



Diseño de reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala.

Julia Berenice Pineda Vásquez

Carné: 21004577

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Diseño de reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala.

Julia Berenice Pineda Vásquez

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora general

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Dr. Jorge Retolaza

Secretario general

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

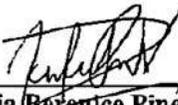
Guatemala 22 de abril de 2024

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

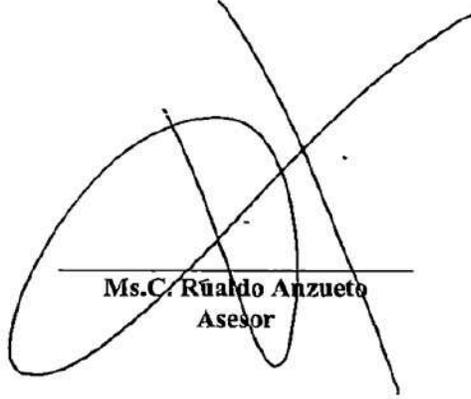
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE REPORTE DIGITAL PARA INFORMAR AL PERSONAL ADMINISTRATIVO, ACERCA DEL DESEMPEÑO DE SOSTENIBILIDAD DEL AÑO 2023 BASADO EN LOS ESTÁNDARES GRI, QUE LA EMPRESA -GREEN DEVELOPMENT-GUATEMALA REALIZÓ PARA LA CORPORACIÓN LICORES DE GUATEMALA.** Así mismo solicito que la Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Julia Berenice Pineda Vásquez
21004577



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 16 de mayo de 2024

Señorita:
Julia Berenice Pineda Vásquez
Presente

Estimada Señorita Pineda :

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE REPORTE DIGITAL PARA INFORMAR AL PERSONAL ADMINISTRATIVO, ACERCA DEL DESEMPEÑO DE SOSTENIBILIDAD DEL AÑO 2023 BASADO EN LOS ESTÁNDARES GRI, QUE LA EMPRESA -GREEN DEVELOPMENT- GUATEMALA REALIZÓ PARA LA CORPORACIÓN LICORES DE GUATEMALA.** Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Rualdo Anzueto como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 02 de mayo 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 REPORTE DIGITAL PARA INFORMAR AL PERSONAL ADMINISTRATIVO, ACERCA DEL DESEMPEÑO DE SOSTENIBILIDAD DEL AÑO 2023 BASADO EN LOS ESTÁNDARES GRI, QUE LA EMPRESA -GREEN DEVELOPMENT- GUATEMALA REALIZÓ PARA LA CORPORACIÓN LICORES DE GUATEMALA.** Presentado por la estudiante: *Julia Berenice Pineda Vásquez*, con número de carné: 21004577, 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,


Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 14 de julio de 2025

Señorita
Julia Berenice Pineda Vásquez
Presente

Estimada Señorita Pineda:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 19 de agosto de 2025.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE REPORTE DIGITAL PARA INFORMAR AL PERSONAL ADMINISTRATIVO, ACERCA DEL DESEMPEÑO DE SOSTENIBILIDAD DEL AÑO 2023 BASADO EN LOS ESTÁNDARES GRI, QUE LA EMPRESA -GREEN DEVELOPMENT- GUATEMALA REALIZÓ PARA LA CORPORACIÓN LICORES DE GUATEMALA**, de la estudiante Julia Berenice Pineda Vásquez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porras Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 26 de agosto de 2025

Señorita:
Julia Berenice Pineda Vásquez
Presente

Estimada Señorita Pineda:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE REPORTE DIGITAL PARA INFORMAR AL PERSONAL ADMINISTRATIVO, ACERCA DEL DESEMPEÑO DE SOSTENIBILIDAD DEL AÑO 2023 BASADO EN LOS ESTÁNDARES GRI, QUE LA EMPRESA -GREEN DEVELOPMENT- GUATEMALA REALIZÓ PARA LA CORPORACIÓN LICORES DE GUATEMALA.** Presentado por la estudiante: Julia Berenice Pineda Vásquez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios, por darme la vida, la fortaleza y la guía necesaria para alcanzar mis metas, iluminando cada paso en mi camino personal y profesional.

A mi familia, por ser mi pilar. A mis papás, por su amor incondicional, su apoyo en cada desafío y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia. A mis hermanas y a mi hermano, por acompañarme en cada etapa, por sus palabras de aliento y por estar siempre a mi lado. A mis sobrinos, Diego y Matías, quienes con su alegría y cariño hicieron este camino más especial, recordándome la importancia de soñar y seguir adelante con ilusión.

A mi perrito, quien, aunque ya no está físicamente, me acompañó con su lealtad y amor incondicional en cada jornada de este camino. Su presencia fue un consuelo y un recordatorio de la importancia de los pequeños momentos de felicidad.

A mis amigos, por su apoyo constante, por ser esa familia que elegí y por estar ahí en los momentos de agotamiento y celebración. Su compañía hizo este proceso más llevadero y significativo.

A mis compañeros de estudio, con quienes compartí desvelos, aprendizajes y experiencias que nos formaron no solo como profesionales, sino también como personas.

A mis compañeros de trabajo, por su paciencia, comprensión y por enseñarme que el aprendizaje no se limita al aula, sino que se encuentra en cada experiencia y en cada desafío enfrentado.

A mis catedráticos, por sembrar en mí la semilla del conocimiento, por expandir mi visión y por motivarme a cuestionar, innovar y seguir aprendiendo.

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

Resumen

A través del acercamiento con la empresa -Green Development- se identificó que no cuenta con un reporte digital de sostenibilidad bajo estándares GRI para la corporación Licores de Guatemala que ofrece la empresa -Green Development- Guatemala.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por Licores de Guatemala y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue diseñar el reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de un rango de edad entre 30 a 40 años, en los niveles socioeconómicos B, son gerentes y jefes, para la corporación Licores de Guatemala.

Y se recomendó a la empresa Green Development y a la corporación Licores de Guatemala considerar la incorporación del informe digital en una plataforma interna, para facilitar su acceso en cualquier momento.

Para efectos legales únicamente la autora **JULIA BERENICE PINEDA VÁSQUEZ** es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesiones.

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.....	1
Introducción.....	1
Capítulo II: Problemática.....	2
Contexto.....	2
Requerimiento de Comunicación y Diseño Gráfico.....	3
Justificación.....	3
Magnitud.....	3
Vulnerabilidad.....	4
Trascendencia.....	4
Factibilidad.....	4
Capítulo III: Objetivos del Diseño.....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Capítulo IV: Marco de Referencia.....	7
Información General del Cliente.....	7
Información General de la Empresa.....	7
Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo.....	9
Perfil Geográfico.....	9
Perfil Demográfico.....	10
Perfil Psicográfico.....	11

Perfil Conductual.....	11
Capítulo VI: Marco Teórico.....	13
Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio.....	13
Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño.....	17
Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias.....	22
Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar.....	30
Aplicación de la Información Obtenida en el Marco Teórico.....	30
Conceptualización.....	36
Bocetaje.....	40
Proceso de Digitalización.....	59
Propuesta preliminar.....	70
Capítulo VIII: Validación de Técnica.....	75
Población y Muestreo.....	76
Método e Instrumentos.....	76
Modelo de la Encuesta.....	77
Resultados e Interpretación de Resultados.....	81
Cambios en Base a los Resultados.....	91
Capítulo VIII: Propuesta Gráfica Final.....	95
Propuesta Preliminar.....	95
Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución.....	100
Plan de Costos de Elaboración.....	100

Plan de costos de Producción.....	101
Plan de Costos de Reproducción.....	101
Plan de Costos de Distribución.....	101
Margen de Utilidad.....	101
IVA.....	102
Cuadro con resumen general de costos.....	102
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	103
Conclusiones.....	103
Recomendaciones.....	104
Capítulo XII: Conocimiento general.....	105
Demostración de Conocimientos.....	105
Capítulo XIII: Referencias.....	106
Referencias.....	106
Capítulo XIV: Anexos y Tablas.....	111
Anexo I.....	111
Anexo II.....	115
Anexo III.....	116

Capítulo I: Introducción

Capítulo I: Introducción

Introducción

La empresa -Green Development- ha ofrecido a sus clientes reales y potenciales sus servicios desde 2009. Sin embargo, en la actualidad es necesario efectuar un diseño de reporte digital que responda a las necesidades actuales de la empresa.

Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala.

Para crear el diseño de reporte digital, se utilizará el programa de Adobe, InDesign y a través de un método de investigación cascada o también conocido como ciclo de vida de desarrollo de sistemas (SDLC, por sus siglas en inglés). El reporte digital estará respaldado con un marco teórico que sustente la investigación.

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

Capítulo II: Problemática

Capítulo II: Problemática

Contexto

-Green Development- fue fundada en el año 2009 como Unidad de Cambio Climático, marcando el inicio de un ambicioso proyecto centrado en la gestión de créditos de carbono. Desde sus primeros días, la organización se dedicó a abordar los desafíos del cambio climático mediante la implementación de soluciones innovadoras y sostenibles.

Cuatro años después, en el 2012, Amilcar Ordoñez asume como nuevo Gerente General y bajo su liderazgo, -Green Development- amplió su portafolio de servicios para incluir la medición y mitigación de la huella de carbono, reflejando una visión más integral de la sostenibilidad. En el año 2014 marcó el inicio de la unidad de Gestión Ambiental, integrando la gestión y el seguimiento de estudios de impacto ambiental como parte fundamental de sus servicios.

En 2021, se creó la Unidad de Gestión Social con la Estrategia 2021-2025 enfocándose en integrar aspectos sociales en sus proyectos y servicios, reconociendo la importancia de la sostenibilidad social.

Para el año 2022, fue un año de expansión con el inicio de operaciones en México y la creación de la Unidad de Educación Ambiental. Esta unidad se dedica a gestionar certificaciones internacionales y a convertir más hectáreas en sostenibles, reflejando un compromiso continuo con la educación y la concienciación ambiental.

A lo largo de estos años, -Green Development- ha demostrado un crecimiento constante y una adaptación continua a las necesidades emergentes del medio ambiente y la sociedad, fortaleciéndose como un ejemplo en la lucha contra el cambio climático y la promoción de prácticas sostenibles.

Requerimiento de Comunicación y Diseño gráfico

La empresa -Green Development- Guatemala no cuenta con un reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI para la industria de Licores de Guatemala.

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 cuenta con una población de 18,917,417 millones de personas y está dividida 22 departamentos. Entre ellos se encuentra el departamento de Guatemala que en la actualidad habitan 5,629,725 millones de personas. Dentro de este departamento existen 5 empresas dedicadas a los servicios de asesoría y consultoría ambiental, y entre ellas, solo una empresa -Green Development- que ofrece el reporte de sostenibilidad, y brindan sus servicios aproximadamente a 26 clientes reales y 10 clientes potenciales.



Figura 1. Realizada por Julia Berenice Pineda Vásquez. Gráfica de Magnitud

Vulnerabilidad

Si la empresa -Green Development- no realiza el reporte digital para informar acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 dirigido a la corporación Licores de Guatemala, se perderá la oportunidad de dar a conocer de manera clara y accesible sobre los impactos, resultados y desempeños económicos, ambientales y sociales, por lo tanto la información contenida en el reporte puede ser sensible y puede llegar a ser una mala interpretación del desempeño de sostenibilidad y así mismo dañando la reputación de la empresa si quiere ser reconocida por todo el mundo.

Trascendencia

Al contar con un reporte digital, la empresa podrá valorar los esfuerzos que tuvieron éxito y aquellos que no funcionaron; al tener el conocimiento sobre esto, se podrá analizar qué tipo de acciones funcionarán mejor, para implementarlas y lograr alcanzar los objetivos.

Factibilidad

El proyecto, diseño de reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala, es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

Recursos Humanos. La empresa cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de la empresa 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. La empresa cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

Recursos Tecnológicos. La empresa 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 los competentes profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Huawei Matebook D14, con procesador AMD Ryzen 5 35000 U Intel Core i5 y memoria 16 GBDDR4 de RAM.
- Huawei mouse CD23.
- Tableta gráfica de dibujo Inspiroy H640P.
- Tablet Galaxy Tab S5e de 10,5 pulgadas WQXGA Super AMOLED con 64/128 GB de almacenamiento.
- Programas de diseño Adobe Creative Suite.

Capítulo III: Objetivos del diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

Objetivo general

Diseñar el reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala.

Objetivos específicos

Recopilar toda la información y el material preciso proporcionado por -Green Development- para el desarrollo del diseño de reporte digital.

Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionadas a la creación de los reportes digitales, a través de fuentes biográficas y de sitios web que respaldan científicamente la propuesta del proyecto digital.

Diagramar la información de los reportes a través de programas de Adobe y herramientas digitales, con el fin de publicarlos en formato digital accesible y atractivo para los usuarios.

Capítulo IV: Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

Información general del cliente

Nombre de la empresa. Green Development

Nombre del cliente. Alejandra Tuchan

Dirección. 19 ave. 2-78 zona 11, Distrito Miraflores, Nivel 9 Oficina 917

Correo electrónico. atuchan@greendevlopment.com.gt

Tel. 4006 9313

Información general de la empresa

Green Development fue creada en el año 2009 como Unidad de Cambio Climático, actualmente se dedica principalmente a brindar servicios socio ambientales, tiene 5 ejes de trabajo en donde engloba diversos tipos de servicios los cuales son: gestión ambiental, cambio climático, sistemas de gestión, gestión social y educación ambiental.

Siendo una empresa privada que asesora a corporaciones en desarrollar e implementar estrategias empresariales sostenibles basadas en la eficiencia, aumento de rentabilidad y armonía con el ambiente, enfocados en la reducción de la huella de carbono y mejora de mercadeo de sus productos/ servicios e imagen corporativa y, además, otorga a sus clientes el Sello Green FootPrint como reconocimiento de sus logros ambientales alcanzados.

Misión. Desarrollar herramientas de competitividad ambiental que influyen en la cultura y contribuyen a la diferenciación y rentabilidad de nuestros clientes.

Visión. Ser reconocidos por el diseño e implementación de estrategias de gestión socioambiental que transformen a nuestros clientes en organizaciones competitivas ambientalmente responsables a nivel local y regional.



FODA

Tabla elaborada por Julia Berenice Pineda Vásquez. Ver brief completo en anexo 1

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de un rango de edad entre 30 a 40 años, en los niveles socioeconómicos B, son gerentes y jefes, los cuales se caracterizan por ser personas orientadas hacia la responsabilidad social y ambiental, en la transparencia, la ética empresarial, compromiso con las prácticas sostenibles.

Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en la República de Guatemala. Está situada en el Istmo Centroamericano, entre los 14° y los 18° de latitud norte y los 88° y 92° de longitud oeste. Tiene fronteras al norte con México (960 Km), al oeste con Belice (266 Km), al este con el Mar Caribe (148 Km) y Honduras (256 Km), al sudoeste con El Salvador (203 Km) y al sur con el Océano Pacífico (254 Km).

El idioma oficial es el español, Guatemala tiene un clima tropical en las regiones bajas y un clima más templado en zonas montañosas y existen dos estaciones principales, la estación lluviosa y estación seca.

Está dividida por cuatro regiones geográficas, altiplano central caracterizado por montañas y valles, costa del pacífica cuenta con tierras bajas, costeras, playas y llanuras, la región norte dominada por la selva tropical y rica en biodiversidad y, por último, la costa del Atlántico que incluso la costa caribeña, con un clima húmedo y cálido.

El grupo objetivo trabaja en Mixco, Antigua Guatemala y Quetzaltenango, transita por zonas urbanas del interior del país. Puntualmente, el proyecto se ubicará en Mixco del Departamento de Guatemala y el diseño de reportes va dirigido a Licores de Guatemala.

Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 30 a 40 años, con un nivel socioeconómico B con ingresos mensuales de Q61,200.00. Son personas que completaron todos los niveles de educación superior, licenciatura, maestría y doctorado.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL B
Ingresos	Q61. 200.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero
Desempeño	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional comerciantes
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiera, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos
Otras propiedades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas
Personal de servicio	1-2 personas de tiempo completo, chofer
Servicios financieros	3-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$
Posesiones	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto
Bienes de comodidad	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelitallm internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet, porton electrónico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de internet.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior.

Ver tabla completa de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex en Anexo II

Perfil psicográfico

El grupo objetivo tiene cree en Dios, la familia, el gobierno, se reúne en organizaciones como iglesia, restaurantes, centros recreativos, entre otros. Cree en el trabajo, en la responsabilidad profesional y personal. Se entretiene en lugares turísticos, centros comerciales, bares, centros recreativos e interactúan redes sociales como por Facebook, X, Instagram, Telegram, Linkeding.

El uso de la tecnología y las redes sociales para el trabajo y las relaciones personas, aunque tiene un enfoque más crítico y selectivo en comparación con generaciones más jóvenes.

El consumo responsable y la planificación financiera suelen ser más sobresalientes y su estilo de vida puede incluir una mayor atención a la salud y el ejercicio regular. Se pueden caracterizar por tener mayor estabilidad emocional, un enfoque claro en metas y valores, la capacidad de manejar una variedad de responsabilidades.

Sin embargo, también enfrentan desafíos únicos que requieren fortaleza y adaptabilidad. Participan en cursos, conferencias, seminarios para mejorar su comprensión y habilidades en el área de la sostenibilidad.

Perfil conductual

El grupo objetivo busca que el informe digital sea claro e interactivo y sean una buena forma de demostrarlo. La interfaz visualmente atractiva y fácil de usar es evidente, los usuarios prefieren informes fáciles de leer y que les permitan comprender la información proporcionada sobre sostenibilidad.

Muchos de los participantes conocen las directrices GRI y conocen la importancia de la transparencia y la corrección en la presentación de datos de sostenibilidad. Nuestras expectativas

y comentarios reflejan esta comprensión y resaltan la necesidad de gráficos interactivos, tablas comparativas y secciones detalladas para explicar los diferentes indicadores de sostenibilidad.

Les gustan los informes que cumplan con la norma GRI y sean visualmente atractivos. Además, la mayoría de los usuarios acceden a informes digitales en dispositivos móviles, por lo que un diseño responsivo se puede adaptar a diferentes plataformas.

Capítulo VI: Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

Reporte de sostenibilidad

Es un documento que transparenta el desempeño económico, ambiental y social de una empresa. A través de la elaboración de estos informes las compañías pueden identificar su contribución, positiva o negativa, al desarrollo sostenible. Los reportes permiten a los grupos de interés informarse sobre sus impactos de una empresa, a modo de tomar decisiones objetivas sobre si apoyar o no dicho negocio. (Ecoed, 2023)

Sostenibilidad

Se entiende por buscar cubrir las necesidades de las generaciones actuales sin que se vean comprometidas las del futuro garantizando un equilibrio entre tres pilares fundamentales: la protección del medioambiente, el desarrollo y bienestar social y el crecimiento económico de las naciones.

El concepto se introduce, por primera vez, en el Informe Brundtland, publicado en 1978 para las Naciones Unidas, en el que se analizan las diferentes políticas de desarrollo económico y globalización y su impacto en el medioambiente, buscando dar con posibles soluciones a los problemas asociados a la industrialización y al crecimiento demográfico. (Ferrovial, 2024)

Estándares GRI

Son mejores prácticas internacionales diseñadas para informar al público general de una variedad de impactos económicos, ambientales y sociales. La presentación de informes de sostenibilidad a partir de estos Estándares proporciona información acerca de las contribuciones positivas o negativas de las organizaciones al desarrollo sostenible. (GRI, 2024)

Gestión ambiental

Es un término amplio que refiere a las prácticas, políticas y procedimientos que las empresas, organizaciones y gobiernos implementan con el objetivo de reducir su impacto en el medio ambiente. Es un componente esencial para el manejo y uso sostenible de los recursos naturales del planeta.

Trata sobre cómo las personas, las sociedades, las empresas y los gobiernos interactúan con el medio ambiente, cómo afectan estos ecosistemas y cómo podemos minimizar el impacto negativo de nuestras acciones. (Melanie Ceballo, 2023)

Cambio climático

Se refiere a los cambios a largo plazo de las temperaturas y los patrones climáticos. Estos cambios pueden ser naturales, debido a variaciones en la actividad solar o erupciones volcánicas grandes. Pero desde el siglo XIX, las actividades humanas han sido el principal motor del cambio climático, debido principalmente a la quema de combustibles fósiles como el carbón, el petróleo y el gas.

La quema de combustibles fósiles genera emisiones de gases de efecto invernadero que actúan como una manta que envuelve a la Tierra, atrayendo el calor del sol y elevando las temperaturas.

Las emisiones principales de gases de efecto invernadero que provocan el cambio climático son el dióxido de carbono y el metano. (Naciones Unidas, 2024)

Sistemas de gestión

Describe la forma en que las empresas se organizan en sus estructuras y procesos para actuar de forma sistemática, garantizar la fluidez de los procesos y lograr los resultados

previstos. Los sistemas de gestión modernos suelen seguir el ciclo PDCA de planificación, ejecución y mejora (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar).

Un sistema de gestión eficaz se basa en procesos estructurados y optimizados y los controla. Así, establece la mejora sistemática y continua de la organización a través de reglas, roles y procesos claros. Pueden utilizarse en todos los ámbitos, dependiendo de dónde opere su empresa y de los objetivos que deba alcanzar. (DPS, 2024)

Gestión social

Según Alejandra De Gatica es un componente el que alude específicamente a las relaciones conocimiento/poder del desarrollo social. Por lo tanto, se considera que su estudio en profundidad implica adentrarse en las formas con las que ha logrado constituirse como el conocimiento legítimo acerca de los problemas sociales y sus soluciones.

El saber acerca de la Gestión Social refiere a la manera en que se evalúa y determina una carencia o una necesidad, se discriminan los tipos de carencia, se rotula y clasifica a los sujetos en pobres y no pobres, indigentes, beneficiarios en situación de riesgo, etcétera; respondiendo a formas empleadas por nuestra cultura para definir tipos de subjetividad acerca de la pobreza que permitan convivir con ella y establecer determinadas relaciones sociales.

En conclusión, se intenta comprender la constitución de un dominio de saber, como es la Gestión Social, entendiéndolo como una necesidad de científico lo social, enmarcado, a su vez, en un proceso de búsqueda de soluciones a los problemas de la organización y el orden social. (Alejandra, 2012)

Educación ambiental

Es la formación programática de individuos conscientes y responsables de su entorno ecológico, dotados de los conocimientos, capacidades y actitudes necesarios para entender y resolver las problemáticas ambientales de su comunidad.

Se trata del principal mecanismo disponible para la sociedad para formar generaciones más respetuosas del enorme patrimonio natural del planeta Tierra, es decir, de su diversidad biológica, y más eficiente en sus modos de consumo. Surgió a partir de las advertencias medioambientales y de sostenibilidad que, desde 1960, han surgido desde distintas perspectivas y comunidades.

Para ella, la educación ambiental parte de la idea de incorporar a los programas educativos formales y oficiales un contenido pertinente a la preservación a la preservación medioambiental y al consumo. (Editorial Etecé, 2021)

Huella de carbono

Según explicó Sebastián Galbusera “la huella de carbono representa la cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero que se emitieron a la atmósfera por medio de alguna actividad humana, que puede ser un producto o un servicio, o por la acción diaria de un habitante.

Estas actividades humanas pueden ser tanto individuales como colectivas y su impacto se mide en toneladas o kilos de dióxido de carbono que equivalen a gases de efecto invernadero (GEI), según detalla la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).

“Toda actividad genera algún tipo de impacto”, comentó Galbusera, “pero lo que ocurre es que hay algunas que generan una menor huella de carbono o tienen una huella de carbono que se

compensa, por ejemplo, a través de una reforestación o plantación de árboles que capture los gases emitidos por medio de la fotosíntesis”. (Sebastián, 2022)

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

Comunicación. Según Thompson, en su artículo titulado “Definición de comunicación” donde señala que la comunión es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinado para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos. (Thompson, 2008)

Esquema de comunicación.



Esquema de comunicación creado por Julia Berenice Pineda Vásquez

Comunicación Visual. Según Bruno Manari nos contesta diciendo que la comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos, desde una planta hasta las nubes que se mueven en el cielo. Cada una de estas imágenes tiene un valor distinto, según el contexto en que están insertadas.

Nos dice que la comunicación puede ser casual o intencional. Una comunicación casual es toda aquella que nos presenta sin ninguna intención, es decir todo lo que sucede de manera espontánea y que no tiene un mensaje concreto por un emisor específico.

Al contrario de la comunicación casual, la comunicación intencional es cuando se persigue un fin específico, y se quiere dar un mensaje concreto. La comunicación visual intencional, puede, a su vez, ser examinada bajo dos aspectos: El de la información estética y el de la información práctica.

La comunicación visual se procede por medio de mensajes visuales, que forman parte de todos los mensajes a los que estamos expuestos por medio de los nuestros sentidos (sonoros, terminos, dinámicos, entre otros). (Eunice y Raúl, 2003)

Comunicación Persuasiva. Es una forma de expresión que pretende convencer o reforzar la actividad de quienes reciben el mensaje. Para ella, se emplean recursos argumentativos que generan una conexión con la audiencia y que, al mismo tiempo, impactan en sus percepciones y acciones.

Las técnicas de comunicación expresiva se postulan como estrategia de alta efectividad en ámbitos como el marketing o la política, donde se busca seducir a la audiencia. Ya sabemos que comunicar persuasivamente se traduce al arte de hablar y escribir de manera convincente y con argumentos a favor. (Equipo editorial de IONOSS, 2023)

Comunicación grupal. Hace referencia al proceso interactivo que tiene lugar entre tres o más personas. La comunicación grupal resulta básica e importante en el desarrollo de relaciones entre personas, familias, grupos sociales. Empresas e incluso gobiernos. El proceso puede llevarse a cabo a través de diversas técnicas de comunicación. (Laura, 2020)

Comunicación formal. Es un estilo comunicativo que se utiliza en los contextos profesionales e institucionales. También se puede llamar comunicación formal al flujo de información que se da entre los diferentes escalones dentro de la jerarquía de una organización. El flujo de comunicación formal puede darse de manera hablada o bien escrita.

Generalmente, las interacciones que se resuelven de manera breve se realizan en una conversación por la vía oral. Sin embargo, las comunicaciones que requieren de una información más extensa o compleja se suelen optar por realizar escritos y transmitirlos a los interlocutores por la vía elegida.

Otra característica de la comunicación formal es que funciona a través de protocolos conocidos por los emisores y receptores, que forman parte de la organización en la que tiene lugar dicho proceso comunicativo. (Luis, 2020)

Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

Diseño. Según Fraseara (2000), es una actividad humana volitiva, una actividad abstracta que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo invisible en visible, en definitiva, comunicar. Incluye juicios de valor, aplicaciones y adquisición de conocimientos, uso de intuiciones adecuadas y toma de decisiones.

También según Alber (1988), diseño es planear y organizar, relacionar y controlar. De esta forma breve abarca todos los mecanismos opuestos al desorden y al accidente. Además, significa

una necesidad humana y califica el pensamiento y el hacer humano. (Arellys, Rubén e Yunaris, 2013)

Diseño gráfico. Es una disciplina que combina arte, comunicación y tecnología para crear soluciones visuales y comunicativas. Consiste en la creación y organización de elementos como imágenes, tipografías, colores y formas, con el objetivo de transmitir un mensaje de manera efectiva y estética.

Milton Glaser uno de los diseñadores gráficos más reconocidos, define el diseño gráfico como “La habilidad de crear y desarrollar ideas visuales que comuniquen de manera efectiva información, emociones, valores y estética”. (Melanie, 2023)

Diseño editorial. Va más allá de la simple estética visual. Es un proceso creativo que consiste en organizar y estructurar la información para que el contenido sea comprensible de cara al lector y destaque el mensaje principal.

Esto implica la creación de una narrativa visual que fusiona la estética con la funcionalidad. Desde la elección de tipografías hasta la disposición de imágenes y gráficos, cada elemento se selecciona cuidadosamente para transmitir un mensaje claro.

En cuanto a su utilidad, actúa como un canal para comunicar información de forma que quede en memoria. Utilizando las técnicas de diseño adecuadas, se logra captar y mantener la atención en el lector a lo largo del contenido. (Universidad Europea, 2024)

Diagramación. Es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenido escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Estos elementos pueden ser en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

Estrictamente el acto de maqueta tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluso fases más

amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción pre-prensa, prensa y post prensa. (Francisca, 2024)

Impresión Digital. Es un proceso en el cual la impresión de un proyecto digital se realiza directamente sobre el papel o algún otro material impreso utilizando cartuchos de tinta o tóners en función del tipo de impresora ya sea láser o de inyección de tinta.

En la actualidad, este sistema de impresión digital ha avanzado a pasos agigantados gracias a las nuevas tecnologías. Este es un método de impresión instantáneo, de excelente calidad, siendo muy utilizado por las empresas debido a su rapidez, coste económico y flexibilidad. (Open Print, 2024)

Jerarquía visual. Es el método de organización de elementos de diseño en orden de importancia. En otras palabras, es un conjunto de principios que influyen en el orden en que percibimos lo que vemos. Podemos describir la jerarquía visual como un método de organizar en niveles (Samantha, 2023)

Balance. El principio de balance o equilibrio parte del peso visual en los elementos en una composición. Hacemos uso del balance para otorgar estabilidad y estructura, crear énfasis y dinamismo. En el diseño, se intentará colocar los elementos visuales en una disposición estéticamente agradable o en una disposición particular para cumplir un propósito o apariencia particular. (Jaime, 2020)

Proporción. Se basa en la relación del tamaño de los objetos con la composición final. La proporción nos ayuda a comunicar la relación entre los diferentes elementos de diseño. También puede ayudarnos a marcar como más importante alguna parte en concreto, ya que los elementos grandes captan más atención que los pequeños (Jaime, 2020)

Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.

Ciencias auxiliares

Semiología. Es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. De acuerdo con esta definición, la lengua sería una parte de la semiología. En realidad, se coincide generalmente en reconocer el lenguaje un estatus privilegiado y autónomo que permite definir a la semiología como “el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos”.

Según Ferdinand de Saussure es “La lengua es un sistema de signos que expresan ideas, y por eso comparable a la escritura, al alfabeto de los sordomudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, a las señales militares, etc. Sólo que es el más importante de todos esos sistemas.

Se puede, pues, concebir una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social. Tal ciencia sería parte de la psicología social, y por consiguiente de la psicología general. Nosotros la llamaremos semiología (del griego mención ‘signo’). (Guiraud, 1979)

Lingüística. Es la ciencia que estudia los fenómenos del lenguaje, así como sus orígenes, sus cambios en el tiempo, su estructura y funcionamiento. Su propósito es entender mejor tanto las lenguas vivas como las muertas, o sea, aquellas que ya nadie habla, pero que explican el modo en que las lenguas modernas han surgido.

