo en aguas abiertas, tubing, flowrider, snorkeling, salto de garrucha, flyboard, kаяquismo en aguas blancas y canoismo.

AIRE

Canopy (zipline o tirolesa), eurobungee, paracaidismo, salto de bungee, vuelo en ala delta y vuelo en parapente.

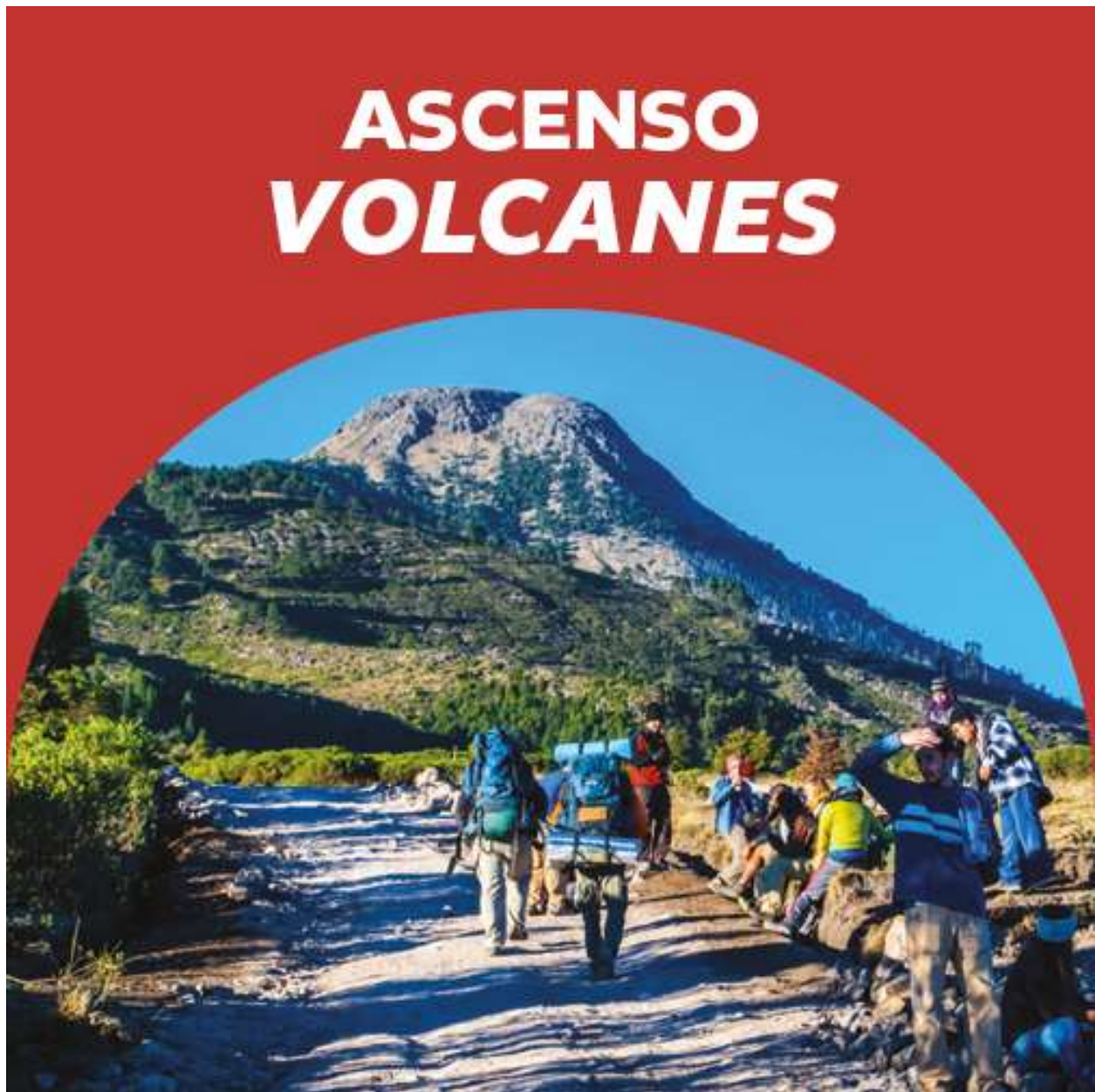
Hoja 5. Diseño de material para Folleto Aventura. Justificación y datos de demanda: por qué elegir Guatemala para aventura. Dimensiones: 7 x 7 in.



Las actividades dentro del segmento con mayor demanda son: ascenso a volcanes, trekking, rapel, canopy, rafting, epeleoturismo (caving) y mountain bike. Y los destinos prioritarios son: Las Verapaces, Petén, Izabal, Atitlán, Huehuetenango, Ciudad de Guatemala y La Antigua Guatemala.

Hoja 6. Diseño de material para Folleto Aventura. Sección temática: Ascenso a volcanes.

Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 7. Diseño de material para Folleto Aventura. Datos y características de volcanes y rutas más visitadas. Dimensiones: 7 x 7 in.

La variada topografía de Guatemala lo convierte en un paraíso para los excursionistas. Las oportunidades son diversas, desde el ascenso hasta la cumbre de los volcanes, explorando las regiones montañosas

Caminar es la mejor manera de tener una experiencia auténtica con los aldeanos locales que permanecen en contacto directo con la naturaleza y la cultura guatemalteca

Guatemala ofrece un turismo de aventura especial ya que en su territorio podrás admirar más de 340 conos volcánicos. Estos volcanes se encuentran en 3 hileras paralelas al Océano Pacífico, a una distancia de este entre 80 a 100 kilómetros, formando una cadena de frontera a frontera de aproximadamente 380 kilómetros de longitud

Los 12 volcanes más visitados turísticamente en el país son: Acatenango, Agua, Atitlán, Chicabal, Fuego, Ipala, Pacaya, San Pedro, Santa María, Tacaná, Tajumulco y Tolimán.

Los volcanes con mayor altura se encuentran en el departamento de San Marcos, destacando el volcán Tajumulco con 4,220 m.s.n.m. como el punto más alto de toda Centroamérica, seguido por el volcán Tacaná de 4,093 m.s.n.m.

Hoja 8. Diseño de material para Folleto Aventura. Sección sobre actividades de cuerdas, descripción de rapel. Dimensiones: 7 x 7 in.

En la actividad de cuerdas en el turismo de aventura, podemos encontrar rapel y canopy, siendo el primero el más realizado.

RAPEL

Consiste en descensos con un sistema de cuerdas dinámicas en superficies naturales o artificiales de alturas considerables.

El rapel en Guatemala es conocido en su mayoría como un deporte extremo y de recreación. Si disfrutas los descensos abruptos, encontrarás una amplia variedad de formaciones geológicas como montañas, volcanes, acantilados, sumideros, cuevas y paredes que te permitirán una experiencia desafiante.

Guatemala cuenta con variedad de sitios en los que podrás realizar descensos utilizando técnicas de rapel en paredes verticales de rocas, hasta descensos en cascadas; el país ofrece opciones para ajustarse a gustos y preferencias independientemente del nivel de experiencia, las cuales son ilimitadas, sea en un encuentro con la naturaleza controlado o extremo.

Los destinos prioritarios del país son Ciudad de Guatemala, Sacatepéquez, Sololá, Alta Verapaz y Amatitlán.

Hoja 9. Diseño de material para Folleto Aventura. Sección sobre actividades de cuerdas, rapel y canopy. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 10. Diseño de material para Folleto Aventura. Parte 1, Sección sobre canopy, experiencia y principales sitios. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 11. Diseño de material para Folleto Aventura. Parte 2, Sección sobre canopy, experiencia y principales sitios. Dimensiones: 7 x 7 in.

CANOPY

Si deseas vivir una experiencia extrema y volar a través de copas de árboles, Guatemala tiene una amplia variedad de opciones y lugares para tener la experiencia de realizar canopy, donde tendrás diferentes vistas y paisajes, y podrás ver bosques nubosos, bosques tropicales, plantaciones de café, lagos y pueblos; además de contar con distancias de hasta 800mts de largo.

Podrás lanzarte al vacío para hacer correr la adrenalina en un instante y sentir la sensación de libertad en todo tu cuerpo

Los destinos con mayor demanda para realizar canopy son Ciudad de Guatemala, Sololá, Alta Verapaz, Jalapa, Sacatepéquez, Chimaltenango y Petén

Hoja 12. Diseño de material para Folleto Aventura. Parte 1, Sección sobre rafting: ríos, niveles de dificultad y seguridad. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 13. Diseño de material para Folleto Aventura. Parte 2, Sección sobre rafting: ríos, niveles de dificultad y seguridad. Dimensiones: 7 x 7 in.

Ríos en el corazón de la densa selva tropical, rodeados de comunidades mayas y el clima perfecto, se combinan para crear el lugar ideal para una increíble y única experiencia de rafting en Guatemala.



La amplia variedad de ríos hermosos y poderosos, impresionantes sitios arqueológicos naturales y riqueza cultural hacen del país el destino perfecto para un viaje de rafting en aguas claras. Los diversos ríos del país ofrecen rangos de dificultad de nivel 1 a 5.

Guatemala te ofrece la mejor opción para hacer tu aventura de rafting única. Puedes optar por realizar descensos fáciles, intermedios o avanzados, siempre rodeado por un hermoso entorno natural y la exquisita cultura maya.

Hoja 14. Diseño de material para Folleto Aventura. Parte 1, Sección sobre ciclismo de montaña, tipos de rutas y terrenos. Dimensiones: 7 x 7 in.

La variedad de alturas en una pequeña zona hace de Guatemala un paraíso para que practiques el ciclismo de montaña. Los volcanes hermosos, los valles extensos, las montañas formidables, la cultura local y los sitios históricos, harán el ajuste perfecto para que disfrutes de una aventura emocionante de ciclismo de montaña.

Guatemala es el destino perfecto para realizar ciclismo de montaña en las vacaciones. En distintas áreas del país podrás encontrar excelentes senderos para practicar este deporte. El área de montañas y junglas de la región de Guatemala están llenas de caminos para realizar "single track". Igualmente, existen una amplia variedad de caminos de terracería de baja afluencia vehicular, que se utiliza como "Jeep Trails".

Este es un deporte de aventura ideal para admirar la cultura y compartir con los mayas que se encuentran en áreas remotas. La variación de geomorfología, provee de vistas y paisajes espectaculares, por lo que te ofrece opciones para distintas preferencias y niveles de experiencia.

Guatemala ofrece lugares con interminables curvas para rutas técnicas de "single track", ascensos escarpados de montañas y volcanes para practicar "downhill", y hasta un simple paseo en terracería rodeado de jungla exuberante o un bosque frondoso, que te llevarán en busca de sitios históricos.

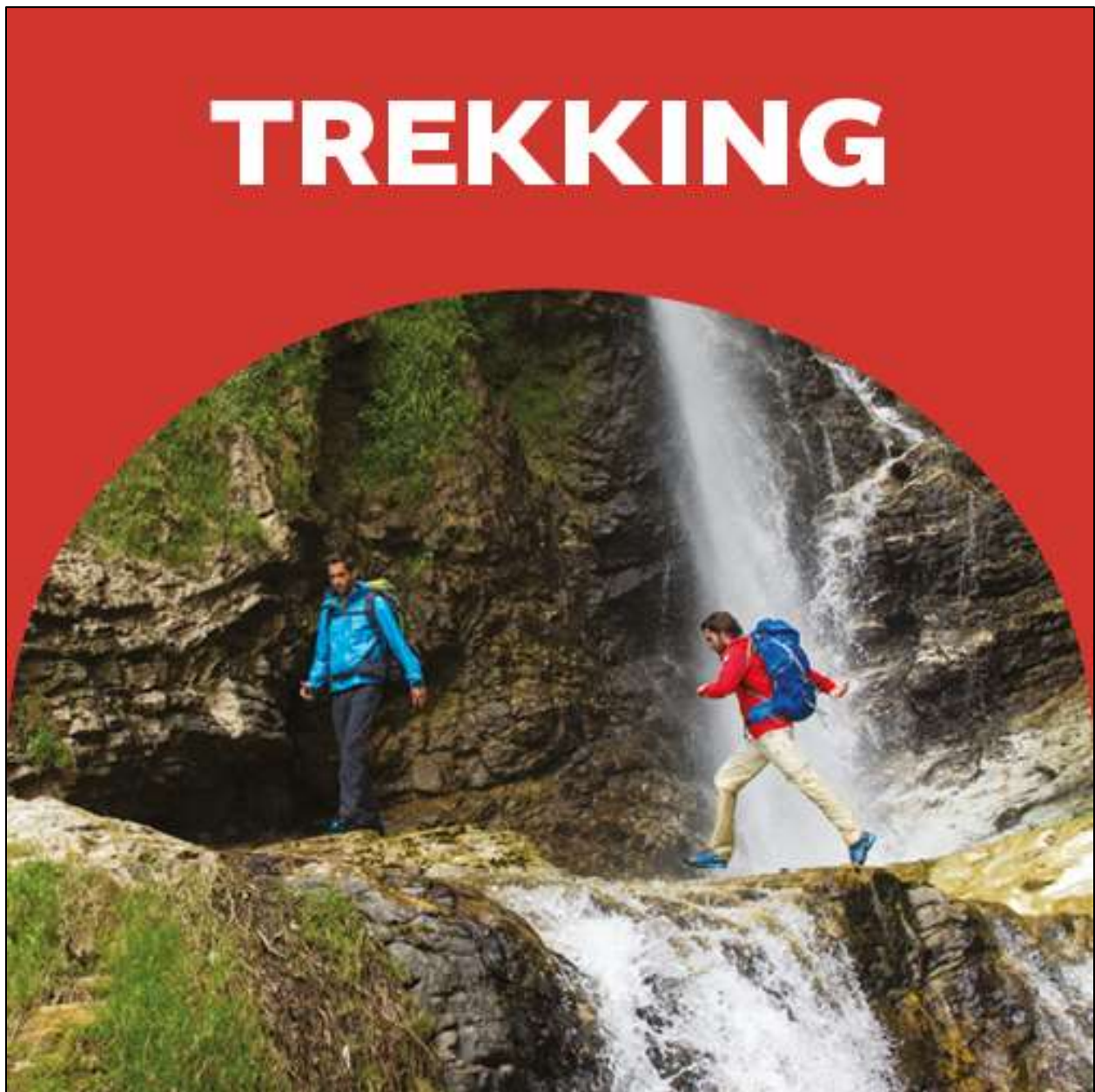
Si deseas un auténtico y desafiante camino para realizar ciclismo de montaña, Guatemala debe estar en tu lista de prioridad para aventura. Con variedad de opciones en casi todas las regiones del país, para los distintos niveles de demanda, gustos y preferencias, para los amantes del ciclismo de montaña, el país debe ser un destino para visitar.

Hoja 15. Diseño de material para Folleto Aventura. Parte 2, Sección sobre ciclismo de montaña, tipos de rutas y terrenos. Dimensiones: 7 x 7 in.



**CICLISMO DE
MONTAÑA**

Hoja 16. Diseño de material para Folleto Aventura. Sección sobre trekking: rutas prolongadas y retos (ej.: Maya Trek). Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 17. Diseño de material para Folleto Aventura. Rutas y experiencias de trekking con duración y puntos de interés. Dimensiones: 7 x 7 in.

Desde desafiantes escaladas de montañas, colinas y volcanes hasta extensas expediciones en junglas que te llevarán en busca de antiguas ciudades mayas. El país te brinda la oportunidad de contar con treks de hasta 10 días.

Una gran experiencia que podrás tener en Guatemala es el Maya Trek. La primera opción de Maya Trek, es El Mirador - Parque Nacional Río Azul, el viaje toma al menos 5 días y 4 noches, a través del boque del Corazón del Mundo Maya, en el cual tendrás la oportunidad de atravesar y visitar diversidad de sitios arqueológico, descubriendo la historia y orígenes de la gran civilización maya.

Otra ruta con alto desafío en el bosque lluvioso es el Maya Trek, el Zotz - Tikal, ofrecido por la Comunidad de El Cruce Dos Aguadas. La ruta atraviesa el sitio arqueológico El Zotz y termina en el Parque Nacional Tikal lo que toma 3 días y 2 noches.

Las opciones para realizar trekking en Guatemala son ilimitadas. Con estas rutas se adquiere la ventaja de alcanzar lugares inaccesibles para los turistas ordinarios. Tienes la oportunidad de tener contacto real con la cultura maya, maravillas en escenarios espectaculares y experimentar un contacto extremo con la naturaleza y la biodiversidad.

Hoja 18. Diseño de material para Folleto Aventura. Parte 1, Sección sobre caving, cuevas y formaciones geológicas. Dimensiones: 7 x 7 in.

Guatemala tiene un sistema de cuevas impresionantes rodeadas de exuberante bosque tropical e impresionantes túneles atravesados por ríos y cenotes de aguas azul turquesa donde podrás observar estalagmitas y estalactitas.

Las cuevas se forman por la disolución de agua en la piedra caliza. La extensión de fenómenos en Guatemala es de aproximadamente 15,000km², el más largo de Centro América.

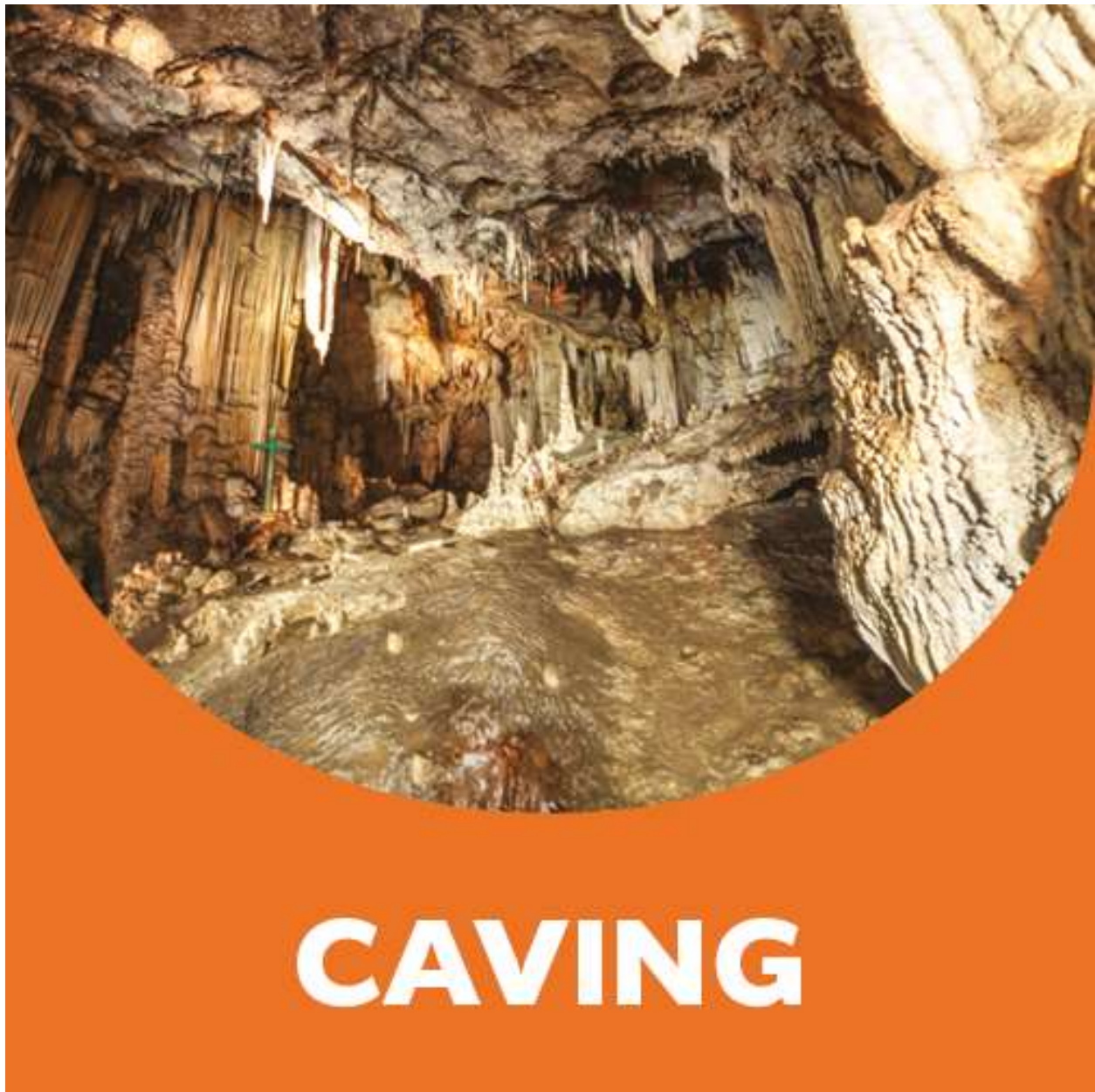
Las cuevas fueron consideradas como una entrada al inframundo de los mayas, por lo que algunas de ellas hoy en día funcionan como centros de ceremonias mayas, sin embargo, otras de ellas se utilizan como cueva sauna natural, de las cuales emana vapor desde las entrañas de la tierra

Guatemala tiene una variedad de cuevas en las que podrás tener una experiencia inolvidable, no solo por su belleza en las formaciones geológicas, sino por la jungla que las rodea.

