



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO



**Diseño de Material Gráfico
para la promoción
y desarrollo del
VI Encuentro Internacional de
Aviturismo**



Proyecto de Graduación
presentado por:
Crecencia Roxana
Queché Yach
Para optar al título de
Licenciada en Diseño Gráfico
con Énfasis Creativo

Guatemala, Octubre 2,010



**DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO
PARA LA PROMOCIÓN
Y DESARROLLO DEL
VI ENCUENTRO INTERNACIONAL DE
AVITURISMO**

Proyecto realizado en la ciudad de Guatemala, en el
período de Julio a Noviembre del año 2009.





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

JUNTA DIRECTIVA FACULTAD DE ARQUITECTURA

Decano: Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Vocal I: Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz
Vocal II: Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes
Vocal III: Arq. Carlos Enrique Martini Herrera
Vocal IV: Maestra Sharon Yanira Alonzo Lozano
Vocal V: Br. Juan Diego Alvarado Castro

TRIBUNAL EXAMINADOR

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada
Licda. Claudia Anabella Leal Rivera
Lic. Stuardo Alberto Samayoa Díaz

Proyecto de Graduación
Diseño de Material gráfico para
la promoción y desarrollo del VI
Encuentro Internacional de
Aviturismo

Crecencia Roxana Queché Yach
Carné: 200015428
Edición Digital
Guatemala, Octubre 2010



AGRADEZCO

A DIOS:

Por tanto amor inmerecido y por permitirme realizar mis metas. Gracias te doy Señor Jesús con todo mi corazón por mostrarme tu misericordia cada día, por poner en mí tanta atención y sorprenderme con cada detalle.

A MIS PADRES:

Petronila Yach y Alberto Queché, por su comprensión y apoyo, son una motivación para seguir adelante.

A MIS HERMANOS :

Yesi, Beto, Damaris, Marlon y René, por estar siempre a mi lado.

A MIS AMIGOS:

Por creer en mí, apoyarme y animarme siempre a conseguir lo que quiero.

A LA MESA NACIONAL DE AVITURISMO:

Por permitirme colaborar en la labor que realizan, en especial a Claire Dallies, por su apoyo incondicional.

AL INGUAT:

Por proporcionarme la información necesaria para realizar este proyecto.

A ANACAFE:

En especial a Juan Rivera, por todo su apoyo.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:

Centro de estudios donde me he formado como profesional.

A MIS ASESORES:

Lourdes Pérez, Claudia Leal y Stuardo Samayoa, por compartir conmigo sus conocimientos, por su paciencia y por su apoyo absoluto.



"...cada amanecer me recuerda, que tengo una nueva oportunidad para realizar mis sueños".

Rox Queché



Acerca de la portada

Ilustración: Roxana Queché
Técnica: Crayón sobre papel

Ave de la familia: Ardeidae
Nombre Común en inglés: Heron
Nombre Científico: Garza

Estas aves conocidas como garzas, llegan a medir entre 70 y 85 cm de alto, se alimentan de peces, crustáceos y pequeños anfibios, anidan en lugares altos, en donde elaboran nidos rústicos, llegan a poner hasta 6 huevos.



ÍNDICE

Presentación	10
Capítulo 1	11
1.1 Antecedentes.....	12
1.2 Perfil del Cliente.....	13
1.3 Problema.....	15
1.4 Justificación.....	16
1.5 Objetivos	17
Capítulo 2	19
2.1 Marco Contextual y análisis de la Audiencia.....	20
2.1.1 Contexto.....	20
2.2.2 Grupo Objetivo.....	22
2.2 Marco conceptual	23
2.2.1 Dimensión Conceptual	26
2.2.1 Dimensión Ética.....	27
2.2.1 Dimensión Funcional	28
2.2.1 Dimensión Estética.....	29
2.3 Concepto Creativo	30
2.4 Estrategias de Comunicación.....	31
Capítulo 3	33
3.1 Descripción del proceso de bocetaje	34
3.2 Propuesta Gráfica Final.....	46
3.3 Fundamentación.....	57
Capítulo 4	63
4.1 Validación.....	64
Capítulo 5	79
5.1 Propuesta Operativa.....	81
Conclusiones	82
Bibliografía	83
Glosario	85





PRESENTACIÓN

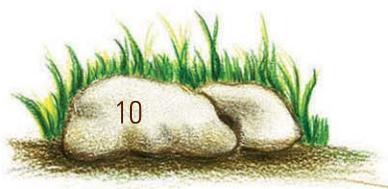
El presente documento muestra de forma breve, el proceso completo para la elaboración del material gráfico para la promoción y desarrollo del VI Encuentro Internacional de Aviturismo; dado como respuesta correcta al problema de comunicación visual identificado.