A inicios del siglo XX el lingüista suizo Ferdinand de Saussure (1857-1913) publicó en 1916 su Curso de lingüística general. Allí estableció los más importantes lineamientos científicos para el estudio lingüístico, tales como la diferenciación entre lengua y habla, significado y significante, y otros elementos que revolucionaron el modo de pensar el lenguaje. (Equipo editorial, Etecé)

Psicología. Es la ciencia que busca comprender al ser humano, conocer sobre su vida anterior y su interacción con el mundo que los rodea. Estudia la conducta, los procesos mentales y la personalidad de las personas. Está en constante transformación y se relaciona con otras ciencias como la medicina, la filosofía y la biología.

La psicología es el análisis de los procesos mentales a nivel cognitivo, afectivo y conductual. Estudia todos los aspectos de la experiencia humana, teniendo en cuenta factores sociales, individuales y culturales. Está presente en todos los ámbitos de la vida. (María, 2024)

Psicología de la comunicación. “La psicología de la comunicación surge de la intersección entre una psicología que se ocupa de la problemática de la comunicación y de una ciencia o teoría de la comunicación que descubre sus implicaciones psicológicas.

A partir de la convergencia entre ambas aportaciones se ha ido configurando una psicología de la comunicación que estudia lo conductual de la comunicación y lo comunicacional de la conducta, la influencia mutua entre conducta y comunicación, su estructura y funciones, su origen y desarrollo, su eficacia y limitaciones, así como sus diferentes tipos y modalidades” (Torres, 2012).

Psicología del color. Es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos. Hay ciertos aspectos subjetivos en la psicología del color, por lo que no hay que olvidar que puede existir ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas. (Jonathan, 2016)

Psicología del consumidor. Es una rama de la psicología que busca decodificar los procesos mentales que se encuentran detrás de las decisiones de compra y el comportamiento de

consumo, abarcando desde el estudio de la percepción, el aprendizaje y la memoria, hasta el de la motivación, la emoción y la toma de decisiones.

Se trata de una disciplina que integra conceptos y teorías de la psicología general como los sesgos cognitivos, la teoría del condicionamiento y la psicología social para aplicarlos al ámbito específico del consumo. (Conecta361, 2024)

Artes

Fotografía. Es un procedimiento técnico que permite captar imágenes permanentes de la realidad. Se basa en la fotosensibilidad de ciertos materiales y es factible gracias al mecanismo de una máquina, la cámara fotográfica, que permite impresionar un material fotosensible recubierto con una capa especial llamada emulsión fotográfica. (Océano)

Tipografía. Es una palabra que proviene del griego y que se divide en dos partes. Por un lado, tenemos “tipo” 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. Gracias a ello, es posible tener un lenguaje visual mucho más rico para plasmar mensajes con los distintos estilos de letras existentes.

Una tipografía conlleva un conjunto de caracteres que comparten entre sí algunos elementos o características particulares, Eso hace que se cree una unidad o también llamado familia tipográfica. Con el uso de la tipografía adecuada, es posible transmitir un mensaje y crear una identidad visual específica en cada texto o diseño. (Adobe, 2024)

Iconografía. Es el estudio de las imágenes y símbolos utilizados en diferentes formas de arte, y cómo estos se interpretan para revelar significados culturales, religiosos, sociales y políticos. Se centra en identificar y analizar los temas, figuras, objetos y símbolos representados

en las obras de arte, así como en explorar su significado y contexto histórico. Este campo es una fusión entre la historia del arte, la semiótica y la antropología.

En el diseño gráfico, la iconografía se emplea para la comunicación visual y la navegación en la red. Estos elementos representan funciones y conceptos, pero también se pueden usar para reflejar la identidad de una marca. A medida que las tendencias y tecnologías han ido evolucionando, quienes trabajan en este sector han tenido que ir adaptándola para que siga funcionando. (Agustín, 2024)

Arte digital. “El arte digital es una forma de expresión artística, que se manifiesta a partir de la tecnología digital como bien dice su nombre. Este tipo de arte tiene como resultado una imagen digital, en donde la luz es sustituida por el cálculo matemático de un ordenador. De ese modo, la tecnología informática se transforma en una herramienta de creación, en donde el pincel y la paleta son reemplazados por el mouse, el trackpad o el lápiz digital”. (Thais, 2022)

Teorías

Teoría del color. Esta teoría busca explicar la forma en la que se generan los colores y las reglas que se aplican durante la combinación de estos colores o pigmentos, con la finalidad de obtener ciertos efectos específicos. Establece las pautas fundamentales alrededor de las mezclas de colores y la percepción armónica de los mismos.

A la hora de elegir los colores que se incluirán en un proyecto visual es clave tomar en consideración sus propuestas; la aplicación del color no debe de ser fortuita. Los matices, sombras y tonos que tendrá un diseño deberán ser seleccionados cuidadosamente, según el mensaje que se quiera comunicar.

Según Aristóteles la teoría del color se refiere que todos los colores se obtienen gracias a la mezcla de los colores de la tierra, el fuego, el agua y el cielo. A estos colores los llamó básicos

Entre los muchos intereses de Isaac Newton estaba el color. Vio que la refracción dependía del objeto, de forma que ciertos objetos opacos absorben algunos colores en vez de reflejar todos. Por ello, concluyó que los colores reflejados son los que llegan a los ojos y es lo que provoca que las cosas tengan un color u otro.

Como parte de la teoría del color de Newton es importante mencionar la creación de un círculo cromático, con sectores pintados en color rojo, naranja, amarillo, verde, cian, azul y violeta. Al girar a gran velocidad, este dispositivo combina los colores para formar el blanco. (Unir, 2023)

Teoría del recorrido visual. Es el movimiento que se hacen con los ojos para poder apreciar una obra, se fijan los ojos en un punto del punto de la pintura y luego, el “camino” que trazan los ojos naturalmente para ver la totalidad. (Silvana, 2015)

Teoría de la comunicación persuasiva. Se puede definir como el tipo de comunicación que pretende cambiar, afectar, o reforzar ciertas respuestas de los demás. El objetivo es crear un cambio de actitud para influir en el comportamiento del oyente o receptor del mensaje. Por ejemplo, comunicar mensajes de una manera que genere respuestas y resultados favorables se clasificaría como comunicación persuasiva.

El arte de la persuasión se basa en algunas habilidades específicas en la comunicación. Es importante acordar que las personas generalmente responden mejor a la comunicación persuasiva cuando sienten que la persona que emite el mensaje es similar a ellos, ya sea en edad, ocupación o estatus socioeconómico. (Universidad Europea, 2022)

Tendencias

Diseño plano. Se puede ver como el primo más sofisticado y versátil del minimalismo. Si bien los diseños planos se ven geniales cuando se fabrican dentro de las restricciones del minimalismo, también pueden manejar mucha más complejidad; estos diseños tienen una nitidez y claridad que solo se pueden lograr eliminando los efectos tridimensionales.

En esencia, el Diseño Plano tiene dos objetivos, la primera es abrazar los límites de la pantalla y trabajar dentro de esos parámetros en lugar de tratar de ocultarlos y la segunda es usar esta nueva simplicidad como punto de partida para optimizar los diseños y hacer que los sitios web sean más rápidos y funcionales.

El Diseño Plano no significa necesariamente que algo que insinúa la dimensionalidad esté fuera de lugar. Por ejemplo, este sitio web presenta una ilustración en ángulo con una perspectiva clara. Pero la trayectoria general de la tendencia es hacia la simplicidad y el minimalismo. Los botones son campos simples de color con esquinas agudas. No se ve una sombra paralela, un borde biselado o un degradado. (Luke, 2018)

Minimalismo y sencillez. Implica el uso de una paleta de colores limitada y una cantidad mínima de elementos de diseño para crear un diseño sencillo y despejado. La simplicidad implica el uso de líneas limpias y formas sencillas para crear un diseño agradable a la vista y fácil de entender.

El minimalismo y la sencillez pueden utilizarse en diversos contextos, como la creación de marcas, el diseño web y el diseño editorial. También ofrecen un enfoque atemporal y elegante del diseño que puede transmitir una sensación de sofisticación y profesionalidad. El minimalismo puede crear una sensación de calma y tranquilidad, mientras que la simplicidad puede crear una sensación de claridad y facilidad de uso.

La popularidad del minimalismo y la sencillez puede verse en la industria del diseño, con grandes marcas y diseñadores que los incorporan a sus campañas de marca y marketing. Esta tendencia ofrece una forma interesante de crear diseños funcionales y estéticamente agradables, al tiempo que permite destacar en un paisaje abarrotado. (L Droid, 2023)

Visualización de datos. Es un proceso por el cual realizamos una representación de datos de forma visual. Piensa en un conjunto de estadísticas, como por ejemplo los resultados de una encuesta. Si eliges publicarlo en forma de texto requeriría mucho tiempo y esfuerzo por parte de los lectores para asimilar toda la información.

Además, tener muchas palabras en párrafos largos puede resultar agotador y confuso de leer. Las personas tendrían dificultades para descubrir cuál es el mensaje principal y los encuestadores tendrán problemas para transmitir un mensaje claro a través de tantas palabras.

Las personas pueden tener dificultades para comprender los efectos del tabaquismo en el cuerpo humano, por ejemplo. A través de una infografía, en cambio, este mensaje se transmite fácilmente. (Valentina, 2020)

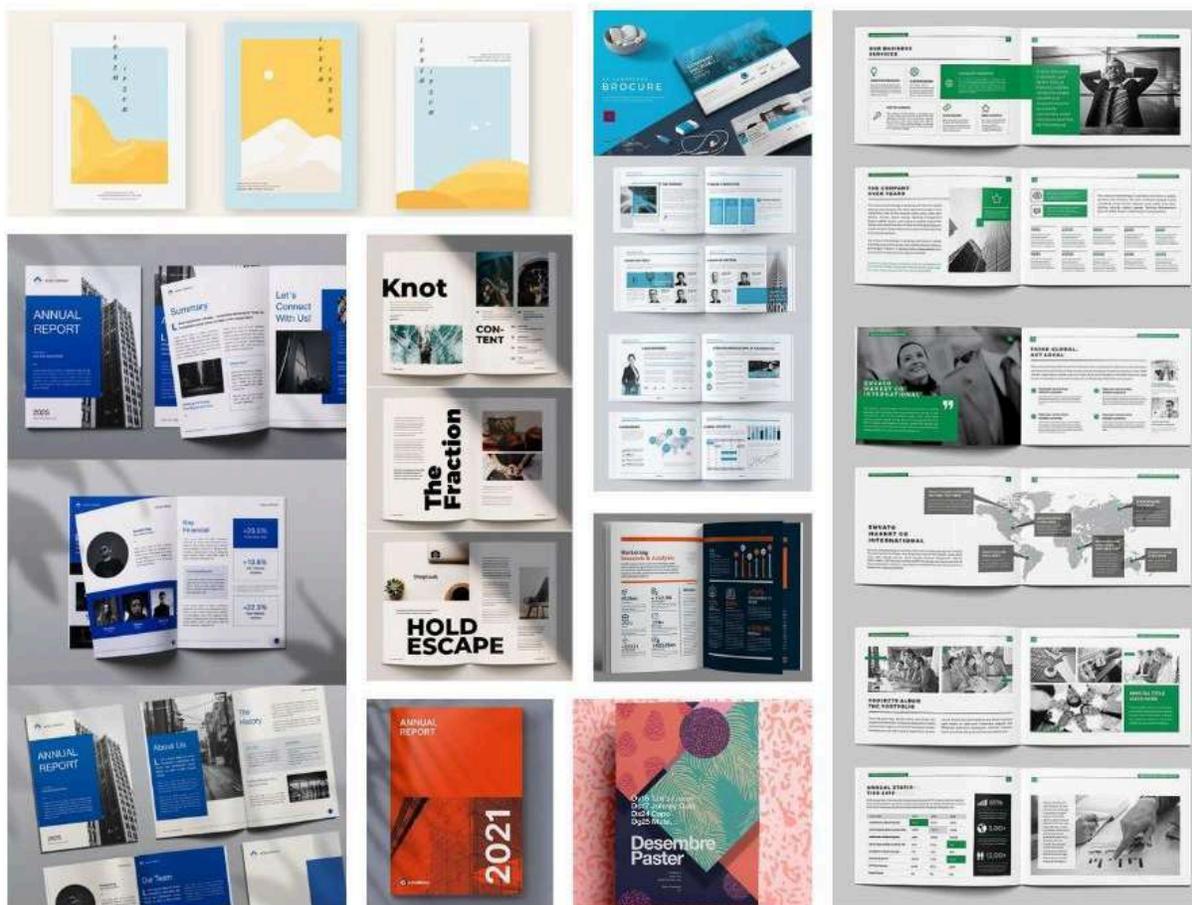
Títulos e imágenes grandes. Los grandes títulos y elementos visuales son muy llamativos para los usuarios. Estos elementos funcionan muy bien para captar la atención de los usuarios y mostrarles de una manera clara y concreta un mensaje.

Y la verdad es que estos diseños se ven muy bien en sitios web, sobre todo si los combinamos con ilustraciones sin fondo, gráficos 3D e imágenes realistas. Lo ideal es que los títulos estén en grande y negrita para que resalten más. (Franco, 2023)

Formas geométricas. Desde cuadrados, hasta circunferencias, triángulos, todo tipo de polígonos y tipografías poligonales. El uso de este recurso será tendencia en diseño para 2020.

En combinación con una elección cromática potente, vamos a conseguir trabajos de diseño gráfico de vanguardia. Además, podemos aplicarle otras tendencias de las que ya hemos hablado, como el uso de cromados, glitch, look retro, etc. Este es un recurso muy fácil de utilizar, pero muy difícil de dominar bien, la ley de Bushnell en su máximo esplendor: «easy to learn hard to master». (Jordi, 2020)

Tablero de tendencias



Tablero de tendencias creado por Julia Berenice Pineda Vásquez. Ver investigación de tendencias en Anexo III. Un tablero de tendencias, también conocido como moodboard o panel de inspiración, es una herramienta visual que se utiliza para organizar ideas y comunicar conceptos.

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

Para el desarrollo del proyecto de graduación y el cumplimiento de los objetivos planteados, se aplicarán los conocimientos y conceptos desarrollados en el marco teórico que sustentan la memoria de labores que se desarrollará mediante el proyecto de graduación.

A continuación, se describe la aplicación de la investigación desarrollada:

Comunicación

Será crucial actuar como el canal para compartir los resultados y el rendimiento en sostenibilidad de la industria Licores de Guatemala. Se emplea un lenguaje claro, conciso y en línea con los estándares GRI para garantizar que la información sea comprensible y relevante para todos los involucrados, como accionistas, clientes y la comunidad en general.

Comunicación Persuasiva

Será de utilidad en los informes digitales mediante la exposición de información y ejemplos exitosos con el objetivo de modificar la opinión de los lectores respecto a las iniciativas sostenibles. A través de la inclusión de estudios de caso, testimonios y datos comparativos, los informes pretenden inspirar a los stakeholders a respaldar y apreciar las acciones sostenibles de la empresa.

Comunicación Visual

Jugará un papel clave en la elaboración de informes digitales atractivos y eficaces. Se usarán infografías, gráficos interactivos, iconografía y otros elementos visuales para mostrar los datos de sostenibilidad de forma clara y fácil de entender. Estas herramientas visuales ayudarán a entender mejor la información complicada ya encontrar de forma rápida los aspectos clave del rendimiento en sostenibilidad.

Diseño

Será de utilidad para desarrollar una experiencia de usuario fácil de usar y atractiva. El objetivo principal será garantizar que la disposición de los elementos visuales y textuales en el informe facilite la comprensión y navegación de la información por parte de los lectores.

El diseño abarca la elección de paletas de colores, tipografías y estilos gráficos que representan la identidad corporativa de Licores de Guatemala y Green Development, al mismo tiempo que transmiten los principios de sostenibilidad y responsabilidad ambiental. Un diseño efectivo garantizará que el informe no solo dé información, sino que también se comprometa e impulse al público.

Diseño Gráfico

Desempeñará un rol vital en la generación de informes digitales atractivos y cohesivos visualmente acerca del rendimiento de sostenibilidad. Esta idea se llevará a cabo mediante la incorporación de gráficos, fotografías, iconos y otras representaciones visuales que facilitarán la comprensión de la información para el lector.

Se emplea el diseño gráfico para generar una identidad visual coherente en todo el informe, en sintonía con la imagen corporativa de Licores de Guatemala. También, se podrá destacar los elementos esenciales de la sostenibilidad con colores, formas y composiciones llamativas para captar la atención del lector y facilitar la memorización de la información.

Al integrar conceptos de diseño gráfico, el informe mostrará no solo información, sino que también narran visualmente el compromiso de la empresa con la sostenibilidad.

Diseño editorial

Ayudará a estructurar de forma coherente y lógica el contenido del informe digital, garantizando una narrativa fluida que dirija al lector a lo largo del rendimiento en sostenibilidad

de la compañía. La planificación del diseño editorial conlleva la elección de la organización del documento, como la prioridad de la información, la secuencia de las secciones y la distribución de textos e imágenes.

Se procurará una presentación profesional y atractiva, que mezcle la información técnica con elementos visuales y narrativos, volviendo el informe no sólo informativo, sino también agradable y sencillo de entender. Este método garantizará que los informes cumplan con los estándares de calidad y usabilidad.

Diagramación

La organización visual del contenido del informe será fundamental, ya que determinará la disposición exacta de texto, gráficos, imágenes y otros elementos visuales en cada página. Mediante una distribución eficaz de elementos, se conseguirá un equilibrio visual que mejorará la legibilidad y destacó los datos clave sobre la sustentabilidad.

Se emplearán técnicas de diagramación para garantizar la correcta distribución de la información y para que los elementos visuales refuercen el mensaje principal sin saturar al lector. Una buena organización visual ayudará a que los informes se presenten de forma clara y ordenada, lo que facilitará la comprensión y retención de la información por parte de quienes la reciben.

Semiología

Se utilizará para analizar y emplear de forma eficaz los signos y símbolos, con el objetivo de comunicar de manera clara y coherente. Este concepto permitirá la interpretación y uso de elementos visuales y textuales para alinearse con los valores e identidad de la empresa. Mediante la correcta aplicación de la semiología, se logrará asegurar que los iconos, gráficos y otros

elementos empleados tengan significados universales y claros, lo que facilitará la comunicación y comprensión del informe por parte de distintos públicos, sin importar sus contextos culturales.

Psicología de la comunicación

Se implementará para analizar cómo los distintos públicos perciben y procesan la información en los informes digitales. Se utilizarán conceptos de la psicología de la comunicación para organizar y mostrar la información de forma que resulte sencilla de entender y recordar para los lectores.

Esto implica tener en cuenta factores como la carga cognitiva, la persuasión y las preferencias de los usuarios al mostrar la información. Comprendiendo la forma en que los receptores aceptan y reaccionan a las comunicaciones acerca de la sostenibilidad, se puede crear un informe que no solo informa, sino que también inspira a la acción y tiene un efecto positivo en la imagen de la empresa.

Psicología del color

Será de utilidad para elegir combinaciones de colores que resaltan la idea de cuidado del medio ambiente y los principios de Licores de Guatemala. Se utilizarán para seleccionar colores que provoquen emociones particulares, como confianza, transparencia y conciencia ambiental. Utilizando la psicología del color, se logrará no sólo un aspecto visual atractivo, sino también se impactará en las emociones y percepciones del lector, generando así una experiencia más eficaz y memorable.

Iconografía

Se aplicará para desarrollar un conjunto de símbolos visuales que mostrarán de forma clara y breve los diversos aspectos del rendimiento en sostenibilidad. Los íconos se emplearán para resaltar secciones importantes, dirigir al lector a lo largo del informe y simplificar la

comprensión de datos complicados. Por ejemplo, es posible utilizar íconos para reconocer indicadores particulares de los estándares GRI, categorías de sostenibilidad o logros sobresalientes. Usar una iconografía coherente con la identidad visual de Licores de Guatemala mejorará la comunicación visual y la experiencia de lectura del informe, haciéndolo más intuitivo y accesible.

Arte Digital

Se empleara para mejorar los informes digitales con gráficos creativos y personalizados que atrapan al lector y refuercen el mensaje de sustentabilidad. Se emplearán dibujos digitales, diseños a medida y otras expresiones artísticas digitales para mostrar la información de forma atractiva y animada. Este enfoque distinguirá los informes de los documentos tradicionales y mejorará su atractivo visual, lo que conducirá a una mejor retención de información por parte de la audiencia y generando una conexión más emotiva con los lectores.

Teoría de la comunicación persuasiva

Se implementará con el fin de impactar de manera eficaz en las actitudes y acciones de los lectores hacia las iniciativas de sostenibilidad de Licores de Guatemala. Esta teoría se empleará para organizar los mensajes de manera que no solo comunican, sino también convencen al público de apreciar y respaldar los proyectos de sostenibilidad de la compañía.

Se utilizarán métodos persuasivos como la referencia a la autoridad, la utilización de relatos persuasivos y la exposición de pruebas contundentes. Al utilizar estos principios, se pretende no solo comunicar la información de forma clara, sino también causar un efecto positivo en la percepción de la audiencia, incentivando acciones concretas como respaldar las iniciativas de la compañía o adoptar comportamientos más sostenibles.

Diseño Plano

Será de utilidad para generar una exposición limpia, contemporánea y sencilla de recorrer. Esta forma de diseño minimiza los componentes innecesarios, empleando figuras simples, colores planos y tipografía legible para transmitir datos de manera directa y eficaz.

Evitando sombras, gradientes y efectos tridimensionales, el diseño plano ayudará a una experiencia de usuario más directa y sin distracciones, permitiendo que los lectores se enfoquen en los datos y mensajes importantes sobre el desempeño en sostenibilidad. Este enfoque visual no sólo hará que los informes sean más atractivos, sino que también mejorará su comprensión y accesibilidad, alineándose con la tendencia actual de interfaces intuitivas y fáciles de usar.

Minimalismo y sencillez

Se verá reflejada en la forma en que se organiza y presenta la información en los informes digitales, centrando la atención en los aspectos importantes y eliminando elementos innecesarios que puedan generar confusión o distraer al lector. Este enfoque garantizará que cada elemento del diseño tenga un propósito claro, priorizando la claridad y la funcionalidad.

La eficacia de la comunicación se verá favorecida por los espacios en blanco, la eliminación de texto superfluo y la disposición organizada de la información, lo que permitirá a los lectores concentrarse en los aspectos clave de la sostenibilidad sin sentirse abrumados. El diseño simple también mostrará los valores de transparencia y eficiencia, fundamentales en los informes de sostenibilidad.

Títulos e imágenes grandes

Se pondrá en práctica para atraer la atención del lector y destacar las secciones clave del informe. Encabezados destacados ayudarán con la orientación e identificación rápida de los

puntos clave, mientras que imágenes de gran tamaño y calidad se utilizarán para representar y reforzar los mensajes principales, generando un impacto visual de importancia.

Esta estrategia no solo mejorará la atractividad y la facilidad de navegación del contenido, sino que también ayudará a los lectores a conectarse emocionalmente con la información, sobre todo al usar imágenes que muestran los éxitos y compromisos de sostenibilidad de la compañía. Usar títulos llamativos y elementos visuales atractivos es clave para captar la atención del público y transmitir mensajes de forma clara y eficaz.

Conceptualización

La conceptualización es el proceso por el cual se desarrollan ideas, se construyen, se ordenan y de esta forma se genera un concepto sobre algún proyecto. La conceptualización servirá de referencia para la elaboración y desarrollo de ideas que se utilizarán para diseñar la propuesta de reportes digitales para corporación Licores de Guatemala.

Método. El arte de preguntar

El método creativo “El arte de preguntar” fue creado por Alex Osborn, y es usado principalmente para explorar el problema en base de preguntas para verlo desde un nuevo enfoque y generar oportunidades. El método el arte de preguntar, funciona de la siguiente forma: Se responden una serie de preguntas acerca del problema del servicio para encontrar la mejor solución creativa.

Se debe llevar el siguiente esquema:

- Se identifica el problema.
- Se verifica cuál es el objetivo por realizar.
- Se plantean las preguntas y se responden.

Con estos pasos, se debe completar la solución del problema planteado

Definición del concepto

Para el proyecto de diseño de reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala se aplicó la técnica de creatividad titulada el arte de preguntar.

Se desarrollaron los siguientes pasos:

- Se identifica el problema: La empresa -Green Development- Guatemala no cuenta con un reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI que realizó para la corporación Licores de Guatemala.
- Se verifica cuál es el objetivo por realizar: El objetivo es el diseño del reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI que la empresa -Green Development- realizó para la corporación Licores de Guatemala.
- Se plantan las preguntas y responden:

¿Qué se quiere resolver con el diseño de reportes digitales?

El objetivo es abordar el reto de comunicar de forma clara, accesible y eficaz el rendimiento de sostenibilidad para la corporación Licores de Guatemala, siguiendo los lineamientos de GRI. La meta es convertir información detallada y complicada en un formato visual atractivo y sencillo de entender, que brinda a los stakeholders y al público la capacidad de comprender de manera rápida los éxitos y áreas de oportunidad de la empresa en cuanto a sostenibilidad.

Este enfoque no sólo mejora la transparencia y el cumplimiento de las regulaciones internacionales, sino que también fortalece la comunicación con las partes interesadas, fomenta la confianza y apoya la toma de decisiones informadas sobre el compromiso ambiental y social de la empresa.

¿A quién está destinado para recibir este reporte digital?

Principalmente está dirigida a la industria Licores de Guatemala incluyendo a varios grupos importantes, como accionistas, trabajadores, consumidores y la comunidad en general preocupada por la sostenibilidad de la empresa pero principalmente al personal administrativo.

¿Cómo ayudará este reporte digital a Licores de Guatemala?

Ayudará a comunicar su compromiso y desempeño en sostenibilidad de manera efectiva, siguiendo los estándares internacionales GRI. Al comunicar la información de manera clara, atractiva y de fácil acceso, el informe aumentará la transparencia y la responsabilidad de la compañía, lo que beneficiará su imagen ante los stakeholders y aumentará la confianza de los inversionistas, usuarios y aliados.

Al final, este informe en línea mostrará el liderazgo de Licores de Guatemala en prácticas sostenibles y será una herramienta importante para mantener una buena posición en el mercado y cumplir con las expectativas de sostenibilidad de sus partes interesadas.

¿Cuándo se tiene estimada la distribución del reporte digital?

Se estima que el material informativo estará listo para su distribución a inicios del año 2025 en el mes de enero.

¿Dónde se distribuirá el reporte digital?

El Reporte de sostenibilidad se distribuirá por medio de su página web.

¿Por qué se debería de diseñar el reporte digital?

Se convierte en un medio moderno y efectivo para comunicar la sostenibilidad de Licores de Guatemala, en línea con las pautas GRI. A diferencia de los formatos convencionales, un informe digital brinda una experiencia interactiva y visualmente atractiva que ayuda a los stakeholders a entender y analizar los datos de manera más sencilla.

Además, un diseño digital es más fácilmente accesible y puede ser compartido con facilidad, llegando a un público más extenso a través de diversas plataformas y dispositivos. Además, ayuda a disminuir la utilización de papel y recursos físicos, en concordancia con los objetivos de sostenibilidad de la empresa.

En un mundo cada vez más tecnológico, es fundamental crear un informe digital para seguir siendo importante, incrementar la conexión con los grupos de interés y consolidar la reputación de Licores de Guatemala como una empresa innovadora y comprometida con la sostenibilidad.

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“Expertos en la elaboración de momentos memorables”**.

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

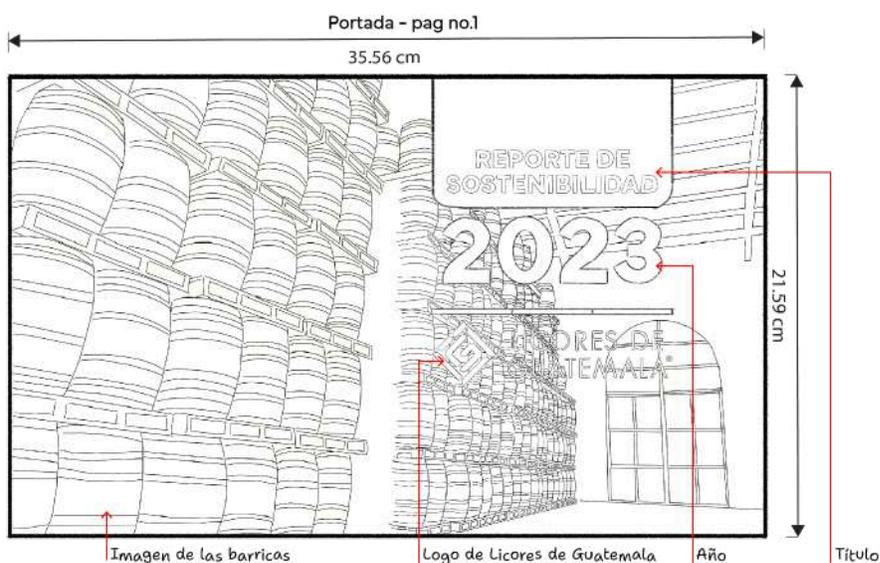
Bocetaje

Con base en la frase “**Expertos en la elaboración de momentos memorables**” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: bocetaje de diagramación o boceto inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

Proceso de bocetaje

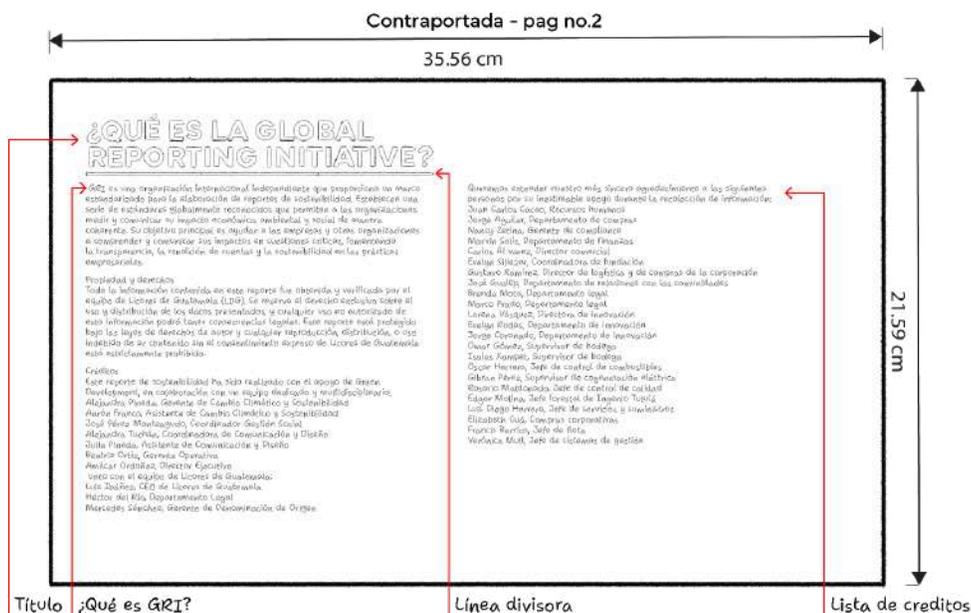
Reporte de Sostenibilidad 2023: Portada del Reporte de Sostenibilidad, página número 1.

Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Subportada del Reporte de Sostenibilidad, página número

2. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. ¿Qué es la Global Reporting Initiative? y créditos.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Subportada del Reporte de Sostenibilidad, página número 3. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Continuación de la página anterior. ¿Qué es la Global Reporting Initiative? y créditos

Contraportada - pag no.3

35.56 cm

Elementos

- Eduardo López, Encargado de Botarga
- Otto Guan, Jefe de mantenimiento
- Julio Ordoñez, Jefe de almacenaje
- Marcos Garmelo, Jefe de mantenimiento
- Mariano Valtierra, Gerente de operaciones
- Oscar Chacón, Jefe de centro de mantenimiento
- Oscar Murozo, Coordinador de calidad
- Héctor Muñoz, Jefe de control de calidad
- José Aguirre, Supervisor de mantenimiento
- Angela Blasco, Jefe de sistemas de gestión
- Mauricio Torres, Encargado de almacenaje
- Carolina Lopez, Coordinador de mantenimiento
- Julio Muñoz, Jefe de sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad
- Jairo Guavato, Jefe de servicios y administrativos
- Rita Barrera, Analista de gestión ambiental
- Luis González, Jefe de planta
- Oscar Murozo, Jefe de almacenaje
- Juan Pablo Lopez, Jefe de transporte
- Andrés Casari, Jefe de gestión ambiental
- Sofía Guzmán, Jefe de planta
- Sandra de Orellana, Asistente administrativa de producción
- Ayda Cabezas, Jefe de producción
- Jorge Castro Morales, Jefe de almacenaje
- Arnel Espinoza, Jefe de mantenimiento
- Rafael Robles, Coordinador CDO Rotatorio
- Luis Fernando Vásquez, Coordinador CDO Rotatorio
- Eric Herrera, Coordinador CDO Rotatorio
- Elder Ordoñez, Encargado administrativo
- Fabrizio Sierra, Jefe Botarga

21.59 cm

lista de créditos Fotografía mostrando las barricas Fotografía llenando de ron las barricas

Contraportada - pag no. 3

35.56 cm

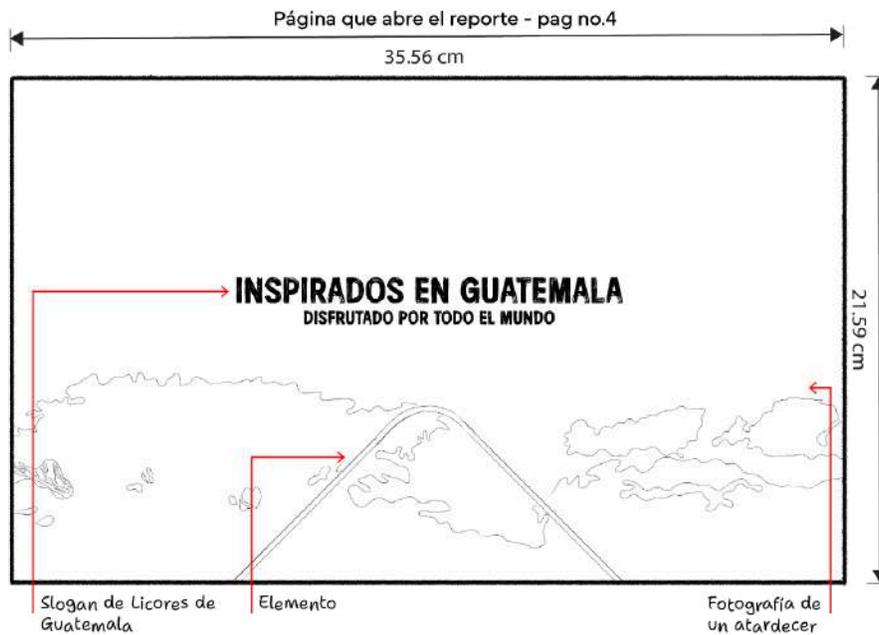
Elementos

- Eduardo López, Encargado de Botarga
- Otto Guan, Jefe de mantenimiento
- Julio Ordoñez, Jefe de almacenaje
- Marcos Garmelo, Jefe de mantenimiento
- Mariano Valtierra, Gerente de operaciones
- Oscar Chacón, Jefe de centro de mantenimiento
- Oscar Murozo, Coordinador de calidad
- Héctor Muñoz, Jefe de control de calidad
- José Aguirre, Supervisor de mantenimiento
- Angela Blasco, Jefe de sistemas de gestión
- Mauricio Torres, Encargado de almacenaje
- Carolina Lopez, Coordinador de mantenimiento
- Julio Muñoz, Jefe de sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad
- Jairo Guavato, Jefe de servicios y administrativos
- Rita Barrera, Analista de gestión ambiental
- Luis González, Jefe de planta
- Oscar Murozo, Jefe de almacenaje
- Juan Pablo Lopez, Jefe de transporte
- Andrés Casari, Jefe de gestión ambiental
- Sofía Guzmán, Jefe de planta
- Sandra de Orellana, Asistente administrativa de producción
- Ayda Cabezas, Jefe de producción
- Jorge Castro Morales, Jefe de almacenaje
- Arnel Espinoza, Jefe de mantenimiento
- Rafael Robles, Coordinador CDO Rotatorio
- Luis Fernando Vásquez, Coordinador CDO Rotatorio
- Eric Herrera, Coordinador CDO Rotatorio
- Elder Ordoñez, Encargado administrativo
- Fabrizio Sierra, Jefe Botarga

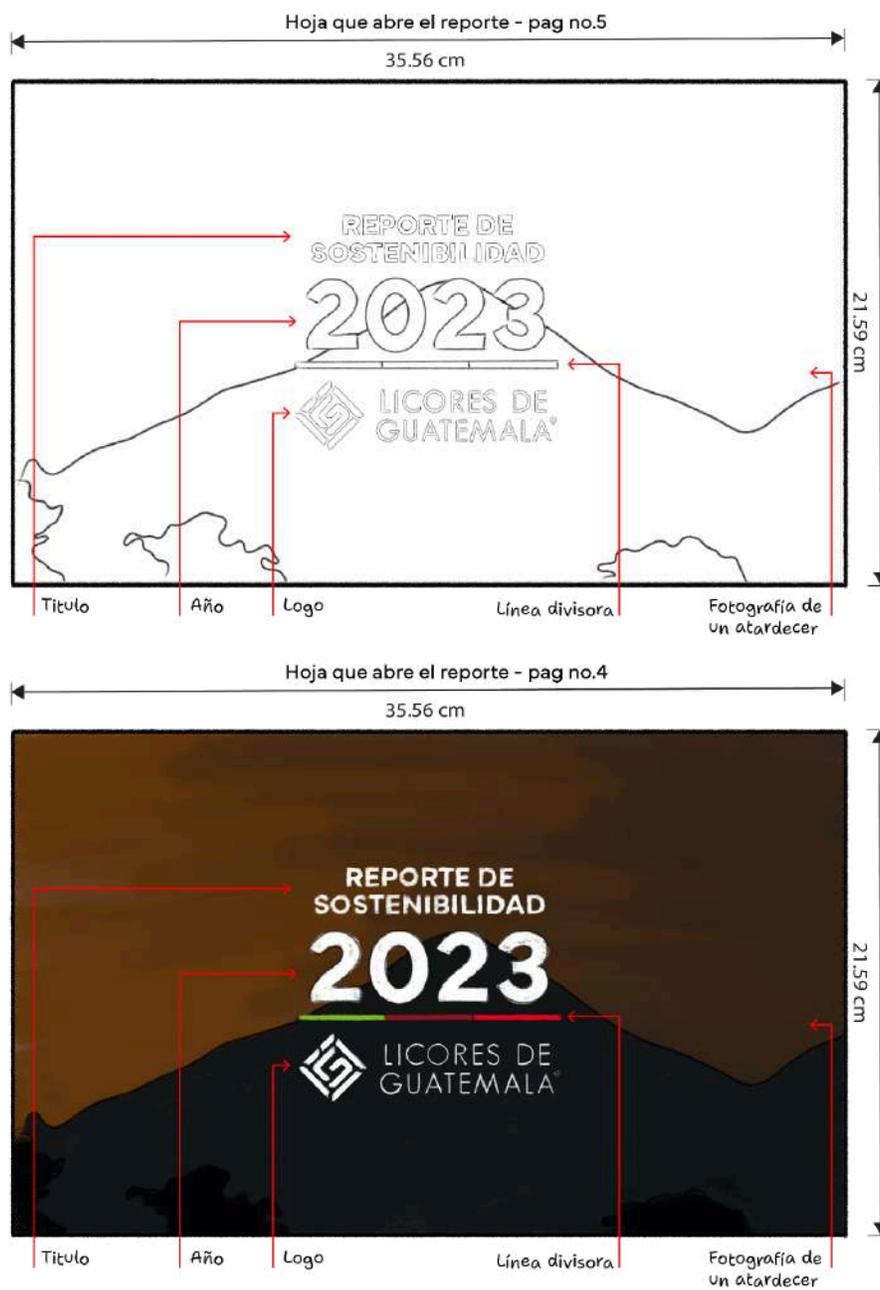
21.59 cm

lista de créditos Fotografía mostrando las barricas Fotografía llenando de ron las barricas

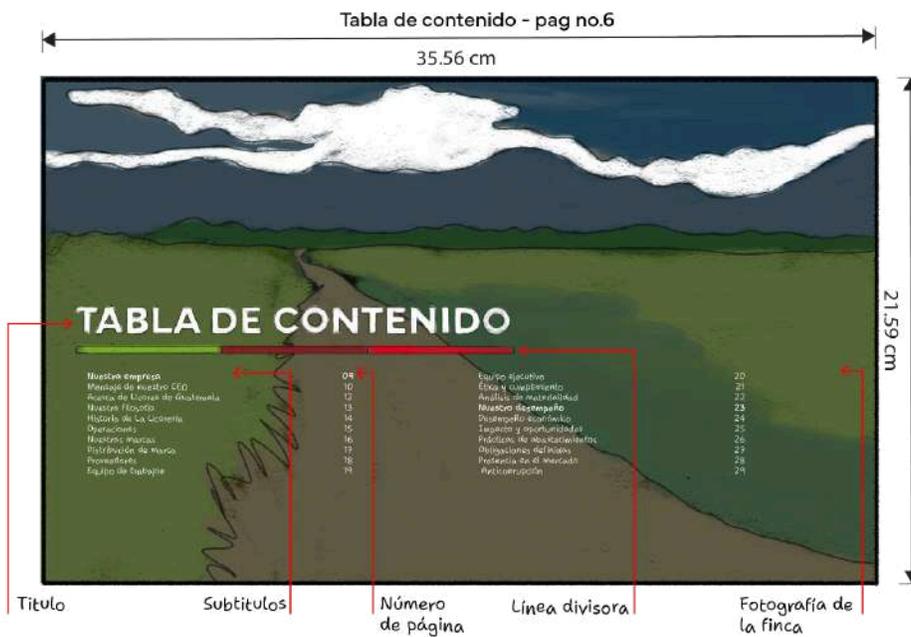
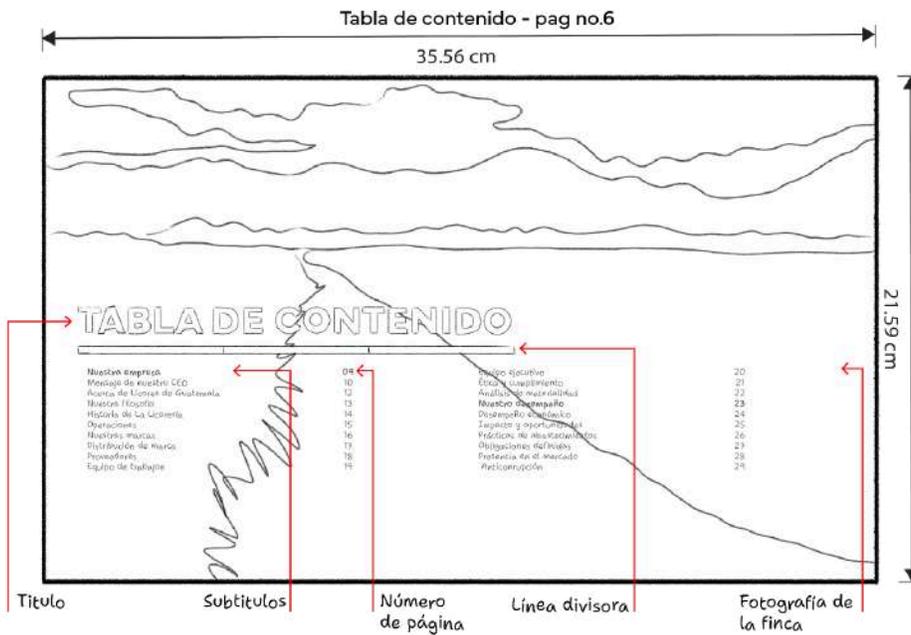
Reporte de Sostenibilidad 2023: Página que abre el reporte de sostenibilidad, página número 4. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Slogan de la empresa Licores de Guatemala.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Página que abre el reporte de sostenibilidad, página número 5. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Continuación de la página anterior. Título, año y logo de la empresa Licores de Guatemala.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Página que abre el reporte de sostenibilidad, página número 6. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Tabla de contenido.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Página que abre el reporte de sostenibilidad, página número 7. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Continuación de la página anterior. Tabla de contenido.

Tabla de contenido - pag no.7

35.56 cm

21.59 cm

Fiscalidad	30	Emisiones indirectas GRI	41
Nuestro Ambiente	31	Otros impactos indirectos de GRI	42
Indicadores No. 300	32	Acción por el clima	43
Energía limpia	33	Residuos generados	45
Energía y combustibles	34	Residuos ambientales	46
Aguas con riesgos climáticos	35	Residuos peligrosos	47
Extracción y reciclaje de agua	37	Temas materiales	48
Planta de tratamiento	38	Índice GRI	49
Áreas protegidas	39		
Emisiones directas de GRI	40		

Subtítulos Número de página Fotografía de la finca

Tabla de contenido - pag no.7

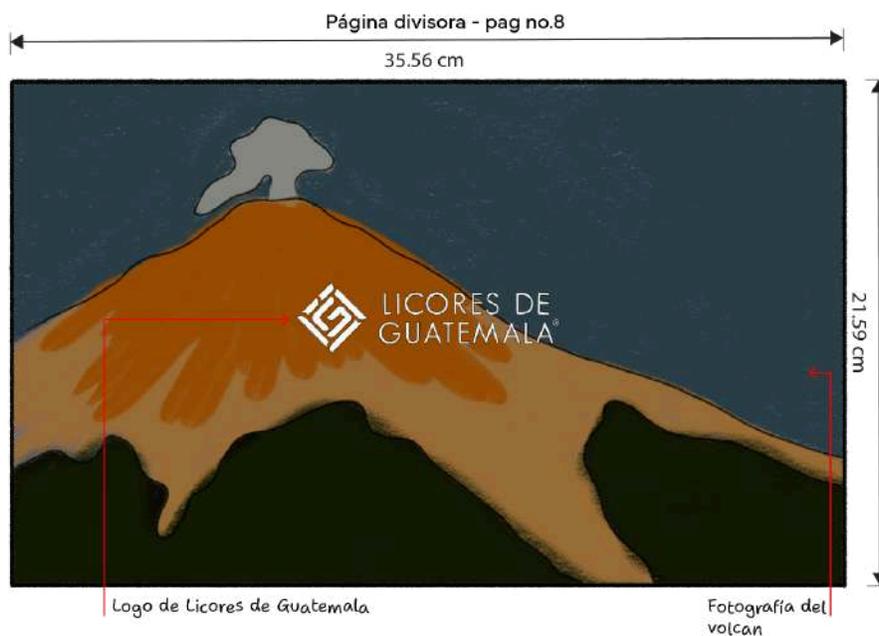
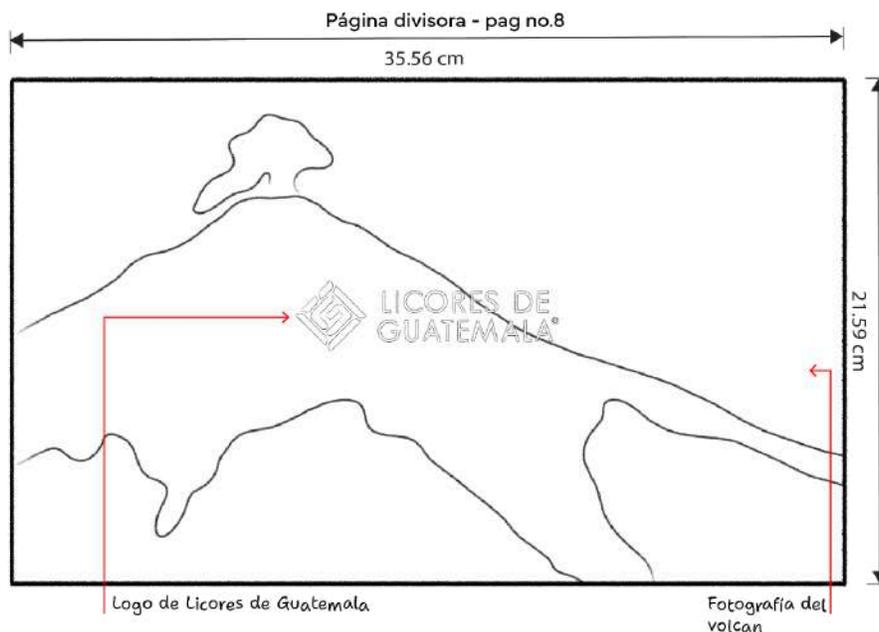
35.56 cm

21.59 cm

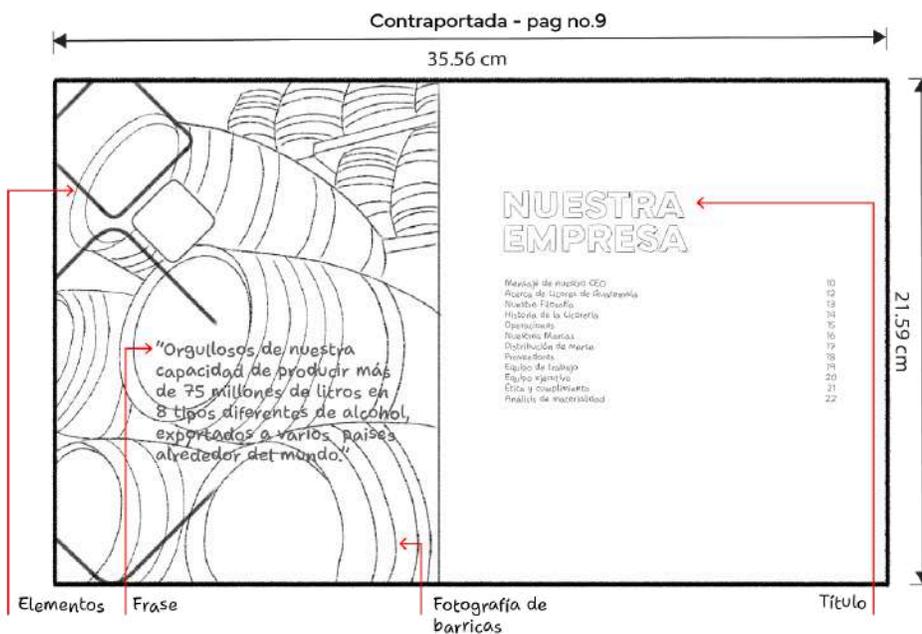
Fiscalidad	30	Emisiones indirectas GRI	41
Nuestro Ambiente	31	Otros impactos indirectos de GRI	42
Indicadores No. 300	32	Acción por el clima	43
Energía limpia	33	Residuos generados	45
Energía y combustibles	34	Residuos ambientales	46
Aguas con riesgos climáticos	35	Residuos peligrosos	47
Extracción y reciclaje de agua	37	Temas materiales	48
Planta de tratamiento	38	Índice GRI	49
Áreas protegidas	39		
Emisiones directas de GRI	40		

Subtítulos Número de página Fotografía de la finca

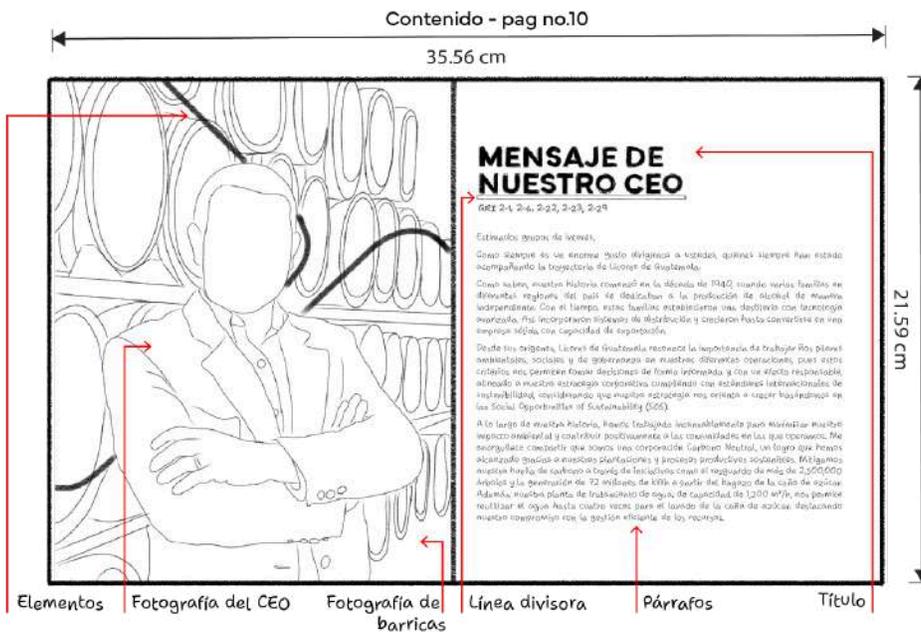
Reporte de Sostenibilidad 2023: Página divisora, página número 8. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Logo de Licores de Guatemala.



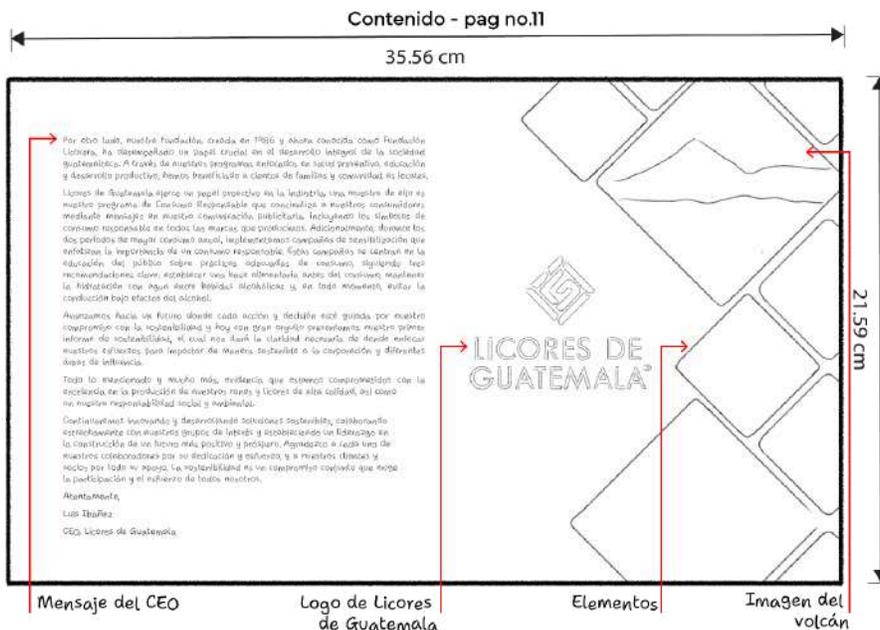
Reporte de Sostenibilidad 2023: Contraportada, página número 9. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Título del apartado del primer apartado, nuestra empresa, contenido de apartado, frase que acompaña el apartado y fotografía de barricas.



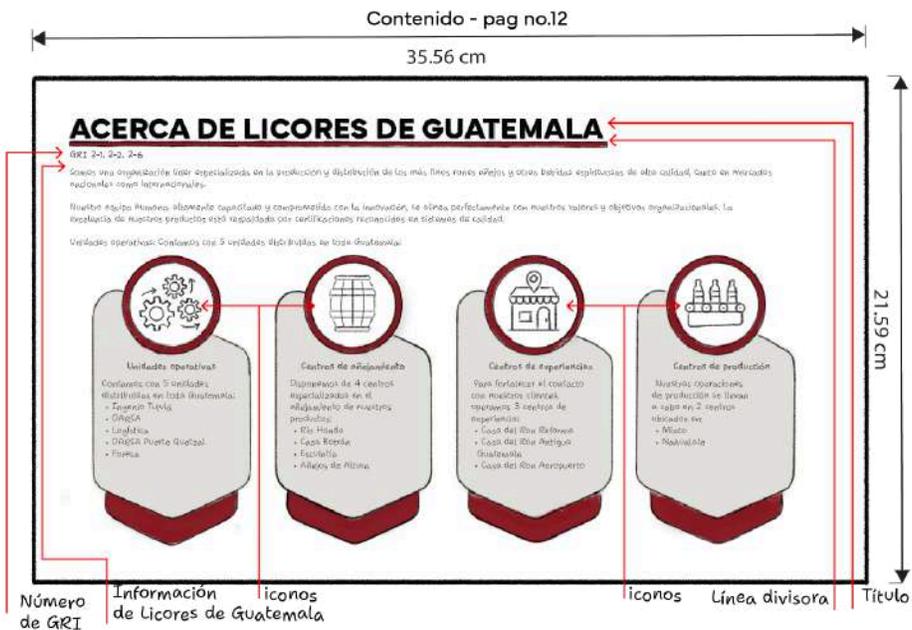
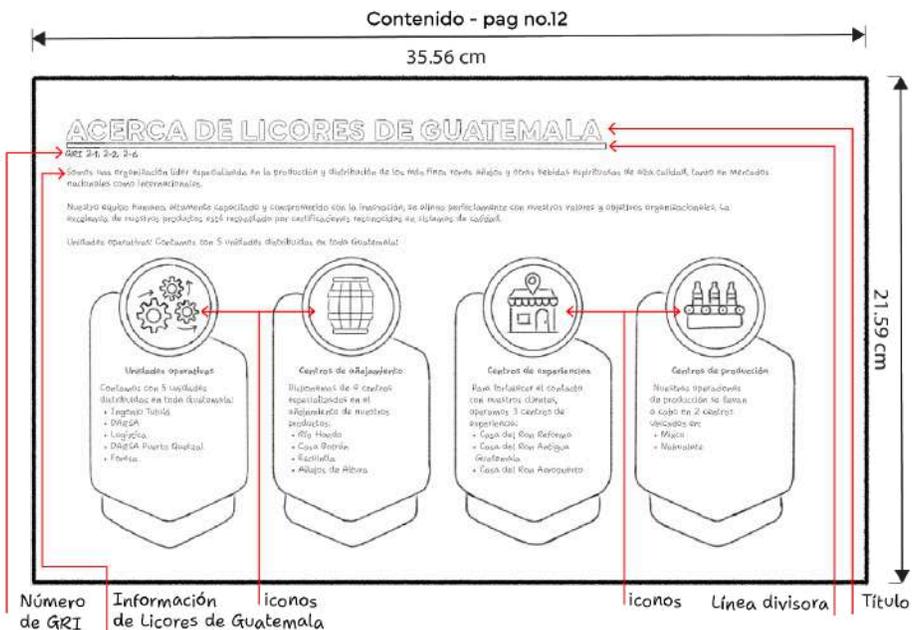
Reporte de Sostenibilidad 2023: Contenido , página número 10. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Título, mensaje de nuestro CEO, párrafo me mensaje del CEO, fotografía del CEO y fotografía de barricas y número de GRI.



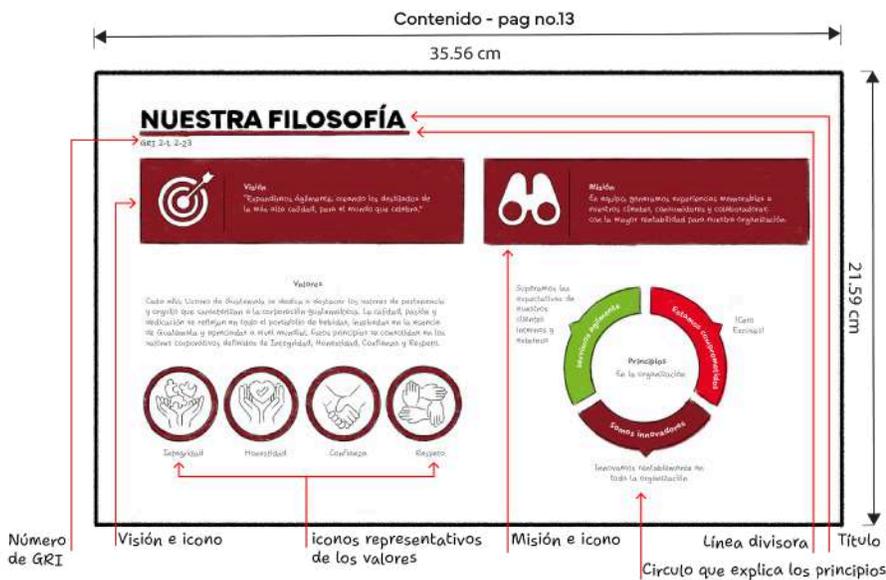
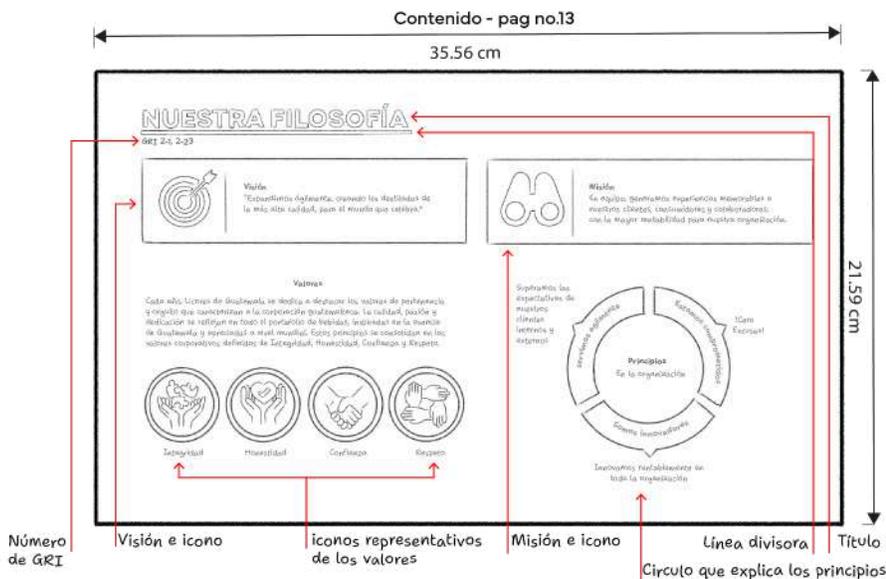
Reporte de Sostenibilidad 2023: Contenido , página número 12. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Continuación de la página anterior siguiendo el mensaje del CEO, imagen del volcán, elementos y el logo de Licores de Guatemala.