Guatemala tiene una variedad de cuevas en las que podrás tener una experiencia inolvidable, no solo por su belleza en las formaciones geológicas, sino por la jungla que las rodea.



Hoja 19. Diseño de material para Folleto Aventura. Parte 2, Sección sobre caving, cuevas y formaciones geológicas. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 20. Diseño de material para Folleto Aventura. Parte 1, Sección sobre parapente: elevaciones, vistas y recomendaciones. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 21. Diseño de material para Folleto Aventura. Parte 2, Sección sobre parapente:
elevaciones, vistas y recomendaciones. Dimensiones: 7 x 7 in.

La velocidad del viento, las brisas y la belleza del paisaje son los elementos perfectos para realizar vuelo libre en parapente.

Vive la experiencia extrema en Guatemala iniciando a 900 metros y elevándote de 200 a 500 metros más durante el vuelo con una vista espectacular. Se recomienda realizarlo de diciembre a abril, el parapente se practica principalmente en Sololá sobre el lago de Atitlán. Atrévete a vivir una experiencia incomparable.

Atitlán es un sitio mágico lleno de energía y belleza natural. El lago está rodeado por tres volcanes y por montañas, si encuentras las perfectas condiciones podrás observar montañas de selva virgen y territorios por los que nunca ha estado un ser humano.



Hoja 22. Diseño de material para Folleto Aventura. Contraportada con información institucional y datos de contacto. Dimensiones: 7 x 7 in.



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO
7.3 avenida 1-17, Zona 4, Centro Cívico
Tel. (502) 2290-2800 Exts. 1021 y 1022
info-lobby@inguat.got.gt
segmentos@inguat.got.gt

   @visitguatemala_
www.visitguatemala.gt


Instituto Guatemalteco de Turismo

1500 
ASISTENCIA AL TURISTA
TOURIST ASSISTANCE
 **2290-2810**
 **5188-1819**

Ver documento completo:

<https://www.calameo.com/books/007302317d10f9a374424?authid=3jV2nEonE6pg>

Hoja 1: Diseño de material para Folleto Gastronomía. Portada para el folleto de gastronomía guatemalteca. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 2: Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Descripción de la herencia culinaria maya y española, utensilios prehispánicos y tradiciones en celebraciones. Dimensiones: 7 x 7 in.

GUATEMALA

Se caracteriza por poseer una gran variedad de naturaleza, también es un país megadiverso, con un clima privilegiado con 360 microclimas, tierra fértil donde se puede observar una variedad de especies de flora y fauna que nos permite disponer de una variedad de ingredientes utilizados en la preparación de diversos platillos, producto de la fusión de la gastronomía de origen Maya y española, lo que convierte al país en un destino de turismo gastronómico

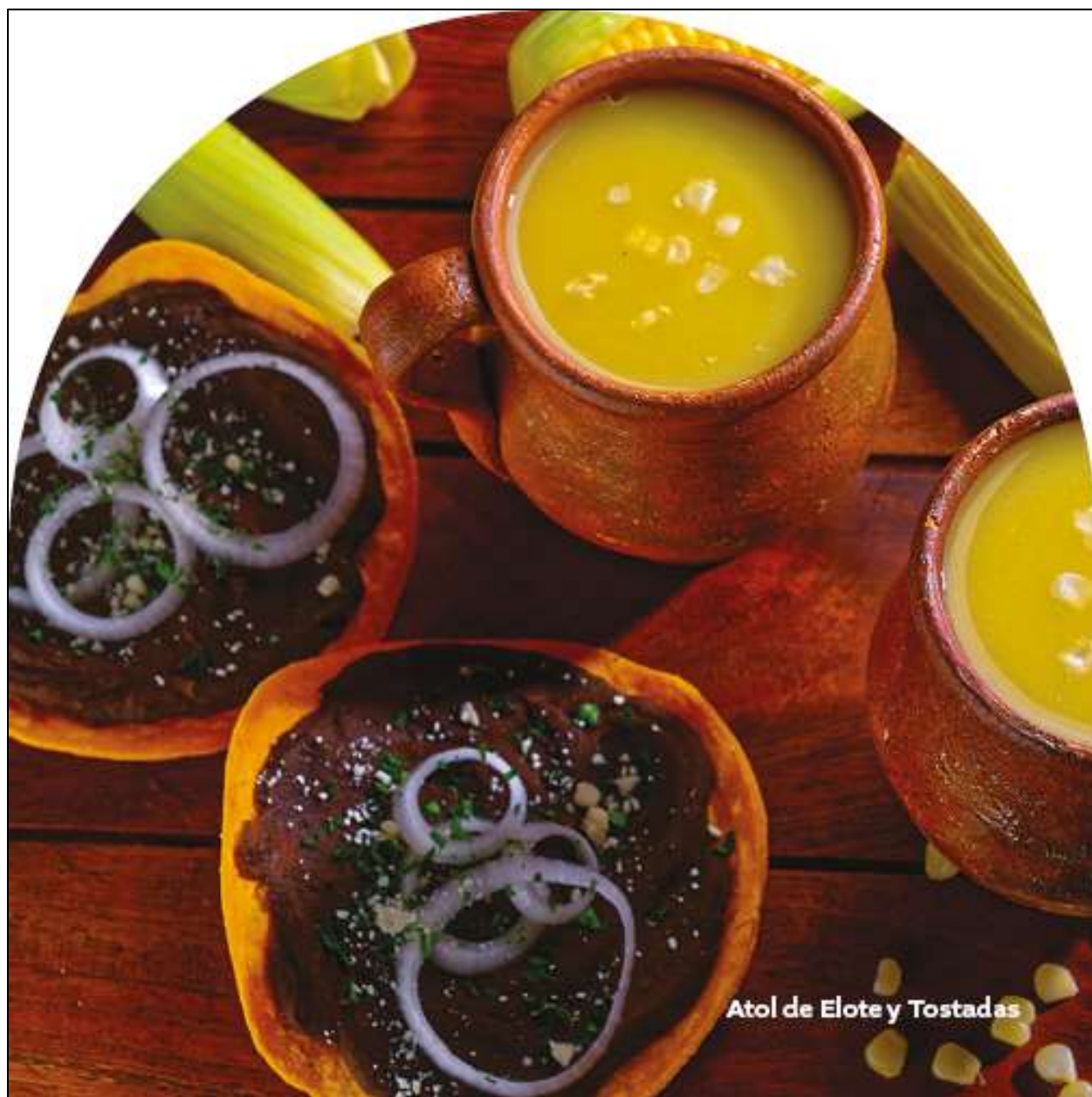


Chuchitos, arroz
y jocón

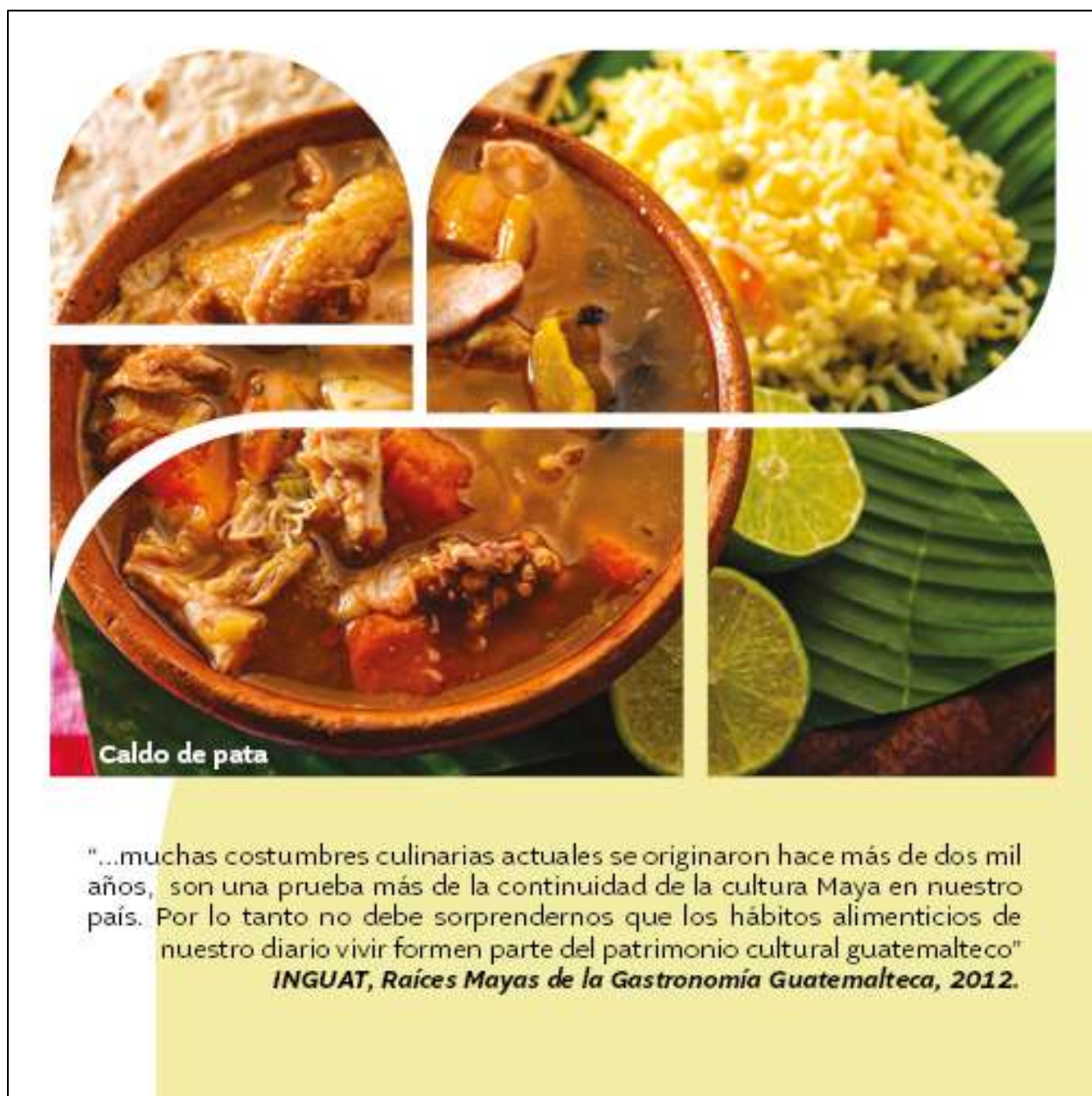


Proceso de café

Hoja 3: Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Descripción de la herencia culinaria maya y española, utensilios prehispánicos y tradiciones en celebraciones. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 4. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Descripción de la herencia culinaria, utensilios prehispánicos y tradiciones en celebraciones. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 5. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Descripción de la herencia culinaria, utensilios prehispánicos y tradiciones en celebraciones. Dimensiones: 7 x 7 in.



La cocina guatemalteca heredada de generación en generación es poseedora de una variada combinación de sabores, olores, colores y texturas.

Como parte de la cultura gastronómica de los guatemaltecos, la comida ocupa un lugar preponderante en actividades conmemorativas como el Fiambre en el Día de todos los Santos, ceremoniales como el Kak'ik, sin faltar la deliciosa bebida del cacao; religiosas como las torrijas y los refrescos de chinchivir en Semana Santa, festivas como los elotes asados y el atol de elote, entre otros.

Cabe mencionar que para la elaboración de la mayoría de los platillos regionales aún se usan utensilios de origen pre-hispánicos como la piedra de moler, mortero de piedra, cántaros, vasijas, comales y ollas de barro y jicaras.

Hoja 6. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Importancia del maíz en la cosmovisión maya y como base alimenticia. Dimensiones: 7 x 7 in.

"El maíz ha sido siempre uno de los elementos centrales en la cosmovisión Maya ya que es símbolo de la creación, del alimento, la vida y la continuidad del ser humano. Por lo tanto, constituye uno de los pilares de la religión Maya"
INGUAT, Raíces Mayas de la Gastronomía Guatemalteca, 2012.

Para muchos guatemaltecos, el maíz es la base de la preparación de alimentos tales como la tortilla, los tamales, los chuchitos, entre otros.



Hoja 7. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Importancia del maíz en la cosmovisión maya y como base alimenticia. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 8. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Reconocimientos internacionales de la gastronomía guatemalteca y experiencias turísticas. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 9. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Reconocimientos

internacionales de la gastronomía guatemalteca y experiencias turísticas. Dimensiones: 7 x 7 in.



Actualmente el producto gastronómico guatemalteco en las siete regiones turísticas a logrado reconocimientos internacionales, tal como la "denominación -de origen" para los rones y el café.

La mejor manera de conocer Guatemala y su gastronomía es adentrarse en sus siete regiones turísticas y experimentar recorridos como el tour del té chirripeco en Alta Verapaz, el tour de macadamia y el tour del chocolate en La Antigua Guatemala, el tour de la comida regional de Xela y el tour del mercado en La Antigua Guatemala.

La gastronomía guatemalteca se divide en siete regiones turísticas, que toman en cuenta las propias ferias y tradiciones de cada una de ellas que a su vez incluyen diferencias en los platillos y bebidas. Las siete regiones son:



Hoja 10. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Región Guatemala

Moderna y Colonial: platillos y festividades principales, incluyendo el fiambre. Dimensiones: 7 x 7 in.

Integrado por la ciudad de Guatemala y Sacatepéquez, incluyen platillos como tamales colorados y negros, Fiambre, tamalitos de chipilín, chuchitos, tostadas y atol de elote.

Adicionalmente, en las fiestas patronales se pueden degustar otros bocadillos como garnachas, churros, plataninas, algodón de azúcar y elote asado, además las famosas enchiladas, chiles rellenos, buñuelos y torrijas.

En el Día de Todos los Santos se tiene una comida única en el mundo, llamada Fiambre, que conlleva una preparación de dos a tres días, fue declarado Patrimonio Cultural Intangible de la Nación.



Hoja 11. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Región Guatemala

Moderna y Colonial: platillos y festividades principales, incluyendo el fiambre. Dimensiones: 7 x

7 in.



Hoja 12. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Región Altiplano Cultura Maya Viva: diversidad de platillos y embutidos artesanales. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 13. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Región Altiplano Cultura

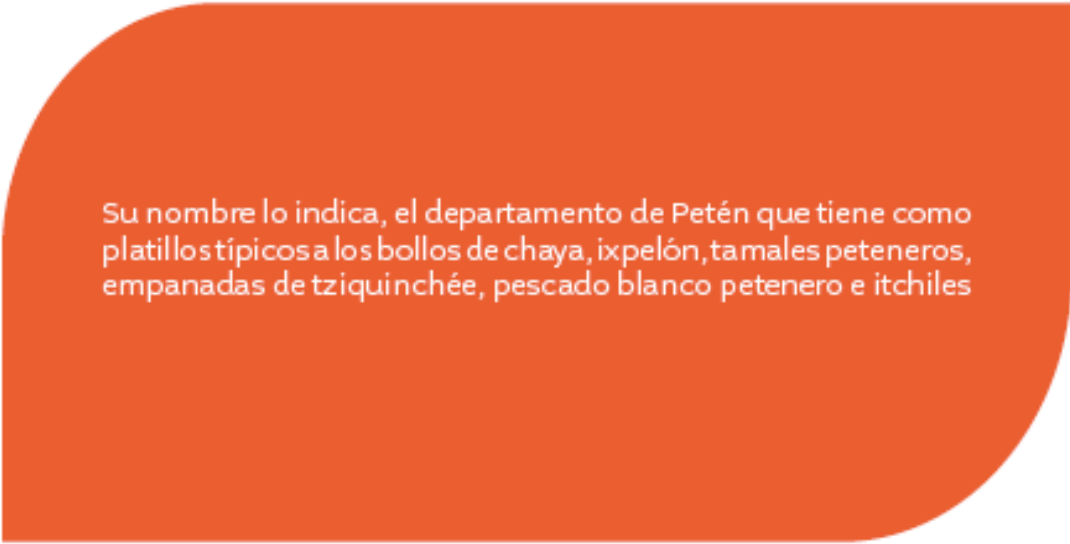
Maya Viva: diversidad de platillos y embutidos artesanales. Dimensiones: 7 x 7 in.

Incluye departamentos como Chimaltenango, Sololá, Quiché, Quetzaltenango, Totonicapán y Huehuetenango, los platillos más representativos son chilaquitas de güisquil, chojín, subanik, estofado con papas, berros al chirmol, revocado de cabeza de cerdo, boxboles, tamalitos blancos, enchiladas, pollo con pulique, pache de papa, tamales dulces, buñuelos, pepián de gallina, pollo en jocón, tamalitos de cambray, atol de masa, manita de marrano, en chirmol.



Esta región es rica en embutidos artesanales como las longanizas y chorizos, así como el queso chancol.

Hoja 14. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Región Petén Aventura en el Mundo Maya: comidas típicas como tamales peteneros y pescado blanco. Dimensiones: 7 x 7 in.



Su nombre lo indica, el departamento de Petén que tiene como platillos típicos a los bollos de chaya, ixpelón, tamales peteneros, empanadas de tziquinché, pescado blanco petenero e itchiles

Hoja 15. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Región Petén Aventura en el Mundo Maya: comidas típicas como tamales peteneros y pescado blanco. Dimensiones: 7 x 7 in.



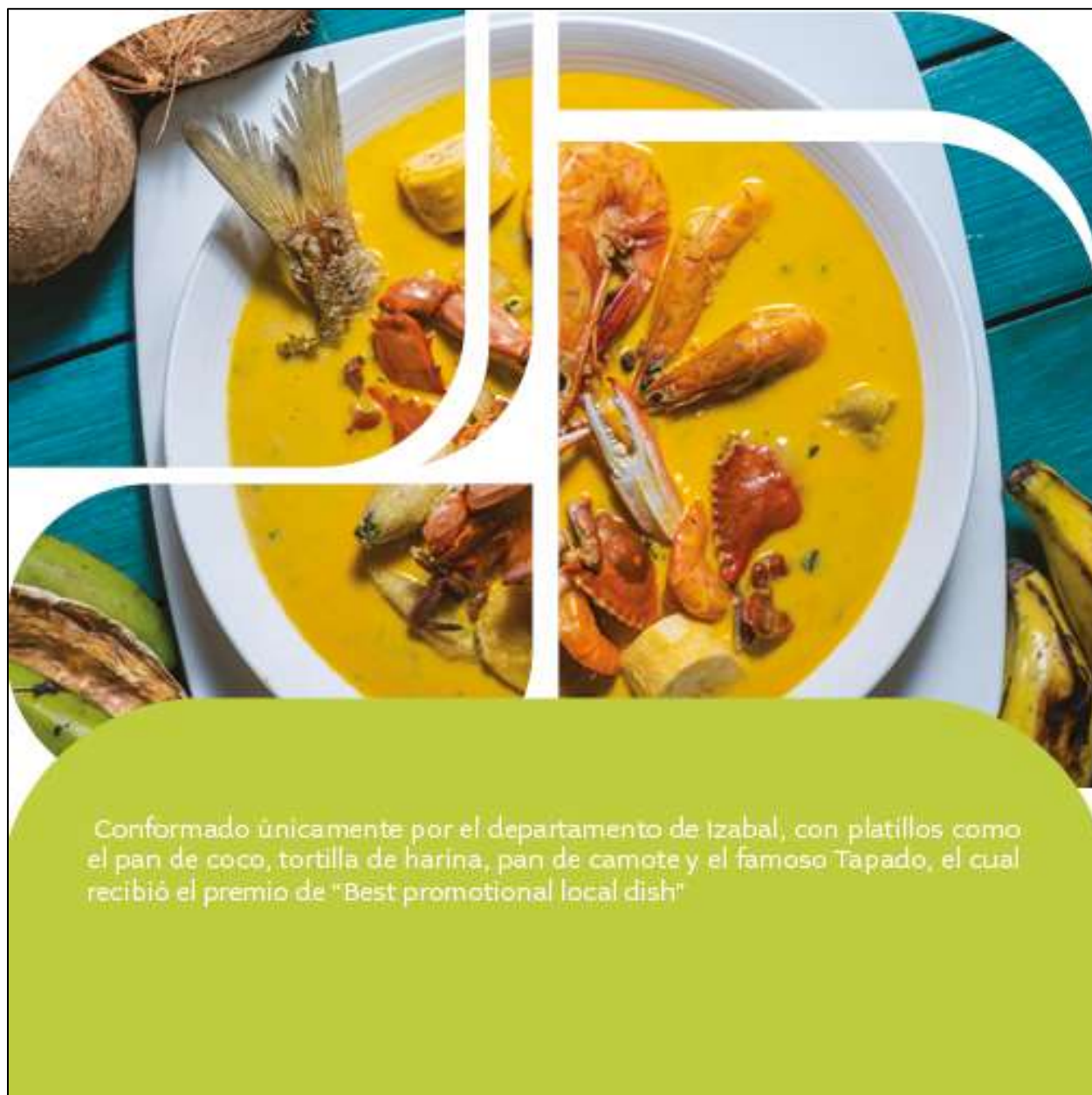
Hoja 16. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Región Izabal Caribe

Verde: platillos caribeños como el Tapado y pan de coco. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 17. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Región Izabal Caribe

Verde: platillos caribeños como el Tapado y pan de coco. Dimensiones: 7 x 7 in.