Comprende desde la investigación, recopilación de información, análisis, incubación de la idea, proceso de bocetaje, hasta la elaboración de las propuestas gráficas finales, incluyendo la estrategia de medios para la puesta en práctica de este material; con el propósito de proporcionar una solución funcional y estética, al mismo tiempo de colaborar con una institución sin fines de lucro como es la Mesa Nacional de

Aviturismo que se dedica a impulsar esta rama de ecoturismo en Guatemala, promoviendo el gran potencial que tiene el país en esta materia.

Se expone también la comprobación de la eficacia del material gráfico mediante una validación y se da testimonio de la funcionalidad de este.

Usted tiene en sus manos el resultado de todo un proceso de investigación, elaboración y comprobación de la solución presentada a la Institución antes mencionada, obtenida con la intervención del diseñador gráfico en la sociedad, obsérvelo y haga que este documento trascienda por su contenido y función.



CAPÍTULO



NOTAS INTRODUCTORIAS





ANTECEDENTES

Guatemala es visitada todos los años por miles de turistas que son atraídos y motivados por la riqueza natural y cultural que posee nuestro país.

Dentro de los diferentes tipos de turismo que existen, se encuentra el Ecoturismo que comprende todas las actividades turísticas que se realizan en lugares con especiales características naturales, tales como agrupaciones de flora y fauna, que no han sido intervenidas por el hombre, sino que han sido encontradas con el propósito de investigar, aumentar sus conocimientos o por simple observación, pero que al mismo tiempo contribuyen con la conservación y protección de estas áreas y desarrollo para las poblaciones cercanas.

En este tipo de turismo, la observación de Aves es una de las que tiene mayor aprovechamiento en nuestro país, gracias a la gran variedad de especies que se pueden observar. Este es conocido también como a Aviturismo, Turismo ornitológico o Turismo de observación de aves.

Mesa Nacional de Aviturismo [MNA] (2004)

Considerando esta oportunidad, se creó la Mesa Nacional de Aviturismo con el apoyo del Instituto Guatemalteco de Turismo.

La Mesa Nacional de Aviturismo cuenta con varios miembros, organizaciones no gubernamentales y el sector privado y se desarrolla realizando diferentes actividades, entre ellas, la organización anual de encuentros internacionales de observación de aves.

Durante los años anteriores se han obtenido buenos resultados y se ha conseguido posicionar a Guatemala como un destino interesante y atractivo a nivel internacional.

2010 no será la excepción y durante el mes de febrero se llevará a cabo el VI Encuentro Internacional de Aviturismo, en la ciudad de Antigua Guatemala; sin embargo para que este Encuentro logre sus objetivos y contribuya a posicionar a Guatemala como uno de los principales destinos de aviturismo a nivel mundial, es necesario realizar una labor de promoción para el mismo, en donde se pueda informar acerca de esta actividad, a través de una imagen de calidad que transmita un mensaje visual de manera efectiva a nivel nacional e internacional, también es necesario crear el material de apoyo que se utilizará durante el evento así como la señalización hacia y dentro del lugar de las actividades.





PERFIL DEL CLIENTE

La Mesa Nacional de Aviturismo fue fundada en febrero de 2004 por un grupo de representantes de distintas instituciones estatales, ONG y empresas privadas, convocados por TNC Guatemala (The Nature Conservancy) para discutir el tema del Aviturismo.

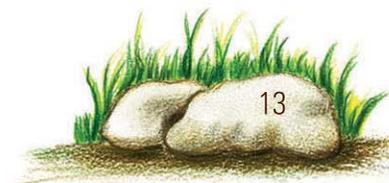
Lo que inició con una reunión de representantes de 5 instituciones (TNC, INGUAT, CONAP, FUNDAECO y Aventuras Naturales) es ahora una iniciativa que mensualmente reúne a más de 30 instituciones públicas, organizaciones no gubernamentales, empresas privadas y organizaciones comunitarias, en pro del desarrollo del Aviturismo en Guatemala. Dentro de sus miembros están:

- Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-
- Consejo Nacional de Áreas Protegidas -CONAP-
- ANACAFE
- Organizaciones No Gubernamentales
- Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación -FUNDAECO-
- La Sociedad Guatemalteca de Ornitología -SGO-
- Fundación para la Conservación y el Desarrollo Sostenible de los Recursos

Naturales de Guatemala -FCG-

- The Nature Conservancy -TNC-
- Asociación de Tour Operadores de Guatemala -ASOPTUR-
- Fundación Defensores de la Naturaleza -FDN-
- Asociación de Reservas Naturales Privadas -ARNPG-
- Sector Educativo -CECON-
- Empresas turísticas privadas
- Personas individuales con especial interés en Aviturismo
- Tour operadores
- Reservas naturales privadas
- Organizaciones Comunitarias (MNA, 2004)

El aviturismo es la actividad que consiste en viajar desde un lugar de origen hacia un destino específico con el objetivo de observar aves locales en su entorno natural. Esto significa que las aves deben volar libres y no estar enjauladas; así mismo las especies que se van a observar deben de ser propias del lugar y no deben de ser introducidas, domesticadas o habitar en granjas de reproducción con fines de aprovechamientos comerciales. Rivera, (2006)





OBJETIVOS Y VISIÓN

Objetivo general

Desarrollar en forma competitiva, el potencial de Aviturismo que posee Guatemala, como una estrategia para generar ingresos en comunidades rurales, incrementar la captación de divisas y conservar el patrimonio natural y cultural.