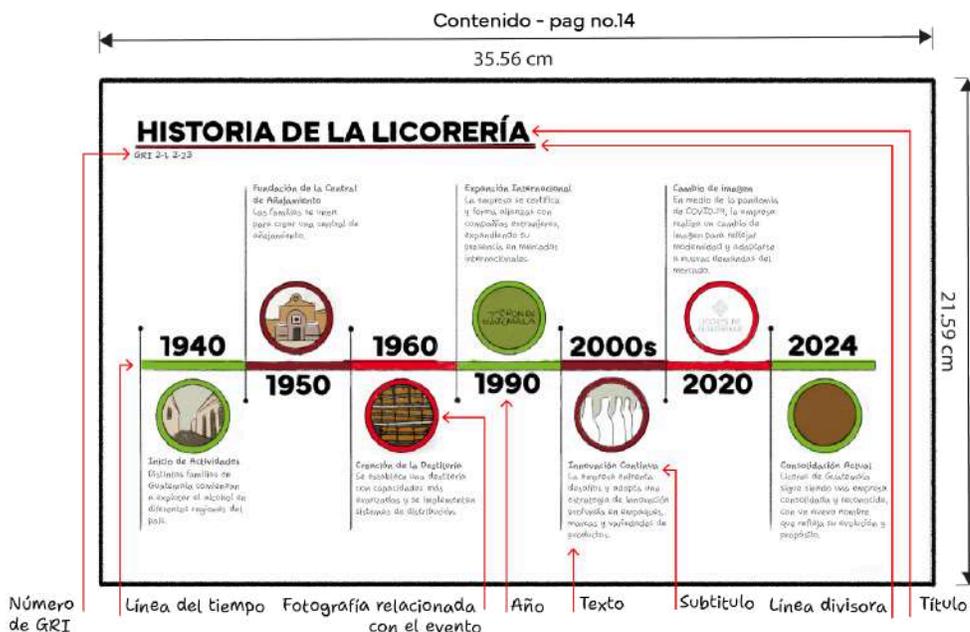
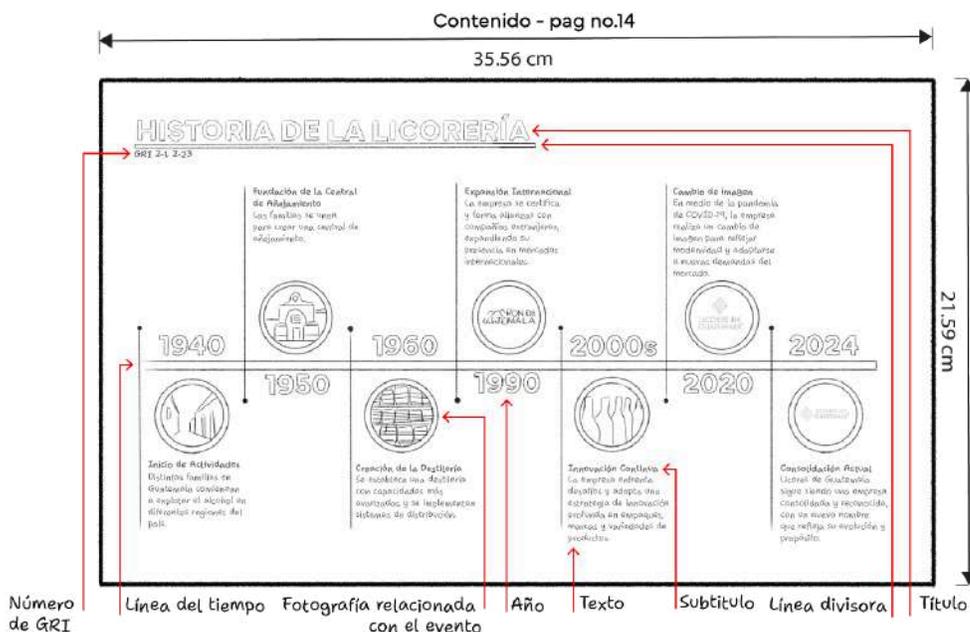
Reporte de Sostenibilidad 2023: Contenido , página número 12. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Título, acerca de Licores de Guatemala, unidades corporativas, centros de añejamiento, centro de experiencia y centros de producción.



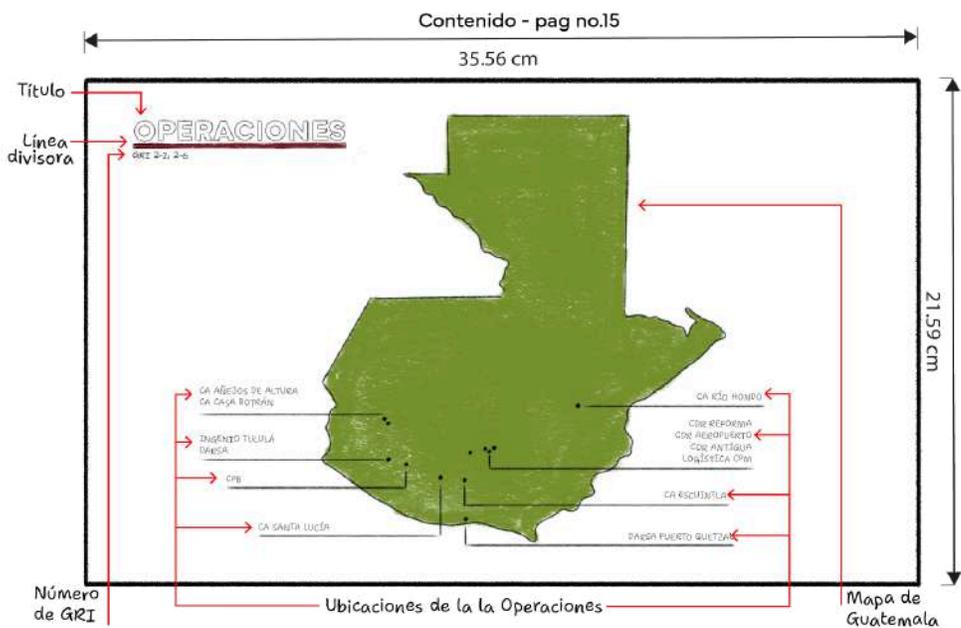
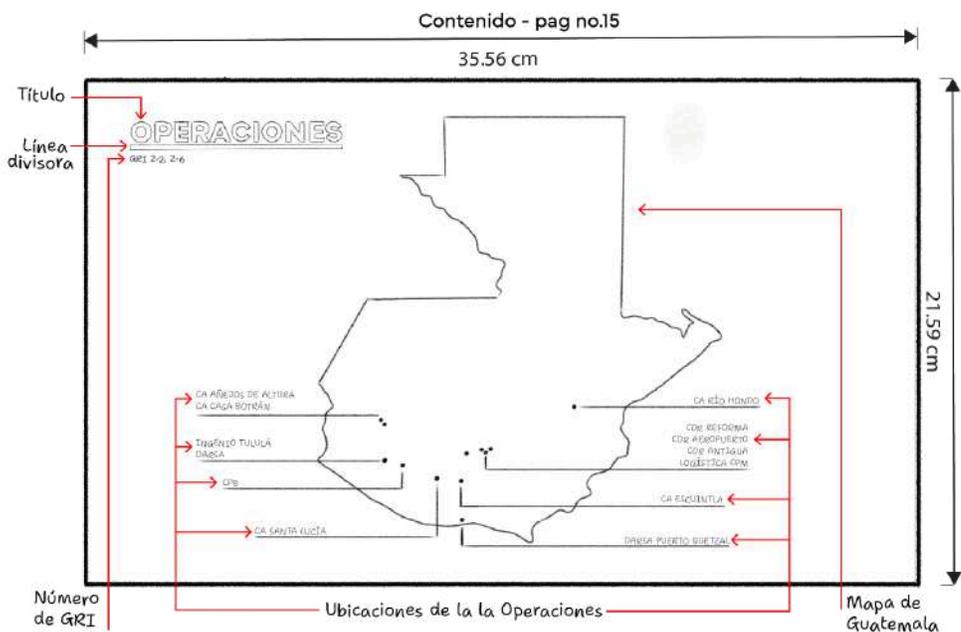
Reporte de Sostenibilidad 2023: Contenido , página número 13. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Título, nuestra filosofía, visión, misión, valores y principios de la Licorera, iconos representativos.



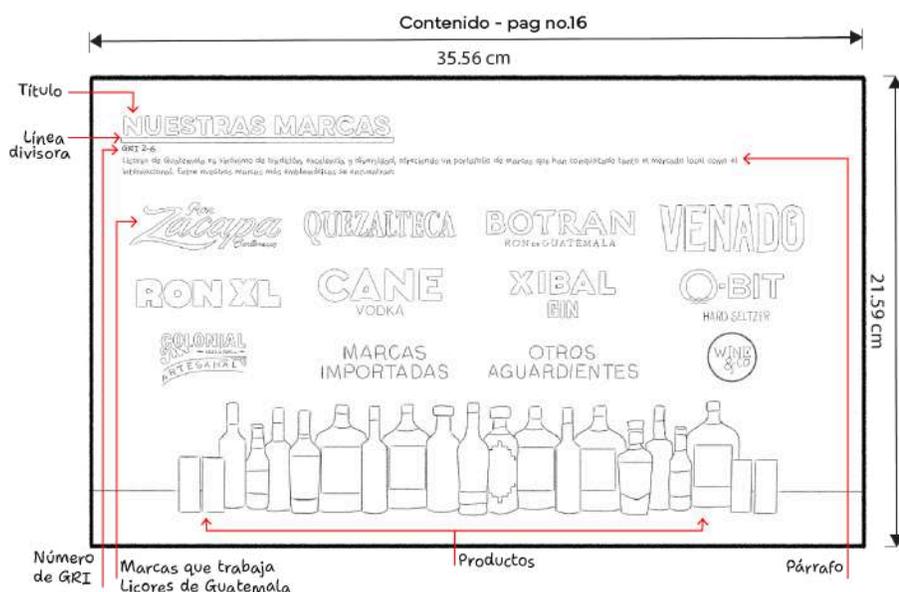
Reporte de Sostenibilidad 2023: Contenido, página número 14. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Título, historia de la licorería, contenido de apartado, línea del tiempo con los eventos más importantes, con su años, pequeña descripción y fotografía representativa.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Contenido , página número 15. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Título, operaciones, mapa del país de Guatemala, señalando las diferentes ubicaciones donde opera Licores de Guatemala.

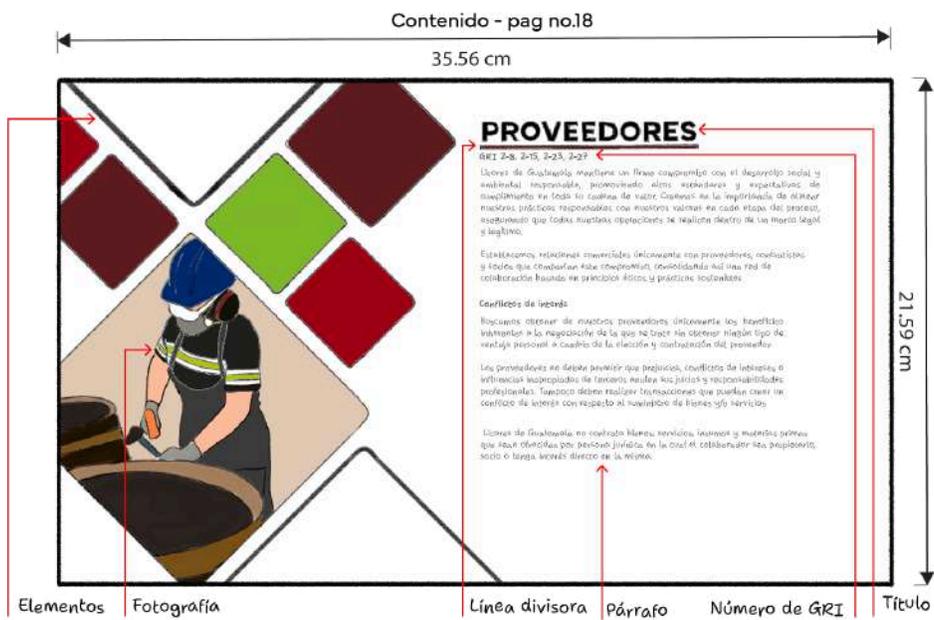
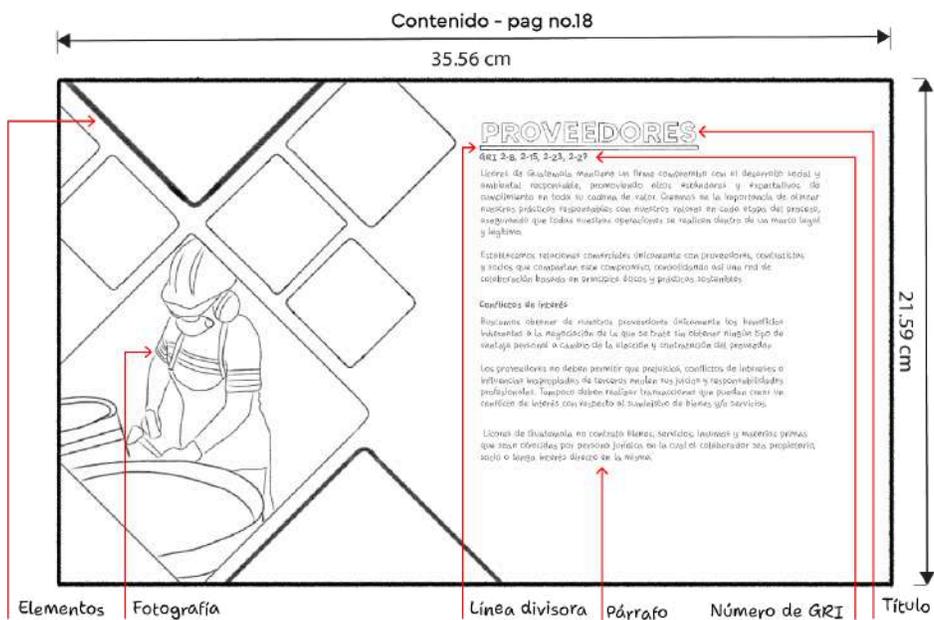


Reporte de Sostenibilidad 2023: Contenido , página número 16. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Título, nuestras marcas, mostrando las diferentes marcas que trabaja Licores de Guatemala, Ron Zacapa, Quezalteca, Ron Botran, Venado, Ron XL, etc y mostrando el producto y las bebidas de estas marcas.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Contenido , página número 17. Tamaño de 14 pulgadas x

8.5 pulgadas. Título del apartado, proveedores y explicación y fotografía de una persona trabajando.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Contenido , página número 19. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Título del apartado, equipo de trabajo, número de hombres y mujeres ejecutivas, número de colaboradores, dividido en una tabla por generación, años y porcentaje.

Contenido - pag no.19

35.56 cm

21.59 cm

Título

Línea divisora

EQUIPO DE TRABAJO

G&S 2-3, 401-2, 401-3, 405-1, 405-2

Cada miembro del equipo ejecutivo aporta una vasta experiencia y conocimientos especializados en su respectiva área, guiando a la empresa hacia la excelencia operativa y el crecimiento sostenible.

El equipo de trabajo de Lictres de Guatemala en el año 2023 alcanza los 99 ejecutivos hombres y 99 colaboradoras que abarcan los variados niveles operativos mencionados con anterioridad.

36% ejecutivos

5 mujeres

14 mujeres y hombres
100% ejecutivos

64% ejecutivos

9 mujeres

No.	Generación	Años	Porcentaje
35	Baby Boomers	1946 - 1964	3%
343	Gen X	1965 - 1980	24%
1042	Milenarios	1981 a 1999	62%
184	Gen Z	1998 en adelante	11%

1,672 Colaboradores

En nuestro compromiso con el apoyo a la conciliación entre la vida laboral y personal, Lictres de Guatemala otorga permisos parentales a nuestros colaboradores. En el 2023 otorgamos estos valiosos permisos a 14 mujeres, garantizando que puedan equilibrar sus responsabilidades laborales con sus nuevas responsabilidades familiares.

14 permisos parentales para mujeres
Tasa de registro al trabajo 100%

Inversión de Q. 791,030,72

Número de GRI

Párrafos

Iconos y porcentajes

Tabla de Genero

Párrafos

Contenido - pag no.19

35.56 cm

21.59 cm

Título

Línea divisora

EQUIPO DE TRABAJO

G&S 2-3, 401-2, 401-3, 405-1, 405-2

Cada miembro del equipo ejecutivo aporta una vasta experiencia y conocimientos especializados en su respectiva área, guiando a la empresa hacia la excelencia operativa y el crecimiento sostenible.

El equipo de trabajo de Lictres de Guatemala en el año 2023 alcanza los 99 ejecutivos hombres y 99 colaboradoras que abarcan los variados niveles operativos mencionados con anterioridad.

36% ejecutivos

5 mujeres

14 mujeres y hombres
100% ejecutivos

64% ejecutivos

9 mujeres

No.	Generación	Años	Porcentaje
35	Baby Boomers	1946 - 1964	3%
343	Gen X	1965 - 1980	24%
1042	Milenarios	1981 a 1999	62%
184	Gen Z	1998 en adelante	11%

1,672 Colaboradores

En nuestro compromiso con el apoyo a la conciliación entre la vida laboral y personal, Lictres de Guatemala otorga permisos parentales a nuestros colaboradores. En el 2023 otorgamos estos valiosos permisos a 14 mujeres, garantizando que puedan equilibrar sus responsabilidades laborales con sus nuevas responsabilidades familiares.

14 permisos parentales para mujeres
Tasa de registro al trabajo 100%

Inversión de Q. 791,030,72

Número de GRI

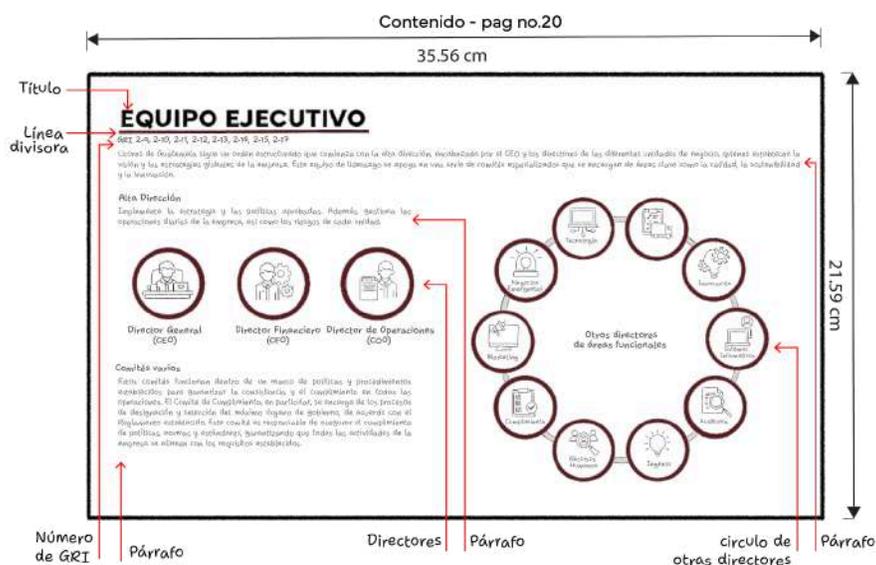
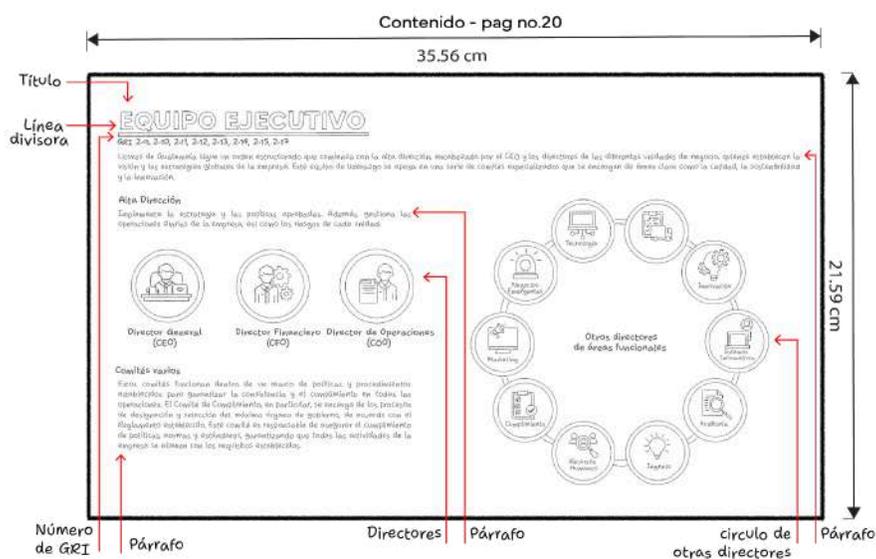
Párrafos

Iconos y porcentajes

Tabla de Genero

Párrafos

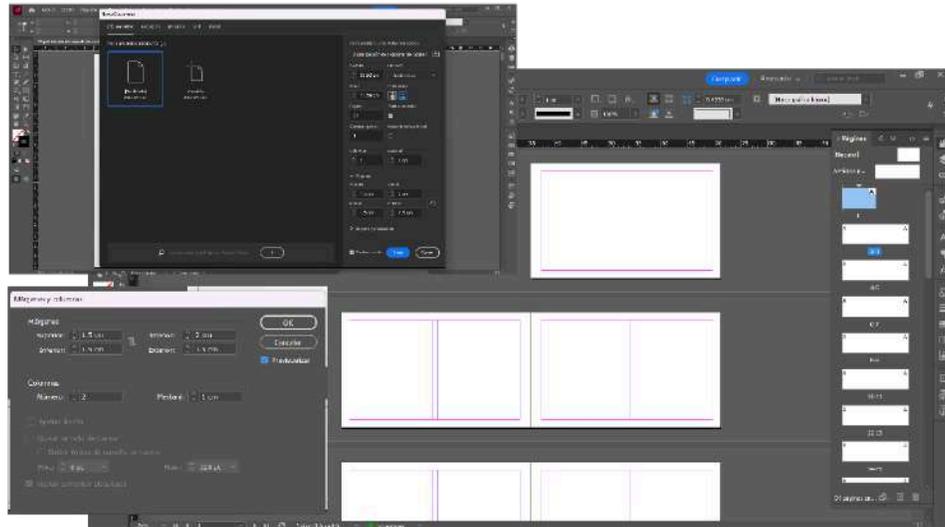
Reporte de Sostenibilidad 2023: Contenido , página número 17. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Título del apartado, equipo ejecutivo, los 3 principales directores, Director General (CEO), Director Financiero (CFO) y Director de Operaciones (COO) y otros tipos de directores de áreas funcionales.



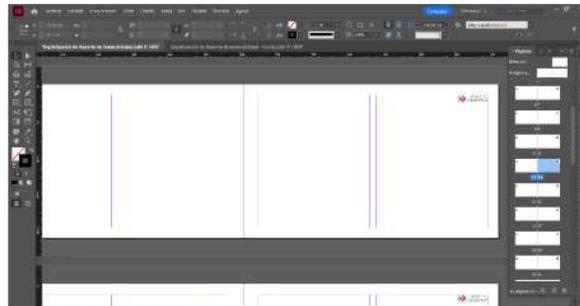
De igual forma se realizó el resto del documento.

Bocetajes digitales realizados en la aplicación de SketchBook.

Proceso de digitalización



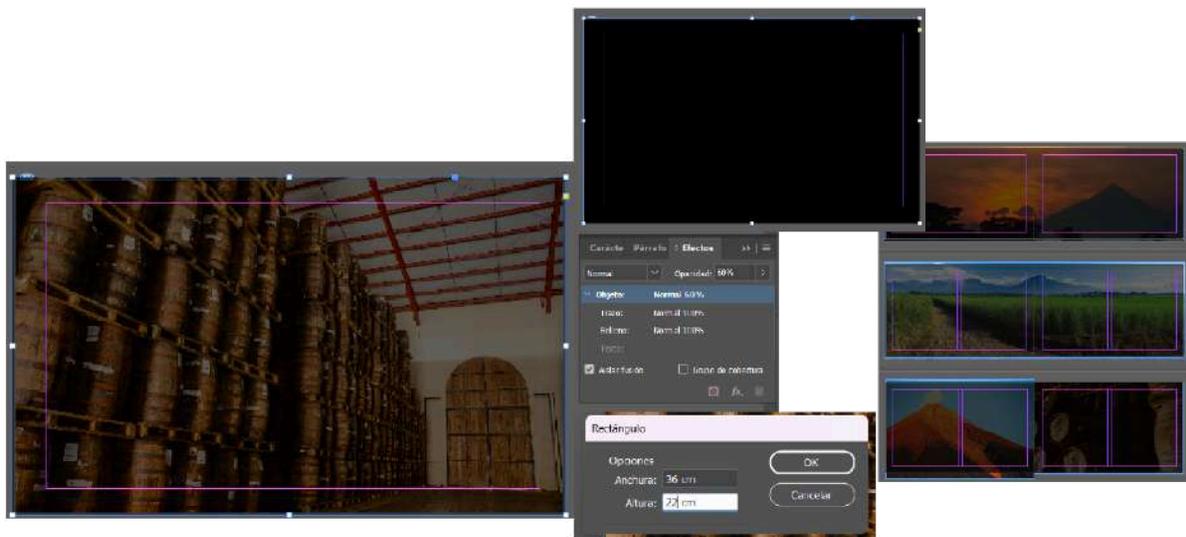
Se creó un nuevo documento en Adobe InDesign con la cantidad de páginas, ordenándose de manera que se pudieran editar con mayor facilidad, también se colocaron los márgenes y columnas correspondientes para cada una.



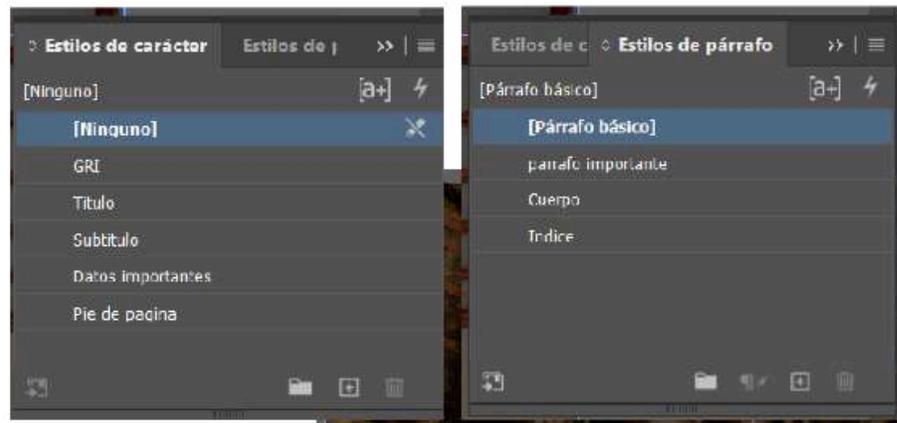
Se colocó el isotipo de Licores de Guatemala en el lugar previamente diagramado en los bocetos. De esta forma, a partir de la hoja número 13, por cada pliego se va a quedar identificada.



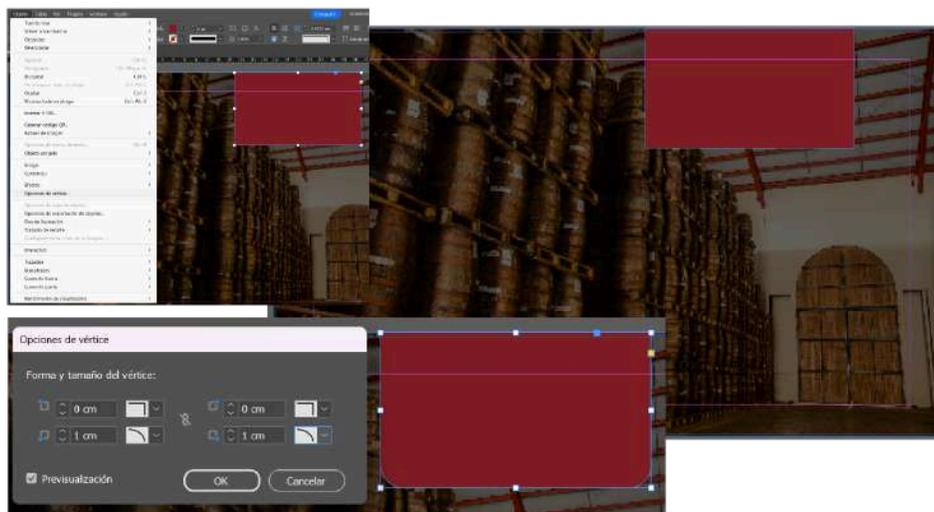
Se creó un nuevo grupo o muestras de colores los cuales se conformaron con la paleta de colores de la Licorera.