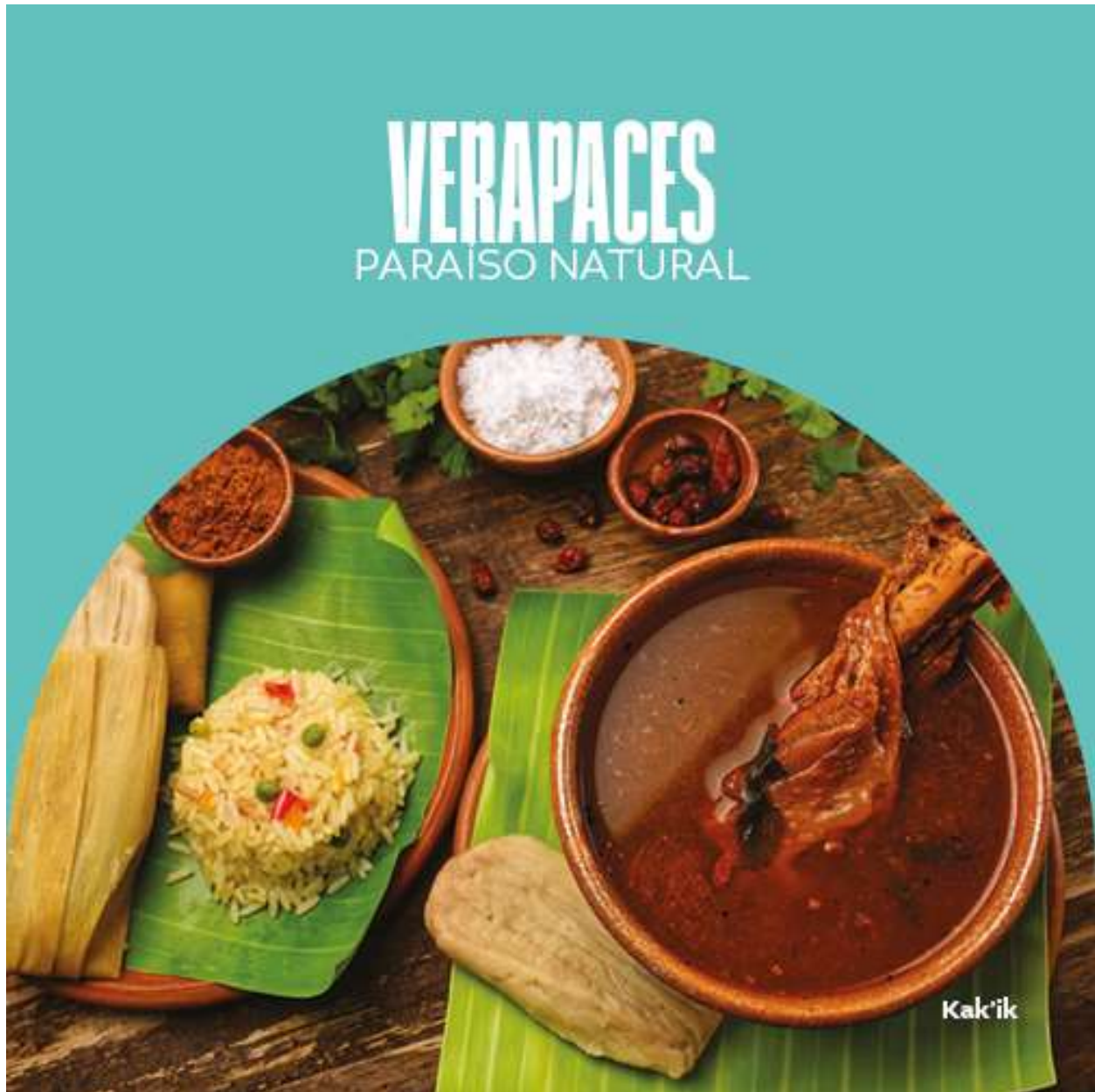
Hoja 18. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Región Verapaces

Paraíso Natural: platillos tradicionales como el Kak'ik y el tamal cobanero. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 19. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Región Verapaces

Paraíso Natural: platillos tradicionales como el Kak'ik y el tamal cobanero. Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 20. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Región Oriente Mítico y Natural: comidas típicas como empanadas, rosquillas e iguana en iguashte. Dimensiones: 7 x 7 in.



ORIENTE
MÍTICO Y NATURAL

Hoja 21. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Región Oriente Mítico y Natural: comidas típicas como empanadas, rosquillas e iguana en iguashte. Dimensiones: 7 x 7 in.

Integrado por los departamentos de Zacapa, El Progreso, Chiquimula, Jutiapa y Jalapa con sus platillos representativos de empanadas, rosquillas, pan de yemas, iguana en iguashte, flor de izote, estofado de gallina, pan de maíz, salporas, arroz con costilla, empanadas de loroco con requesón, shepes, yuca con chicharrón, estofado de marrano, gallina en crema, pulique de espinazo y quesadillas.



Hoja 22. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Región Pacífico Exótico y Diverso: platillos marinos y preparaciones como caldo de mariscos y plátanos en mole.

Dimensiones: 7 x 7 in.

Incluye los departamentos de Escuintla, Suchitepéquez, Retalhuleu, Santa Rosa y San Marcos presentan los platillos: caldo de mariscos, chiles rellenos, caldo de pata, camarones con chipilín, carne en miltomate, chancletas de güisquil, carne en amarillo, chanfaina y tamalitos de elote, habas verdes, mole de plátano, mole de pavo, salpicón y chojín bataneco.

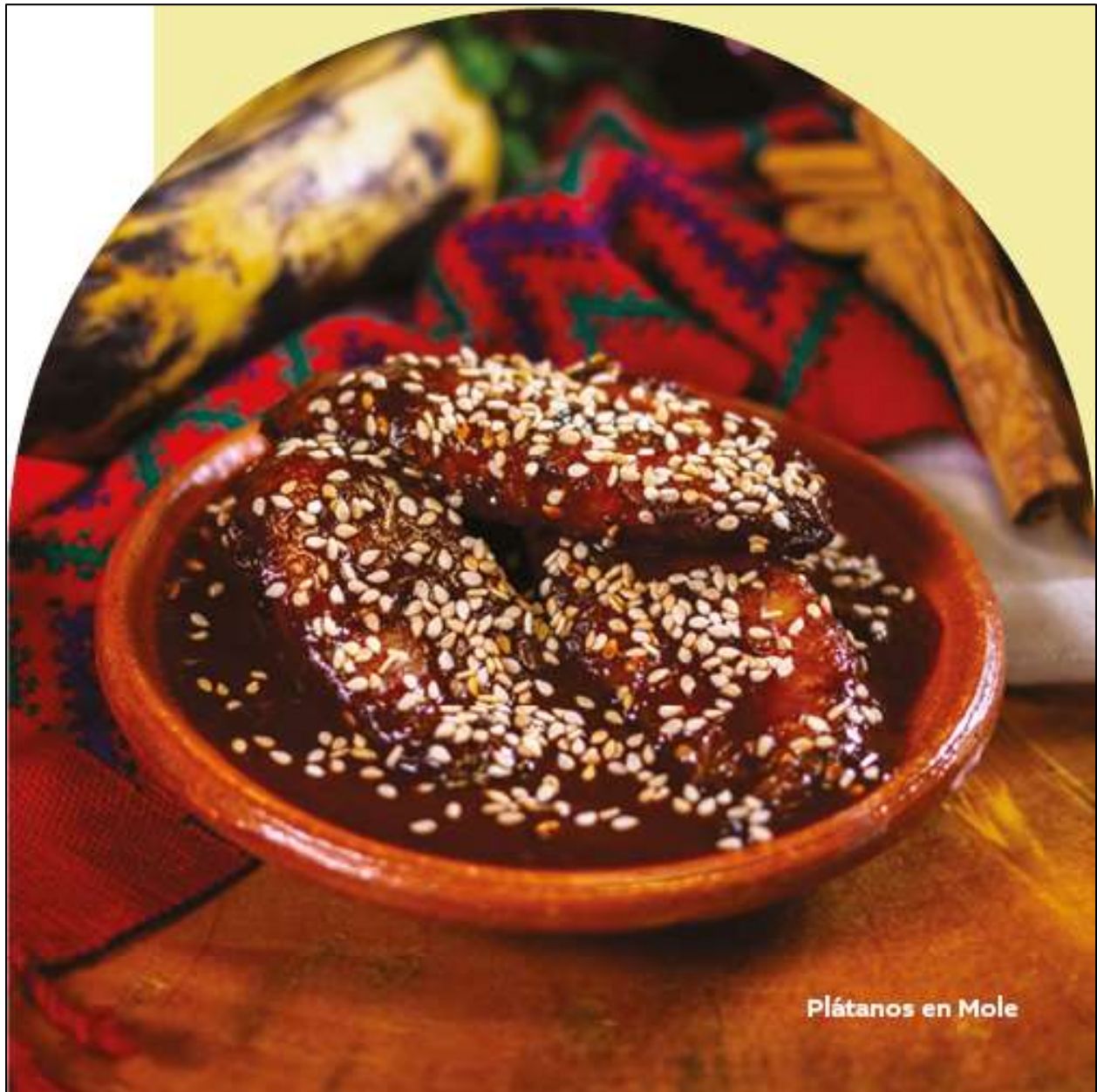


Hoja 23. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Región Pacífico Exótico y Diverso: platillos marinos y preparaciones como caldo de mariscos y plátanos en mole.

Dimensiones: 7 x 7 in.



Hoja 24. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 1, Declaración de 13 platillos como Patrimonio Cultural Intangible. Dimensiones: 7 x 7 in.




Hoja 25. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Parte 2, Declaración de 13 platillos como Patrimonio Cultural Intangible. Dimensiones: 7 x 7 in.






En Guatemala actualmente existen 13 platillos que han sido declarados Patrimonio Cultural Intangible de la Nación: El pepián, el jocón, el Kak'ik, los plátanos en mole, el pinol, el fiambre, el chocolate de Mixco, el chojín bataneco, los tamales, los recados, los atoles y bebidas típicas, los dulces típicos y las comidas tradicionales de Pueblos Mayas.







Hoja 26. Diseño de material para Folleto Gastronomía. Contraportada y datos de contacto de INGUAT.



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO
7.ª avenida 1-17, zona 4, Centro Cívico
Tel. (502) 2290-2800 Exts. 1021 y 1022
info-lobby@inguat.got.gt
segmentos@inguat.got.gt

   @visitguatemala_
www.visitguatemala.gt


Instituto Guatemalteco de Turismo

1500 
ASISTENCIA AL TURISTA
TOURIST ASSISTANCE
 2290-2810
 5188-1819

Ver documento completo:

<https://www.calameo.com/books/0073023173d08d70200ef?authid=Ca7WpCVKAZxQ>

Capítulo VIII: Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño de tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Guatemala, Guatemala., 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 ella 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 para utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a nueve (9) 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 16 personas divididas en tres grupos:

Clientes:

Andrea Alexandra Tun Rodríguez.

Andrea Sandoval

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y el diseño editorial.

Licenciado Rolando Barahona Cifuentes

Licenciado Carlos Jiménez

Licenciada Silvia Sánchez Rosales

Licenciado William Monterroso

Licenciada Lupita Dardón

Grupo objetivo: Turistas nacionales e internacionales.

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



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input type="text"/>
Edad	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Guatemala, Guatemala.

Antecedentes

El Instituto Guatemalteco de Turismo fue creado como una entidad estatal descentralizada, con personalidad jurídica y patrimonio propio el 6 de octubre de 1967, según Decreto 1701 del Congreso de la República publicado en el Diario Oficial.

Al visitar el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- se pudo observar que no cuenta con tres folletos impresos para anunciar el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala dirigido a los turistas nacionales e internacionales.

Por lo que se planteó el objetivo de diseñar tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales el turismo gastronómico, el turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-.

Instrucciones

Con base a lo anterior, observe la propuesta de los tres folletos 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 tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala?

Si ____ No ____

2. ¿Considera importante investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de folletos impresos para la producción de los tres folletos orientados al turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo?

Si ____ No ____

3. ¿Considera adecuado recopilar los datos necesarios del Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT– a través de su sitio web oficial, documentos institucionales y material estadístico para utilizar la información más completa y renovada en la investigación?

Si ____ No ____

4. ¿Considera que diagramar, bocetar y digitalizar las piezas gráficas ayuda a comunicar mejor los servicios del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-?

Si ____ No ____

Parte Semiológica:

5. ¿Considera que el uso de los colores corporativos de la organización en el material digital es adecuado para transmitir la identidad del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-?

Muy adecuada ____ Poco adecuada ____ Nada adecuada ____

6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada a un grupo objetivo de mujeres y hombres, de 30 a 40 años, con gustos por la naturaleza, la cultura y el descubrimiento de nuevas experiencias a través del viaje y tendencias a viajar en pareja o en grupos?

Muy adecuada ____ Poco adecuada ____ Nada adecuada ____

7. ¿Los personajes, diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles con relación a los temas abordados?

Muy comprensibles ____ Poco comprensibles ____ Nada comprensibles ____

Parte Operativa:

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de los tres folletos de turismo gastronómico, de aventura y aviturismo es de forma:

Muy legible ___ Poco legible ___ Nada legible ___

9. ¿Considera visibles y de tamaño adecuado las fotografías e ilustraciones utilizadas en la propuesta gráfica para representar el turismo gastronómico, de aventura y aviturismo?

Muy visible ___ Poco visible ___ Nada visible ___

10. Según su criterio, ¿el tamaño físico de 7 x 7 pulgadas de la propuesta es ideal para ser transportado fácilmente por los turistas?

Si ___ No ___

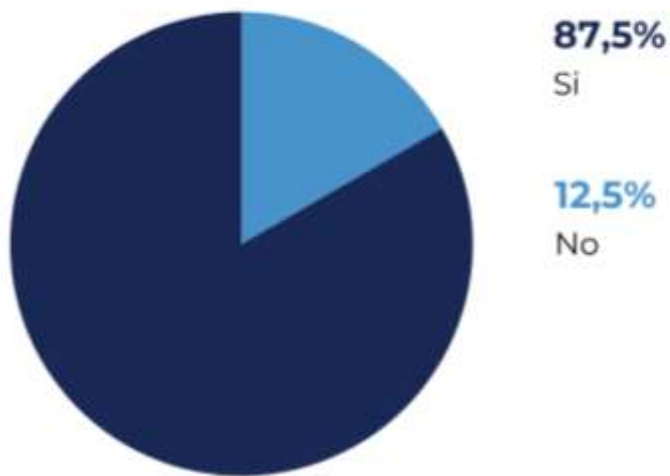
De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Resultados e interpretación de resultados

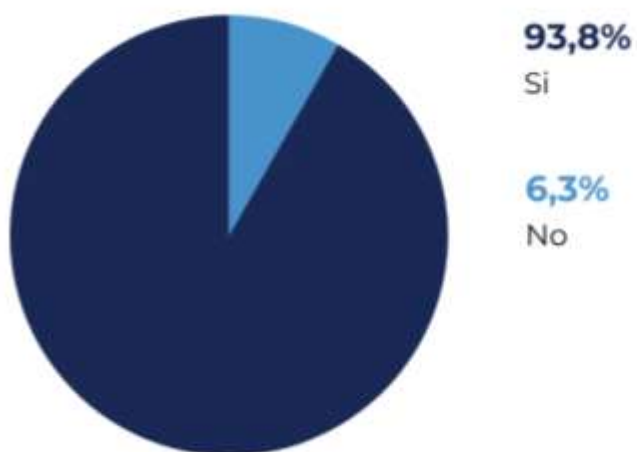
Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala?



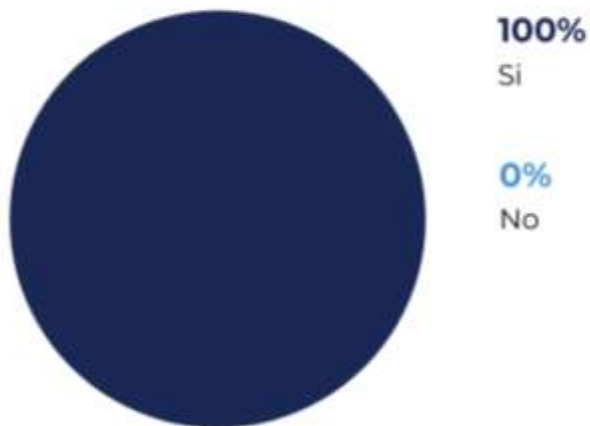
El 87.5% de los encuestados indicaron que es necesario diseñar tres folletos impresos para anunciar estas modalidades turísticas, mientras que un 12.5% opinó lo contrario. Por consiguiente, esto demuestra que existe una clara aceptación y necesidad del material, aunque una minoría considera que podría no ser indispensable.

2. ¿Considera importante investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de folletos impresos para la producción de los tres folletos orientados al turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo?



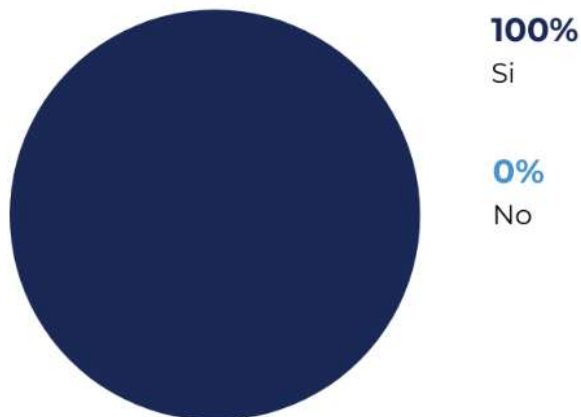
El 93.8% de los encuestados señalaron que es importante realizar investigación bibliográfica y web para la producción de los folletos, mientras que solo el 6.3% indicó lo contrario. Por consiguiente, esto demuestra la relevancia de basar la propuesta en fuentes confiables que respalden la calidad del diseño y contenido.

3. ¿Considera adecuado recopilar los datos necesarios del Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT– a través de su sitio web oficial, documentos institucionales y material estadístico para utilizar la información más completa y renovada en la investigación?



El 100% de los encuestados consideraron adecuado recopilar la información directamente del INGUAT mediante fuentes oficiales. No hubo respuestas negativas a esta pregunta. Por consiguiente, esto demuestra unanimidad en la necesidad de utilizar información institucional confiable y actualizada.