Objetivos Específicos

Coordinación Interinstitucional y gerencia Técnico financiera para el funcionamiento de la Mesa nacional de Aviturismo.

Asegurar en el largo plazo, la continuidad de los esfuerzos de planificación, ejecución y coordinación interinstitucional.

Desarrollo y diversificación de productos y servicios aviturísticos para generar una oferta competitiva a nivel internacional.

Impulsar el aviturismo como un producto competitivo, que capte este segmento, apoye los esfuerzos de conservación y de generación de ingresos económicos.

Educación y Capacitación

Establecer un sistema de capacitación y educación ambiental que permita

sentar las bases de una cultura de respeto hacia las aves y que forme guías de aviturismo.

Promoción y Mercadeo

Promocionar el aviturismo de forma estratégica, efectiva y especializada a nivel nacional e internacional.

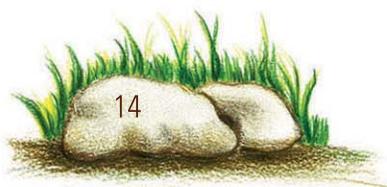
Visión a 5 años

Guatemala es conocida internacionalmente como un destino de calidad mundial para el Aviturismo, donde durante todo el año se ofrecen oportunidades organizadas de observación de aves residentes y migratorias (en forma de tours, expediciones, congresos, festivales, conteos de aves y otros).

Actividades

Actualmente la Mesa organiza actividades como encuentros internacionales, talleres de preparación, reuniones anuales de Asamblea General, y reuniones periódicas de carácter mensual o según se considere oportuno; adicionalmente a talleres de capacitación e información específica y actividades de educación ambiental. Siempre contando con el apoyo de sus miembros.

(MNA, 2007)





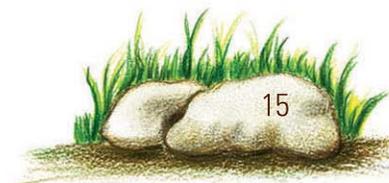
PROBLEMA



La realización del VI encuentro de Aviturismo se lleva a cabo con el propósito de dar a conocer y promover sitios en Guatemala que tienen potencial como destinos de observación de aves.

Para que las expectativas y propósito del VI Encuentro Internacional, de posicionar al país como un destino de aviturismo a nivel mundial, sean alcanzados, se hace necesario resolver la carencia de material gráfico, a través de productos visuales de calidad expuestos mediante una estrategia de comunicación que atraiga la atención, genere interés y provoque a la acción en el grupo objetivo a participar en este evento.

El material gráfico creado además de informar deberá promocionar el Aviturismo en Guatemala de una forma estratégica efectiva a nivel nacional e internacional.





JUSTIFICACIÓN

La promoción del VI encuentro de Aviturismo es de gran importancia para lograr el desarrollo de Guatemala en el tema de Aviturismo, ya que anualmente miles de avituristas visitan Centroamérica, provenientes de EE. UU, Canadá y Europa, además de un buen grupo de profesionales como ornitólogos, biólogos, ecólogos y algunos medios de comunicación internacionales.

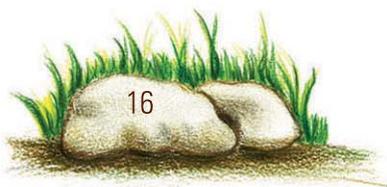
Promover esta rama de turismo beneficia en gran manera el desarrollo económico de las poblaciones cercanas a los sitios de observación de aves, pues como se mencionaba anteriormente, los miles de avituristas que visitan Guatemala generalmente permanecen en la región por varios días, generando así, ingresos para la región, empleos e ingresos para la industria turística.

Es importante el aporte del Diseñador Gráfico, ya que, a través de productos visuales y una estrategia de comunicación efectiva, se pretende no sólo dar a conocer el encuentro sino también manifestar a la población en

general la importancia de conservar los recursos naturales de Guatemala, e incentivar a que se involucre en el desarrollo de estas actividades.