Se agregaron las fotografías previamente elegidas y se utilizó la herramienta de rectángulo con las medidas correspondientes, para luego bajarle la opacidad a 60% para que se pudiera visualizar la imagen de fondo y se repite el proceso con todas la paginas que tienen alguna imagen como fondo.



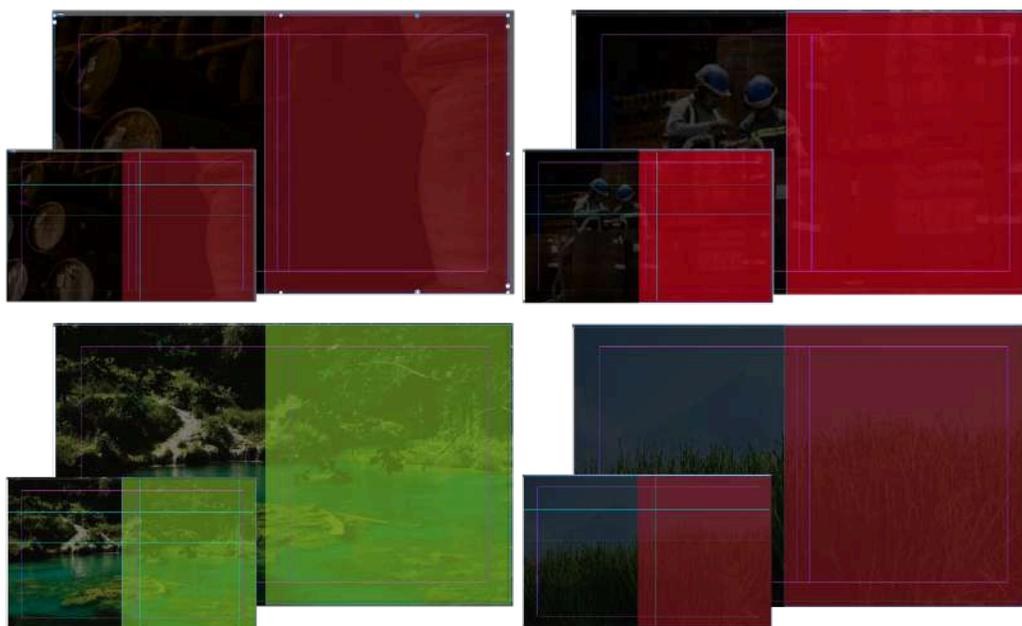
Se establecieron los estilos de carácter y estilo de párrafo para el uso de la tipografía para cada tipo de título, subtítulo, párrafos, listas, etc.



Para la portada del Reporte se utilizó la herramienta de rectángulo para luego colocarla en el lugar que corresponde para luego utilizar las opciones de vértice para redondear las esquinas.



En la portada se coloca el título, año de reporte y el logo de Licores de Guatemala, siempre respetando la alineación. También se coloca una línea con la paleta de colores de la Licorería.



Para las portadas de cada apartado, primero se le colocó como fondo la imagen previamente seleccionada para cada apartado pero bajándole la transparencia para que se aprecie mejor las frase y los elementos que se colocaron más adelante, luego se crearon los cuadros para colocar los títulos y el contenido de cada apartado.



Después de haber colado las fotografías y el cuadro, se agregaron las líneas guías para tener una mejor alineación, se colocaron los títulos y contenido correspondiente para cada apartado.



Luego de haber colocado los títulos y el contenido, se colocaron los elementos, que son 3, los rectángulos con una rotación de 45 grados con los bordes redondeados, 2 sin relleno y el otro más pequeño con relleno.



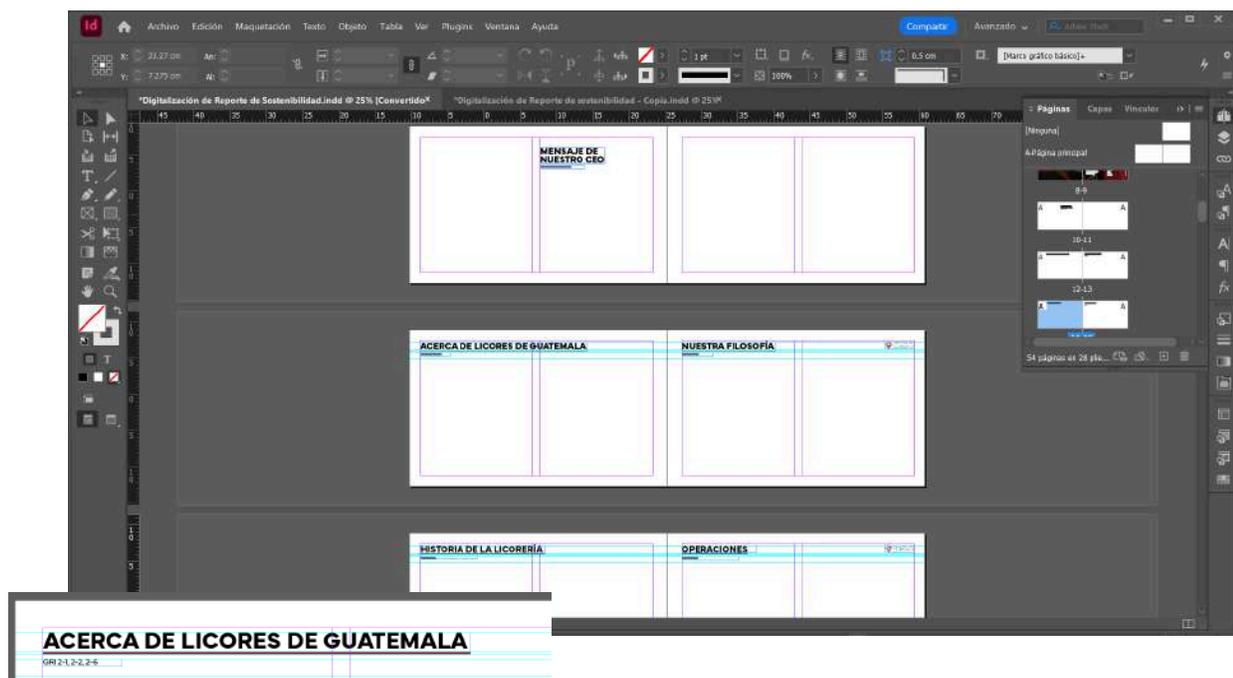
Como siguiente paso se colocan las frases correspondientes en la portada de cada apartado, resaltando palabras clave.



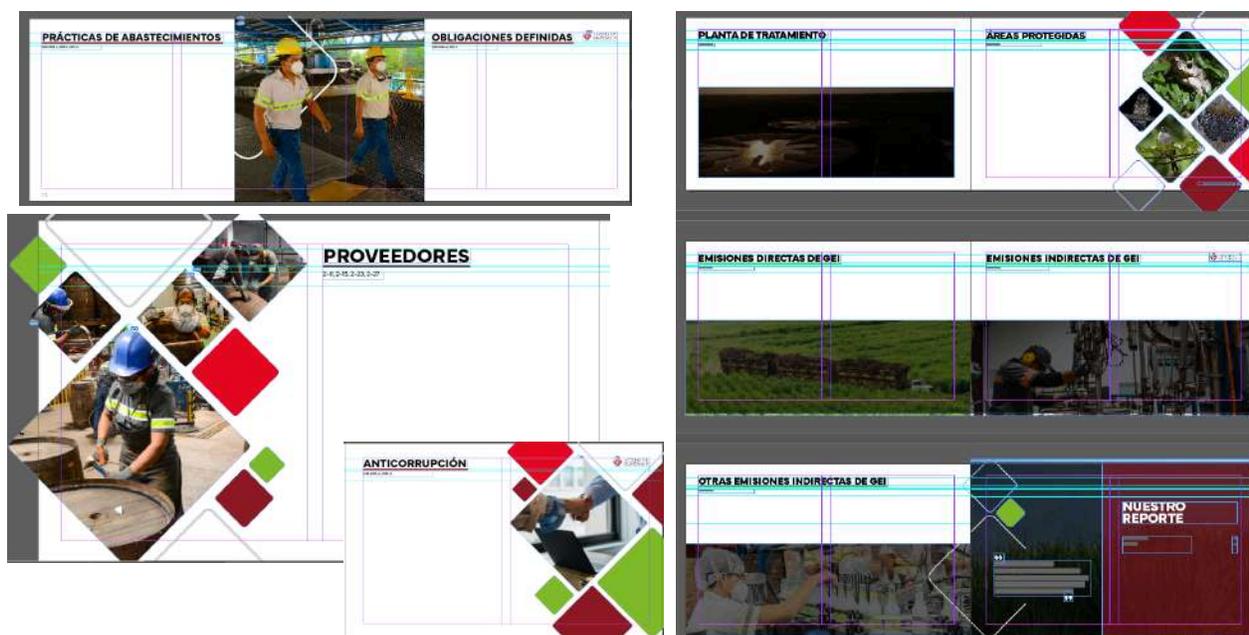
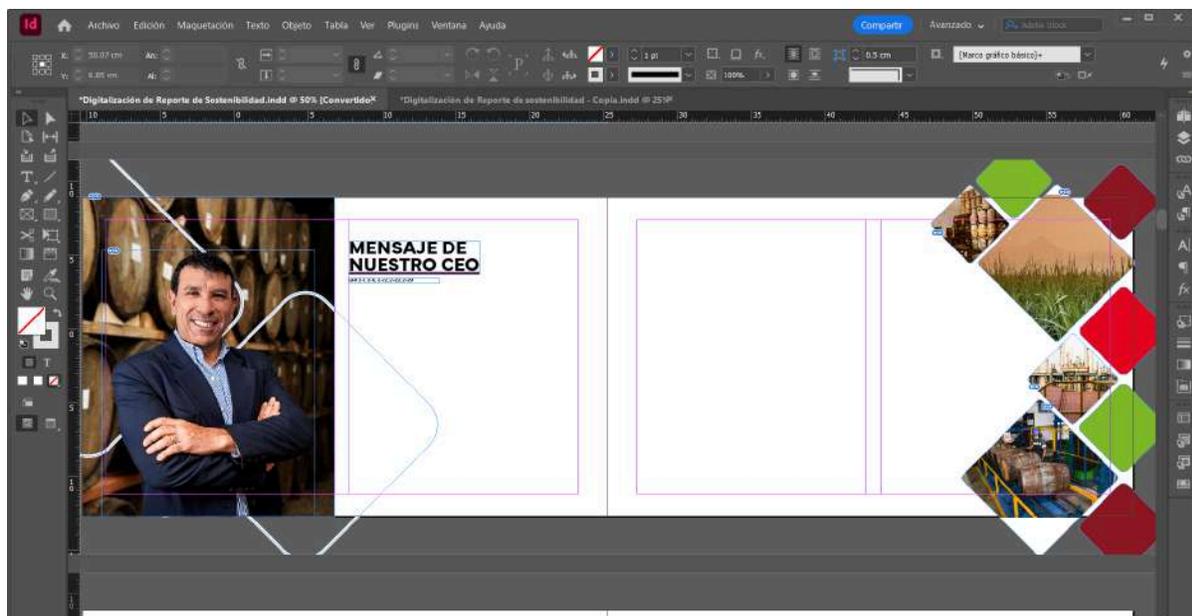
Para el pliego de la página que abre el reporte, en una página se le colocó la frase de Licores de Guatemala y en el otro se le colocó el título principal, con el año, la línea divisoria y el logo de Licores de Guatemala.

TABLA DE CONTENIDO	
Nuestro mensaje	06
Mensaje del Consejo de Administración	07
Nuestro Perfil	13
Historia de la Licorería	14
Operaciones	15
Nuestro negocio	16
Descripción de negocio	17
Procesos	18
Salario de trabajo	19
Impugnación	20
Ethica y cumplimiento	21
Problemas de sostenibilidad	22
Resumen de desarrollo	23
Desempeño financiero	24
Problemas y oportunidades	25
Problemas de sostenibilidad	26
Desempeño ambiental	27
Problemas en el mercado	28
Relación con el medio ambiente	29
Finanzas	34
Nuestro Ambiente	35
Industria y Comercio	36
Energía y Energía	37
Energía y sostenibilidad	38
Agua como recurso compartido	39
Extracción y uso de los recursos	40
Prácticas de sostenibilidad	41
Áreas protegidas	42
Emisiones directas de CO2	43
Emisiones indirectas de CO2	44
Otros emisores indirectos de CO2	45
Acciones por el clima	46
Prácticas generativas	47
Comisión ambiental	48
Nuestro Reporte	49
Temas relevantes	50
Índice GRI	51

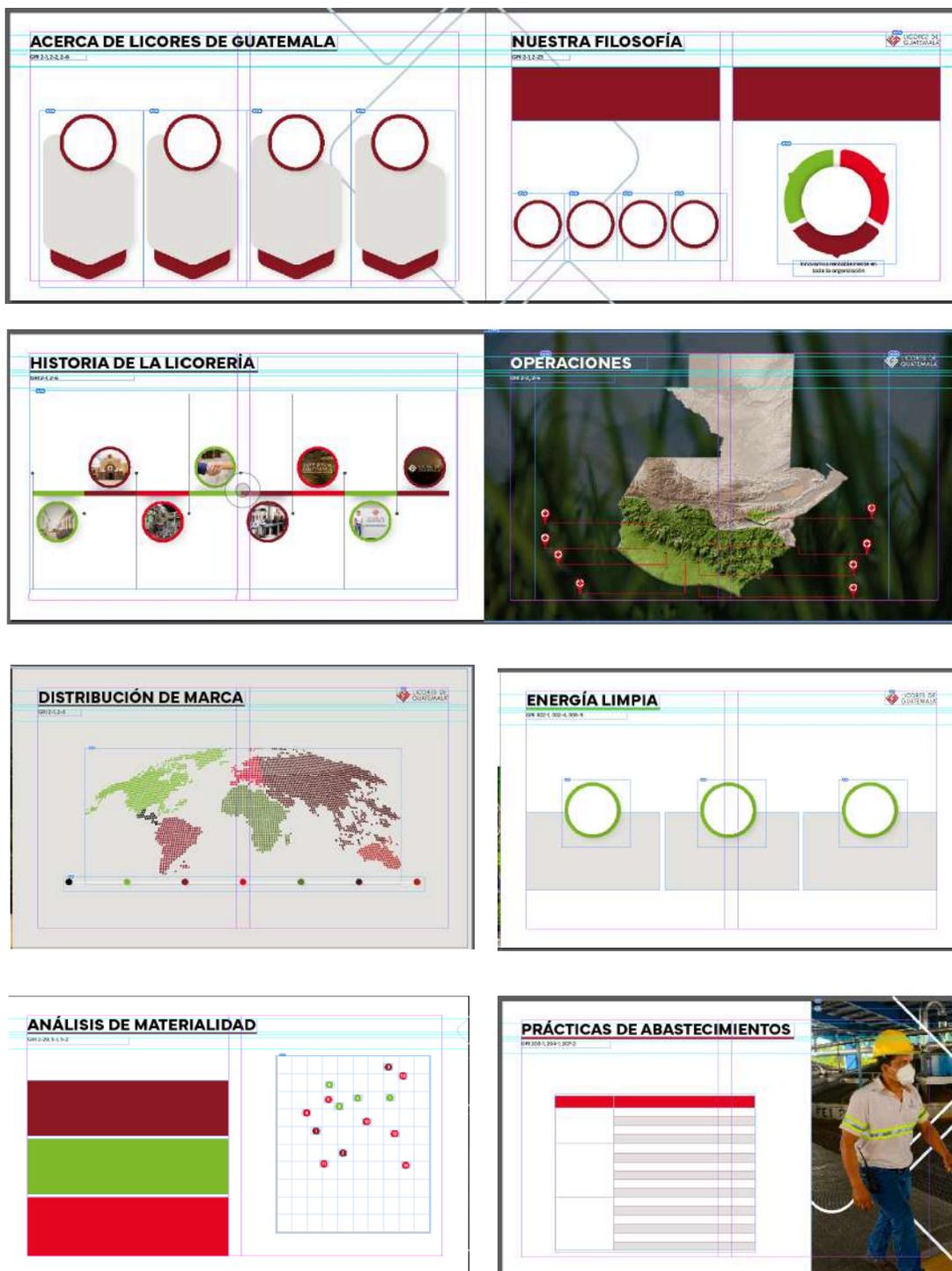
Con la tabla de contenido, se le colocó el título, la línea divisoria, colocando los subtítulos de los apartados en Bold para que resalte más en qué momento termina el apartado y da inicio a otro con el número de página correspondiente.



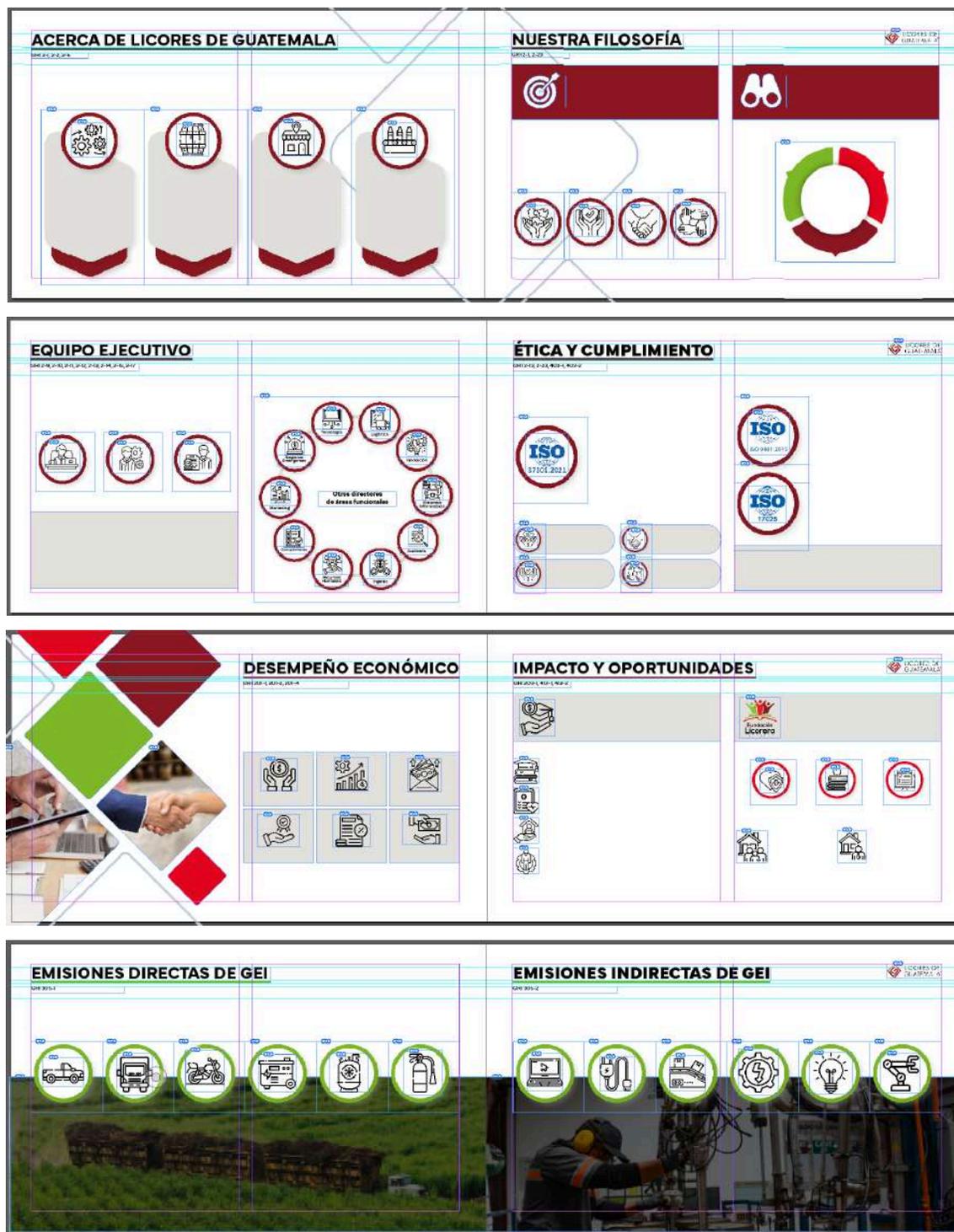
Se colocaron las líneas guías para que todos los títulos estén a la misma altura, luego se colocaron los títulos, líneas divisorias, y el número de GRI en el lugar correspondiente siguiendo como referencia el bocetos y así sucesivamente en todo el documento.



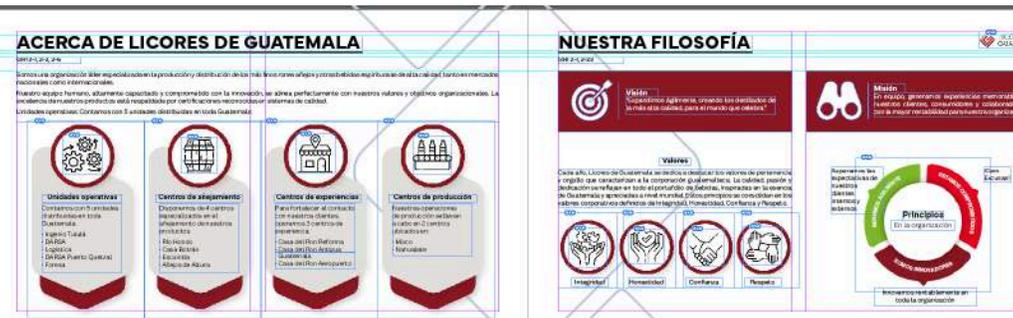
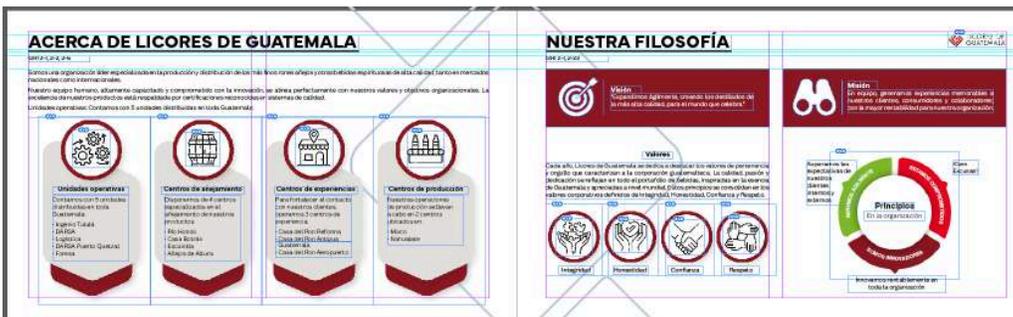
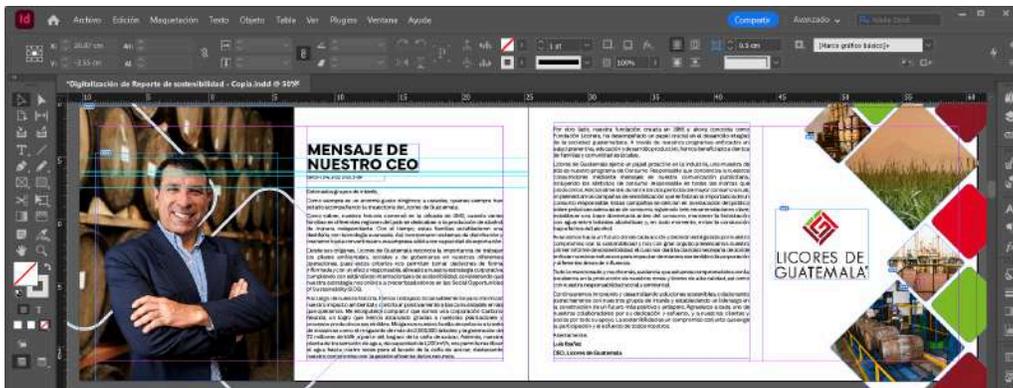
Se fueron colocando todas las fotografías y elementos (los rectángulos con una rotación de 45 grados con los bordes redondeados) a lo largo de todo el documento, algunos solo con el trazo y algunas rellenas basado en la paleta de colores.



Se fueron colocando los demás elementos, como círculos, rectángulos, mapas, tablas, gráficas, etc.



Como siguiente paso se colocaron todos los iconos por todo el documento.



Luego de haber colocado todos los elementos (círculos, rectángulos, mapas, tablas, etc) se procedió a poner todo el texto con los estilos de carácter y estilo de párrafo para el uso de la tipografía para cada tipo de título, subtítulo, párrafos, listas, etc.

Propuesta preliminar

Reporte de Sostenibilidad 2023: Portada del Reporte de Sostenibilidad, página número 1.

Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Subportada del Reporte de Sostenibilidad, página número

2. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. ¿Qué es la Global Reporting Initiative? y créditos.

¿QUÉ ES LA GLOBAL REPORTING INITIATIVE?

GRÍ es una organización internacional independiente que proporciona un marco estandarizado para la elaboración de reportes de sostenibilidad. Establecen una serie de estándares globalmente reconocidos que permiten a las organizaciones medir y comunicar su impacto económico, ambiental y social de manera coherente. Su objetivo principal es ayudar a las empresas y otras organizaciones a comprender y comunicar sus impactos en cuestiones críticas, fomentando la transparencia, la rendición de cuentas y la sostenibilidad en las prácticas empresariales.

Propiedad y derechos

Toda la información contenida en este reporte fue obtenida y verificada por el equipo de Licores de Guatemala (LDG). Se reserva el derecho exclusivo sobre el uso y distribución de los datos presentados, y cualquier uso no autorizado de esta información podrá tener consecuencias legales. Este reporte está protegido bajo los leyes de derechos de autor y cualquier reproducción, distribución, o uso indebido de su contenido sin el consentimiento expreso de Licores de Guatemala está estrictamente prohibido.

Créditos

Este reporte de sostenibilidad ha sido realizado con el apoyo de Green Development, en colaboración con un equipo dedicado y multidisciplinario:

Alejandra Pineda, Gerente de Cambio Climático y Sostenibilidad
Aarón Franco, Asistente de Cambio Climático y Sostenibilidad
José Pérez Monteagudo, Coordinador Gestión Social
Alejandra Tuchán, Coordinadora de Comunicación y Diseño
Julia Pineda, Asistente de Comunicación y Diseño
Beatriz Ortiz, Gerente Operativa
Arnica Orozco, Director Ejecutivo

Junto con el equipo de Licores de Guatemala:

Luis Ibañez, CEO de Licores de Guatemala
Héctor del Río, Departamento Legal
Marcos Sánchez, Corinto de Denominación de Origen

Queremos extender nuestro más sincero agradecimiento a las siguientes personas por su invaluable apoyo durante la recolección de información:

Juan Carlos Cacao, Recursos Humanos
Jorge Aguilar, Departamento de compras
Nancy Zetina, Gerente de compliance
Marvin Solís, Departamento de finanzas
Carlos Álvarez, Director comercial
Evelyn Silveira, Coordinadora de fundación
Gustavo Ramírez, Director de logística y de compras de la corporación
José Quilip, Departamento de relaciones con las comunidades
Diana Mota, Departamento legal
Marco Prado, Departamento legal
Lorena Vásquez, Directora de innovación
Evelyn Rodas, Departamento de innovación
Jorge Coronado, Departamento de innovación
Omar Gómez, Supervisor de bodega
Isaías Xampel, Supervisor de bodega
Óscar Herrera, Jefe de control de combustibles
Gilvan Pérez, Supervisor de cogeneración eléctrica
Rosario Maldonado, Jefe de control de calidad
Edgar Molina, Jefe forestal de Ingenio Tzulul
Luis Diego Herrera, Jefe de servicios y suministros
Elizabeth Cusi, Compras corporativas
Francis Barrios, Jefe de flota
Verónica Muñiz, Jefe de sistemas de gestión

14"

8.5"

Reporte de Sostenibilidad 2023: Subportada del Reporte de Sostenibilidad, página número 3. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Continuación de la página anterior. ¿Qué es la Global Reporting Initiative? y créditos.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Página que abre el reporte de sostenibilidad, página número 4. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Slogan de la empresa Licores de Guatemala.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Página que abre el reporte de sostenibilidad, página número 5. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Continuación de la página anterior. Título, año y logo de la empresa Licores de Guatemala.



De igual forma se realizó el resto del documento.

https://drive.google.com/file/d/132HupLsPNTxoQSHFuw5xh9fFme_jKwGi/view?usp=sharing

Capítulo VIII: Validación de técnica

Capítulo VIII: Validación de técnica

Al finalizar la propuesta preliminar del diseño de reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de 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 ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizan de forma virtual a través de Google Forms para clientes, grupo objetivo y expertos.

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a cuatro (4) 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: Amilcar Ordoñez, Beatriz Ortiz, Alejandra Pineda y Alejandra Tuchan.

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

- Kevin Osvaldo Ramirez Pineda
- Sheyla Estefany Montesdeoca Morales
- Lourdes Regina del Rosario Ortie Fuentes
- José Carlos Cano Zetian
- Eduardo José Martínez Galvez

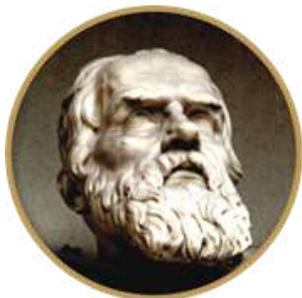
Grupo objetivo: Mujeres y hombres, de un rango de edad entre 30 a 40 años, se caracterizan por ser personas orientadas hacia la responsabilidad social y ambiental, en la transparencia, la ética empresarial, compromiso con las prácticas sostenibles.

Método e instrumentos

La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios.

Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos. Así mismo se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

Modelo de la encuesta



Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	<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="checkbox"/>	Grupo objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala.

Antecedentes

-Green Development- fue fundada en el año 2009 como Unidad de Cambio Climático, marcando el inicio de un ambicioso proyecto centrado en la gestión de créditos de carbono. Desde sus primeros días, la organización se dedicó a abordar los desafíos del cambio climático mediante la implementación de soluciones innovadoras y sostenibles.

Cuatro años después en el 2012 fue un año de cambio con el cambio de Amilcar Ordoñez asume como nuevo Gerente General. Bajo su liderazgo, -Green Development- amplió su

portafolio de servicios para incluir la medición y mitigación de la huella de carbono, reflejando una visión más integral de la sostenibilidad. En el año 2014 marcó el inicio de la unidad de Gestión Ambiental, integrando la gestión y el seguimiento de estudios de impacto ambiental como parte fundamental de sus servicios.

En 2021, se creó la Unidad de Gestión Social con la Estrategia 2021-2025 enfocándose en integrar aspectos sociales en sus proyectos y servicios, reconociendo la importancia de la sostenibilidad social.