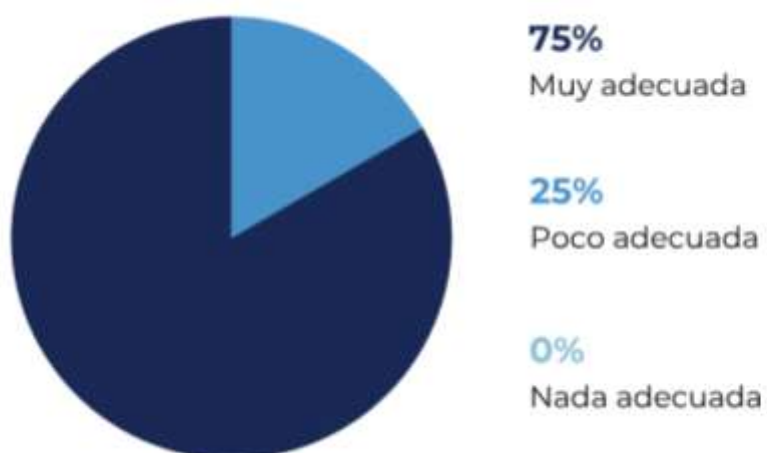
4. ¿Considera que diagramar, bocetar y digitalizar las piezas gráficas ayuda a comunicar mejor los servicios del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-?



El 100% de los encuestados afirmaron que diagramar, bocetar y digitalizar las piezas gráficas ayuda a comunicar mejor los servicios del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. No se registraron respuestas negativas. Por consiguiente, esto demuestra que la inclusión de elementos gráficos visuales es fundamental para la comprensión del material.

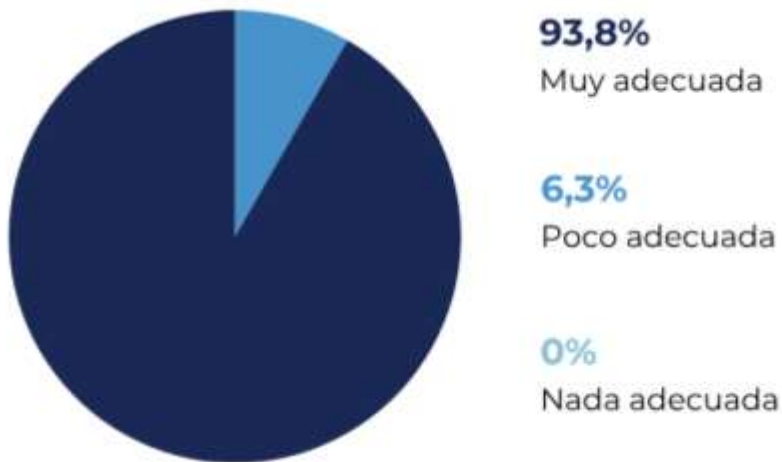
Parte Semiológica

5. ¿Considera que el uso de los colores corporativos de la organización en el material digital es adecuado para transmitir la identidad del INGUAT?



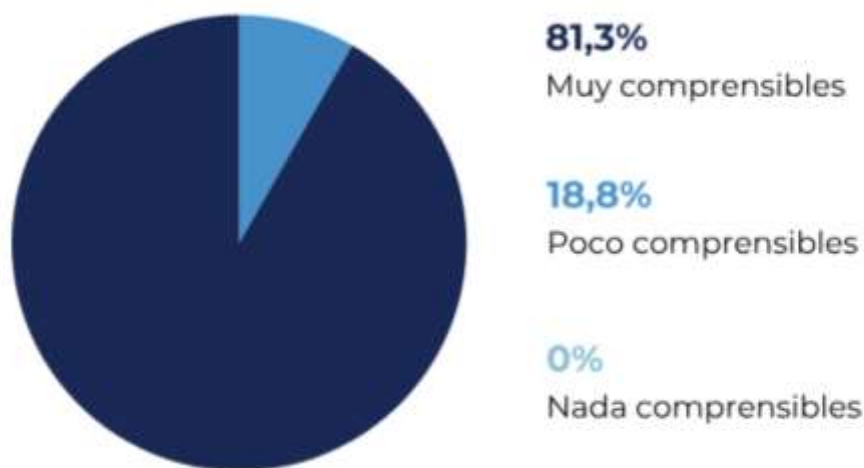
El 75% de los encuestados indicaron que el uso de colores corporativos es muy adecuado para transmitir la identidad del INGUAT, mientras que un 25% lo consideró poco adecuado. Por consiguiente, esto demuestra que los colores seleccionados refuerzan la identidad institucional, aunque algunos participantes consideran que podría mejorarse su aplicación.

6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada a un grupo objetivo de mujeres y hombres, de 30 a 40 años, con gustos por la naturaleza, la cultura y el descubrimiento de nuevas experiencias a través del viaje y tendencias a viajar en pareja o en grupos?



El 93.8% de los encuestados consideraron que la tipografía es adecuada para el grupo objetivo, mientras que un 6.3% opinó que no lo es. Por consiguiente, esto demuestra que la tipografía seleccionada es en general apropiada, aunque se debe revisar que no pierda legibilidad en ciertos contextos.

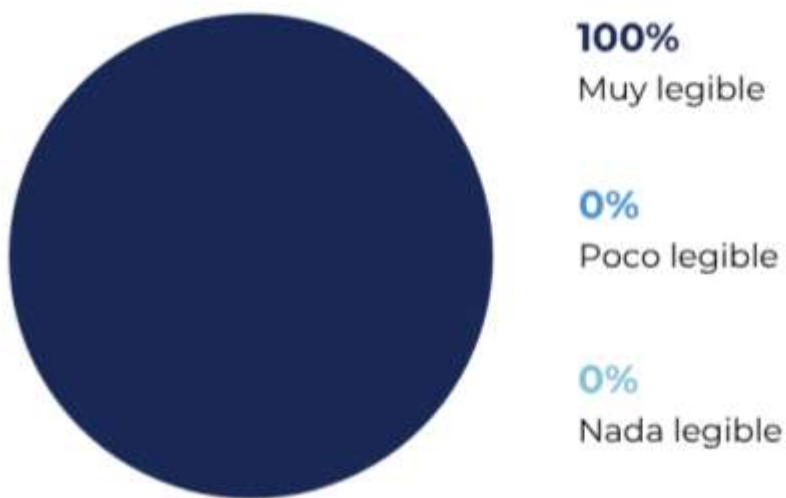
7. ¿Los personajes, diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles con relación a los temas abordados?



El 81.3% de los encuestados afirmaron que los elementos gráficos son muy comprensibles, mientras que un 18.8% los consideró poco comprensibles. Por consiguiente, esto demuestra que la propuesta logra transmitir adecuadamente los temas, aunque convendría reforzar algunos aspectos visuales para garantizar la comprensión total.

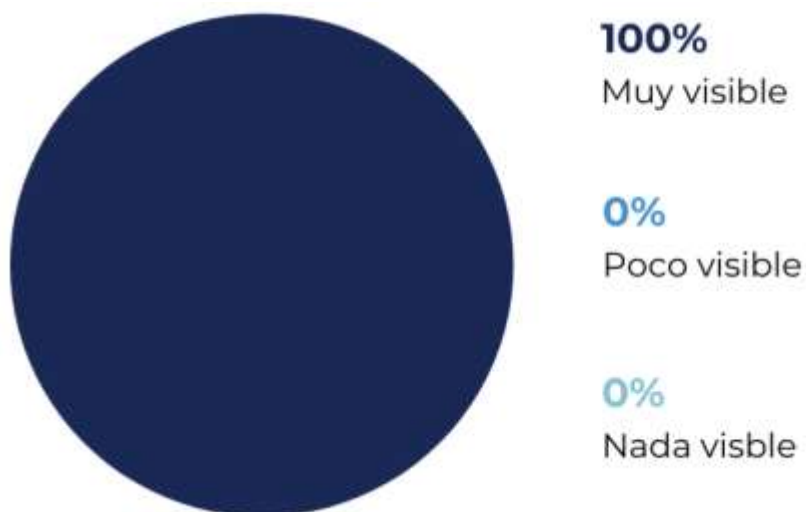
Parte Operativa

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de los tres folletos de turismo gastronómico, de aventura y aviturismo es de forma:



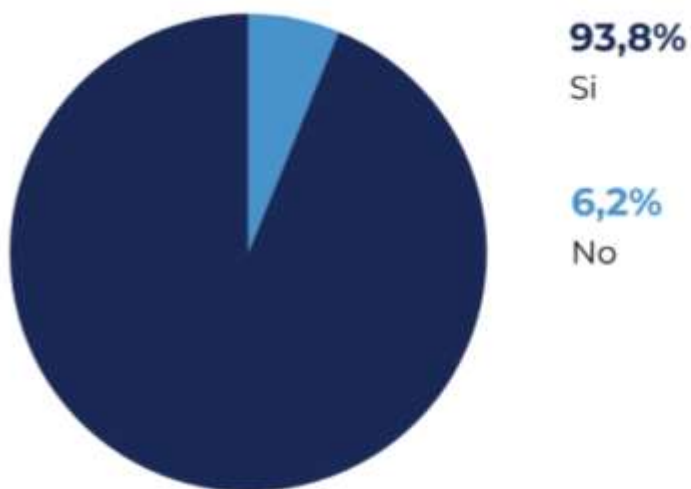
El 100% de los encuestados calificaron la tipografía como muy legible, sin respuestas negativas. Por consiguiente, esto demuestra que la selección tipográfica garantiza una correcta lectura y comprensión de los folletos.

9. ¿Considera visibles y de tamaño adecuado las fotografías e ilustraciones utilizadas en la propuesta gráfica para representar el turismo gastronómico, de aventura y aviturismo?



El 100% de los encuestados consideraron que las fotografías e ilustraciones son muy visibles y de tamaño adecuado. No hubo respuestas negativas. Por consiguiente, esto demuestra que el material gráfico cumple con los criterios de calidad y visibilidad requeridos.

10. Según su criterio, ¿el tamaño físico de 7 x 7 pulgadas de la propuesta es ideal para ser transportado fácilmente por los turistas?



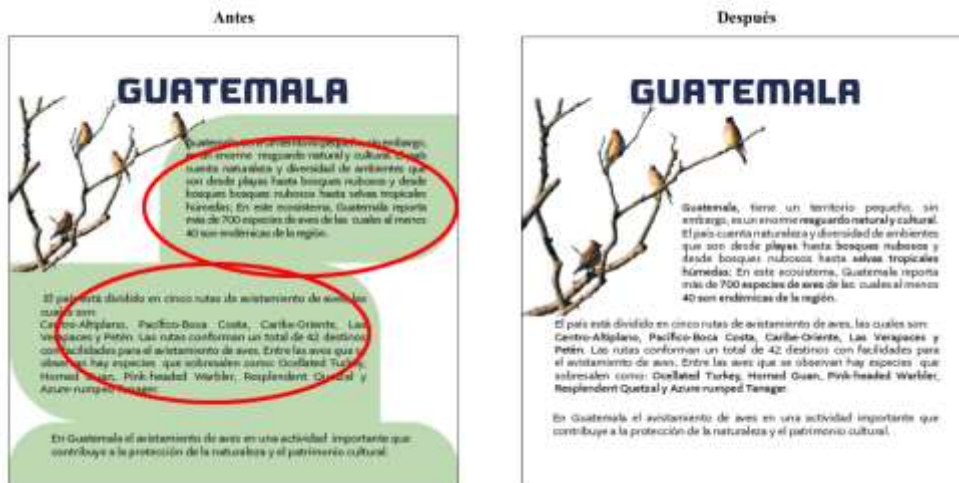
El 93.8% de los encuestados consideraron que el tamaño físico de 7 x 7 pulgadas es ideal para transportar el folleto, mientras que un 6.2% opinó lo contrario. Por consiguiente, esto demuestra que el formato es práctico y funcional para los turistas, aunque una minoría cree que podría ajustarse.

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 contraste y la posición de las imágenes que no están al ras del borde, ya que dejan un espacio en blanco visible con fondo oscuro.
- Es necesario cambiar la distribución de los textos dentro de las manchas de color, ajustando los márgenes internos para mantener proporciones simétricas y uniformes entre párrafos y bloques de texto. Además, se deben equilibrar los espacios para evitar que algunos queden muy pegados y otros demasiado separados en formato de columnas o cuadros de texto.
- Es necesario cambiar la visibilidad de los nombres y ubicaciones en las fotografías, agregando sombras o contornos para mejorar su contraste con el fondo.
- También se debe cambiar la ubicación de los textos que indican las ubicaciones, colocándolos más hacia la orilla de las imágenes para mantener coherencia y equilibrio en la composición.
- Además, cambiar la alineación de los textos descriptivos en las secciones de aves, centrando los bloques para mantener una composición visual armónica.
- Es necesario cambiar las fotografías de máscaras de recorte por fondo transparente por una composición más limpia y coherente.
- Por último, cambiar la selección de imágenes, priorizando fotografías más impactantes que ocupen páginas completas para reforzar el atractivo visual del folleto.

Folleto Aviturismo. Página 2



Justificación: se eliminaron los bloques de colores detrás de los textos y se agrandó la fotografía para mejorar la claridad y jerarquía visual. Este cambio se fundamenta en la semiología priorizando un orden cómodo para la lectura.

Folleto Aviturismo. Página 3



Justificación: Se eliminaron los bloques colores detrás de los textos y se colocó la información en dos columnas para ser más cómoda al lector. Además, se realizó un nuevo mapa con mayor calidad y se resaltaron ciertas palabras claves.

Folleto Aviturismo. Página 5.



Justificación: Se eliminaron las máscaras de recorte de las fotografías dejándolas en forma rectangular y el fondo de color verde, dejando este en blanco. Además, se dividió la información en dos párrafos divididos en información clave resaltada, como los dígitos de números de grupos sociolingüísticos para su fácil comprensión.

Folleto Aviturismo. Página 6.



Justificación: Se colocó la información en dos columnas para su fácil y menos pesada lectura. Además, se resaltaron ciertas palabras clave.

Folleto Aviturismo. Página 8



Justificación: En todas las portadas de subtema se editó la imagen para que en la parte donde se llevaría el texto este fuera más fácil de leer sin ningún ruido en el fondo. Además, se movió el nombre del lugar más cerca de la esquina y se agregó el logo de la UNESCO a las portadas que tuvieran un patrimonio nacional.

Folleto Aviturismo. Página 9.



Justificación: En todas las páginas de información se editaron las imágenes para que en la parte donde se llevaría el texto este fuera más fácil de leer sin ningún ruido en el fondo. Además, se quitaron las máscaras de recorte y se colocaron las fotografías en forma rectangular.

Folleto Aviturismo. Página 23.



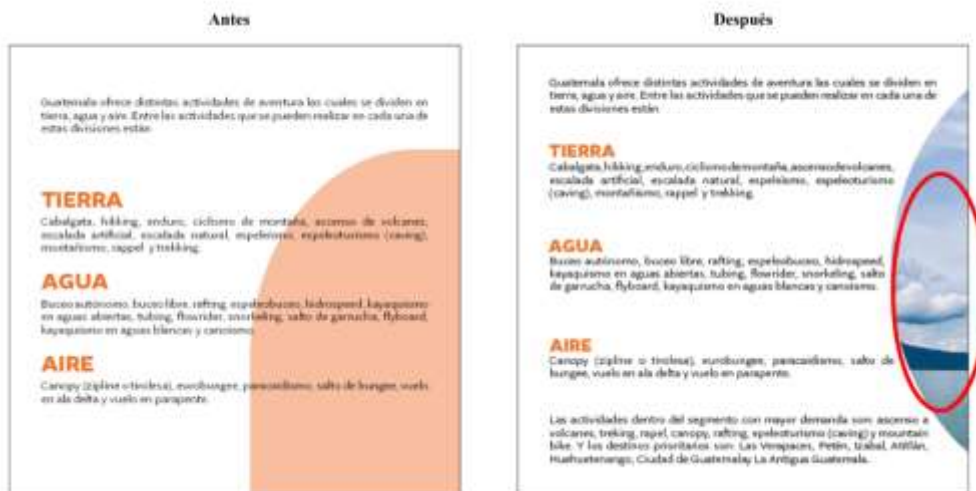
Justificación: Se colocó la información en número 2 y se eliminó el cuadro de recomendaciones para colocar el texto únicamente. El título de cada subtítulo fue cambiado de color para separar la información de su respectivo título.

Folleto Aventura. Página 2



Justificación: Se eliminaron las esquinas redondeadas de la fotografía para mantener un corte limpio en toda la pantalla. Además, se agregó la ubicación de la foto en la esquina izquierda inferior para evitar confusión al lector.

Folleto Aventura. Página 4.



Justificación: Se cambió el tamaño de los subtítulos y se agregó toda la información de este segmento a esta foto. Además, se eliminó el cuadro del fondo y se agregó parte de la fotografía de la siguiente página para crear una conexión entre estas.

Folleto Aventura. Página 5



Justificación: Se eliminaron las máscaras de recorte y se dejó una sola fotografía en página completa conectando esta con la página anterior, creando una conexión entre estas.

Además, se agregó la ubicación de la fotografía para no crear confusión.

Folleto Aventura. Página 7.



Justificación: Se eliminó el cuadro rojo de fondo y se cambió la información a dos columnas. Además, se agregó una fotografía con fondo transparente para no crear espacios blancos.

Folleto Aventura. Página 8.



Justificación: Se eliminó la figura naranja y se colocó la información en dos columnas. Asimismo, se cambió el tamaño del subtítulo y el formato de la información introductoria al tema. Además, se agregó una fotografía con fondo transparente para no crear espacios blancos.

Folleto Aventura. Página 10



Justificación: Se eliminó la forma naranja de fondo y las fotografías en máscara de recorte. Se escogió una de las fotografías para dejarla en página completa.

Folleto Aventura. Página 10



Justificación: Se cambió el tamaño del subtítulo y se formuló toda la información en una sola columna. Además, se hizo una conexión con la fotografía de la página anterior para crear continuidad y se colocó otra fotografía en máscara de recorte circular al final de esta primera fotografía.

Folleto Aventura. Página 13.



Justificación: Se eliminó la forma de color rojo de fondo y se colocó la información en dos columnas. Además, se utilizó la fotografía anteriormente utilizada con fondo transparente para no crear espacios blancos.

Folleto Aventura. Página 14



Justificación: Se eliminó la forma naranja de fondo y se colocó la información en dos columnas para facilidad de comprensión y lectura.

Folleto Aventura. Página 17



Justificación: Se eliminó la forma de color rojo de fondo y se colocó la información en dos columnas para mejor lectura. Además, se agregó una fotografía con fondo transparente para no crear espacios blancos.

Folleto Aventura. Página 18.



Justificación: Se eliminó la forma de color naranja y la fotografía con máscara de recorte circular. Además, se colocó la información en dos columnas para mejor comprensión y se agregó una fotografía con fondo transparente para no crear espacios blancos.

Folleto Aventura. Página 21.



Justificación: Se eliminaron las formas de colores de fondo y las fotografías con máscara de recorte. Se colocó la información en dos columnas para mayor orden y mejor comprensión. Además, se utilizó una fotografía anteriormente utilizada con fondo transparente para no crear espacios blancos.

Folleto Aventura. Página 22



Justificación: En todas las contraportadas de los tres folletos se eliminaron las esquinas de máscara de recorte para un corte más limpio en la fotografía. Además, se colocaron los logos en un tamaño más pequeño.

Folleto Gastronomía. Página 4



Justificación: se eliminó la máscara de recorte y se utilizó la fotografía con fondo transparente con sombra colocándola en la esquina superior izquierda y se colocó el nombre del plato al lado para mejor presentación. Se colocó la información en el espacio de la forma de fondo.

Folleto Gastronomía. Página 5



Justificación: Se eliminó la máscara de recorte de forma circular y se editó esta fotografía para crear dos segmentos de fondo transparente, utilizando la forma del plato con sombra paralela para una mejor presentación.

Folleto Gastronomía. Página 10.



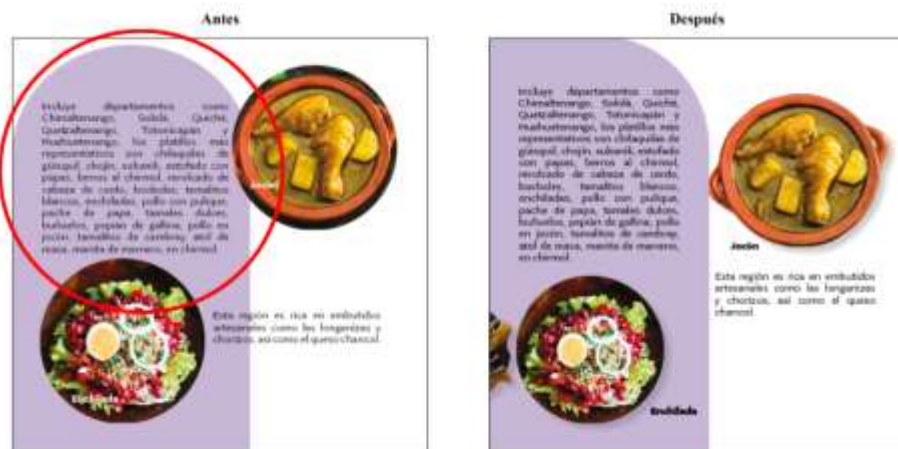
Justificación: Se eliminó la forma amarilla y se creó una en la siguiente página con una pequeña conexión con esta para mayor nitidez. Asimismo, se eliminó la máscara de recorte de la fotografía y se editó de forma que se enfocara únicamente en el plato, con sombra paralela y su nombre al lado. Además, se diagramó la información en dos columnas para mejor comprensión.