La promoción de este Encuentro es factible, ya que la Mesa Nacional de Aviturismo cuenta entre sus miembros con profesionales, organizaciones no gubernamentales y el sector privado, entre ellas la agencia de diseño Tipos, que ha realizado ad-honorem piezas de diseño para la Mesa Nacional de Aviturismo y ha creado una línea gráfica a la que se deberá ajustar el presente proyecto, la empresa Tipos está dispuesta a colaborar con el equipo técnico para la realización del material para el encuentro, además de proporcionar una colección de fotografías e ilustraciones propiedad de la Mesa.

La Mesa Nacional de Aviturismo cuenta también con el patrocinio de algunas empresas para la puesta en práctica (impresión y difusión) del material gráfico de promoción, señalización y desarrollo de los encuentros que ha realizado.





OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar una campaña de divulgación y promoción para el VI Encuentro Internacional de Aviturismo, que contribuya a posicionar a Guatemala a nivel nacional e internacional como un destino para la observación de Aves, impulsando el respeto y conservación del medio ambiente.

Objetivos Específicos

A través de la creación de material gráfico se pretende:

Por medio del Material de promoción tales como: Afiche, Trifoliar, Anuncio de Prensa y Volante, se pretende invitar al público al evento, informar las fechas de realización, promover las diferentes actividades que se realizarán y brindar información acerca de la sede del encuentro.

Por medio del sistema de Señalización: Orientar a los participantes en el recorrido hacia el lugar del evento y dentro de las instalaciones durante las actividades del encuentro.

Por medio del Material de apoyo (Itinerario, Gafetes, Block de notas, Artículos promocionales y Banners físicos): Guiar e identificar a todos los participantes, reforzar la imagen visual del Encuentro y ser de soporte y utilidad para cada actividad.

Por medio del material promocional para el concurso de fotografía (Afiche y Unifoliar): Iniciar el involucramiento del público en general a la observación de aves.

Todas la piezas en conjunto tienen como objetivo: Impulsar el respeto y conservación del medio ambiente.



Recomendaciones para la observación de Aves

La observación de aves promueve dos actividades principales:

El reconocimiento de las especies.
El comportamiento de estas especies.

Para poder realizar estas dos actividades se debe de cumplir con ciertas pautas de comportamiento y usar ciertas herramientas que facilitan la observación. A continuación se detallan estos aspectos.

Herramientas:
Binoculares, Guías de campo, Libreta de notas y lápiz.

Como indica CASABAL, (2006)

Sigue en Pag.32

CAPÍTULO



MARCO REFERENCIAL



Marco Contextual y análisis de la audiencia

Turismo proviene de las raíces Tour y Turn, que proceden del latín ya sea del sustantivo tornos (“torno”) o del verbo Tornare (“girar”) cuya connotación resultaría sinónima de “Viaje Circular”. (De la Torre, 1994)

Turismo es entonces la actividad que realizan voluntariamente personas individuales o en grupo, que consiste en viajar de un lugar de origen hacia otro con un objetivo totalmente diferente al de establecer su residencia y trabajar en ese lugar.

Se considera como un fenómeno social porque este desplazamiento genera diversas interrelaciones sociales, económicas y culturales importantes para el desarrollo de toda sociedad.

El turismo por su motivación se puede clasificar en:
Turismo Cultural, Turismo Deportivo, Turismo Natural, Turismo de Salud, entre otros.

El Turismo Natural es el realizado por las personas que se sienten atraídas o motivadas para conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural singular característico de un destino. (Quesada, 2000)

Existen otros subtipos de turismo que por sus motivaciones y características tan variadas se han incluido en un grupo

llamado: Turismo Alternativo, dentro de estos subtipos se encuentra el Ecoturismo. Este concepto consiste en la conservación de los recursos naturales y en su deleite.

El ecoturismo se diferencia del Turismo Natural en que este no sólo se sostiene en los atractivos naturales, sino que contribuye con recursos para su desarrollo, apoyando así a su conservación y el sostenimiento de las poblaciones cercanas.

De acuerdo a Múnera y Schiele, (2008), en Guatemala existen aproximadamente 720 especies de aves endémicas y migratorias, y alrededor de 200 áreas protegidas, incluyendo reservas naturales privadas.

El VI Encuentro Internacional de Aviturismo es el evento anual organizado por la Mesa Nacional de Aviturismo y el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) con apoyo de otras instituciones interesadas en la promoción y conservación de los diferentes sitios de observación.

El VI Encuentro Internacional de Aviturismo se llevará a cabo del 19 al 26 de Febrero 2010, en la finca El Pilar, San Cristóbal el Bajo, Antigua Guatemala departamento de Sacatepéquez.