Para el año 2022, fue un año de expansión con el inicio de operaciones en México y la creación de la Unidad de Educación Ambiental. Esta unidad se dedica a gestionar certificaciones internacionales y a convertir más hectáreas en sostenibles, reflejando un compromiso continuo con la educación y la concienciación ambiental.

A lo largo de estos años, -Green Development- ha demostrado un crecimiento constante y una adaptación continua a las necesidades emergentes del medio ambiente y la sociedad, fortaleciéndose como un ejemplo en la lucha contra el cambio climático y la promoción de prácticas sostenibles.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar el reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala.

Instrucciones

Con base a lo anterior, observe la propuesta del Reporte de Sostenibilidad 2023 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 el reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala?

Si ____ No ____

2. ¿Considera importante investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionadas a la creación de los reportes digitales, a través de fuentes biográficas y de sitios web que respaldan científicamente la propuesta del proyecto digital?

Si ____ No ____

3. ¿Considera adecuado recopilar toda la información y el material preciso proporcionado por -Green Development- para el desarrollo del diseño del reporte digital?

Si ____ No ____

4. ¿Considera adecuado diagramar la información del reporte a través de programas de Adobe y herramientas digitales, con el fin de publicarlos en formato digital accesible y atractivo para los usuarios?

Si ____ No ____

Parte Semiológica:

5. ¿Considera adecuados a la empresa el uso de los colores organizaciones y los colores complementarios propuestos en el diseño?

Muy adecuada ____ Poco adecuada ____ Nada adecuada ____

6. ¿Cree que el uso de la tipografía de la empresa es adecuado para un grupo objetivo de mujeres y hombres, de un rango de edad entre 30 a 40 años?

Muy adecuada ____ Poco adecuada ____ Nada adecuada ____

7. ¿Los personajes, diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles con relación al tema que están complementando?

Muy comprensibles ____ Poco comprensibles ____ Nada comprensibles ____

Parte Operativa:

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de Reporte de Sostenibilidad 2023 es de forma:

Muy legible ____ Poco legible ____ Nada legible ____

9. ¿Cree visible los elementos e iconos complementarios, y gráficos adicionales en la propuesta gráfica presentada?

Muy visible ____ Poco visible ____ Nada visible ____

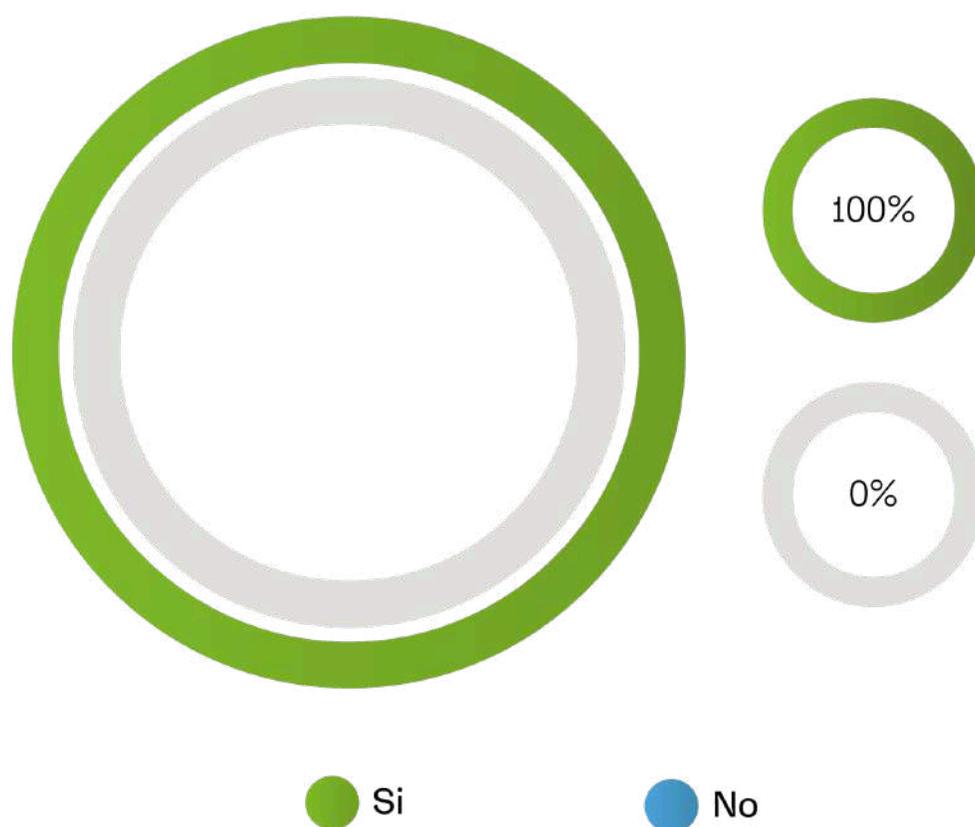
10. Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser entregado?

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:

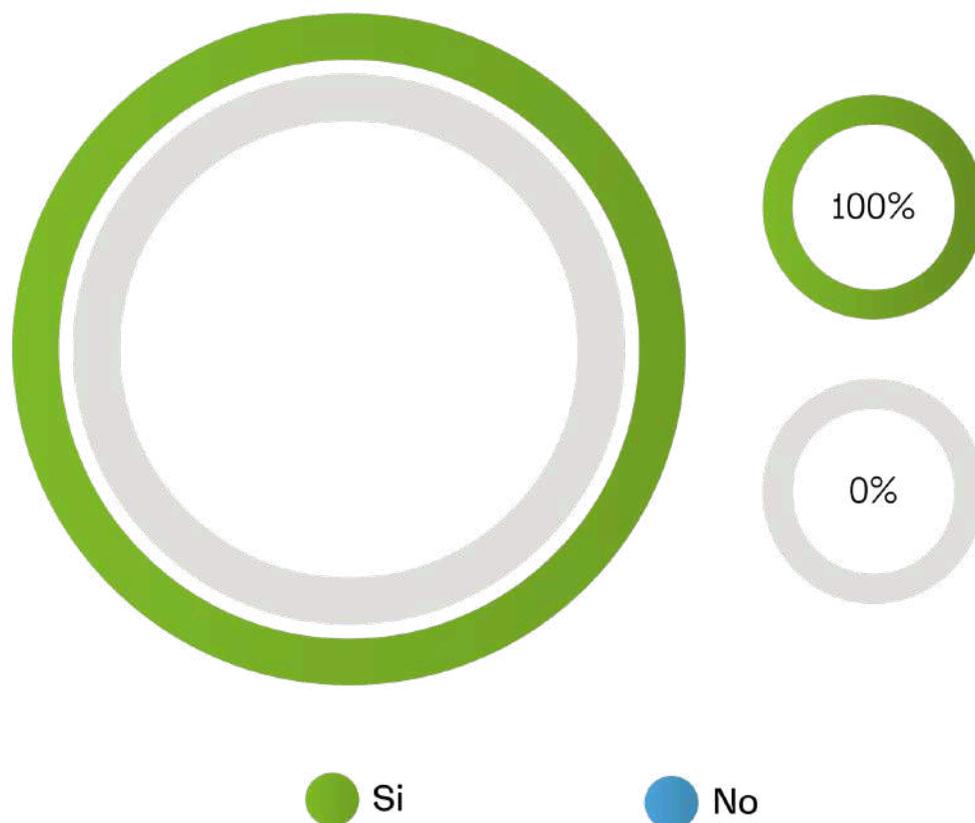
Resultados e interpretación de resultados

1. ¿Considera usted necesario diseñar el reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala?



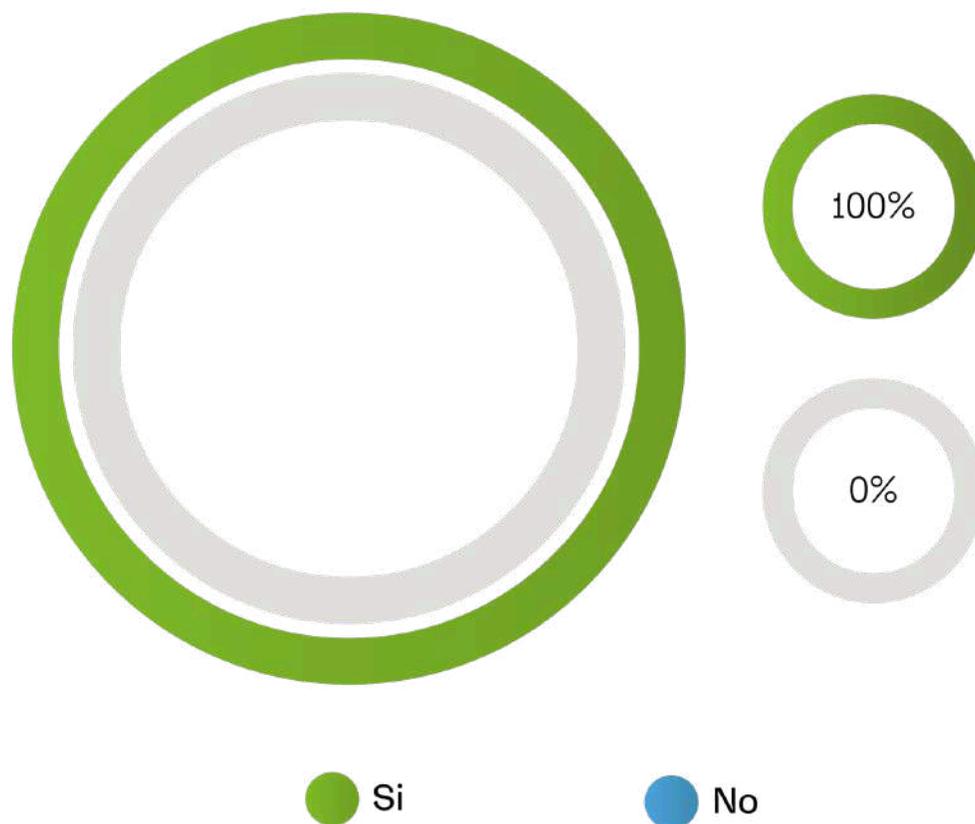
Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es necesario diseñar el reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que el diseño de reporte digital sí es importante para poder trasladar dicha información.

2. ¿Considera importante investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionadas a la creación de los reportes digitales, a través de fuentes biográficas y de sitios web que respaldan científicamente la propuesta del proyecto digital?



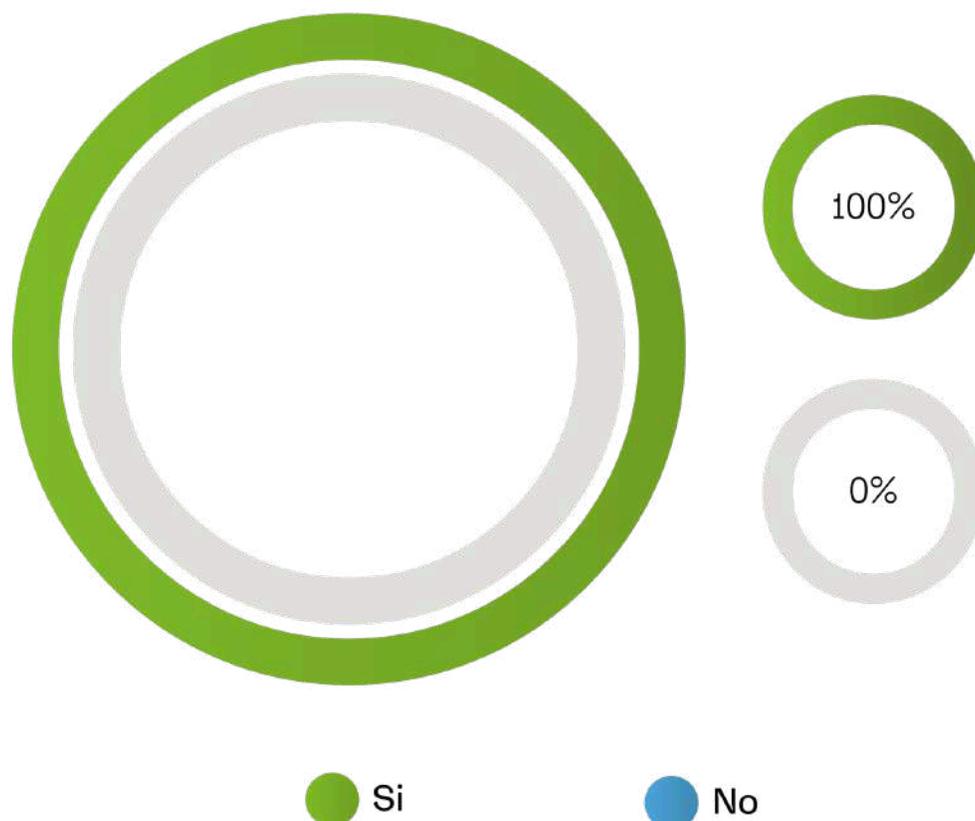
Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que consideran adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionadas a la creación de los reportes digitales, a través de fuentes biográficas y de sitios web que respaldan científicamente la propuesta del proyecto digital, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que todos estuvieron de acuerdo que esto es sumamente importante para respaldar científicamente la propuesta del proyecto digital.

3. ¿Considera adecuado recopilar toda la información y el material preciso proporcionado por -Grenn Develoment- para el desarrollo del diseño del reporte digital?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es adecuado recopilar toda la información y el material preciso proporcionado por -Grenn Develoment- para el desarrollo del diseño del reporte digital, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que toda información recopilada es fundamental para ser incluida en el material digital para el desarrollo del diseño del reporte digital.

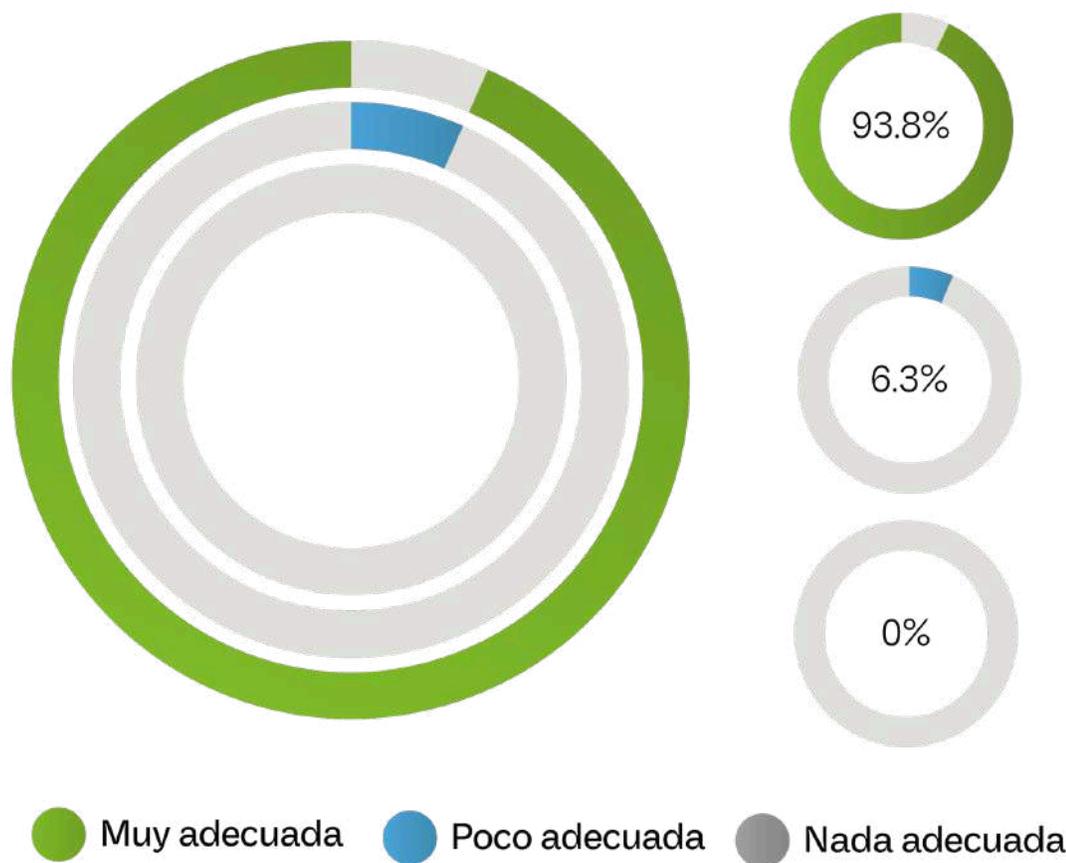
4. ¿Considera adecuado diagramar la información del reporte a través de programas de Adobe y herramientas digitales, con el fin de publicarlos en formato digital accesible y atractivo para los usuarios?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es adecuado diagramar la información del reporte a través de programas de Adobe y herramientas digitales, con el fin de publicarlos en formato digital accesible y atractivo para los usuarios, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que es adecuado diagramar la información del reporte a través de programas de Adobe y herramientas digitales, con el fin de publicarlos en formato digital accesible y atractivo para los usuarios.

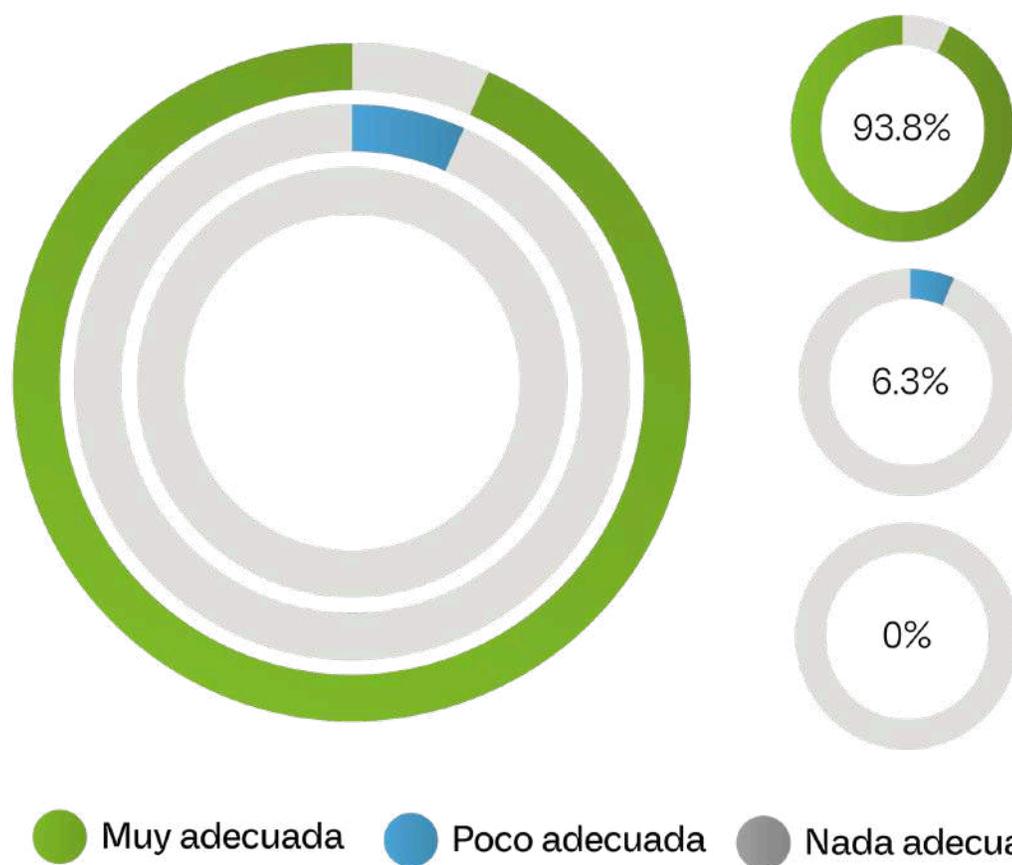
Parte Semiológica:

5. ¿Considera adecuados a la empresa el uso de los colores organizaciones y los colores complementarios propuestos en el diseño?



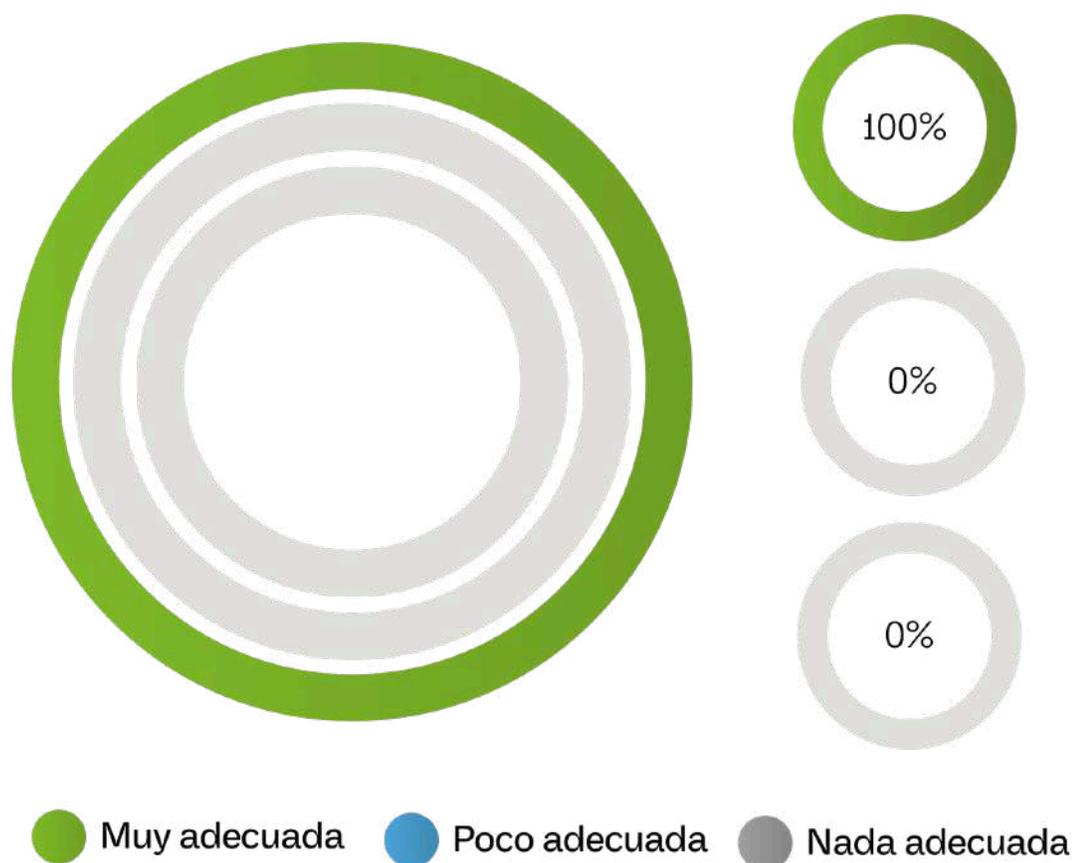
Interpretación. El 93.8% de los encuestados indicaron que consideran adecuados el uso de los colores organizaciones y los colores complementarios propuestos en el diseño, mientras que el 6.3% opina lo contrario. Por consiguiente, esto demuestra que los colores transmiten de manera efectiva el mensaje propuesto en el diseño.

6. ¿Cree que el uso de la tipografía de la empresa es adecuado para un grupo objetivo de mujeres y hombres, de un rango de edad entre 30 a 40 años?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que el uso de la tipografía es muy adecuada para el grupo objetivo conformado de mujeres y hombres, de un rango de edad entre 30 a 40 años, mientras que el 6.3% lo consideró poco adecuado y no hubo respuestas que indican que es nada adecuada (0%) . Por consiguiente, esto demuestra que el uso de tipografía es correcto dentro del diseño y funciona para el grupo objetivo.

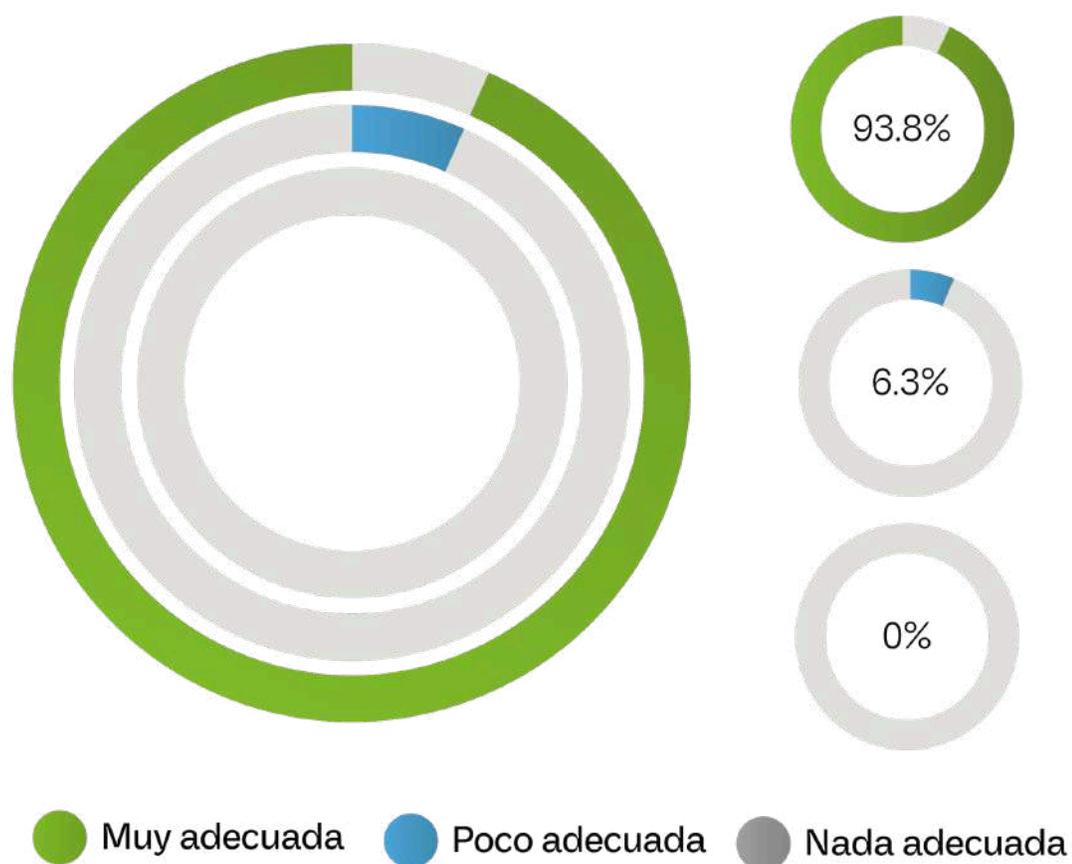
7. ¿Los personajes, diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles con relación al tema que están complementando?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que los personajes, diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles con relación al tema que están complementando, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que cada uno de dichos elementos si son comprendidos y relacionados a cada tema que están tratando.

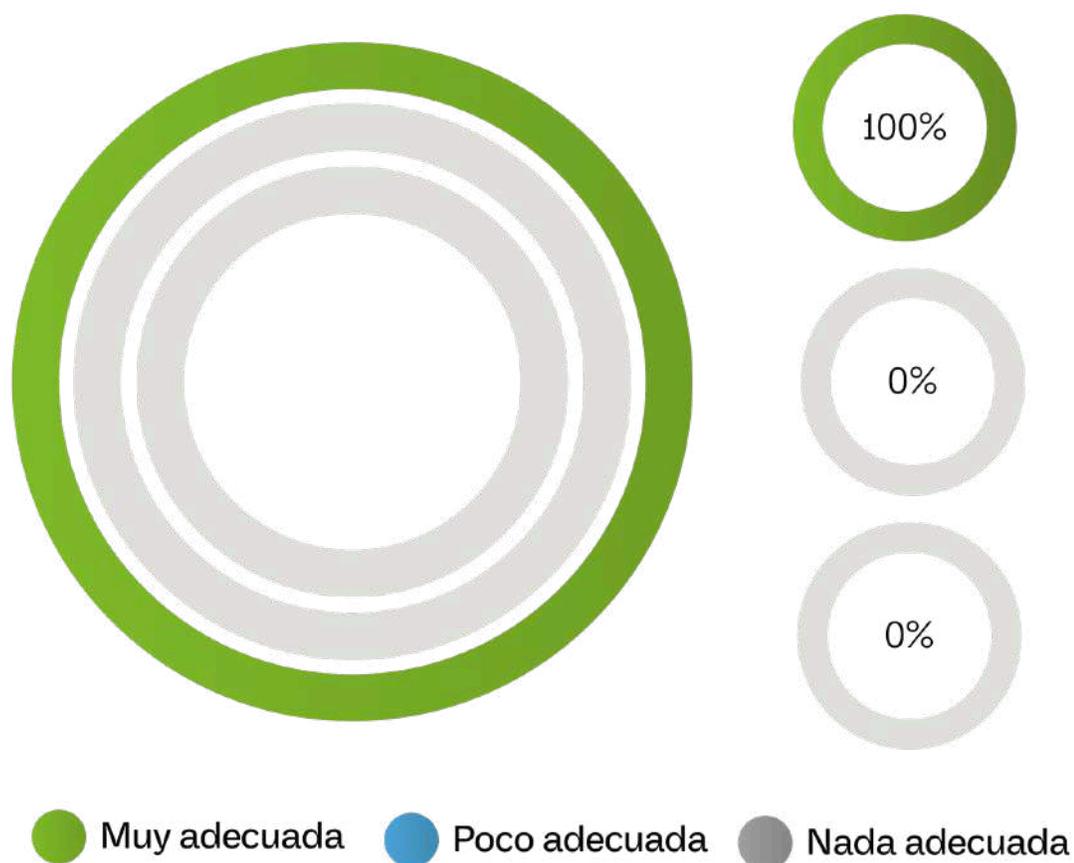
Parte Operativa:

11. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de Reporte de Sostenibilidad 2023 es de forma:



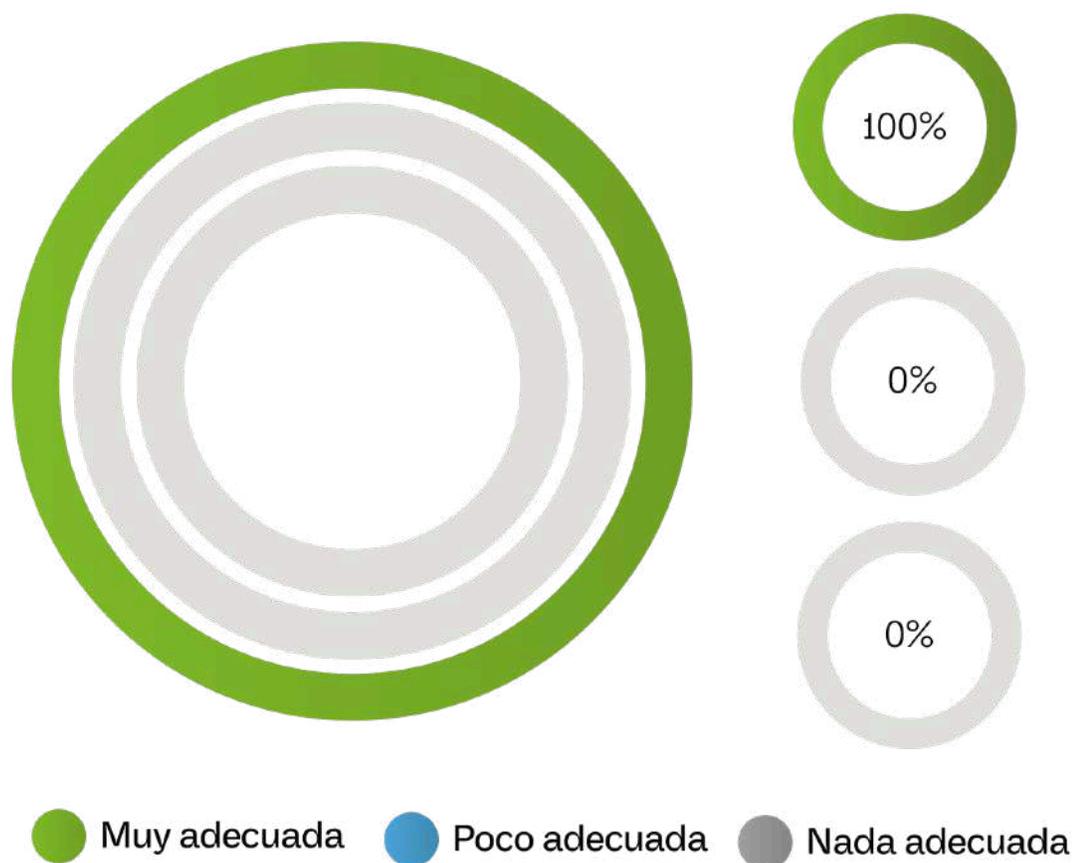
Interpretación. El 93.8% de los encuestados indicaron que consideran que la tipografía utilizada en el diseño de Reporte de Sostenibilidad 2023, mientras que el 6.3% opina que es poco legible y el 0% indica que es nada legible. Por consiguiente, la tipografía que se utiliza dentro del diseño puede ser leída fácilmente y de manera efectiva.