Folleto Gastronomía. Página 11.



Justificación: Se eliminó la máscara de recorte de todas las portadas de cada región, creando un fondo transparente a sus respectivas fotografías, se colocó una sombra paralela y el nombre del plato al lado para mejor presentación.

Folleto Gastronomía. Página 13.



Justificación: Se editó el elemento de fondo uniéndolo a la anterior página para mayor nitidez. Se editó el tamaño de los cuadros de texto para mejor lectura y se eliminó el fondo de una de las fotografías, agregando una sombra paralela a ambas y el nombre de los platos.

Folleto Gastronomía. Página 14.



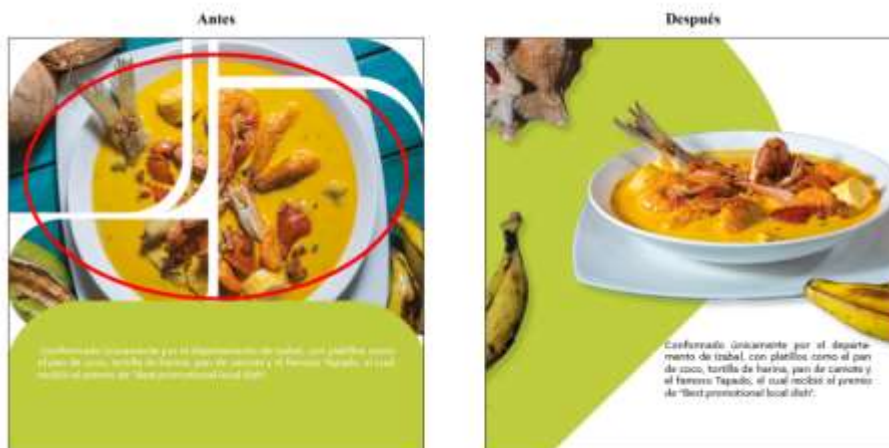
Justificación: Se eliminó la forma naranja de fondo y el texto de la información. Se creó una conexión entre ambas páginas con la fotografía, que anteriormente se utilizó como portada de la región, y se editó para crearle fondo transparente. Además, se agregó el nombre del plato a un lado de este.

Folleto Gastronomía. Página 15.



Justificación: Se creó una conexión entre ambas páginas con la fotografía, que anteriormente se utilizó como portada de la región, y se editó para crearle fondo transparente. Se agregó la información en esta página.

Folleto Gastronomía. Página 17.



Justificación: Se eliminó la máscara de recorte y la forma enfrente de este. Se agregó una nueva forma de fondo conectada con la portada de la región para mejor nitidez. Además, se agregó una fotografía con fondo transparente y sombra paralela para una mejor presentación. Además, se diagramó la información en un cuadro de texto debajo de este.

Folleto Gastronomía. Página 18.



Justificación: Se cambió la figura de la máscara de recorte a un círculo y se hizo una conexión con la fotografía de la portada. Asimismo, se hizo una conexión con la figura de fondo a la de la página siguiente para una mejor presentación.

Folleto Gastronomía. Página 21.



Justificación: Se hizo la figura de fondo un poco más pequeña haciendo una conexión con la página anterior. Se eliminó la máscara de recorte y se creó un fondo transparente de esta fotografía, colocando una sombra paralela y el nombre del platillo a un lado. Además, se hizo el cuadro de texto más largo para utilizar mayor espacio de la página y evitar espacios blancos.

Folleto Gastronomía. Página 23.



Justificación: Se eliminaron las máscaras de recorte, creando un fondo transparente con su respectiva sombra paralela y el nombre del platillo para una mejor presentación. Además, se hizo el cuadro de texto más pequeño y se hizo una conexión del elemento de fondo con la siguiente página para crear una conexión entre estas y fomentar una mayor limpieza visual.

Folleto Gastronomía. Página 25.



Justificación: Se movió de lugar la forma de fondo a la esquina opuesta y se eliminaron las máscaras de recorte para crear un fondo transparente con sus respectivas sombras paralelas y nombres del platillo, además, se movió el cuadro de texto dentro de la forma.

Capítulo IX Propuesta gráfica final

Capítulo IX Propuesta gráfica final

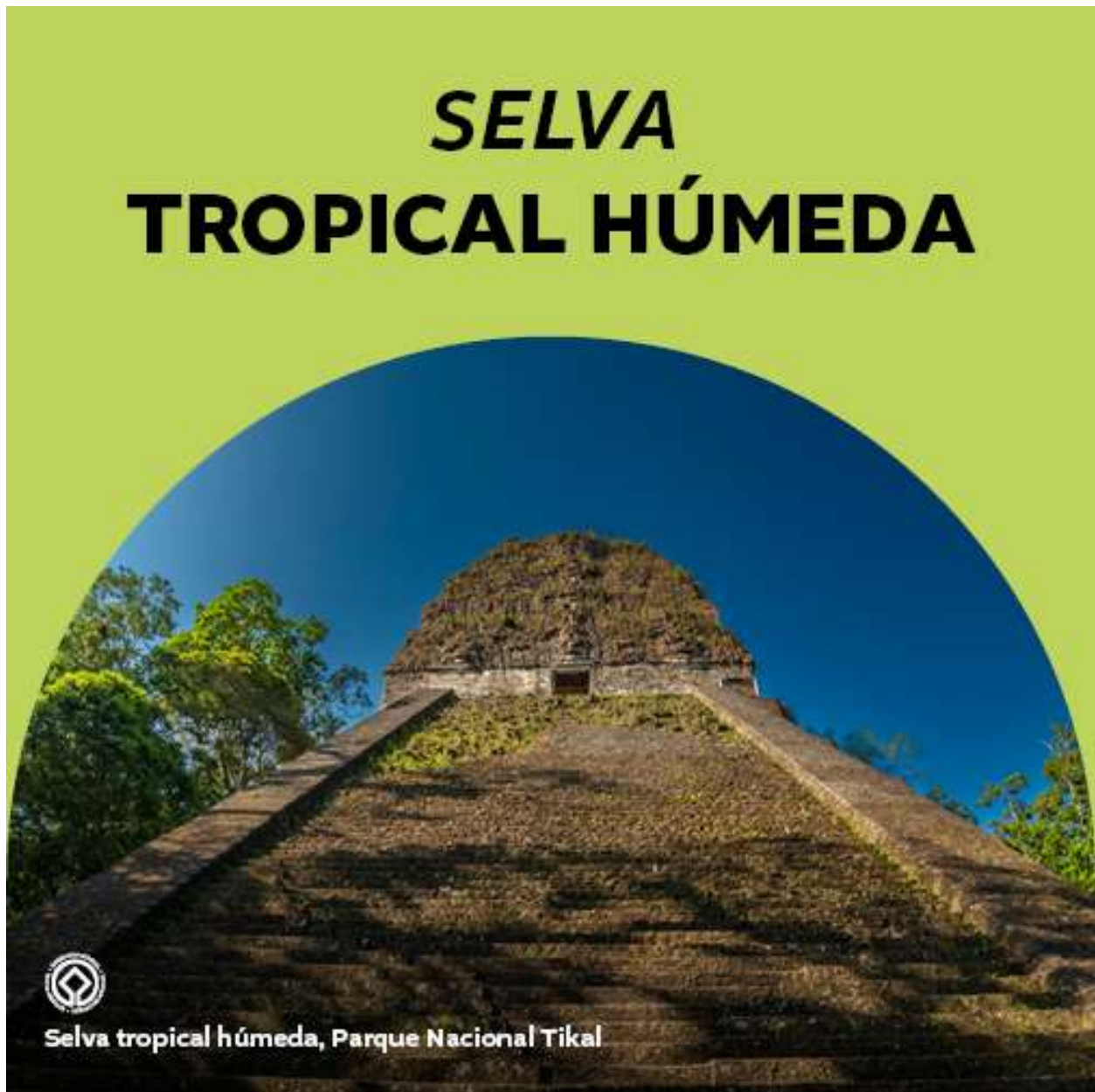
Folleto #1. Folleto Aviturismo.

Enlace del folleto completo: <https://www.calameo.com/read/0073023173966e63d8f76>

Folleto #1. Folleto Aviturismo Portada. Imagen de portada. Dimensiones: 7 x 7 in.



Folleto #1. Folleto Aviturismo Ejemplo Hoja Interior. Imagen de hoja interior tropical húmeda. Dimensiones: 7 x 7 in.



Folleto #1. Folleto Aviturismo Ejemplo Hoja Interior. Imagen de hoja interior

información selva tropical húmeda. Dimensiones: 7 x 7 in.

Red-lore Parrot
(*Amazona autumnalis*)

Keel-billed Toucan
(*Ramphastos sulfuratus*)

Orange-breasted Falcon
(*Falco delroleucus*)


Ocellated Turkey
(*Meleagris ocellata*)

Wedge-tailed Hummingbird
(*Campylopterus curvipennis*)




Representante de la parte norte y oriental de Petén. Caracterizada por su terreno llano, con paisaje kárstico, bosques exuberantes y altos valores de riqueza y diversidad de especies. El clima es cálido y húmedo; y aquí es donde se encuentra la Reserva de la Biosfera Maya. Es el remanente más grande del país de selva y el hogar de os sitios arqueológicos mayas más espectaculares; incluyendo Parque Nacional Tikal declarado Patrimonio Cultural y Natural por la UNESCO.


Folleto #1. Folleto Aviturismo Contraportada. Imagen de contraportada.


Dimensiones: 7 x 7 in.



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO
 7ª avenida 1-17, zona 4, Centro Cívico
 Tel. (502) 2290-2800 Exts. 1021 y 1022
info-lobby@inguat.got.gt
segmentos@inguat.got.gt

   @visitguatemala_
www.visitguatemala.gt
www.birdwatching.com.gt
www.birds-watching.org

1500 
 GUATEMALA TOURS
 TOURIST ASSISTANCE
 ☎ 2290-2810
 📞 5188-1819


 Instituto Guatemalteco de Turismo

Folleto #2. Folleto Aventura.

Enlace del folleto completo: <https://www.calameo.com/read/0073023173966e63d8f76>

Folleto #2. Folleto Aviturismo Portada. Imagen de portada. Dimensiones: 7 x 7 in.



Folleto #2. Folleto Aventura Ejemplo Hoja Interior. Imagen de hoja interior rafting.

Dimensiones: 7 x 7in.



Folleto #2. Folleto Aviturismo Ejemplo Hoja Interior. Imagen de hoja interior

información rafting. Dimensiones: 7 x 7 in.

Ríos en el corazón de la densa selva tropical, rodeados de comunidades mayas y el clima perfecto, se combinan para crear el lugar ideal para una increíble y única experiencia de rafting en Guatemala.

La amplia variedad de ríos hermosos y poderosos, impresionantes sitios arqueológicos naturales y riqueza cultural hacen del país el destino perfecto para un viaje de rafting en aguas claras. Los diversos ríos del país ofrecen rangos de dificultad de nivel 1 a 5.

Guatemala te ofrece la mejor opción para hacer tu aventura de rafting única.

Puedes optar por realizar descensos fáciles, intermedios o avanzados, siempre rodeado por un hermoso entorno natural y la exquisita cultura maya.



Folleto #2. Folleto Aventura Contraportada. Imagen de contraportada.

Dimensiones: 7 x 7 in.



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO

7.ª avenida 1-17, zona 4, Centro Cívico
Tel. (502) 2290-2800 Exts. 1021 y 1022
info-lobby@inguat.got.gt
segmentos@inguat.got.gt

   @visitguatemala_
www.visitguatemala.gt



1500 
ASISTENCIA AL TURISTA
TOURIST ASSISTANCE
☎ 2290-2810
📞 5188-1819

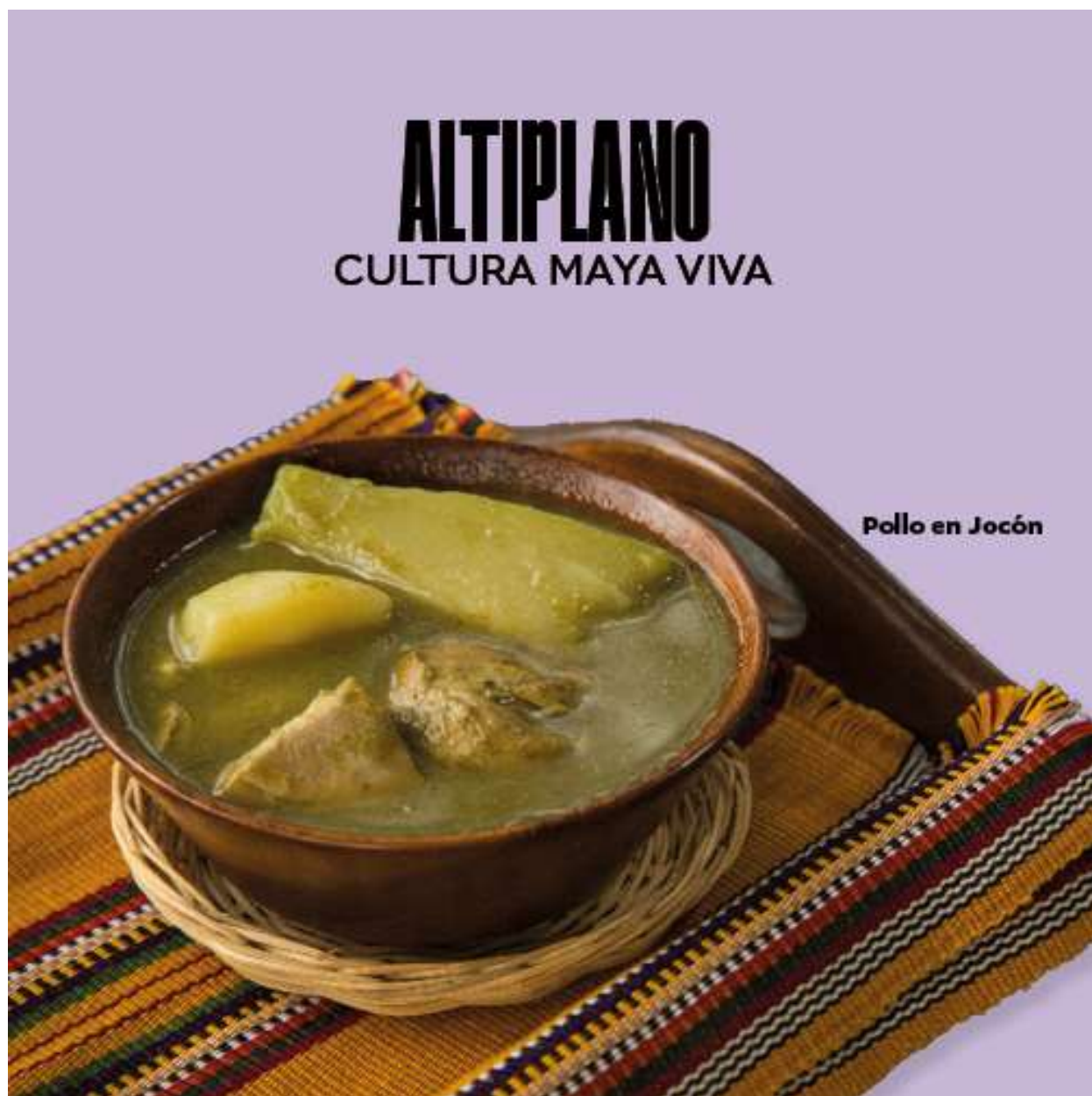
Folleto #3. Folleto Turismo de Gastronomía.

Enlace del folleto completo: <https://www.calameo.com/read/0073023170bc56f9ac5c9>

Folleto #3. Folleto Turismo de Gastronomía Portada. Imagen de portada. Dimensiones:
7 x 7 in.



Folleto #3. Folleto Turismo de Gastronomía Ejemplo Hoja Interior. Imagen de hoja interior información selva tropical húmeda. Dimensiones: 7 x 7 in.



Folleto #3. Folleto Turismo de Gastronomía Ejemplo Hoja Interior. Imagen de hoja interior información selva tropical húmeda. Dimensiones: 7 x 7 in.

Incluye departamentos como Chimaltenango, Sololá, Quiché, Quetzaltenango, Totonicapán y Huehuetenango, los platillos más representativos son chilaquitas de güisquil, chojín, subanik, estofado con papas, berros al chirmol, revolcado de cabeza de cerdo, boxboles, tamalitos blancos, enchiladas, pollo con pulique, pache de papa, tamales dulces, buñuelos, pepián de gallina, pollo en jocón, tamalitos de cambray, atol de masa, manita de marrano, en chirmol.



Jocón



Enchilada

Esta región es rica en embutidos artesanales como las longanizas y chorizos, así como el queso chancol.

Folleto #3. Folleto Turismo de Gastronomía Contraportada. Imagen de contraportada.

Dimensiones: 7 x 7 in.



INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO

7.ª avenida 1-17, zona 4, Centro Cívico
Tel. (502) 2290-2800 Exts. 1021 y 1022
info-lobby@inguat.gob.gt
segmentos@inguat.gob.gt

   @visitguatemala_
www.visitguatemala.gt



1500 
AGENCIA DE MULTI-
TURIST ASSISTANCE
☎ 2290-2810
📞 5188-1819

Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño de tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Para el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, 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. El costo de elaboración para este proyecto es de Q850.00

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	8	Q200.00
Investigación y recopilación de información de la empresa	1	8	Q200.00
Bocetaje	1	18	Q450.00
Total elaboración			Q850.00

Plan de costos de producción

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. El costo de producción para este proyecto es de Q7,800.00

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	4	200	Q5,000.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q800.00
Revisión y realización de cambios	1	50	Q1,250.00
Artes finales (ajustes, exportación y preparación de archivos)	1	30	Q750.00
Total de costos			Q7,800.00

Plan de costos de reproducción

En esta etapa se consideran los gastos relacionados con el resguardo y almacenamiento de los archivos finales del proyecto. Para el caso del diseño de piezas gráficas digitales del Instituto Guatemalteco del Turismo, no se realizaron impresiones ni otros materiales físicos, ya que toda la entrega se realizó de forma digital.

Para este proyecto el INGUAT se compromete a reproducir y distribuir el material ya que cuenta con una imprenta interna para ese fin. Por consiguiente, el costo de reproducción y distribución tendrá un costo de Q0.00.

Plan de costos de distribución

El presente proyecto se distribuirá impreso, el INGUAT cuenta con personal dentro del Instituto que se encarga de distribuir el material en oficinas de información turística de toda la República, y eventos en donde esté presente el Instituto.

Margen de utilidad

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

Costo total = 8,650.00

Utilidad 10% = Q865.00

Por los datos anteriores, el presente proyecto tiene un costo total de Q10,665.00

Tabla resumen de costos

Plan de costos de elaboración	Q 850.00
Plan de costos de producción	Q 7,800.00
Plan de costos de reproducción	Q 0.00
Plan de costos de distribución	Q 0.00
Subtotal I	Q 8,650
Margen de utilidad 10%	Q 865.00
Subtotal II	Q 9,515.00
IVA 12%	Q 1,141.8
TOTAL	Q 10,656.8

Capítulo XI Conclusiones y Recomendaciones

Capítulo XI Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

En conclusión, se diseñaron tres folletos impresos. para anunciar el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala dirigido a turistas nacionales e internacionales, para el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-.

Se investigaron a través del marco teórico las referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de tres folletos impresos para la creación del proyecto para el INGUAT.

Se logró recopilar la información necesaria del INGUAT a través de su sitio web oficial, documentos institucionales y material estadístico, obteniendo así datos actualizados y confiables que sirvieron como base sólida para el desarrollo de la propuesta gráfica.

La investigación bibliográfica y en sitios web sobre la creación de folletos impresos permitió comprender los lineamientos técnicos y comunicacionales necesarios para la producción de los tres materiales, orientados al turismo gastronómico, de aventura y de aviturismo en Guatemala.