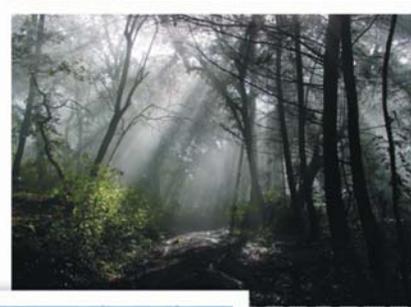


En la Finca El Pilar es posible encontrar vegetación de bosque nuboso y selva de montaña, con una alta diversidad de aves. Un atractivo adicional son los 9 comedores de colibríes instalados donde es posible ver en corto tiempo hasta 7 especies de colibríes alimentándose al mismo tiempo.

Múnera y Schiele,(2008)

La Finca El Pilar ofrece uno de los mejores senderos para observar aves, cómodo y fácil de recorrer.

Múnera y Schiele,(2008)



Fotografías cortesía de Juan Rivera, Finca El Pilar.





GRUPO OBJETIVO

Perfil Demográfico

Edad:	18 a 45 años
Sexo:	Masculino y Femenino
Estado Civil:	Solteros y Casados
Nivel Socioeconómico:	Medio Medio alto

Ocupación

- Profesionales (Ornitólogos, biólogos, ecólogos)
- Observadores de aves nacionales e internacionales
- Tour operadores locales e internacionales
- Administradores/ propietarios de áreas de observación de aves
- Instituciones o entidades ONG y No Gubernamentales
- Guías locales e internacionales profesionales
- Fotógrafos profesionales y aficionados
- Estudiantes universitarios

Nacionalidad

Guatemaltecos y Extranjeros

Perfil Psicográfico

Todas las personas a quienes se dirige el material, profesionales, observadores, estudiantes, fotógrafos, guías, etc., no importando su religión o creencias personales, comparten el mismo respeto por la avifauna y la conservación de los recursos naturales y medio ambiente.

Los avituristas o pajareros, como suelen llamarlos coloquialmente, se dividen en dos grupos que son los siguientes:

1. Observadores de aves "hard" (duros): Poseen conocimientos especializados sobre aves y su observación. Requieren servicios especializados en este tema. Tienen como objetivo o prioridad en su viaje la observación de aves.

2. Observadores de aves "soft" (suaves): No necesariamente tienen conocimientos especializados sobre aves. Pueden o no contratar servicios sobre este tema.

La observación de aves muchas veces es complementaria o puede ser complementada por otras actividades de ocio y recreación.





TEMÁTICA

Marco Conceptual

La realización del material gráfico para el presente proyecto se desarrolla en base a los siguientes temas y conceptos.

Se parte del concepto de Aviturismo, que es una rama del Ecoturismo que es un tipo de turismo alternativo, siendo comprensible de la siguiente forma:



Turismo

Es la actividad que consiste en trasladarse de un lugar de origen hacia otro. Por sus motivaciones se puede dividir en los siguientes tipos: Turismo Cultural, Natural, de Recreación, de Deporte, de Salud, de Descanso.

Turista

Es la persona que practica el turismo.

Turismo Alternativo

Debido a las motivaciones y características tan variadas de los turistas, se ha creado un tipo de turismo denominado Turismo Alternativo, que incluye todas las actividades turísticas diferentes a las comunes de un turista tradicional.

Entre este tipo de turismo se encuentra el Ecoturismo, que vale la pena diferenciarlo del turismo natural, ya que aporta recursos y contribuye con la conservación del medio ambiente que visita.

Ecoturismo

“Es aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar a, o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueda encontrarse en el lugar, a través de un proceso que promueva la conservación; tenga bajo impacto ambiental y cultural y propicie un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” (Ceballos-Lascuráin, 1996, citado en la Política Nacional de Ecoturismo (INGUAT, 2003)





Aviturismo

Es la actividad turística que consiste en observar aves en su ambiente natural. (INGUAT, 2008)

También conocido con turismo de observación de aves y turismo ornitológico.

Este rama del ecoturismo tiene gran potencial en nuestro país, dada la gran diversidad de aves que posee. Aproximadamente 720 especies endémicas y migratorias, y alrededor de 200 áreas protegidas, incluyendo reservas naturales privadas.

Aviturista

Es la persona que práctica el aviturismo, también se conoce como: Observador de aves y Pajarero.

Características de Guatemala

Localización Geográfica

Guatemala tiene costas tanto en el

Océano Pacífico, como en el Atlántico, se eleva hasta los 14,000 pies de altura en hermosas cadenas volcánicas. Está ubicado justo en el medio de norte y sur América. Guatemala es el resultado de una afortunada coincidencia de circunstancias geográficas y geológicas. (MNA, 2006)

Con todas estas virtudes Guatemala se encuentra estratégicamente localizada para el desarrollo turístico.

Biodiversidad

Guatemala es destino de la migración de aproximadamente 239 especies de aves del norte de América durante el invierno. Pero aún más importante, es un nexo entre los continentes del norte y del sur, por consiguiente donde se pueden ver especies de ambos lugares.