12. ¿Cree visible los elementos e iconos complementarios, y gráficos adicionales en la propuesta gráfica presentada?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es necesario diseñar material impreso y digital para informar a mujeres indígenas y de áreas rurales del interior de la República acerca de la justicia alimentaria y económica, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que el diseño del material sí es importante para poder trasladar dicha información.

13. Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser entregado?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que el tamaño virtual y físico de la propuesta es ideal para entregarlo, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que las medidas y formato de la propuesta gráfica presentada es ideal para el uso que se le pretende dar.

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 los iconos de la página 13 ya que son rellenos y los demás son lineales.
- Es necesario cambiar el pie de página para que no tenga mucho protagonismo y equilibrar la vista visual.

Página 3

Antes

NUESTRA FILOSOFÍA

GRI 2-1, 2-23



Después

NUESTRA FILOSOFÍA

GRI 2-1, 2-23




Visión
"Expandimos ágilmente, creando los destilados de la más alta calidad, para el mundo que celebra."



Misión
En equipo, generamos experiencias memorables a nuestros clientes, consumidores y colaboradores; con la mayor rentabilidad para nuestra organización.

Valores

Cada año, Licores de Guatemala se dedica a destacar los valores de pertenencia y orgullo que caracterizan a la corporación guatemalteca. La calidad, pasión y dedicación se reflejan en todo el portafolio de bebidas, inspiradas en la esencia de Guatemala y apreciadas a nivel mundial. Estos principios se consolidan en los valores corporativos definidos de Integridad, Honestidad, Confianza y Respeto.



Justificación. Se cambiaron los iconos de la página 13 ya que eran rellenos y a comparación de los demás eran lineales para que todas tengan la misma jerarquía.

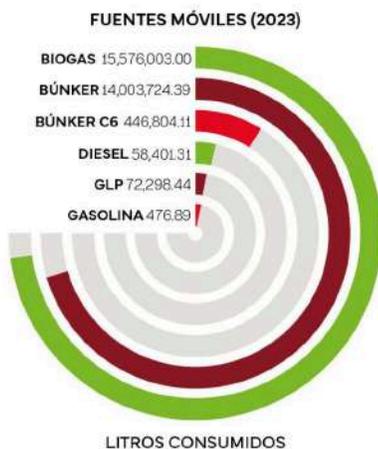
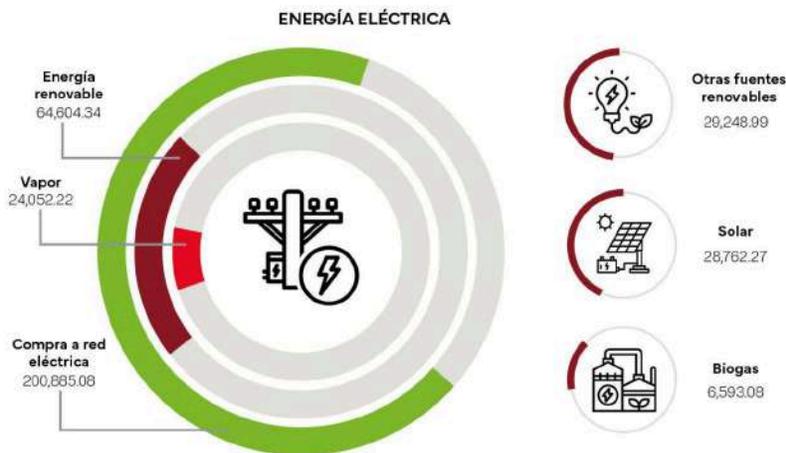
Pie de página

Antes

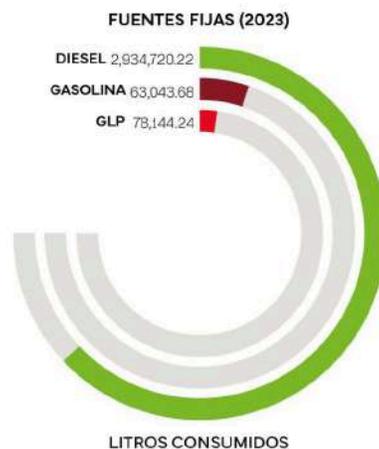
ENERGÍA Y COMBUSTIBLES

GRI 302-1, 302-2, 302-3

En Licores de Guatemala, para nuestros procesos utilizamos una combinación de combustibles y energía eléctrica, asegurando el funcionamiento eficiente de nuestras operaciones. Nos esforzamos por integrar fuentes renovables y no renovables para equilibrar nuestras necesidades energéticas con nuestro compromiso de sostenibilidad.



El bagazo de caña, un subproducto de la producción de licor es el principal recurso energético utilizado, lo que resalta el esfuerzo de la compañía por aprovechar recursos renovables. Le sigue el búnker y el diésel en menor proporción. Este enfoque en el uso de energía renovable es clave en la estrategia de sostenibilidad, al disminuir el impacto ambiental derivado del uso de combustibles fósiles.



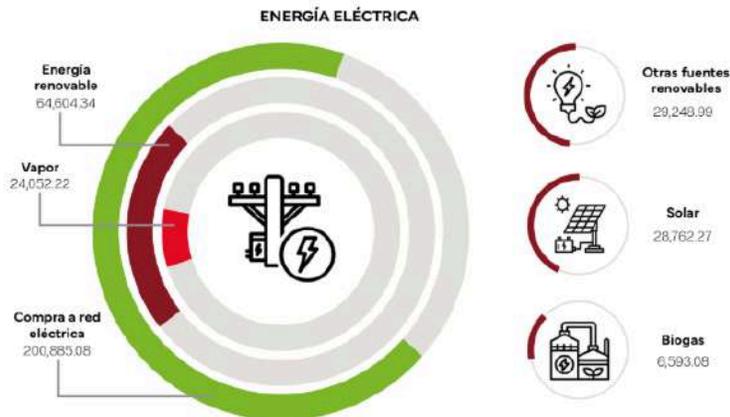
El diésel es la principal fuente de energía móvil, con un consumo significativamente mayor en comparación con la gasolina y el GLP (Gas Licuado de Petróleo). Esto refleja la dependencia de combustibles fósiles en las flotas de transporte, un área de oportunidad para reducir emisiones mediante la optimización del uso de combustibles o la adopción de energías más limpias.

Después

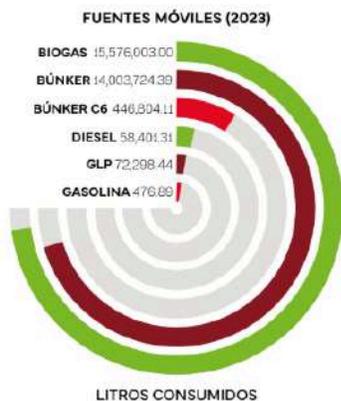
ENERGÍA Y COMBUSTIBLES

GRI 302-1, 302-2, 302-3

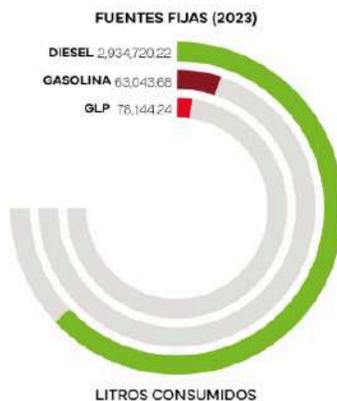
En Licores de Guatemala, para nuestros procesos utilizamos una combinación de combustibles y energía eléctrica, asegurando el funcionamiento eficiente de nuestras operaciones. Nos esforzamos por integrar fuentes renovables y no renovables para equilibrar nuestras necesidades energéticas con nuestro compromiso de sostenibilidad.



34 | Reporte de Sostenibilidad 2023



El bagazo de caña, un subproducto de la producción de licor es el principal recurso energético utilizado, lo que resalta el esfuerzo de la compañía por aprovechar recursos renovables. Le sigue el búnker y el diésel en menor proporción. Este enfoque en el uso de energía renovable es clave en la estrategia de sostenibilidad, al disminuir el impacto ambiental derivado del uso de combustibles fósiles.



El diésel es la principal fuente de energía móvil, con un consumo significativamente mayor en comparación con la gasolina y el GLP (Gas Licuado de Petróleo). Esto refleja la dependencia de combustibles fósiles en las flotas de transporte, un área de oportunidad para reducir emisiones mediante la optimización del uso de combustibles o la adopción de energías más limpias.

Reporte de Sostenibilidad 2023 | 35

Justificación. Se cambió el pie de página en las hojas del reporte digital para que no tenga mucho protagonismo y equilibrar la vista visual.

Capítulo VIII: Propuesta Gráfica Final

Capítulo VIII: Propuesta Gráfica Final

Propuesta preliminar

Reporte de Sostenibilidad 2023: Portada del Reporte de Sostenibilidad, página número 1.

Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Subportada del Reporte de Sostenibilidad, página número

2. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. ¿Qué es la Global Reporting Initiative? y créditos.

¿QUÉ ES LA GLOBAL REPORTING INITIATIVE?

GRI es una organización internacional independiente que proporciona un marco estandarizado para la elaboración de reportes de sostenibilidad. Establecen una serie de estándares globalmente reconocidos que permiten a las organizaciones medir y comunicar su impacto económico, ambiental y social de manera coherente. Su objetivo principal es ayudar a las empresas y otras organizaciones a comprender y comunicar sus impactos en cuestiones críticas, fomentando la transparencia, la rendición de cuentas y la sostenibilidad en las prácticas empresariales.

Propiedad y derechos

Toda la información contenida en este reporte fue obtenida y verificada por el equipo de Licores de Guatemala (LDG). Se reserva el derecho exclusivo sobre el uso y distribución de los datos presentados, y cualquier uso no autorizado de esta información podrá tener consecuencias legales. Este reporte está protegido bajo los leyes de derechos de autor y cualquier reproducción, distribución, o uso indebido de su contenido sin el consentimiento expreso de Licores de Guatemala está estrictamente prohibido.

Créditos

Este reporte de sostenibilidad ha sido realizado con el apoyo de Green Development, en colaboración con un equipo dedicado y multidisciplinario:

Alejandra Pineda, Gerente de Cambio Climático y Sostenibilidad
Aarón Franco, Asistente de Cambio Climático y Sostenibilidad
José Pérez Monteagudo, Coordinador Gestión Social
Alejandra Tuchán, Coordinadora de Comunicación y Diseño
Julia Pineda, Asistente de Comunicación y Diseño
Beatriz Ortiz, Gerente Operativa
Arnica Orozco, Director Ejecutivo

Junto con el equipo de Licores de Guatemala:
Luis Ibañez, CEO de Licores de Guatemala
Héctor del Río, Departamento Legal
Marcos Sánchez, Corinto de Denominación de Origen
 Queremos extender nuestro más sincero agradecimiento a las siguientes personas por su invaluable apoyo durante la recolección de información:
Juan Carlos Cacao, Recursos Humanos
Jorge Aguilar, Departamento de compras
Nancy Zetina, Gerente de compliance
Marvin Solís, Departamento de finanzas
Carlos Álvarez, Director comercial
Evelyn Silveira, Coordinadora de fundación
Gustavo Ramírez, Director de logística y de compras de la corporación
José Quijón, Departamento de relaciones con las comunidades
Diana Mota, Departamento legal
Marco Prado, Departamento legal
Lorena Vásquez, Directora de innovación
Evelyn Rodas, Departamento de innovación
Jorge Coronado, Departamento de innovación
Omar Gómez, Supervisor de bodega
Isaías Ximpep, Supervisor de bodega
Óscar Herrera, Jefe de control de combustibles
Gilmar Pérez, Supervisor de cogeneración eléctrica
Rosario Maldonado, Jefe de control de calidad
Edgar Molina, Jefe forestal de Ingenio Tzulul
Luis Diego Herrera, Jefe de servicios y suministros
Elizabeth Cusi, Compras corporativas
Francis Barrios, Jefe de flota
Verónica Muñiz, Jefe de sistemas de gestión

14"

8.5"

Reporte de Sostenibilidad 2023: Subportada del Reporte de Sostenibilidad, página número 3. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Continuación de la página anterior. ¿Qué es la Global Reporting Initiative? y créditos.

Eduardo López, Encargado de bodega
Octo Qun, Jefe de mantenimiento
Julio Orozco, Jefe de almacenes
Marcos Garmella, Jefe de mantenimiento
Martin Velásquez, Gerente de exportaciones
Oscar Chacón, Jefe de centro de envejecimiento
Oscar Moreno, Coordinador de calidad
Heber Muñoz, Jefe de centro de envejecimiento
Ismael Aguirre, Supervisor de mantenimiento
Ángela Blanco, Jefe de sistema de gestión
Manuel Pastor, Encargado de almacén
Cristian Lopez, Coordinador de mantenimiento
Julia Mattonado, Jefe de sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad
Jairo Quevedo, Jefe de servicios y suministros
Rita Barrios, Analista de gestión ambiental
Luis Galdámez, Gerente de planta
Oscar Morales, Jefe de almacenes
Juan Pablo Loarca, Jefe de emvasado
Andrea Camó, Jefe de gestión ambiental
Eddin Guzmán, Gerente de planta
Sandra de Ortiz, Asistente administrativa de producción
Alvin Chávez, Jefe de producción
Jorge Cecilio Morales, Jefe de almacenes
Arnel Esquivel, Jefe de mantenimiento
Bryan Beldón, Coordinador CDR Reforma
Luis Fernando Vásquez, Coordinador CDR Aeropuerto
Erick Herrera, Coordinador CDR Antigua
Elder Orozco, Encargado administrativo
Edgar Sierra, Jefe forestal

14"

8.5"

Reporte de Sostenibilidad 2023: Página que abre el reporte de sostenibilidad, página número 4. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Slogan de la empresa Licores de Guatemala.



Reporte de Sostenibilidad 2023: Página que abre el reporte de sostenibilidad, página número 5. Tamaño de 14 pulgadas x 8.5 pulgadas. Continuación de la página anterior. Título, año y logo de la empresa Licores de Guatemala.



De igual forma se realizó el resto del documento.

<https://drive.google.com/file/d/162Takuq25e0FS0H2lyeVdLXtYeGLV7q3/view?usp=sharing>

Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño de reportes digitales para informar acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI que la empresa -Green Development- Guatemala realizó con la corporación Licores de Guatemala, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

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

Plan de costos de elaboración

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

Descripción	Días	Horas	Costo
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente.	2 días	12 horas	Q300.00
Recopilación de información	5 días	42 horas	Q1,050.00
Bocetaje	10 días	50 horas	Q1,250.00
Total de costos de elaboración			Q2,600.00

Plan de costos de producción

Descripción	Días	Horas	Costo
Digitalización de bocetos	20	200 horas	Q1,000.00
Propuesta gráfica	25	300 horas	Q1,500.00
Costos variables de operación (luz, internet)	5 días	42 horas	Q100
Realización de los cambios necesarios después de la validación y propuesta final	1 días	5 horas	Q150
Total de costos de producción			Q2,750.00

Plan de costos de reproducción

Dado que el presente proyecto consiste en un reporte digital que se alojará en la plataforma web de la corporación, no requiere costos adicionales de reproducción. No se prevé la impresión de materiales físicos ni la duplicación en otros formatos físicos.

Plan de costos de distribución

El reporte digital será ubicado en las instalaciones digitales de la corporación, específicamente en su página web y en sistemas internos de consulta para el personal administrativo. Por esta razón, no se generan costos de distribución asociados a la logística de entrega o transporte del material.

Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 20% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q5,350.00

Utilidad 18% = Q1,070.00

Total = Q6,420.00

IVA

Costo total = Q6,420.00

IVA 12% = Q770.40

Cuadro con resumen general de costos

Por los datos anteriores, el presente proyecto tiene un costo total de Q17,942.40

Concepto	Total de Costo
Costo de Elaboración	Q2,600.00
Costo de Producción	Q2,750.00
Costo de Reproducción	0.00
Costo de Distribución	0.00
Subtotal I	Q5,350.00
Margen de utilidad (20%)	Q 1,070.00
Subtotal II	Q6,420.00
IVA 12%	Q770.40
Total	17,942.40

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- Se diseñó el reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de un rango de edad entre 30 a 40 años, en los niveles socioeconómicos B, son gerentes y jefes, para la para la corporación Licores de Guatemala.
- A través de entrevistas y reuniones presenciales con el cliente, se recopiló la información necesaria para respaldar la propuesta del proyecto digital.
- Se investigaron a través del marco teórico las referencias bilaterales y en sitios web acerca de la creación del diseño reporte digital para poder llevar a cabo el proyecto, comunicando datos e información de manera efectiva.
- Se diagramó la información de los reportes a través de programas de Adobe y herramientas digitales, con el fin de publicarlos en formato digital accesible y atractivo para los usuarios.

Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa Green Development y a la corporación Licores de Guatemala considerar la incorporación del informe digital en una plataforma interna, para facilitar su acceso en cualquier momento.
- Se recomienda a la empresa Green Development crear versiones interactivas del informe digital, incorporando gráficos dinámicos y enlaces internos que faciliten una navegación más intuitiva para el personal administrativo.
- Se recomienda a la corporación Licores de Guatemala que coloque el informe digital en su sitio web, en una sección dedicada a la sostenibilidad, de modo que el personal administrativo pueda acceder fácilmente a la información.
- Se recomienda a la corporación Licores de Guatemala adoptar un diseño adaptable en el informe digital, garantizando que se pueda acceder desde diferentes dispositivos, como ordenadores, tablets y teléfonos inteligentes.
- Se recomienda que Green Development se asocie con la corporación Licores de Guatemala para crear infografías y visualizaciones interactivas que ayuden a entender los datos de sostenibilidad en el informe digital.

Capitulo XII: Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento general

Demostración de conocimientos

CONOCIMIENTO GENERAL

Ai

SOFTWARE I Y II
illustrator

La inclusión de Iconografía y gráficos personalizados permite representar de manera visual y atractiva los indicadores clave basados en los estándares GRI. A través de una iconografía clara y consistente, se facilita la comprensión de datos complejos, haciendo que la información sea más accesible para el personal administrativo.

VISUALIZACIÓN GRÁFICA
Boceto

Permitió explorar diferentes composiciones, jerarquías visuales y distribución de los elementos gráficos dentro del reporte. Este proceso se incluyó para definir la ubicación de la iconografía y gráficos personalizados, garantizando una presentación visual coherente y alineada. Además, el uso de bocetos facilitó la iteración y mejora del diseño antes de su digitalización, asegurando que la propuesta final optimice la experiencia del usuario y comunique eficazmente los datos de sostenibilidad.

DISEÑO EDITORIAL

Fue una pieza clave en el desarrollo del reporte digital de sostenibilidad, ya que me proporcionó herramientas y conocimientos esenciales para la estructuración y presentación de la información. Gracias a este aprendizaje, pude aplicar principios de composición, jerarquía visual y legibilidad, asegurando que el contenido del reporte fuera claro y atractivo para el personal administrativo.

Id

SOFTWARE V
inDesign

Me permitió aplicar técnicas avanzadas de diseño editorial y maquetación para estructurar el contenido de manera clara y profesional. Gracias a este conocimiento, pude organizar la información con una distribución visual equilibrada, utilizando grillas, estilos de párrafo y carácter, lo que facilitó la coherencia tipográfica y la jerarquización de los datos.

CREATIVIDAD I, II, III Y IV

Estos cursos me ayudaron a comprender y potenciar mi capacidad creativa, permitiéndome abordar el proyecto desde una perspectiva más abierta e innovadora. Gracias a esto, pude explorar distintas maneras de representar los datos de sostenibilidad sin limitarme a formatos tradicionales, buscando siempre un enfoque visualmente atractivo y funcional.

Infografía creada por Julia Berenice Pineda Vásquez

Capítulo XIII: Referencias

Capítulo XIII: Referencias

Adobe. (2024). www.adobe.com. Qué es la tipografía: historia, características y diferentes tipos.

Recuperado de:

<https://www.adobe.com/es/creativecloud/illustration/discover/typography.html>

Agencia CHAN (2024). Agenciachan.com. ¿Qué es la diagramación y cuál es su importancia dentro del Diseño Editorial? Recuperado de:

<https://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-diseno-editorial/>

Alejandra. G (2012). La gestión social: la constitución de un saber experto y la lucha por el monopolio de nominación. ISBN 978-987-1891-00-9. Recuperado de:

<https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/10704/1/DeGatica.pdf> De

Pierre Guiraud (1979) La Semiología. ISBN 968-23-0135-1. Recuperado de:

https://books.google.com.gt/books?hl=es&lr=&id=ONOkambAEC&oi=fnd&pg=PA11&dq=semiologia+segun+autores&ots=drnFqp0kgV&sig=HcHX1Qdd4cf1lhoA_SEDxMfXNSA#v=onepage&q=semiologia%20segun%20autores&f=false

Asmat Valencia, Silvia. (3 de octubre de 2025). prezi.com. El Recorrido Visual y Elementos del Diseño. Recuperado de:

https://prezi.com/h_w3mm4n1b6u/el-recorrido-visual-y-elementos-del-diseno/

Ceballo, Melanie. (22 de noviembre de 2023). Areandina.edu.co. ¿Qué es la Gestión Ambiental y por qué estudiarla? Recuperado de:

<https://www.areandina.edu.co/blogs/que-es-la-gestion-ambiental-y-por-que-estudiarla>

Conecta361. (1 de abril de 2024). conecta361.com. Psicología del consumidor: qué es y por qué es importante en marketing. Recuperado de:

<https://conecta361.com/psicologia-del-consumidor-que-es/>

Cortés Castillo, L. M., (2014). Conocimiento, poder, comunicación y su relación con el ordenamiento territorial. Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas, vol. 10 núm. 28, 134-148. ISSN: 1856 – 1594. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70930408008>

DQS. (2024) dqsglobal.com. ¿Qué es un sistema de gestión? Recuperado de:

<https://www.dqsglobal.com/es-sv/aprenda/centro-de-conocimiento-dqs/que-es-un-sistema-de-gestion>

Dra. Mercé Martínez Torres. (2012). diposit.ub.edu. Psicología de la comunicación. Recuperado

de: https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez_M.pdf

EcoEd. (19 de julio 2022). Ecoed.cl. Reporte de sostenibilidad: qué son, cómo desarrollarlos y sus beneficios para las empresas. Recuperado de:

<https://ecoed.cl/reportes-de-sostenibilidad-que-son-como-desarrollarlos-y-sus-beneficios-para-las-empresas/>

Equipo editorial, Etecé. (16 de julio de 2021). Concepto.de. Educación ambiental. Recuperado

de: <https://concepto.de/educacion-ambiental/>

Equipo editorial, Etecé. (23 de enero de 2023). humanidades.com. Lingüística. Recuperado de:

<https://humanidades.com/linguistica/>

Escuela Origen International Education. (08 de julio de 2022). escuelaorigen.com. Comunicación persuasiva: qué es, tipos y ejemplos. Recuperado de:

<https://escuelaorigen.com/comunicacion-persuasiva-tipos-ejemplos/v>

Fernández, A., Muñoz, R. y Núñez, Y. (2013). Diseño e ilustración de los cuentos de la Licenciada Zulay Romero, basado en la cultura popular de la ciudad Demaracaibo dirigido a jóvenes y adultos. Tesis Licenciatura. Diseño Gráfico. Universidad de privada Dr. Rafel Besoloso Chacín. Recuperado de: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0096290/>

Ferrovial. (2024). Ferrovial.com. Definición de sostenibilidad. Recuperado de:

<https://www.ferrovial.com/es/recursos/definicion-de-sostenibilidad/>

García Allen, Jonathan. (21 de mayo de 2016). psicologiaymente.com. Psicología del color: significado y curiosidades de los colores. Recuperado de:

<https://psicologiaymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

Gómez, María Inez. (24 de abril de 2024). humanidades.com. Psicología. Recuperado de:

<https://humanidades.com/psicologia/>

GRI. (2024). Globalreporting.org. Estándares GRI Traducciones al español. Recuperado de:

<https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-spanish-translations/>

Juárez, Santiago, E. y Mazariegos Ruiz, R.A. (2003). La importancia del diseño gráfico en la elaboración de material didáctico para niños con discapacidad auditiva en la ciudad de Puebla. Tesis Licenciatura. Diseño Gráfico. Departamento de Diseño Gráfico, Escuela de Artes y Humanidades, Universidad de las Américas Puebla. Recuperado de:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/juarez_s_e/capitulo3.pdf

- Lile, Samantha. (1 de junio de 2023). visme.co. 12 principios básicos de jerarquía visual que necesitas saber. Recuperado de: <https://visme.co/blog/es/jerarquia-visual/>
- Llasera, Jaime. (04 de diciembre de 2020). heyjaime.com. Los 6 principios de diseño gráfico que debes conocer. Recuperado de: <https://heyjaime.com/blog/principios-diseno-grafico/>
- Martínez, Luis. (1 de octubre de 2020) psicologiyamente.com. Comunicación formal: qué es y cuáles son sus características. Recuperado de:
<https://psicologiyamente.com/social/comunicacion-formal>
- Naciones Unidas. (2024). un.org. ¿Qué es el cambio climático? Recuperado de:
<https://www.un.org/es/climatechange/what-is-climate-change>
- Océano. (2007). Mentor interactivo enciclopedia temática estudiantil (Ed.), 1 (p. 991, Vol. Barcelona). La fotografía y la imagen en movimiento. Grupo Editorial Océano.
- Open Print. (2024). Openprint.com. ¿Qué es la impresión digital y cuáles son sus principales características? Recuperado de: <https://openprint.com/que-es-la-impresion-digital/>
- Pérez, Agustín. (16 de julio de 2024). esdesignbarcelona.com. La importancia de la iconografía para tus proyectos digitales. Recuperado de:
<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/la-importancia-de-la-iconografia-para-tus-proyectos-digitales>
- Puentes, Thais. (22 de febrero de 2022). crehana.com. ¿Qué es arte digital? Descubre todo sobre el arte más tecnológico. Recuperado de:
<https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-arte-digital/>
- Unir, Universidad Internacional de La Rioja. (29 de diciembre de 2023). mexico.unir.net. Teoría del Color: conceptos fundamentales e importancia en diseño. Recuperado de:
<https://mexico.unir.net/noticias/ingenieria/teoria-color/>

Universidad Europea Creative campus. (13 de febrero de 2024).

Creativecampus.universidadeuropea.com. Diseño editorial: elementos y aplicaciones clave.

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

Universidad Europea. (09 de septiembre de 2022). universidadeuropea.com. Tipos de

comunicación persuasiva. Recuperado de:

<https://universidadeuropea.com/blog/tipos-comunicacion-persuasiva/>

Capítulo XIV: Anexos y Tablas

Capítulo XIV: Anexos y Tablas

Anexo I: Brief. Página 1

Brief

Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado y de comunicación que requiere la organización.

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Julia Berenice Pineda Vásquez
No de Carné	21004577
Teléfono	4235 3452
E-mail	Julia.pineda@galileo.edu
Proyecto	Diseño de reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala.

Datos del cliente

Empresa	Green Development
Nombre del cliente	Ale Tuchan – Coordinadora de Diseño y Comunicación
Teléfono	4006 9313
E-mail	atuchan@greendevlopment.com.gt
Antecedentes	Es una empresa privada que asesora a corporaciones en desarrollar e implementar estrategias empresariales sostenibles, basadas en eficiencia, aumento de rentabilidad y armonía con el ambiente, enfocados en la reducción de la huella de carbono y mejora del mercadeo de sus productos/servicios e imagen corporativa.
Oportunidad identificada	Diagramación de reportes digitales para informar el desempeño de sostenibilidad del año 2023 a la empresa Licares del Guatemala.