Se realizó la diagramación de los tres folletos utilizando la información proporcionada por el INGUAT, integrando ilustraciones y fotografías pertinentes. Esto permitió organizar el contenido de manera clara y atractiva, facilitando la comprensión del mensaje y fortaleciendo la comunicación visual dirigida al público objetivo.

Recomendaciones

Se recomienda al INGUAT colocar el material en oficinas de información turística de toda la república, y eventos en donde esté presente el INGUAT.

Se recomienda al INGUAT asociarse con distintos lugares turísticos y aeropuertos para promocionar los folletos.

También se recomienda al INGUAT aplicar una diagramación más dinámica en futuras ediciones, utilizando retículas, columnas y variaciones en los niveles de lectura que aporten modernidad y equilibrio visual al diseño.

Por último, se recomienda al INGUAT conservar el formato físico de 7 x 7 pulgadas, ya que resulta práctico para el transporte y distribución, pero considerar la adaptación digital de los folletos para su difusión en plataformas virtuales.

Capítulo XII Conocimiento general

Capítulo XII Conocimiento general



Infografía creada por Maria Marcela Sánchez Halliday

Capítulo XIII Referencias

Capítulo XIII Referencias

A

Academias de Español Registradas – Registro y Verificación de Servicios Turísticos INGUAT.

Recuperado de <https://registro.inguat.gob.gt/academias-de-espanol/>

Adobe Latinoamérica. (2022, octubre 5.). Diseño minimalista: Qué es y tipos. Blog Adobe

Latinoamérica. Recuperado de <https://blog.adobe.com/es/publish/2022/05/10/disenominimalista>

Agencias de Viajes Registradas – Registro y Verificación de Servicios Turísticos INGUAT.

Recuperado de <https://registro.inguat.gob.gt/agencias-de-viajes-registradas/>

Assael, D. (2021, agosto 17). La psicología del color: El significado de los colores y cómo

aplicarlos a tu marca. Canva. Recuperado de

https://www.canva.com/es_mx/aprende/psicologia-del-color/

Assael, D. (2021, agosto 17). La psicología del color: El significado de los colores y cómo

aplicarlos a tu marca. Canva. Recuperado

https://www.canva.com/es_mx/aprende/psicologia-del-color/

B

Briciu, M. (2024, diciembre 12). Arte mecanografiado. Ilustromania. Recuperado de

<https://www.ilustromania.com/es/artistic-fields/typeart>

C

CEI. (2020, diciembre 10). CEI: Centro de Estudios e Innovación Diseño y Marketing. CEI:

Centro de Estudios e Innovación Diseño y Marketing. <https://cei.es/que-es-adobe-indesign>

CEUPE, A. (2023, mayo 24). ¿Qué es el aviturismo? Características e importancia. Ceupe.

Recuperado de: <https://www.ceupe.com/blog/aviturismo.html>

Channel, P. S. (2023, diciembre 18). ¿Qué es diagramar y por qué debes implementarlo en tus

diseños? Publik - Pantallas SmartChannel En Colombia. Recuperado de

<https://publik.co/que-es-diagramar-y-por-que-debes-implementarlo-en-tus-disenos/>

Cheong Cheok Yin, A., & Aida, A. (2020, Mayo). Psychology of image. Cuaderno del Centro

de Estudios en Diseño y Comunicación, (118), 121–150. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8307114>

Color wheel - Color theory and calculator. Canva's Design Wiki. Recuperado de

<https://www.canva.com/colors/color-wheel/>

Creación vectorial: ¿qué es una creación vectorial? Adobe. Recuperado de

<https://www.adobe.com/gt/creativecloud/illustration/discover/vector-art.html>

D

De Frutos, A. (2024, enero 31). Teoría del diseño: Qué es y su importancia en el marketing.

Blog MASMOVIL Negocios. <https://blogempresas.masmovil.es/teoria-del-diseno-que-es-y-su-importancia-en-el-marketing/>

Desarrollo Sostenible del Turismo. ONU Turismo. Recuperado de

<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

E

Enria, G. Alpha Universe I notas. Alphauniverse-Latin America. Recuperado de

<https://www.sony.com.pe/alphauniverse/stories/la-fotografia-como-arte-desafiando-la-imaginacion>

Editorial, E. (2015, marzo 18). Folleto - Qué es, usos, estructura y contenidos. Concepto.

Recuperado de <https://concepto.de/folleto/>

Establecimientos de Hospedaje Registrados – Registro y Verificación de Servicios Turísticos

INGUAT Recuperado de <https://registro.inguat.gob.gt/establecimientos-de-hospedaje-registrados/>

Europea, U. (2023, abril 19). ¿En qué consiste el diseño publicitario? Universidad Europea.

Recuperado de <https://universidadeuropea.com/blog/disenio-publicitario/>

G

García, C. (2024, febrero 28). Qué son la ilustración y el diseño gráfico. Cursos Femxa.

Recuperado de <https://www.cursosfemxa.es/blog/ilustracion-diseno-grafico>

GES Comunicación. Productos de comunicación: Comunicación Intercultural – . (2023, agosto

18). FACOM - Facultad de Ciencias de La Comunicación. Recuperado

<https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/productos-de-comunicacion-comunicacion-intercultural>

GES Comunicación. Productos de comunicación: ¿Qué es la comunicación persuasiva? -

FACOM. (2023, junio 16). FACOM - Facultad de Ciencias de La Comunicación.

Recuperado de <https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/productos-de-comunicacion-que-es-la-comunicacion-persuasiva/>

GES Comunicación. ¿Qué es diseño gráfico? - FACOM. (2024, abril 30). FACOM - Facultad de

Ciencias de La Comunicación. <https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/que-es-diseno-grafico/>

Gómez, M. I. (2014, agosto 19). Psicología - Qué es, origen, ramas y objetivos. Concepto.

Recuperado de <https://concepto.de/psicologia/>

Grecia Guzmán Martínez. (2018, mayo 17). Semiótica: qué es y cómo se relaciona con la comunicación. Portal Psicología y Mente. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/social/semiotica>

Guías de Turistas Registrados – Registro y Verificación de Servicios Turísticos INGUAT. Recuperado de <https://registro.inguat.gob.gt/guias-de-turistas-registrados/>

H

Historia del Instituto Guatemalteco de Turismo - INGUAT Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo - INGUAT. Recuperado de <https://inguat.gob.gt/es/>

I

ILERNA. (2019, junio 7). ¿Qué son las Leyes de la Gestalt y para qué sirven? *Blog de iLERNA Online*. Recuperado de <https://www.ilerna.es/blog/leyes-de-la-gestalt>

Inés de Azkue, I. (2019, marzo 16). Comunicación visual - Qué es, elementos, tipos y ejemplos. Concepto. <https://concepto.de/comunicacion-visual/>

Infotur Latam. Guatemala mira con optimismo el 2025 tras incremento del turismo. (2025, enero 21) Recuperado de <https://infoturlatam.com/guatemala-mira-con-optimismo-el-2025-tras-incremento-del-turismo>

Interaction Design Foundation - IxDF. (2016, agosto 31). What is the Law of Figure-Ground. Interaction Design Foundation - IxDF. Recuperado de <https://www.interactiondesign.org/literature/topics/law-of-figure>

J

Jaraba, F. (2022, diciembre 5). Qué es Adobe Photoshop: Definición, herramientas, formatos, versiones y características principales. Ebac. Recuperado de <https://ebac.mx/blog/que-es-adobe-photoshop>

Julián Pérez Porto y María Merino. (2021, junio 29). Semiología - Qué es, definición, referentes y ramas. Recuperado de <https://definicion.de/semiologia/>

L

La ilustración plana o vectorial. Todo Lo Que Necesitas Saber. Recuperado de <https://www.pinayu.com/blog/que-es-la-ilustracion-plana-o-ilustracion-vectorial>

Larios, A.-B. (2025, enero 6). Guatemala alcanza récord de visitantes en 2024. Agencia Guatemalteca de Noticias - AGN. <https://agn.gt/guatemala-alcanza-record-de-visitantes-en-2024-superando-los-3-millones/>

Lautrec, T. Estilo minimalista en el diseño gráfico y sus características. Toulouse Lautrec. Recuperado de <https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/estilo-minimalista-en-diseno-grafico-sus-caracteristicas>

Lee, S. (2024, noviembre 15). 9 tendencias de diseño gráfico en 2025. Piktochart. Recuperado de <https://piktochart.com/es/blog/tendencias-en-diseno-grafico-2025/>

M

MarcosNew. (2022, diciembre 14). *CEI: Centro de Estudios e Innovación Diseño y Marketing*. CEI: Centro de Estudios e Innovación Diseño y Marketing. Recuperado de <https://cei.es/que-es-adobe-illustrator/>

Marinas Turísticas Registradas – Registro y Verificación de Servicios Turísticos INGUAT. Recuperado de <https://registro.inguat.gob.gt/marinas-turisticas-registradas/>

N

Navarro, S. (2023, agosto 10). Qué es el turismo de aventura. AvaiBook by Idealista. Recuperado de <https://www.avaibook.com/blog/que-es-turismo-de-aventura/>

P

Padilla, M. L. A. (2025, abril 29). Comunicación comercial. Euroinnova International Online Education. Recuperado de <https://www.euroinnova.com/inversiones-y-finanzas/articulos/comunicacion-comercial>

Pascual, M. (2024, septiembre 21). La importancia del diseño tipográfico: Clave para la comunicación visual. Recuperado de https://maria-pascual.es/disenio-tipografico-la-importancia-de-la-tipografia/?expand_article=1

Porto, J. P., & Gardey, A. (2016, septiembre 13). Cibernética - Qué es, teoría, definición y concepto. Definicion.De. Recuperado de <https://definicion.de/cibernetica/>

Porto, J. P., & Gardey, A. (2025, abril 8). Computadora - Qué es, características, historia, importancia y tipos. Definicion.De. Recuperado de <https://definicion.de/computadora/>

Q

¿Qué es Microsoft Word? Lenovo México. Recuperado de <https://www.lenovo.com/mx/es/glosario/microsoft-word/?srsltid=AfmBOoqO2kBXkTyoyfTV6AS8N241MyEh-trqaGeDzK0dLc-qEr8d0t2T>

R

República, E. | L. R. C. del B. de la. (2024, Septiembre 9). Teoría de la Comunicación y algunas corrientes - Enciclopedia. Enciclopedia | La Red Cultural Del Banco de La República. https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Teoría_de_la_Comunicación_y_algunas_corrientes

S

School, A. B. (2023, Octubre 24). Importancia de la comunicación: ¿Qué es la comunicación?

Aicad Business School. <https://www.aicad.es/importancia-de-la-comunicacion>

School, M. C. D. (2023, marzo 31). ¿Qué son los elementos de diseño? MST Design

Academy. Recuperado de <https://www.mstschool.mx/post/que-son-los-elementos-de-diseño>

Sivewright, D. O. (2022, abril 8). Los 7 elementos básicos del diseño gráfico. Skillshare Blog.

Recuperado de https://www.skillshare.com/es/blog/los-7-elementos-basicos-del-diseno-grafico/?srsltid=AfmBOoraYd2UoKO1Ili_6f6v8LYe1U14axKr6apAX3h1lnIL9QxV1qp

Soriano, K. (2022, abril 4). Colores vibrantes: Incorporados en la decoración del hogar.

ALDABA. Recuperado de <https://revistaaldaba.com/colores-vibrantes/>

T

Transporte Turístico Terrestre – Registro y Verificación de Servicios Turísticos INGUAT.

Recuperado de <https://registro.inguat.gob.gt/transporte-turistico-terrestre/>

Trehitt, M. (2022, septiembre 8). ¿Qué son los fondos o background? Freepik. Recuperado de

<https://www.freepik.com/blog/es/que-son-fondos/>

Turismo sostenible. Department of Economic and Social Affairs. Recuperado de

<https://sdgs.un.org/es/topics/sustainable-tourism>

U

UNICEF. Misión #12 – Comunicación, Plan 12 - Aprender para transformar. UNICEF Org.

Recuperado de <https://www.unicef.org/lac/misión-12-comunicación>

(UNIR), E. de redacción de la U. I. de la R. (2022, junio 16). ¿Qué estudia la antropología?

Conoce sus aplicaciones y campo laboral. Universidad Internacional de La Rioja.

Recuperado de <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/que-estudia-antropologia/>

(UNIR), E. de redacción de la U. I. de la R. (2024, septiembre 25). Sociología: La ciencia de

entender y mejorar la sociedad. *Universidad Internacional de La Rioja*. Recuperado de

<https://www.unir.net/revista/ciencias-sociales/sociologia-ciencia-entender-y-mejorar-sociedad/>

V

Vaisman, S. (2025, marzo 2). Cómo utilizar gradientes en el diseño web Y 6 ejemplos

impresionantes. Elementor. Recuperado de <https://elementor.com/blog/es/como-utilizar-gradientes-en-el-diseno-web-tendencias-y-ejemplos/#what-are-color-gradients>

Valcheva, S. (2025, marzo 4). Arte digital. Ilustromania. Recuperado de

<https://www.ilustromania.com/es/artistic-movements/digital-art>

Vázquez, G. (2020, septiembre 22). Semiotica en el diseño. Scribd. Recuperado de

<https://www.scribd.com/document/535394048/Semiotica-en-el-disen-o?>

Vidal, S. (2023, agosto 2). Turismo gastronómico: Qué es, características y tipos. Blog de

iLERNA Online. <https://www.ilerna.es/blog/turismo-gastronomico-descubriendo-el-mundo-a-traves-del-paladar>

Capítulo XIV Anexos

Capítulo XIV Anexos

Anexo I

Brief, página 1

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Maria Marcela Sánchez Halliday
No de Carné	22000558
Teléfono	+502 5913 3396
E-mail	maria.halliday@galileo.edu
Proyecto	Diseño de tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Guatemala, Guatemala.

Datos del cliente

Empresa	Instituto Guatemalteco de Turismo - INGUAT-
Nombre del cliente	Andrea Alexandra Tun Rodríguez
Teléfono	+502 3063 2817
E-mail	Alex.inguat@gmail.com
Antecedentes	El INGUAT es una entidad estatal descentralizada, creada el 6 de octubre de 1967 mediante el Decreto 1701 del Congreso de la República. Su origen se remonta a 1932 con la creación de la Sección de Turismo durante el gobierno del general Jorge Ubico. Actualmente, es la autoridad superior en materia de turismo en Guatemala, encargada de promover y fomentar el desarrollo turístico sostenible del país, tanto a nivel nacional como internacional.
Oportunidad identificada	El Instituto Guatemalteco de Turismo - INGUAT no cuenta con tres folletos impresos para anunciar el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala dirigido a los turistas nacionales e internacionales.

Anexo I

Brief página 2


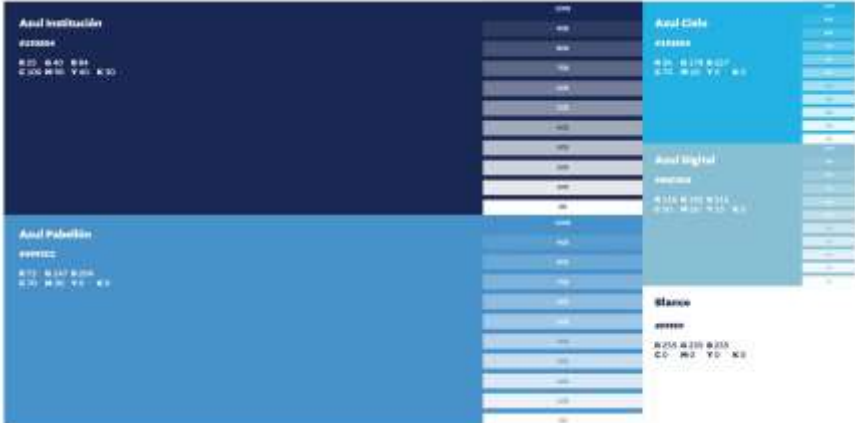


Datos de la empresa

Misión	Somos la autoridad superior rectora en materia de turismo en Guatemala, que facilita y articula las prioridades estratégicas sectoriales, tiende puentes y propone soluciones, que viabilicen la mejora de la experiencia turística del visitante e impulse el desarrollo social y económico de los presentadores de servicios y comunidades receptoras. Nos regimos bajo los principios de transparencia, disciplina, vocación de servicio, efectividad, equidad y pertinencia cultural
Visión	Para el 2030, el INGUAT se ha consolidado como el ente rector que fomenta y promueve el desarrollo y la promoción turística del país, en articulación con las instituciones públicas y privadas, en el marco del Plan Maestro de Turismo vigente, en beneficio de la población guatemalteca.
Delimitación Geográfica	Alta Verapaz, Baja Verapaz, Chimaltenango, Chiquimula, El Progreso, Escuintla, Guatemala, Huehuetenango, Izabal, Jalapa, Jutiapa, Petén, Quetzaltenango, Quiché, Retalhuleu, Sacatepéquez, San Marcos, Santa Rosa, Sololá, Suchitepéquez, Totonicapán y Zacapa. Países del extranjero.
Grupo Objetivo	Turistas nacionales e internacionales.

Anexo I

Brief página 3

Datos de la imagen gráfica

<p>Logotipo temporal</p>	
<p>Colores Institucionales</p>	
<p>Tipografía</p>	
<p>Iconografía</p>	

Anexo II. Tabla de NSE Multivex 2018

Tabla Niveles Socio Económicos		1.80%		35.40%			62.80%		
Actualización 2018		0.70%	1.10%	5.9	11.60%	17.90%	50.70%	12.10%	Indeterminado
CARACTERÍSTICAS	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, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, 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, 4 salas, pantry, alacena, estudios área 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 área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio área 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 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar	
Otras propiedades	Finca, casas de descanso 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			
Poseiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero 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 mínimo, 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 mínimo, 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 electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos 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		

Fuente: Multivex Sigma Dos de Guatemala, S.A.
Datos de 2018

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 1



Investigación de tendencias

Maria Marcela Sánchez Halliday

22000558

A4

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Tesis II

Licenciado Arnulfo Guzman

23 de julio del 2025

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 2

Resumen

Esta investigación se enfocó en cómo iniciaron las tendencias principales del diseño desde sus inicios hasta la actualidad. Durante la historia, el diseño experimentó una evolución notable, al inicio las tendencias eran metales brillantes, colores vintage o diseños con *emojis*, hoy en día la tendencia más popular es la de la integración de tecnologías como la inteligencia artificial y la realidad aumentada en el diseño.

El objetivo general de esta investigación fue analizar distintas tendencias del diseño en los años 2024 y 2025, con el fin de reconocer un progreso que haya llevado a la evolución de distintas tendencias nuevas que tuvieron influencia en anteriores.

Se destacaron tendencias como la inteligencia artificial, que mejorar la eficiencia en los proyectos, lujo silencioso, que brindan un ambiente exclusivo, diseño *eco-friendly*, que inspiran acciones a favor del ambiente, fotografía hiperreal, que crea texturas, dinamismo, que crea un movimiento, las fuentes serif condensadas, que crean una sensación retro, el minimalismo audaz, que cuida el espacio blanco, combinaciones de colores poco convencionales, que resaltan sus elementos, fotos recortadas con forma personalizada, que causan impresión y relevancia, diseño natural y sostenible, que crean una conexión con la naturaleza, y diseño conceptual y abstracto, que juega con los trazos, formas y colores experimentales

El resultado obtenido fue identificar tendencias de diseño desde sus inicios hasta la actualidad, para comprender su evolución. Es importante mantenerse actualizado y adaptar las tendencias a las necesidades y valores de cada marca.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 3**Índice**

Introducción	1
Objetivos	1
Objetivo general	1
Objetivos específicos	1
Historia.....	1
Tendencias del diseño 2024	1
Tendencias del diseño 2025	1
Conclusiones	1
Recomendaciones	1
Referencias.....	1
Anexos	1

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 4

Introducción

Hoy en día el diseño gráfico ha evolucionado de distintas formas, tanto cultural como tecnológica y socialmente. Iniciando en civilizaciones antiguas con trazos que pronto se convertirían en símbolos, que luego se convertirían en composiciones que comuniquen y expresen una opinión, un mensaje o una información. En la actualidad vemos cómo ha evolucionado al punto de crearse con herramientas de inteligencia artificial.