Existen además 19 ecosistemas y áreas protegidas, así como 7 biomas: selva tropical húmeda, selva tropical lluviosa, chaparral espinoso, selva de montaña, bosque de montaña, selva subtropical húmeda, y sabana tropical húmeda. Estos biomas están aún intactos en su mayoría.





Patrimonio Cultural Arqueológico

Además de las características naturales únicas que posee Guatemala, también se debe considerar la posición que tiene a nivel internacional como destino de turismo cultural y arqueológico, lo que debe ser aprovechado, para seguir promocionando el Aviturismo.

Como ejemplo de este patrimonio, se encuentra: Antigua Guatemala y Tikal.

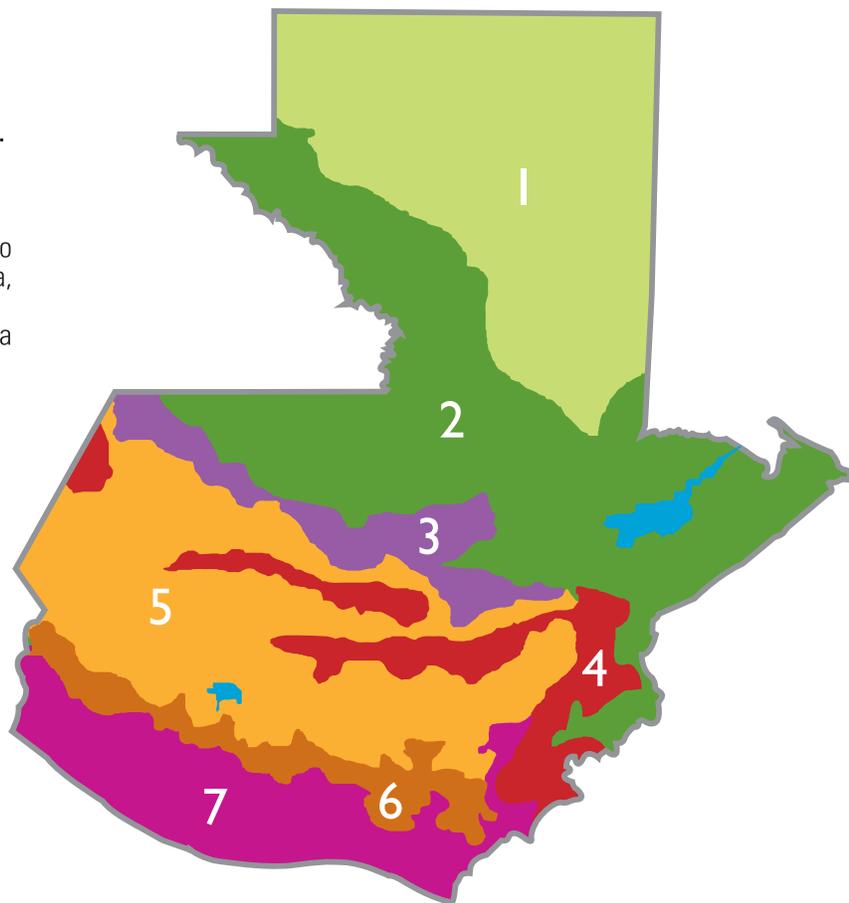
Patrimonio Cultural Vivo

Otra ventaja que tiene Guatemala como destino turístico es la diversidad étnica, costumbres y tradiciones que han logrado que Guatemala sea reconocida a nivel internacional.

El aviturismo puede aprovechar estas ventajas para ofrecerlas como complemento de las actividades turísticas.

Biomos de Guatemala

Fuente:
(Múnera y Schiele, 2008)



- 1. Selva tropical húmeda
- 2. Selva tropical lluviosa
- 3. Selva de montaña
- 4. Chaparral espinoso
- 5. Bosque de montaña
- 6. Selva subtropical húmeda
- 7. Sabana costera del Pacífico





DIMENSIÓN CONCEPTUAL

Campaña de Promoción

Una campaña de promoción es un conjunto de piezas gráficas y/o audiovisuales con unidad gráfica que se transmiten por diferentes medios para hacer público algún mensaje.

Según afirma Bonta (2005) "La promoción es un elemento de la mezcla de Marketing y consiste en preparar las condiciones óptimas para dar a conocer un producto o servicio.

La campaña de promoción se encarga de hacer público los beneficios del producto utilizando para eso medios de comunicación masivos o alternativos, dependiendo del grupo que se desea alcanzar."

Esto se logra partiendo de un concepto creativo y manteniendo la unidad visual entre todas la piezas que conforman la campaña.