Datos de la empresa

Misión	Desarrollar herramientas de competitividad ambiental que influyen en la cultura y contribuyen a la diferenciación y rentabilidad de nuestros clientes.
Visión	Ser reconocidos por el diseño e implementación de estrategias de gestión socioambiental que transformen a nuestros clientes en organizaciones competitivas ambientalmente responsables a nivel local y regional.
Delimitación geográfica	República de Guatemala

Anexo I: Brief. Página 2

Grupo objetivo	Persona con un mando alto, entre los 30 a 50 años, aplicado, trendy, con una obligación internacional, trata de lograr un impacto positivo en el medio ambiente, es idealista, le gusta la naturaleza, está al tanto de la tecnología, saludable, con hábitos de compras premium, activo en redes sociales y revistas tecnológicos y temáticas.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Elaboración de información clara, precisas y accesible sobre el desempeño en sostenibilidad de la empresa
Competencia	Geoambiente, Inaf Group y Estudio Arsa
Posicionamiento	Asesoría a corporaciones en desarrollar e implementar estrategias empresariales sostenibles basadas en eficiencia, aumento de rentabilidad y armonía con el ambiente, enfocados en la reducción de la huella de carbono y mejora del mercadeo de sus productos / servicios e imagen corporativa
Factores de diferenciación	Green Development cuenta con Instrumentos Ambientales, Huella de Carbono, Créditos de Carbono, Estudios Complementarios y Asesoría Ambiental
Objetivo de mercado	Posicionar a Licores de Guatemala como líder en sostenibilidad y como empresa responsable en el mercado guatemalteco diferenciando a la empresa en un mercado cada vez más competitivo.
Objetivo de comunicación	Comunicar y diseñar de manera precisa y accesible sobre el desempeño de sostenibilidad para Licores de Guatemala durante el año 2023.
Mensaje clave a comunicar	Con el diseño del reporte de sostenibilidad se proporcionará una visión transparente y detallada del compromiso de Licores de Guatemala con el desarrollo sostenible.
Estrategia de comunicación	Creación de reportes digitales con una campaña de difusión dirigida a las principales partes interesadas, incluyendo consumidores enfocándose en la claridad y accesibilidad del contenido.
Reto del diseñador	Recopilar toda la información y el material preciso proporcionado por -Green Development- para el desarrollo del diseño de reportes digitales.
Trascendencia	A través del reporte de sostenibilidad se busca informar a Licores de Guatemala sobre su desempeño.
Materiales a realizar	Diseño de reporte digital para informar al personal administrativo, acerca del desempeño de sostenibilidad del año 2023 basado en los estándares GRI, que la empresa -Green Development- Guatemala realizó para la corporación Licores de Guatemala.
Presupuesto	La empresa cuenta con los suficientes recursos para el proyecto.

Anexo I: Brief. Página 3

Datos de la imagen gráfica

Logotipo										
Colores	<table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;"></td> <td style="width: 33%;"></td> <td style="width: 33%;"></td> </tr> <tr> <td>Pantone Verde</td> <td>Pantone Azul</td> <td>Pantone Gris</td> </tr> <tr> <td>HEX: #7AC043 RGB: 122,192,67 CMYK: 73,0,95,0</td> <td>HEX: #43A2DB RGB: 67,162,219 CMYK: 88,18,10,0</td> <td>HEX: #999B9E RGB: 153,155,158 CMYK: 47,35,34,0</td> </tr> </table>				Pantone Verde	Pantone Azul	Pantone Gris	HEX: #7AC043 RGB: 122,192,67 CMYK: 73,0,95,0	HEX: #43A2DB RGB: 67,162,219 CMYK: 88,18,10,0	HEX: #999B9E RGB: 153,155,158 CMYK: 47,35,34,0
										
Pantone Verde	Pantone Azul	Pantone Gris								
HEX: #7AC043 RGB: 122,192,67 CMYK: 73,0,95,0	HEX: #43A2DB RGB: 67,162,219 CMYK: 88,18,10,0	HEX: #999B9E RGB: 153,155,158 CMYK: 47,35,34,0								
Tipografía	<p>Garet (Título) Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ñn Oo Pp Qq Rs Ss Tt Uu Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</p> <p>PT Sans (Body) Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mn Nn Ññ Oo Pp Qq Rs Tt Uu Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</p>									
Forma	Imagotipo									

Fecha: 14 de agosto de 2024

Anexo I: Brief. Página 4

Organigrama



Anexo II: Tabla socioeconómica

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 Q1,000.00	
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, 3-4 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, estudio área de servicio separada, garage para 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, 2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, 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			
Posesiones	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 electrodomésticos. 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 electrodomésticos. Todos los servicios de Internet	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, Internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.	
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques		

Anexo III: Investigación de tendencias. Página no.1



Investigación de tendencias

Julia Berenice Pineda Vásquez

Carné: 21004577

Sección: A4

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Tesis II

Lic. Arnulfo Guzman

Nueva Guatemala de la Asunción, 09 de agosto de 2024

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 2

Resumen

Las tendencias del diseño gráfico 2014-2024 son un período de rápidos cambios debido a los avances tecnológicos, la digitalización y los cambios socioculturales. Se identificaron y evaluaron las tendencias de diseño gráfico que han prevalecido en los últimos años, incluido el minimalismo, el diseño plano, la nostalgia retro y la integración de tecnologías emergentes como la realidad aumentada y la inteligencia artificial.

Un estudio sugiere que el auge de las plataformas digitales y las redes sociales ha desempeñado un papel importante en la configuración de estas tendencias, que han exigido soluciones inmediatas, accesibles y visualmente atractivas. La sostenibilidad y la responsabilidad social se han vuelto más prominentes, influyendo no sólo en las decisiones estéticas sino también en los enfoques éticos y funcionales del diseño.

De manera similar, también se examina la evolución de las herramientas y software de los diseñadores gráficos, que les han permitido producir imágenes con mayor creatividad, personalización y eficiencia. Un estudio muestra la importancia de la diversidad y la inclusión, y la necesidad de una creación de contenido visual centrado en el usuario.

Se asesora a los diseñadores gráficos y agencias creativas sobre cómo mantenerse competitivos y relevantes en un entorno que cambia rápidamente. Las estrategias involucradas en formar parte del movimiento sustentable, explorar nuevas tecnologías, invertir en educación continua para enfrentar los desafíos y oportunidades del diseño gráfico en el futuro.

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

Introducción.....	4
Objetivos.....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos.....	5
Investigación de tendencias.....	6
Tendencias de diseño gráfico 2024.....	6
Tendencias de diseño gráfico 2023.....	8
Tendencias de diseño gráfico 2022.....	9
Tendencias de diseño gráfico 2021.....	11
Tendencias de diseño gráfico 2020.....	12
Tendencias de diseño gráfico 2019.....	14
Tendencias de diseño gráfico 2018.....	16
Tendencias de diseño gráfico 2017.....	17
Tendencias de diseño gráfico 2016.....	18
Tendencias de diseño gráfico 2015.....	19
Tendencias de diseño gráfico 2014.....	20
Conclusiones.....	22
Recomendaciones.....	23

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 4

Introducción

El diseño gráfico ha sido un reflejo de los cambios sociales, culturales y tecnológicos que se dan en cada época desde sus inicios. El diseño gráfico ha experimentado transformaciones significativas en la última década, atribuidas a la evolución tecnológica, la digitalización masiva y la creciente importancia de la comunicación visual en un mundo global y conectado globalmente. Esta investigación tiene como objetivo investigar y evaluar los patrones primarios que han caracterizado al diseño gráfico durante esta época, con la intención de comprender la evolución de los procesos y sus repercusiones en el ámbito creativo.

Los diseñadores gráficos están viendo nuevas plataformas digitales y la forma en que piensan, producen y distribuyen su trabajo en la próxima década. El diseño gráfico se ha adaptado a las nuevas tecnologías como la realidad aumentada y la inteligencia artificial, las redes sociales y las aplicaciones móviles. Estas tecnologías han cambiado la forma en que vemos, cómo miramos, cómo hacemos las cosas, cómo nos comunicamos con los clientes, cómo diseñamos, etc.

En esta investigación no es sólo una mirada a los desarrollos estéticos y técnicos que ha experimentado el diseño gráfico durante la última década, sino también un análisis crítico del papel del diseñador en un mundo en constante cambio. Se espera que esta investigación sea útil no sólo para los profesionales del diseño gráfico sino también para académicos y estudiantes interesados en comprender las dinámicas que han dado forma a la evolución del diseño contemporáneo y cómo podrían evolucionar en el futuro.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 5**Objetivos****Objetivo general**

Analizar e identificar las principales tendencias del diseño gráfico desde el año 2014 hasta el año 2024 y buscar cualquier indicio de patrones evolutivos.

Objetivos específicos

Examinar el impacto de los factores sociales, tecnológicos y económicos en la evolución del diseño gráfico a lo largo del período de estudio.

Evaluar el impacto o efecto de estas tendencias en áreas específicas de la práctica de diseño gráfico como el branding, publicidad, diseño editorial y diseño de medios, y cómo afectan la percepción y la efectividad de la comunicación visual.

Investigar el uso de herramientas y software de diseño gráfico modernos durante el periodo 2014-2024 y evaluar los efectos que han tenido en las habilidades de los diseñadores gráficos en términos de innovación y productividad y resultados.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 6

Tendencias de diseño gráfico 2024

Diseño de Ai

Amamos o detestamos la intrusión de la Inteligencia Artificial en nuestras vidas, pero negamos su impacto significativo en el diseño bajo nuestro propio riesgo. Sí, parece que la IA, aunque en un estado imperfecto (en constante evolución), llegó para quedarse y ya se ha abierto camino en la mayoría de las aplicaciones y programas de software de diseño convencionales.

Mientras los medios continúan debatiendo si la IA cambia las reglas del juego tecnológico, el fin del trabajo tal como lo conocemos o simplemente es simplemente destructiva, la influencia de la IA en el diseño gráfico y la fotografía ya está dando forma a los enfoques y tendencias del diseño a medida que nos acercamos al 2024.

Desde retratos hiperrealistas (ver más abajo) hasta representaciones 3D abstractas y maquetas de productos inspiradas en Metaverso, integrar una estética de IA en sus diseños es una forma rápida de aprovechar el estado de ánimo hiperreal de 2024. (Manuela, 2024)



Imagen recuperada: <https://mediactiu.com/tendencias-en-diseno-grafico-para-2024/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 7

Profundidad y realismo 3D

Segundo en la lista de tendencias de diseño gráfico del futuro son los modelos 3D.

Los avances en tecnología han permitido la creación de diseños 3D más realistas e inmersivos, que se prevé que prevalezcan aún más en los próximos años.

Con el uso de mapas de profundidad, diseñadores puede crear imágenes impresionantes que casi parecen tangibles. Esta técnica consiste en medir la distancia entre los objetos y su entorno, creando una sensación de profundidad y realismo.

La información se puede utilizar luego para crear modelos 3D o imágenes que representan con precisión cómo aparecerán en la vida real. Existen varios métodos utilizados para el mapeo de profundidad, incluida la visión estéreo, los sensores de tiempo de vuelo y el escaneo de luz estructurada. A continuación, se explica cómo utilizar la profundidad y el realismo 3D en sus imágenes: Crear experiencias inmersivas, Visualización precisa del producto y Diseño arquitectónico. (Erick, 2024)



Imagen recuperada de:

<https://www.behance.net/gallery/80548905/Google-Partner-Stickers/modules/467074477>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 8

Tendencias de diseño gráfico 2023

Minimalismo y sencillez

Implica el uso de una paleta de colores limitada y una cantidad mínima de elementos de diseño para crear un diseño sencillo y despejado. La simplicidad implica el uso de líneas limpias y formas sencillas para crear un diseño agradable a la vista y fácil de entender.

El minimalismo y la sencillez pueden utilizarse en diversos contextos, como la creación de marcas, el diseño web y el diseño editorial. También ofrecen un enfoque atemporal y elegante del diseño que puede transmitir una sensación de sofisticación y profesionalidad. El minimalismo puede crear una sensación de calma y tranquilidad, mientras que la simplicidad puede crear una sensación de claridad y facilidad de uso.

La popularidad del minimalismo y la sencillez puede verse en la industria del diseño, con grandes marcas y diseñadores que los incorporan a sus campañas de marca y marketing. Esta tendencia ofrece una forma interesante de crear diseños funcionales y estéticamente agradables, al tiempo que permite destacar en un paisaje abarrotado. (L Droid, 2023)



Imagen recuperada de. <https://thepower.education/blog/tendencias-de-diseno-grafico>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 9

Títulos e imágenes grandes

Los grandes títulos y elementos visuales son muy llamativos para los usuarios. Estos elementos funcionan muy bien para captar la atención de los usuarios y mostrarles de una manera clara y concreta un mensaje.

Y la verdad es que estos diseños se ven muy bien en sitios web, sobre todo si los combinamos con ilustraciones sin fondo, gráficos 3D e imágenes realistas. Lo ideal es que los títulos estén en grande y negrita para que resalten más. (Franco, 2023)



Imagen recuperada de:

<https://designtemplateplace.com/product/knot-fashion-magazine-template-165217>

Tendencias de diseño gráfico 2022

Gusto estético por el exceso

En 2021 vimos que una de las tendencias en diseño gráfico era la experimentación creativa, donde aparentemente las imágenes podían parecer caóticas, pero en conjunto conseguían un equilibrio y mostraban el mensaje de forma clara. 2022 aparece con propuestas más diversas, incluso más cargadas y menos claras, pero no por eso menos amigables, comerciales o atractivas.

Apoyándose en la tendencia del maximalismo del año pasado, el diseño gráfico en 2022 busca rellenar espacios con objetos, patrones y colores. En este tipo de composiciones ahora no

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 10

Se busca tanto una conexión de todos los elementos sino que es un experimento, una mezcla heterogénea de elementos a gusto del diseñador. Es una tendencia rompedora ayudará a los diseñadores a descubrir nuevas técnicas y ver nuevas formas de transmitir o contar ideas mediante la experimentación. (Sandra, 2022)



Imagen recuperada de: <https://www.marketinhouse.es/tendencias-de-diseno-grafico/>

El antidiseño

Relacionado con la anterior tendencia, encontramos el antidiseño. En toda composición lo importante es el mensaje. Este año, se reforzará eso con el uso de diversas técnicas como el collage, dar con la sensación de que algo que vemos lo pudo hacer cualquier persona, acercándonos así al mensaje como si nos lo contara un conocido.



Imagen recuperada de: <https://www.marketinhouse.es/tendencias-de-diseno-grafico/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 11

Tendencias de diseño gráfico 2021

Formas abstractas

Tiene como padre el uso de formas geométricas en el diseño gráfico que en los pasados años ha tenido tanta importancia y es nieta de la escuela Bauhaus que todos conocemos. A partir del año que viene vamos a ver muchos proyectos en el que las formas abstractas son parte protagonista del producto.

Es importante que el uso de formas abstractas no te haga perder el mundo de vista, la integridad del proyecto debe mantenerse y no puede quedar supeditado al uso de esta tendencia en diseño gráfico. Las formas abstractas también comportan el diseño en 3D y el uso de materiales abstractos digitales o reales. (Jordi, 2021)



Imagen recuperada de: <https://www.marketinhouse.es/tendencias-de-diseno-grafico/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 12

Caos tipográfico

A diferencia de 2020, este caos SÍ es agradable. 2021 estará lleno de diseño tipográfico caótico con soluciones ilimitadas. No hay reglas, ni normas ni errores, todo está en su cabeza. La tipografía caótica es bastante famosa en el sector empresarial, así como entre los influencers en las plataformas de las redes sociales. Los banners, carteles, publicaciones de citas/frases, etc., resultan muy llamativos y vibrantes cuando se crean con combinaciones caóticas de textos grandes y pequeños. (Personal de Renderforest, 2021)



Imagen recuperada de: <https://www.renderforest.com/es/blog/graphic-design-trends>

Tendencias de diseño gráfico 2020

Formas geométricas

Desde cuadrados, hasta circunferencias, triángulos, todo tipo de polígonos y tipografías poligonales. El uso de este recurso será tendencia en diseño para 2020.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 13

En combinación con una elección cromática potente, vamos a conseguir trabajos de diseño gráfico de vanguardia. Además, podemos aplicarle otras tendencias de las que ya hemos hablado, como el uso de cromados, glitch, look retro, etc. Este es un recurso muy fácil de utilizar, pero muy difícil de dominar bien, la ley de Bushnell en su máximo esplendor: «easy to learn hard to master». (Jordi, 2020)

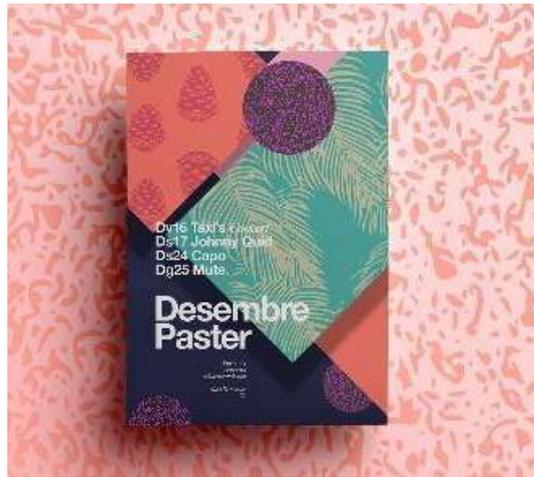


Imagen recuperada de: <https://codewebbarcelona.com/blog/tendencias-en-diseno-grafico-2020/>

Visualización de datos

Es un proceso por el cual realizamos una representación de datos de forma visual. Piensa en un conjunto de estadísticas, como por ejemplo los resultados de una encuesta. Si eliges publicarlo en forma de texto requeriría mucho tiempo y esfuerzo por parte de los lectores para asimilar toda la información.

Además, tener muchas palabras en párrafos largos puede resultar agotador y confuso de leer. Las personas tendrían dificultades para descubrir cuál es el mensaje principal y los encuestadores tendrán problemas para transmitir un mensaje claro a través de tantas palabras

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 14

Las personas pueden tener dificultades para comprender los efectos del tabaquismo en el cuerpo humano, por ejemplo. A través de una infografía, en cambio, este mensaje se transmite fácilmente. (Valentina, 2020)



Imagen recuperada de:

https://elements.envato.com/es/annual-report-template-2LAXZA?_ga=2.98487254.874485765.1723122413-2078426559.1719522213

Tendencias de diseño gráfico 2019

Color explosión

El color va a volver al diseño gráfico en todos sus aspectos y sin complejos. Vamos a presenciar el renacimiento del uso de colores en todo su esplendor.

Colores brillantes, glows, mates, metálicos, gradientes y combinaciones inverosímiles, pero bien trabajadas.

El color va a iluminar presentaciones, fotografía, diseño gráfico, ilustración y publicidad.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 15

Los ochenta van a ser reinterpretados por la nueva generación que en esa época tiene una fuente de inspiración y de recurso que van a saber aprovechar llevándola a las nuevas técnicas y tecnologías. La explosión va a formar parte de las tendencias en diseño gráfico 2019 por méritos propios. (Daniel, 2019)



Imagen recuperada de: <https://codewebbarcelona.com/blog/tendencias-diseno-grafico-2019/>

Ruined

Este es un recurso que personalmente me retrotrae recursos del siglo pasado del diseño gráfico de principios del XX y posteriormente pasados mediados del XX. Se trata del uso y la creación de imágenes rotas, montajes en los desconchados de ilustraciones y fotografía y combinaciones. A mi entender es una metáfora sobre la creación y la destrucción como rueda infinita de movimiento de vida y muerte y resurgir. (Daniel, 2019)



Imagen recuperada de: <https://codewebbarcelona.com/blog/tendencias-diseno-grafico-2019/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 16

Tendencias de diseño gráfico 2018

Diseño plano

Se puede ver como el primo más sofisticado y versátil del minimalismo. Si bien los diseños planos se ven geniales cuando se fabrican dentro de las restricciones del minimalismo, también pueden manejar mucha más complejidad; estos diseños tienen una nitidez y claridad que solo se pueden lograr eliminando los efectos tridimensionales.

En esencia, el Diseño Plano tiene dos objetivos, la primera es abrazar los límites de la pantalla y trabajar dentro de esos parámetros en lugar de tratar de ocultarlos y la segunda es usar esta nueva simplicidad como punto de partida para optimizar los diseños y hacer que los sitios web sean más rápidos y funcionales.

El Diseño Plano no significa necesariamente que algo que insinúa la dimensionalidad esté fuera de lugar. Por ejemplo, este sitio web presenta una ilustración en ángulo con una perspectiva clara. Pero la trayectoria general de la tendencia es hacia la simplicidad y el minimalismo. Los botones son campos simples de color con esquinas agudas. No se ve una sombra paralela, un borde biselado o un degradado. (Luke, 2018)



Imagen recuperada de: <https://crmrkt.com/De0P7V>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 17

Efecto “Color Channels”

Jugar con canales de color ha sido muy popular entre los diseñadores. La técnica permite a estos crear grandes efectos ilusorios. Una holografía, una alucinación, una realidad distorsionada, todos estos tienen una gran influencia en el espectador. (Antoni, 2017)



Imagen recuperada de: <https://gtechdesign.net/es/blog/tendencias-diseno-grafico-2018>

Tendencias de diseño gráfico 2017

Modern-retro

Como su nombre lo define, es un estilo marcado totalmente por un tiempo. Un Modern Flare añadido a tipografías retro y paletas de colores lo convierte en una interesante fusión de nuevos y viejos conceptos. La popularidad del estilo moderno-retro será casi definitiva y continuará totalmente a futuro. (Antoni)



Imagen recuperada de: <https://gtechdesign.net/es/blog/tendencias-diseno-grafico-2018>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 18

Naturalidad y estética retro

En la tendencia de volver a lo natural, a lo hecho a mano, a lo esencial y auténtico, también sigue expresándose mediante esa estética retro o moderno-retro en donde se fusionan materiales y estéticas para nuevas e interesantes propuestas de marcas y productos. Tipografías, combinaciones de colores, ilustraciones, logos con toques de estética del pasado las seguiremos aplicando en marcas, packaging y otros elementos del diseño. (Blog artes visuales, 2017)



Imagen recuperada de: <https://www.blogartesvisuales.net/general/10-tendencias-para-el-2017/>

Tendencias de diseño gráfico 2016

Tipografías sans serif light

Nunca han dejado de utilizarse. Pero este año las tipografías light se harán reclamarán su supremacía a la hora de dar a conocer un texto. Las fuentes cursivas pasarán a un plano más secundario, para dar realce al potencial de las sans serif light. (Arturo, 2016)



Imagen recuperada de: <https://www.blogartesvisuales.net/general/10-tendencias-para-el-2017/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 19

Elementos tridimensionales

Las sombras, luces y brillos, volverán a ser elementos recurrentes. Será el fin de los acabados minimalistas y planos; estos serán sustituidos por elementos donde predomine la profundidad, incluso en logotipos. (Arturo, 2016)

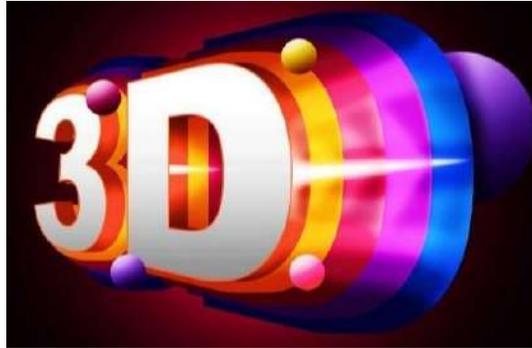


Imagen recuperada de: <https://www.blogartesvisuales.net/general/10-tendencias-para-el-2017/>

Tendencias de diseño gráfico 2015

Arte de Ensueño

Este tipo de tendencia la hemos visto en los videojuegos, pero también en campañas publicitarias y piezas gráficas. Un ejemplo de este diseño son los videojuegos Land's End y Journey. Cabe resaltar que, dentro de la tendencia, lo que destaca son los paisajes surrealistas, sacados de sueños etéreos y mezclado con la realidad virtual. (Lyn, 2015)



Imagen recuperada de:

<https://www.elpoderdelasideas.com/mejores-tendencias-del-diseno-grafico-del-2015/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 20

Pop Art

Nació en los años 60's, pero ha sido una gran influencia en los últimos meses, naturalmente, las ilusiones ópticas han ganado mucha popularidad en ámbito digital, especialmente cuando volvió a la vida a través de gifs y animaciones cortas. Estas se pueden ver en cualquier parte, en las redes sociales, sitios web y hasta en el arte. (Lyn, 2015)



Imagen recuperada de:

<https://www.elpoderdelasideas.com/mejores-tendencias-del-diseno-grafico-del-2015/>

Tendencias de diseño gráfico 2014

Adaptación

O “responsive sites” en su acepción inglesa. Los diseños tienen que adaptarse a los diferentes tipos de pantallas, móviles, pc, tablets, con las que vemos los sites. Y ahí los logos tendrán que adaptarse para no perder identidad. Un ejemplo, la W extensible del museo Withney de Arte Americano. (Fernando, 2014)



Imagen recuperada de:

https://www.telecinco.es/blogs/pasabaporalli/tendencias-diseno-grafico_6_1741515005.html

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 21

El branding del branding

A lo largo de 2013 se notó un mayor interés por parte de las grandes compañías por agradar a la opinión pública con sus rebrandings. Por ejemplo, Yahoo convirtió el lanzamiento de su nuevo logo en una campaña de publicidad de 30 días en la que cada jornada ofrecía la posibilidad de un logo diferente. Un ejercicio de branding sobre su branding. Esta será una de las tendencias más fuertes de este año. (IPMARK, 2014)



Imagen recuperada de: <https://graffica.info/yahoo-limpia-su-logo-despues-de-18-anos/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 22

Conclusiones

A medida que el diseño gráfico continúa evolucionando, se espera que las tendencias futuras estén cada vez más influenciadas por avances tecnológicos, como la inteligencia artificial y la automatización, así como por un enfoque cada vez mayor en la sostenibilidad y la responsabilidad social.

La última década ha visto una mayor diversificación y personalización en el diseño gráfico, con una tendencia hacia la creación de identidades visuales únicas y personalizadas para las marcas.

El diseño gráfico ha sido profundamente transformado por la adopción de nuevas herramientas y software. Tecnologías como el diseño asistido por inteligencia artificial, la realidad virtual, y el uso de algoritmos para personalizar la experiencia del usuario han ampliado las posibilidades creativas.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 23**Recomendaciones**

Los diseñadores gráficos y las agencias creativas deben mantenerse actualizados con las tendencias emergentes y adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos.

Dado el impacto significativo de las nuevas tecnologías en el diseño gráfico, los profesionales del área deben explorar y experimentar con herramientas como la inteligencia artificial, la realidad aumentada y el diseño interactivo.

Es esencial que los diseñadores gráficos consideren la diversidad cultural y las diferentes perspectivas al desarrollar identidades visuales. Esto no solo enriquecerá el trabajo creativo, sino que también resonará más profundamente con audiencias globales y variadas, creando conexiones más significativas.

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 24

Referencias

Blog artes visuales. (2017). 10 tendencias de diseño para el 2017 Recuperado de:

<https://www.blogartesvisuales.net/general/10-tendencias-para-el-2017/>

Brutti, Franco. (28 de agosto de 2023) thepower.education. Las tendencias de diseño gráfico más interesantes para 2023. Recuperado de:

<https://thepower.education/blog/tendencias-de-diseno-grafico>

Clum, Luck. (08 de abril de 2018). uxenie.medium.com. Una mirada al Diseño Plano y por qué es significativo. Recuperado de:

<https://uxenie.medium.com/una-mirada-aldise%C3%B1o-plano-y-por-qu%C3%A9-es-significativo-fe9b5d3eef1e>

Droid. (21 de noviembre de 2023). www.osmoscloud.com. Las tendencias de diseño gráfico más inspiradoras para 2023. Recuperado de:

<https://www.osmoscloud.com/blog/es/10-tendencias-de-diseno-grafico-de-2023/>

Edho, Daniel. (30 de octubre de 2018). codewebbarcelona.com. Tendencias en diseño gráfico 2019. Recuperado de: <https://codewebbarcelona.com/blog/tendencias-diseno-grafico-2019/>

Emanuelli, Erick. (03 de junio de 2024). storylab.ai. Las 11 principales tendencias en diseño gráfico para 2024: el futuro de la comunicación visual. Recuperado de:

<https://storylab.ai/es/top-graphic-design-trends-future-visual-communication/>

Ensenyat, Jordi. (15 de diciembre de 2020). codewebbarcelona.com. Las tendencias en diseño gráfico 2021. Recuperado de:

<https://codewebbarcelona.com/blog/tendencias-diseno-grafico-2021/>

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 25

Ensenyat, Jordi. (22 de noviembre de 2019). codewebbarcelona.com. Las tendencias en diseño gráfico 2020. Recuperado de:

<https://codewebbarcelona.com/blog/tendencias-en-diseno-grafico-2020/>

Giraldo, Valentina. (11 de noviembre de 2020). ockcontent.com. Visualización de datos: lo que necesitas saber para presentar datos de manera sencilla y asimilable. Recuperado de:

<https://rockcontent.com/es/blog/visualizacion-de-datos/>

García Latorre, Sandra. (2024). www.marketinhouse.es. 8 tendencias de diseño gráfico en 2022.

Recuperado de: <https://www.marketinhouse.es/tendencias-de-diseno-grafico/>

Lyn (05 de noviembre de 2015). www.elpoderdelasideas.com. Mejores tendencias del diseño gráfico del 2015. Recuperado de:

<https://www.elpoderdelasideas.com/mejores-tendencias-del-diseno-grafico-del-2015/>

Montana, Antoni. (05 de diciembre de 2017). gtechdesign.net. Principales Tendencias en Diseño Gráfico para 2018. <https://gtechdesign.net/es/blog/tendencias-diseno-grafico-2018>

Montana, Antoni. (21 de diciembre de 2016). gtechdesign.net. Principales Tendencias en Diseño Gráfico para 2017. <https://gtechdesign.net/es/blog/tendencias-en-diseno-grafico-2017>

Morales, Fernando. (31 de enero de 2014). www.telecinco.es. Las tendencias en diseño gráfico del 2014. Recuperado de:

https://www.telecinco.es/blogs/pasabaporalli/tendencias-diseno-grafico_6_1741515005.ht

[ml](#)

Anexo III. Investigación de tendencias. Página 26

Personal de Renderforest. (23 de febrero de 2021). www.renderforest.com. 15 principales

tendencias de diseño gráfico 2021. Recuperado de:

<https://www.renderforest.com/es/blog/graphic-design-trends>

Rodriguez, Manuela. (18 de enero de 2024). www.shutterstock.com. Principales tendencias de

Diseño a seguir este 2024. Recuperado de:

<https://www.shutterstock.com/es/blog/principales-tendencias-diseno-2024>

Valdivieso, Arturo. (26 de enero de 2016). www.designrepublik.com. Tendencias 2016 en diseño

gráfico. Recuperado de:

<https://www.designrepublik.com/tendencias-2016-en-diseno-grafico/>