Para poder llegar al punto al que ha llegado el diseño gráfico, este debió manifestarse en distintas tendencias, tendencias que fueron evolucionando o hasta se convirtieron en “clásico” que no dejan de usarse. En este trabajo se analizó la trayectoria del diseño gráfico y sus tendencias del diseño desde sus inicios y toda su historia principal hasta la actualidad. Además, se recorrió por distintas tendencias del año 2024 y 2025 que pueden ser adaptadas por el diseñador en la actualidad.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 5

Objetivos

Objetivo general

Analizar las tendencias del diseño en los últimos cinco años y la actualidad través de una investigación, con el fin de aplicar estos conocimientos al desarrollo del proyecto de graduación y tenga un mayor alcance con tendencias actuales.

Objetivos específicos

Identificar las tendencias distintivas del año 2024 y 2025, en el ámbito del diseño, para comprender su evolución.

Mantener una investigación ordenada implementando las normas APA y el esquema de trabajos teóricos.

Investigar acerca de las tendencias de diseño y sus conceptos, así como como hacer uso de estos, utilizando sitios web para obtener la información más actualizada y relevante al respecto.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 6

Historia

Las tendencias en diseño gráfico no son reglas fijas, sino más bien indicativos de lo que está en demanda o de moda en un momento dado. Algunas tendencias pueden ser efímeras y desaparecer rápidamente, mientras que otras pueden tener un impacto duradero en la forma en que se crea y se percibe el diseño. (GES Comunicación, 2024)

La noción del dibujo y su distribución del espacio permite ubicar el origen del diseño gráfico en esa época, y desde entonces ha experimentado diversos cambios y evoluciones. La historia del diseño gráfico se ha visto influenciada por el antiguo Egipto con el uso de jeroglíficos para transmitir el lenguaje, o en la edad media con los primeros adornos y decoración de textos que pueden encontrarse en Biblias de la época.

Uno de los cambios más significativos ocurrió con la invención de la imprenta en 1440, de la mano de Johannes Gutenberg. Gracias a ella surgieron nuevas profesiones como la del copista, el tipógrafo o el cajista, que podrían darle a las artes gráficas y a la escritura una ubicación clave en el desarrollo de las sociedades. No obstante, no sería hasta 1760 que se produciría un gran cambio en el sector.

Durante la Revolución Industrial en el siglo XVIII, el diseño gráfico experimentó un gran salto adelante. Fue en esta época cuando surgió una industria mecanizada a partir de la cual se sembrarían los rudimentos de las artes gráficas tal y como las conocemos hoy en día.

Con el gran éxodo rural se produjo una concentración mayor en las ciudades y surgió un nuevo tipo de ciudadano; el consumidor. Esto puso en relieve la importancia de la publicidad y la propaganda para poder llegar al cliente final con un índice mayor de éxito. (Esneca, C. G., 2023)

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 7

Entre los siglos XIX y XX el diseño siguió evolucionando en un período marcado por la multidisciplinariedad. Los artistas gráficos no trabajaban únicamente en el ámbito impreso, sino que comenzaron a desarrollarse en la arquitectura, por ejemplo. Algunos de los mayores representantes de ello son Charles Rennie Mackintosh o Peters Behrens, por ejemplo.

En 1903 ocurrió un cambio importante en la historia del diseño gráfico; el surgimiento de la agrupación Wiener Werkstätte. Su gran aporte fue la combinación de técnicas y materiales, así como la defensa de la multidisciplinariedad en el diseño gráfico.

En 1919, una década más tarde, surgiría la prestigiosa Escuela Bauhaus, indispensable en la evolución e historia del diseño gráfico internacional. Formaron parte de esta escuela tanto escultores como pintores, arquitectos o artistas de otras disciplinas que entendieron que el valor de su arte consistía en dejar atrás la visión elitista vinculada a los oficios.

En este sentido, desde la Escuela Bauhaus se promovió la profesionalización de todas las personas con independencia de cuál fuera su clase social. Estos alumnos aprendieron bajo el lema “la forma sigue a la función”, que distinguía el trabajo de estos artistas. Este lema significaba que forma y estética deben ir de la mano; es imprescindible que una obra de arte tenga, también, un objetivo funcional.

Durante la Primera Guerra Mundial y la Segunda el diseño gráfico se utilizó para elaborar propaganda altamente influyente. Desde Goebbels hasta otras figuras de esta disciplina, quedó firmemente demostrada la importancia de esta disciplina para influir en la sociedad a través de un mensaje claro, un diseño eficiente y atractivo y escoger adecuadamente el público al que se dirige. (Esneca, C. G., 2023)

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 8

Fue justo después del convulso período bélico, en 1947, cuando Paul Rand se dio a conocer. Este diseñador, a quien suele llamarse ‘papá logo’ en el sector, fue una de las figuras más importantes para la consolidación del diseño gráfico. A él se le atribuye la combinación de formas geométricas y tipografías en blanco, así como la creación de logotipos corporativos.

Tras esto, la publicidad vivió una época dorada en el período conocido como posmodernismo, dónde el expresionismo gráfico fue decisivo para el diseño, así como los avances en fotografía y la infografía.

El nuevo paradigma que presentaron los avances en materia de ordenadores y herramientas digitales fue toda una revolución en los años 90. Durante esta época aparecieron programas informáticos específicos para el trabajo de los diseñadores, lo que hizo posible especializarse con mayor facilidad y dar un empuje inusitado en el ámbito.

Actualmente los diseñadores gráficos controlan el uso de los distintos softwares en su día a día y manejan un trabajo que combina diversas técnicas artísticas con el objetivo, principalmente, de desarrollar una marca exitosa. (Esneca, C. G., 2023)

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 9

Tendencias del diseño 2024

El diseño gráfico es una disciplina que va estrechamente ligada a las evoluciones tecnológicas, tendencias de consumo y gráficas, softwares, espacios on-line, web. Por lo que es indispensable que, como diseñadores gráficos, estemos siempre atentos a lo que sucede a nuestro alrededor. Cada vez más estamos ante mayores y más frecuentes cambios, y es ahí donde debemos abrir más nuestra curiosidad, e implicarnos en reciclarnos, formarnos y en definitiva ser cazadores de todas estas nuevas tendencias.

En los últimos años se ha escuchado mucho hablar de la Inteligencia Artificial (IA) y el año pasado ya se ponía en uso en la mayoría de las plataformas y softwares de diseño. En 2024 se marcó un antes y un después en el modo en que el diseño gráfico se relaciona con la IA y en el que cada vez más los profesionales del sector se apoyan en estos recursos para explorar nuevos resultados. (Mediactiu, 2024)

En la primera mitad de 2024, las tendencias en diseño gráfico han destacado por su enfoque en elementos visuales llamativos y estilísticos. Estas tendencias demuestran una inclinación hacia la creatividad y la innovación, utilizando una variedad de técnicas y estilos que capturan la atención y provocan una fuerte impresión visual. (Rebordinos, A. M., 2024)

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 10

Inteligencia Artificial

El arte generado por inteligencia artificial (IA) está revolucionando el campo del diseño gráfico, permitiendo a los diseñadores explorar nuevas posibilidades creativas y mejorar la eficiencia en sus proyectos. Las herramientas de IA, como DALL-E de OpenAI, MidJourney o Stable Diffusion, permiten a los diseñadores generar imágenes a partir de descripciones textuales o transformar fotos en estilos artísticos específicos.

Estas tecnologías utilizan redes neuronales profundas para analizar patrones y estilos en datos visuales, generando obras de arte únicas y personalizadas. Además, estas herramientas pueden ayudar a automatizar tareas repetitivas al usar “prompts” (instrucciones o textos iniciales) permitiendo a los diseñadores centrarse en aspectos más creativos de su trabajo. (Rebordinos, A. M., 2024). Ver Anexo I. Imagen #1

Lujo silencioso

La “riqueza sigilosa” ha sido una tendencia creciente en la moda durante el 2023, con énfasis en crear una estética discretamente lujosa de ropa y accesorios atemporales y de alta calidad. Sin logos, sin joyas y con mucho color camel y cachemira. La tendencia del lujo silencioso también está ganando ritmo en el diseño gráfico, la marca y el diseño de sitios web, continuó en el 2024.

Esta tendencia de diseño sobria y elegante permite a los diseñadores crear marcas altamente aspiracionales que brindan un ambiente exclusivo e informado a los proyectos. Se busca llegar a una audiencia aspiracional o comercializar productos de alta gama, el lujo silencioso es el estilo para canalizar. (Rodríguez, M., 2024). Ver Anexo II. Imagen 2

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 11

Diseño eco-friendly

La conciencia social sobre el medioambiente es cada día más importante. Las grandes organizaciones hace años que están trabajando por el cambio y la realización de productos y materiales «más verdes». Es algo que hemos ido viendo primero en los rebranding de grandes marcas, el rediseño de *packaging* para darle nuevos usos, el uso de materiales sostenibles, etc. Seguiremos viendo aplicaciones más sostenibles, uso de menos tintas para reducir la huella medioambiental y mensajes que inspiren acciones a favor del medio ambiente. (Mediactiu, 2024). Ver Anexo III. Imagen 3

Fotografía hiperreal

De textura casi jugosa o líquida, e inspiradas en la realidad exagerada evocada por el software de inteligencia artificial, estas fotografías de ultra alta definición parecen casi hiperrealistas, lo que obliga a mirarlas más de cerca. En el 2024, más marcas buscarán imitar el estilo de las imágenes de IA en la fotografía real mediante el uso de efectos y filtros de alta definición.

Estos retratos de alta definición, paisajes oníricos hiperrealistas y personajes en 3D aportan una apariencia realmente sorprendente a páginas de destino de ancho completo. El hecho de que parezcan casi artificiales es parte del atractivo para los espectadores: no son imágenes que simplemente se mezclan con el fondo. (Rodríguez, M., 2024)

Ver Anexo IV. Imagen 4

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 12

Dinamismo

El foco del diseño gráfico sigue siendo la combinación de funcionalidad y atractivo visual. Un atractivo que además capte la atención del usuario y lo mantenga atrapado en nuestro contenido. Por eso lleva años imponiéndose el vídeo sobre la imagen estática. El uso de movimiento e interactividad es cada vez más tangible. Esta tendencia incorpora desde animaciones a minivideos, texturas o elementos interactivos que ayudan a generar una experiencia dinámica y atractiva. (Mediactiu, 2024)

Ver Anexo V. Imagen 5

Fuentes Serif condensadas

Para los diseñadores gráficos y especialistas en marketing de redes sociales, la tendencia tipográfica a la que recurrir en el 2024 es, sin duda, la fuente serif elegantemente discreta. Al conectarse con la tendencia del lujo silencioso que está ganando popularidad en marcas y empaques, los tipos de letra serif aprovechan el ambiente elegante de 2024.

Las fuentes serif condensadas aportan una sensación ligeramente de los años 70 a los diseños, sin dar una sensación demasiado retro, y lucen fantásticas combinadas con imágenes de estilo de vida o moda. Canaliza una estética parisina vintage con estos estilos de fuente condensados y configure su tipografía con un toque inesperado de neón o color pastel brillante para aportar un poco de vanguardia e interés. (Rodríguez, M., 2024) Ver Anexo VI. Imagen 6

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 13

Tendencias del diseño 2025

A medida que el diseño gráfico sigue evolucionando, las tendencias de diseño gráfico 2025 prometen una reinención de la estética, la funcionalidad y la interacción con el público. Este próximo año se presenta como un momento de transformación profunda, donde las herramientas tecnológicas, la sostenibilidad y la inclusión jugarán papeles cruciales en la creación de experiencias visuales más impactantes y significativas. El diseño gráfico se encuentra en una encrucijada emocionante: la fusión de lo digital y lo analógico, la inteligencia artificial como compañera de creatividad y la vuelta a lo orgánico y artesanal.

El año 2025 será el momento en el que los diseñadores estarán más que nunca comprometidos con las tendencias de la sostenibilidad y la ética, buscando representar un mundo más consciente y conectado con la naturaleza. Al mismo tiempo, la tecnología, en especial la inteligencia artificial en diseño gráfico no solo facilitará la creación de diseños innovadores, sino que también ampliará las posibilidades creativas, permitiendo a los diseñadores explorar caminos que antes parecían inalcanzables. Pero más allá de la tecnología, el diseño gráfico se adentrará también en un territorio más humanista, reconociendo la importancia de la diversidad e inclusión en diseño gráfico y la conexión emocional en diseño gráfico en cada proyecto. (Mediactiu, 2025)

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 14

Minimalismo audaz

No se trata del minimalismo de la década de 2010, con su educada tipografía suiza y su cuidado espacio en blanco. La nueva ola es más bien el minimalismo que fue al gimnasio.

Ahora se ve en todas partes: el reciente cambio de marca de PayPal con sus gruesas letras sans-serif, los carteles de la última campaña de Nike que utilizan palabras sueltas que llenan paredes enteras, incluso las cafeterías independientes que abandonan sus logotipos de inspiración vintage por declaraciones crudas y audaces. (Lee, S. 2024) Ver Anexo VII. Imagen 7

Diseño potenciado por IA

Menos una tendencia innovadora que reitera su importancia, el diseño generativo potenciado por IA ha llegado para quedarse. Hemos visto cómo las herramientas de imagen de IA podían utilizarse para crear imágenes virales divertidas. Pero después de trabajar con la IA y ver cómo evoluciona el panorama, hemos comprobado lo poderosas que pueden ser en buenas manos.

La versatilidad de las herramientas de IA se pone de manifiesto, y ayudan al 90% de los creadores en su productividad. Incluso el 76% de las empresas de arquitectura y construcción tienen previsto adoptar la IA en sus flujos de trabajo. (Lee, S. 2024) Ver Anexo VIII. Imagen 8

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 15

Combinaciones de colores poco convencionales

Ahora se ven diseños que parecen como si alguien hubiera asaltado una tienda de caramelos con los ojos vendados, y de algún modo funcionan. En 2024, vimos cómo las atrevidas combinaciones de colores duotono-pastel ganaban terreno. Este año, he visto a diseñadores probar combinaciones valientes con gran éxito. (Lee, S. 2024)

Ver Anexo IX. Imagen 9

Fotos recortadas con forma personalizada

Los diseñadores han demostrado cómo liberarse de la tiranía del triángulo: recortando sus fotos para adaptarlas a la forma de una marca. Era como ver que las fotos se trataban como un líquido, que se vertían en la forma de una marca para que encajaran. Utilizar formas personalizadas en diseños puede ser más difícil de implementar para los no diseñadores.

La clave no está en evitar por completo los rectángulos, sino en romperlos intencionadamente. Consiste en ser memorable, no sólo diferente. Eso significa causar una impresión que perdure; todos los elementos del diseño deben complementarse entre sí y alinearse con la identidad de la marca. (Lee, S. 2024) Ver anexo X. Imagen 10

Diseño Natural y Sostenible

El diseño sigue abrazando la naturaleza, pero de una forma más consciente. Los diseñadores están adoptando enfoques orgánicos y sostenibles que no solo buscan la belleza visual, sino también el respeto por el medio ambiente. En 2025, la conexión con la naturaleza se convierte en una prioridad, integrando elementos que fomentan la sostenibilidad y la ética en cada proyecto. (Mediactiu, 2025) Ver anexo XI. Imagen 11

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 16

Diseño Conceptual y Abstracto

Las formas geométricas, los trazos experimentales y la interacción de colores inesperados se combinan para desafiar las normas visuales convencionales, ofreciendo experiencias únicas e intrigantes.

Este enfoque no solo estimula la imaginación, sino que también invita al espectador a interpretar el diseño de manera personal, creando conexiones emocionales profundas. La tendencia explora lo intangible, dejando espacio para la interpretación y demostrando que, a veces, menos reglas significan más creatividad. (Mediactiu, 2025)

Ver Anexo XII. Imagen 12

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 17**Conclusiones**

Luego de analizar las tendencias del diseño desde sus inicios y la actualidad a través de una investigación, con el fin de aplicar estos conocimientos al desarrollo del proyecto de graduación y tener un mayor alcance con tendencias actuales. A continuación, se presentan las conclusiones:

Se logró identificar las tendencias distintivas desde años anteriores hasta la actualidad, en el ámbito del diseño, para comprender su evolución.

Se mantuvo una investigación ordenada implementando las normas APA y el esquema de trabajos teóricos.

Se investigó sobre las tendencias de diseño y sus conceptos, así como hacer uso de estos, utilizando sitios web para obtener la información más actualizada y relevante al respecto.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 18**Recomendaciones**

Es importante seguir investigando cada año las nuevas tendencias de diseño para mantenerse actualizado e implementarlas en futuros diseños.

Es importante adaptar las tendencias a las necesidades y valores de cada marca, sin caer en una simple imitación estética.

Es recomendable priorizar tendencias que integren materiales ecológicos, optimización de recursos y mensajes con conciencia medioambiental.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 19**Referencias****E**

Esneca, C. G. (2023, enero 3). Evolución e Historia del Diseño Gráfico. Escuela ELBS. Recuperado de <https://escuelaelbs.com/historia-diseno-grafico>

G

GES Comunicación. Hacia la vanguardia creativa: Tendencias que definen el mundo del diseño gráfico - FACOM. (2024, marzo 22). FACOM - Facultad de Ciencias de La Comunicación. Recuperado de <https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/hacia-la-vanguardia-creativa-tendencias-que-definen-el-mundo-del-diseno-grafico/>

L

Lee, S. (2024, noviembre 15). 9 tendencias de diseño gráfico en 2025. Piktochart. Recuperado de <https://piktochart.com/es/blog/tendencias-en-diseno-grafico-2025/>

M

Mediactiu. (2024, enero 17). Las 10 tendencias en diseño gráfico para 2024. Mediactiu. Recuperado de <https://mediactiu.com/tendencias-en-diseno-grafico-para-2024/>

Mediactiu. (2025, enero 17). Las principales tendencias en diseño gráfico para 2025: Una mirada hacia el futuro creativo. Mediactiu. Recuperado de <https://mediactiu.com/tendencias-en-diseno-grafico-2025/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 20**R**

Rebordinos, A. M. (2024, junio 21). 10 tendencias en diseño gráfico del 2024. DDigitals. Recuperado de <https://ddigitals.net/blog/marketing-digital/tendencias-en-diseno-grafico-2024/>

Rodríguez, M. (2024, enero 18). Principales Tendencias de Diseño a seguir este 2024. Shutterstock. Recuperado de <https://www.shutterstock.com/es/blog/principales-tendencias-diseno-2024>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 21

Anexos

Anexo I. Imagen 1



Rebordinos, A. M. (2024) Imagen de “10 tendencias en diseño gráfico del 2024” Recuperado de <https://ddigitals.net/blog/marketing-digital/tendencias-en-diseno-grafico-2024/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 22**Anexo II. Imagen 2**

Rodríguez, M. (2024). Imagen de “Principales Tendencias de Diseño a seguir este 2024.” Recuperado de <https://www.shutterstock.com/es/blog/principales-tendencias-diseno-2024>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 23

Anexo III. Imagen 3



Mediactiu. (2024). Imagen de “Las 10 tendencias en diseño gráfico para 2024”. Mediactiu.