Material de Apoyo

Es un conjunto de piezas que siguiendo la misma línea gráfica del material promocional o imagen corporativa, se elaboran con el fin de apoyar y dar

soporte visual durante la realización de un evento o actividad. Estas piezas cumplen con una función específica y son necesarias para la buena ejecución del evento, por lo que es necesario adaptar el diseño en ellos, pues cumplirán una doble función.

Señalización

Jennings (2000) define la señalización como un conjunto de símbolos y rótulos que tienen como objeto guiar y orientar a las personas hacia un lugar específico. El diseño de rótulos conlleva inevitablemente el uso de símbolos. Estos elementos de comunicación pueden no estar creados por el diseñador, sin embargo es quien debe usarlos para lograr mejores efectos aprovechando su capacidad de comunicar.

Considerando el tamaño del lugar del evento y la cantidad de participantes extranjeros es necesario incluir croquis y mapas en el material de apoyo, además de una señalización de la ciudad hacia la sede del evento y dentro del lugar del evento.





DIMENSIÓN ÉTICA

Los valores y principios que se deben tomar en cuenta para la realización del proyecto son:

Responsabilidad

El material gráfico se debe diseñar con completa honestidad y responsabilidad sobre las características reales del destino, para evitar falsas expectativas en el visitante así como evitar al máximo impactos negativos en el destino visitado.

Realismo

Mostrar en el material gráfico sólo ilustraciones de aves de las cuales sea posible su observación.

Información Científica

El material gráfico debe elaborarse con base en la información científica del destino promocionado y de las aves mencionadas en el mismo.

Conservación de recursos naturales

Se refiere al buen uso y manejo de los recursos naturales por el ser humano, de tal manera que produzcan beneficio para las generaciones actuales, pero manteniendo la calidad para que futuras generaciones puedan utilizarlos también.

Aprovechamiento Sostenible

Significa que los seres humanos utilizan los recursos naturales y culturales de una región de forma positiva para beneficio de ellos mismos, permitiendo la regeneración de los recursos naturales

y evitando la contaminación y desvalorización cultural, con el propósito que las siguientes generaciones puedan aprovecharlas también los patrimonios naturales y culturales.

Educación Ambiental

Proceso permanente en el que los individuos y la colectividad cobran conciencia de su medio y adquieren los conocimientos, los valores, la competencia, la experiencia y la voluntad capaces de hacerlos actuar para resolver los problemas del medio ambiente. Normalmente es intensiva y progresiva. Propone cambios de actitud de las poblaciones. (Consejo Nacional de Áreas Protegidas. [CONAP], 2000)

Impacto Ambiental

Actividad que causa un cambio en el medio ambiente, puede ser positivo o negativo.

Patrimonio Cultural

Se considera patrimonio cultural de la nación a todos aquellos bienes y valores que tienen relación con la historia y costumbres del país, tales como: monumentos, lugares arqueológicos y tradiciones religiosas o artísticas.

Patrimonio Natural

Se considera patrimonio natural todos los recursos de forma biológica, tales como: Flora, fauna, el agua, los bosques y la tierra que lo contiene.





DIMENSIÓN FUNCIONAL

La creación del material gráfico se realiza considerando la función que cumplirá cada una de las piezas.

Medios Impresos

Se refiere a la divulgación de información y materiales gráficos a través de impresiones, estos se pueden apreciar visual y físicamente.

Afiche

También conocido como cartel o póster. Su función es comunicar por medio de un impreso de dimensiones considerables para ser colocado en una pared o muro productos o eventos próximos. Se compone de imágenes, textos y una marca comercial o institucional. Se debe colocar en lugares estratégicos para que pueda cumplir con el propósito para el que fue creado.

Trifoliar

Pieza gráfica impresa, dividida en tres partes, se puede desplegar de diferentes formas respetando el recorrido visual del contenido. En la campaña de promoción para un evento, funciona como complemento de información, pues contiene datos detallados y específicos. Se compone de imágenes, textos y una marca comercial o institucional. Se coloca en puntos especiales y están a la disposición del interesado.

Anuncio de Prensa

Publicación impresa en periódicos, locales o nacionales. Su función es comunicar o anunciar algún producto, servicio o evento de forma masiva. Se compone de imágenes, textos y una marca comercial o institucional. La cantidad de publicaciones dependerá de la necesidad del cliente y puede ser desde una hasta las que el cliente desee.

Volante

Impresión en formato pequeño de papel, compuesto de imágenes y textos. Su función es comunicar un mensaje específico pues es entregado directamente a los clientes potenciales.

Material de apoyo

Se refiere a todas las piezas que se utilizan como soporte visual durante un evento y a la vez tienen una función específica. Entre ellos se encuentran: Gafetes identificativos, block de notas, itinerarios o guías, elementos de decoración.

Señalización

Son piezas diseñadas en base a símbolos ya existentes, su función es guiar y orientar a determinado grupo de personas hacia o dentro un lugar.