Recuperado de <https://mediactiu.com/tendencias-en-diseno-grafico-para-2024/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 24

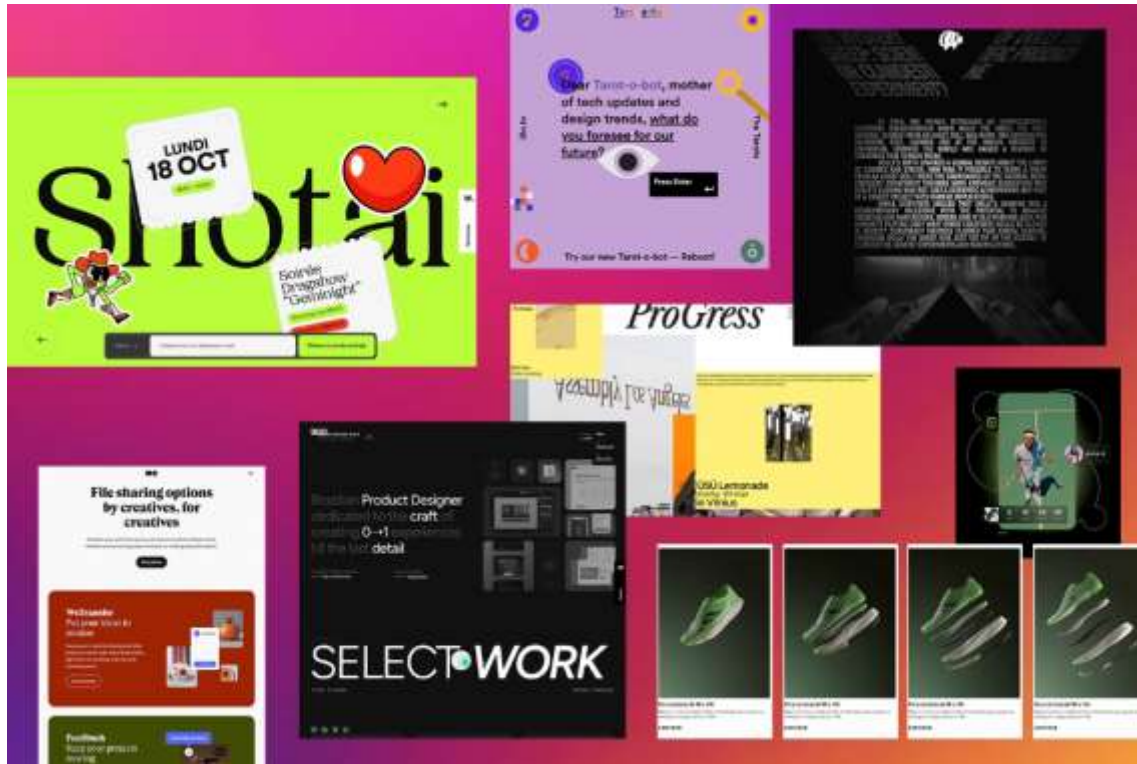
Anexo IV. Imagen 4



Rodríguez, M. (2024). Imagen de “Principales Tendencias de Diseño a seguir este 2024.” Recuperado de <https://www.shutterstock.com/es/blog/principales-tendencias-diseno-2024>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 25

Anexo V. Imagen 5



Mediactiu. (2024). Imagen de “Las 10 tendencias en diseño gráfico para 2024”. Mediactiu.

Recuperado de <https://mediactiu.com/tendencias-en-diseno-grafico-para-2024/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 26**Anexo VI. Imagen 6**

Rodríguez, M. (2024). Imagen de “Principales Tendencias de Diseño a seguir este 2024.” Recuperado de <https://www.shutterstock.com/es/blog/principales-tendencias-diseno-2024>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 27

Anexo VII. Imagen 7

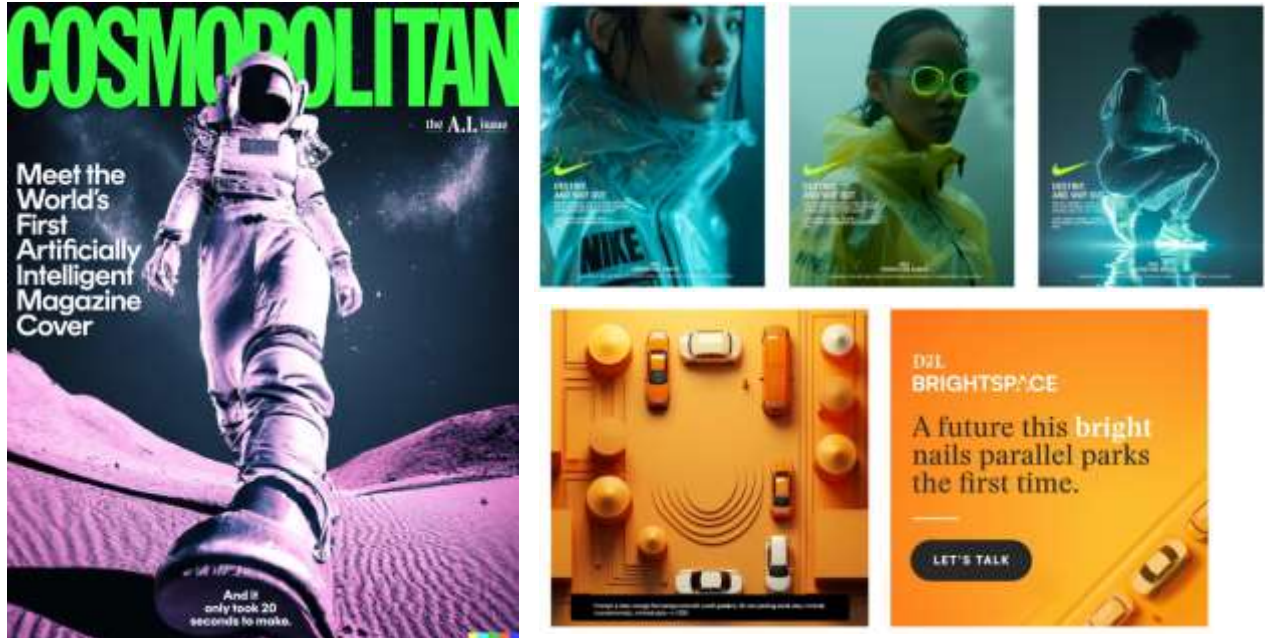


Lee, S. (2024) Imagen de “9 tendencias de diseño gráfico en 2025”. Recuperado de

<https://piktochart.com/es/blog/tendencias-en-diseno-grafico-2025/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 28

Anexo VIII. Imagen 8



Lee, S. (2024) Imagen de “9 tendencias de diseño gráfico en 2025”. Recuperado de

<https://piktochart.com/es/blog/tendencias-en-diseno-grafico-2025/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 29

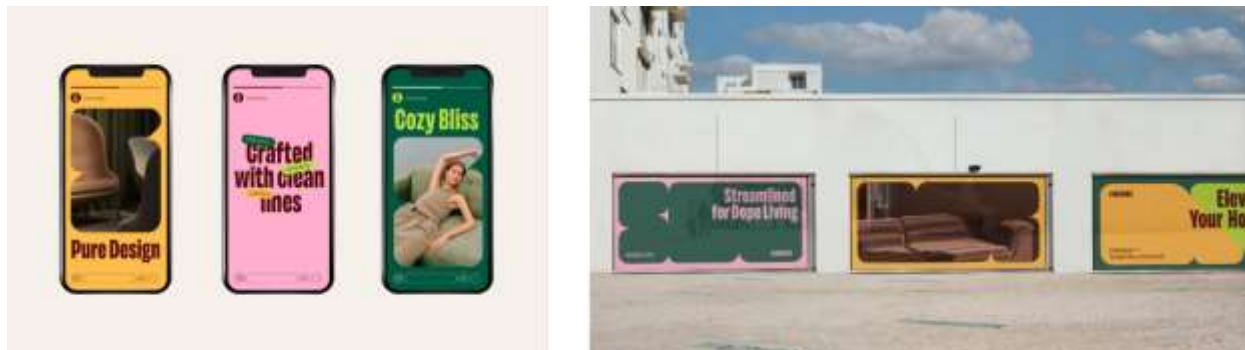
Anexo IX. Imagen 9



Lee, S. (2024) Imagen de “9 tendencias de diseño gráfico en 2025”. Recuperado de <https://piktochart.com/es/blog/tendencias-en-diseno-grafico-2025/>

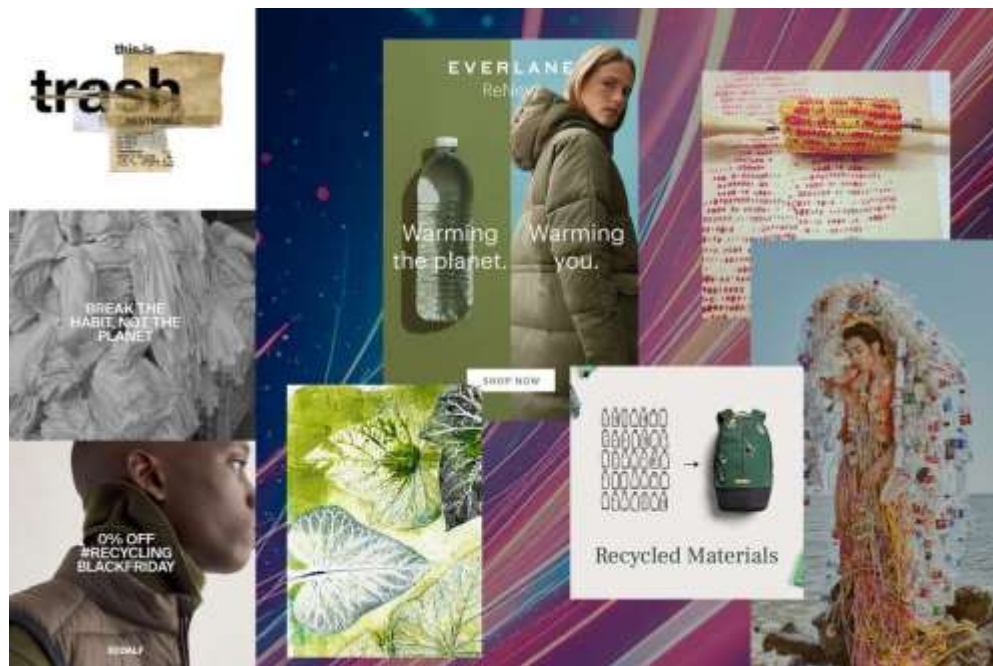
Anexo III. Investigación de tendencias. Página 30

Anexo X. Imagen 10



Lee, S. (2024) Imagen de “9 tendencias de diseño gráfico en 2025”. Recuperado de

<https://piktochart.com/es/blog/tendencias-en-diseno-grafico-2025/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 31**Anexo XI. Imagen 11**

Mediactiu. (2025). Imagen de “Las principales tendencias en diseño gráfico para 2025: Una mirada hacia el futuro creativo” Recuperado de <https://mediactiu.com/tendencias-en-diseno-grafico-2025/>

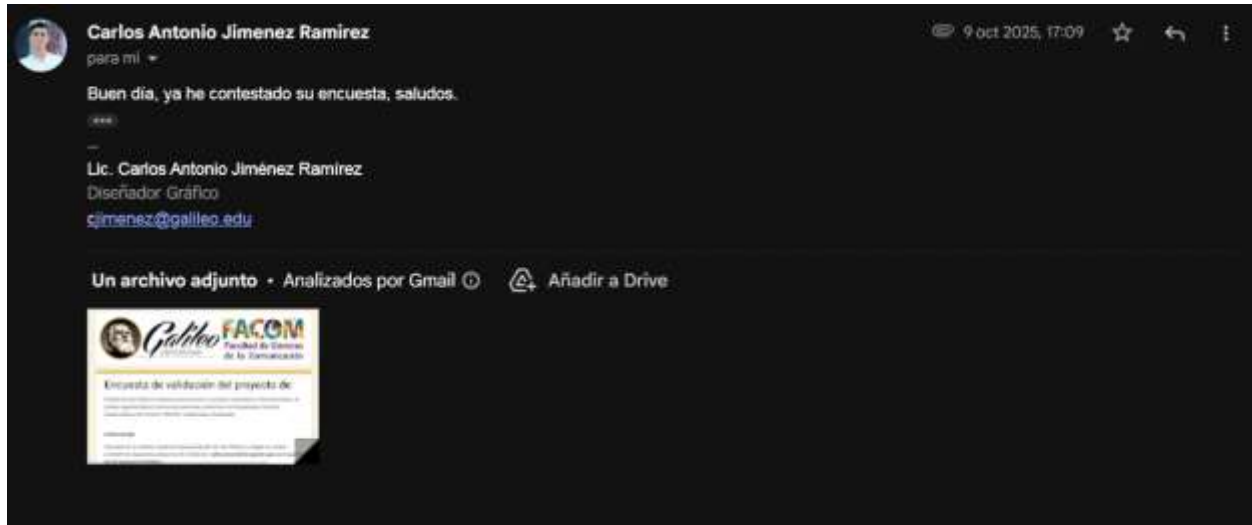
Anexo III. Investigación de tendencias. Página 32**Anexo XII. Imagen 12**

Mediactiu. (2025). Imagen de “Las principales tendencias en diseño gráfico para 2025: Una mirada hacia el futuro creativo” Recuperado de <https://mediactiu.com/tendencias-en-diseno-grafico-2025/>

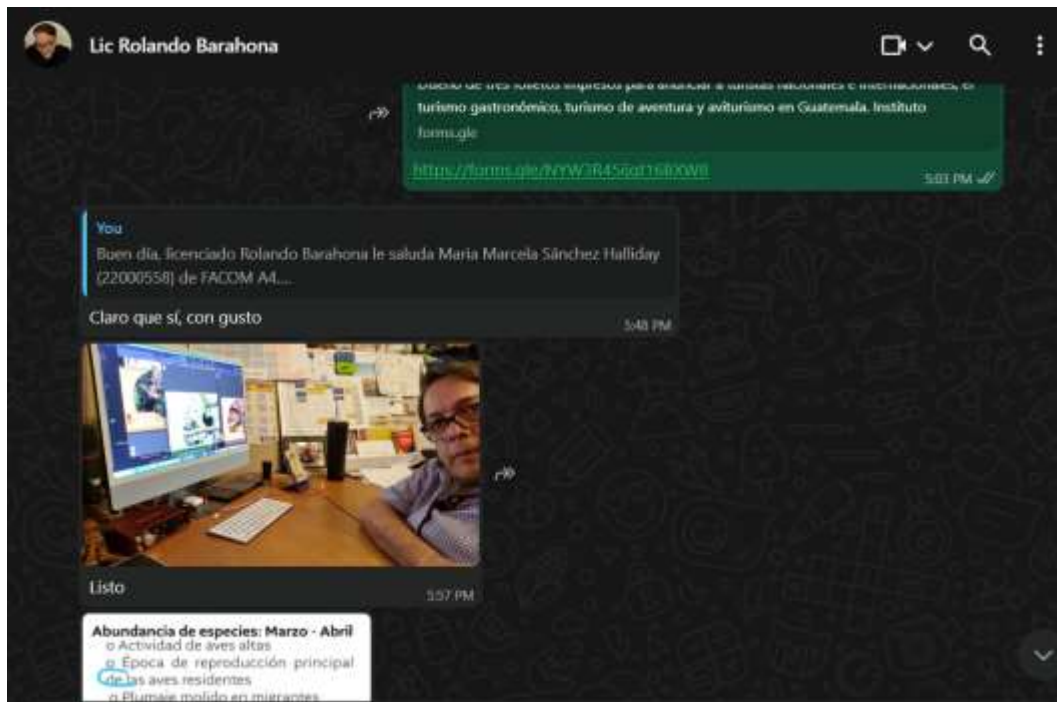
Anexo IV. Validación técnica. Página 1

Evidencia de validación por expertos

Lic. Carlos Jiménez



Lic. Rolando Barahona



Anexo IV. Validación técnica. Página 2

Lic. William Monterroso



Lic. Silvia Sánchez



Anexo IV. Validación técnica. Página 3

Lic. Lupita Dardón

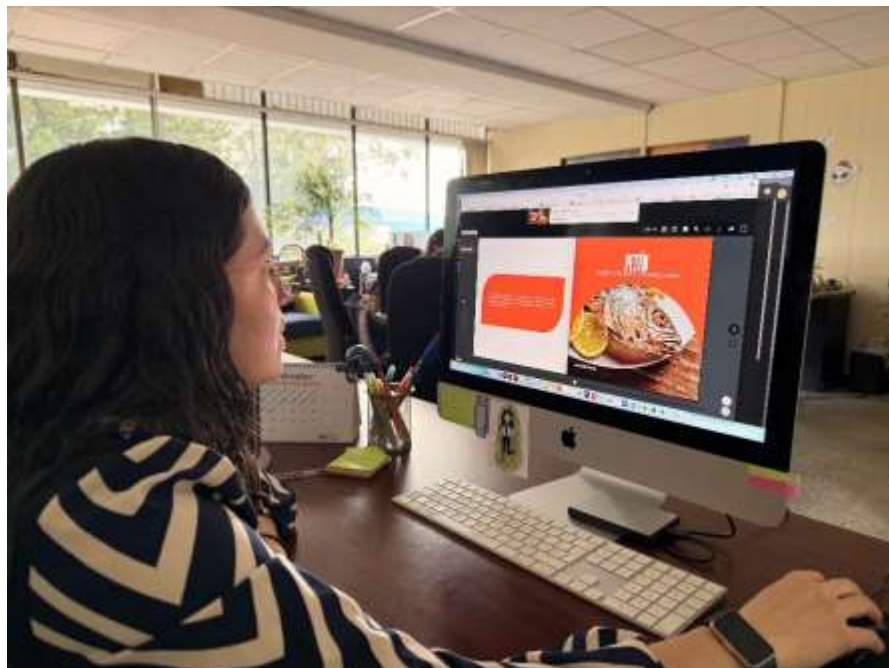


Evidencia de proceso de validación por el cliente Alexandra **Tun**



Anexo IV. Validación técnica. Página 4

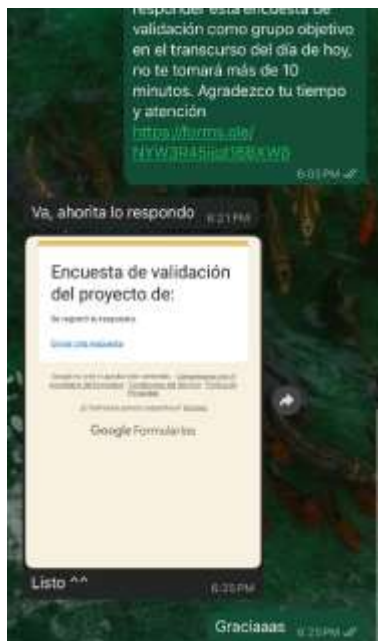
Evidencia de proceso de validación por el cliente Andrea Sandoval Dubón



Evidencia de proceso de validación por el grupo objetivo



Anexo IV. Validación técnica. Página 4



Anexo V. Encuesta. Página 1.

Galileo
UNIVERSIDAD

FACOM
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Encuesta de validación del proyecto de:

Diseño de tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales, el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Guatemala, Guatemala.

Instrucciones

Con base en lo anterior, observe la propuesta de los tres folletos y, según su criterio, conteste las siguientes preguntas de validación, **seleccionando la opción que corresponda en los espacios en blanco.**

Haz clic aquí para ver el Folleto de Turismo Gastronómico.

[Folleto de gastronomía](#)

Haz clic aquí para ver el Folleto de Aviturismo.

[Folleto de aviturismo](#)

Haz clic aquí para ver el Folleto de Turismo de Aventura.

[Folleto de aventura](#)

Grupo *

Experto

Cliente

Grupo Objetivo

Anexo V. Encuesta. Página 2.**Género *** Femenino Masculino**Edad ***

Texto de respuesta corta

Nombre y apellido *

Texto de respuesta corta

Profesión y puesto *

Texto de respuesta corta

1. ¿Considera usted necesario diseñar tres folletos impresos para anunciar a turistas nacionales e internacionales el turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo en Guatemala? *

 Si No

2. ¿Considera importante investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de folletos impresos para la producción de los tres folletos orientados al turismo gastronómico, turismo de aventura y aviturismo? *

 Si No

Anexo V. Encuesta. Página 3.

3. ¿Considera adecuado recopilar los datos necesarios del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- a través de su sitio web oficial, documentos institucionales y material estadístico para utilizar la información más completa y renovada en la investigación? *

- Si
- No

4. ¿Considera que diagramar, bocetar y digitalizar las piezas gráficas ayuda a comunicar mejor los servicios del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-? *

- Si
- No

5. ¿Considera que el uso de los colores corporativos de la organización en el material digital es adecuado para transmitir la identidad del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-? *

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada para un grupo objetivo de mujeres y hombres, de 30 a 40 años, con gustos por la naturaleza, la cultura y el descubrimiento de nuevas experiencias a través del viaje y tendencias a viajar en pareja o en grupos? *

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

Anexo V. Encuesta. Página 4.

7. ¿Los personajes, diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles con relación a los temas abordados?

- Muy comprensibles
- Poco comprensibles
- Nada comprensibles

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de los tres folletos de turismo gastronómico, de aventura y aviturismo es de forma:

- Muy legible
- Poco legible
- Nada legible

9. ¿Considera visibles y de tamaño adecuado las fotografías e ilustraciones utilizadas en la propuesta gráfica para representar el turismo gastronómico, de aventura y aviturismo?

- Muy visible
- Poco visible
- Nada visible

10. Según su criterio, ¿el tamaño físico de 7 x 7 pulgadas de la propuesta es ideal para ser transportado fácilmente por los turistas?

- Sí
- No

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. En caso de que usted tenga alguna sugerencia, comentario o crítica personal, puede hacerlo en el siguiente espacio:

Texto de respuesta largo