DIMENSIÓN ESTÉTICA

Diagramación

Diagramar es crear una estructura también conocida como retícula, que sirve para distribuir y organizar los elementos del diseño (textos e imágenes) en el espacio bidimensional utilizando criterios de jerarquización. Es uno de los aspectos más importantes para la preparación del formato de trabajo.

Equilibrio

Todo elemento gráfico tiene un peso visual en el diseño. La distribución y peso de estos elementos deben compensarse entre sí, para que crear un equilibrio visual. Existen dos tipos de equilibrio, Simétrico y Asimétrico.

Jeraquización

Jerarquización se refiere a la importancia y valor que se le asigna a cada elemento en el diseño. Los elementos se organizan de acuerdo a su importancia destacando sus diferentes atributos, tales como: tamaño, color, posición, orientación u opacidad.

Tipografía

Se conoce tipografía como una técnica para reproducir la comunicación mediante el uso de caracteres o símbolos representados por diferentes tamaños y grosores de una determinada clase de letra. Se puede hacer una clasificación general en base al criterio de tipos claramente diferenciados: las Serif y las Sans serif.

Las diferentes características de las letras puede darle una connotación especial como: Delicado, pesado, estático, dinámico, elegante, etc., además el diseñador puede agregarle atributos como: tamaño, color, grosor, etc., y con ello enfatizar esos significados.

Ilustración

Elemento gráfico que acompaña, complementa o realza un texto, pueden ser mapas, diagramas, elementos decorativos y deben tener relación directa o indirecta con la información que acompaña.

Fotografía

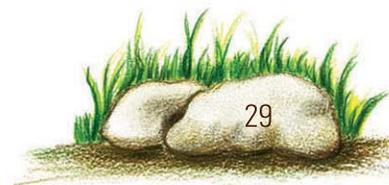
Es la representación una imagen real que se obtiene por medio de una cámara fotográfica, que puede ser análoga o digital.

Se utiliza para representar la realidad de la forma más fiel posible y asume la gran función de documentar situaciones que no se volverán a repetir.

Color

Es una sensación que se produce en el cerebro y se genera en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo, causada por una longitud de onda luminosa recibida.

El color puede producir diferentes sensaciones y sentimientos en el ser humano, como: alegría, tranquilidad, frío, calor, estimular el hambre, etc. Es por eso que la correcta utilización del color en el diseño es capaz de lograr los resultados esperados.





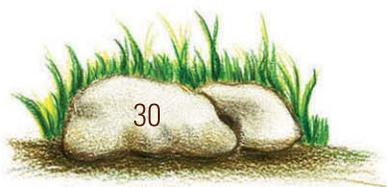
CONCEPTO CREATIVO

“Una nueva especie anida en Guatemala”

Se hace asociación entre una nueva especie de aves con una nueva especie de turismo, ya que a pesar de que el aviturismo se ha dado en Guatemala desde la década de los 90, existen muchas personas nacionales e internacionales que no conocen esta rama del Ecoturismo.

Esta frase no se utilizará textualmente en las piezas, será por medio de las imágenes y formas que se logrará transmitir este mensaje.

Para que la campaña a elaborar tenga un contenido estético de alto impacto visual, se propone la utilización de una estructura con formas orgánicas, una paleta armónica de colores naturales y ecológicos, una tipografía legible y clara. Además de mostrar por medio de imágenes algunas de las especies de aves endémicas y migratorias que se pueden observar en los sitios de avistamiento de aves.





ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Para dar una solución a la necesidad de comunicación visual identificada, se proponen las siguientes piezas gráficas como estrategia de comunicación:

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

- AFICHE PROMOCIONAL
- TRIFOLIAR PROMOCIONAL
- ANUNCIO DE PRENSA
- VOLANTE PROMOCIONAL

MATERIAL PROMOCIONAL PARA EL CONCURSO DE FOTOGRAFÍA

- AFICHE PROMOCIONAL
- UNIFOLIAR INFORMATIVO

MATERIAL DE APOYO

- ITINERARIO DEL PARTICIPANTE
- GAFETES
- BLOCK DE NOTAS PROMOCIONALES
- BANNERS DE AMBIENTACIÓN

SEÑALIZACIÓN

- RÓTULOS DE IDENTIFICACIÓN
- DE LA ANTIGUA A LA FINCA
 - DENTRO DE LA FINCA



Viene de Pag.18

Recomendaciones para la observación de Aves

Accesorios:

Además del equipo, el uso de ciertos accesorios en el campo es útil para comodidad mientras se realiza la observación de aves.

1. Ropa cómoda
2. Agua
3. Gorra
4. Comida
5. Cámara fotográfica

Como indica CASABAL, (2006)

Sigue en Pag.62

CAPÍTULO

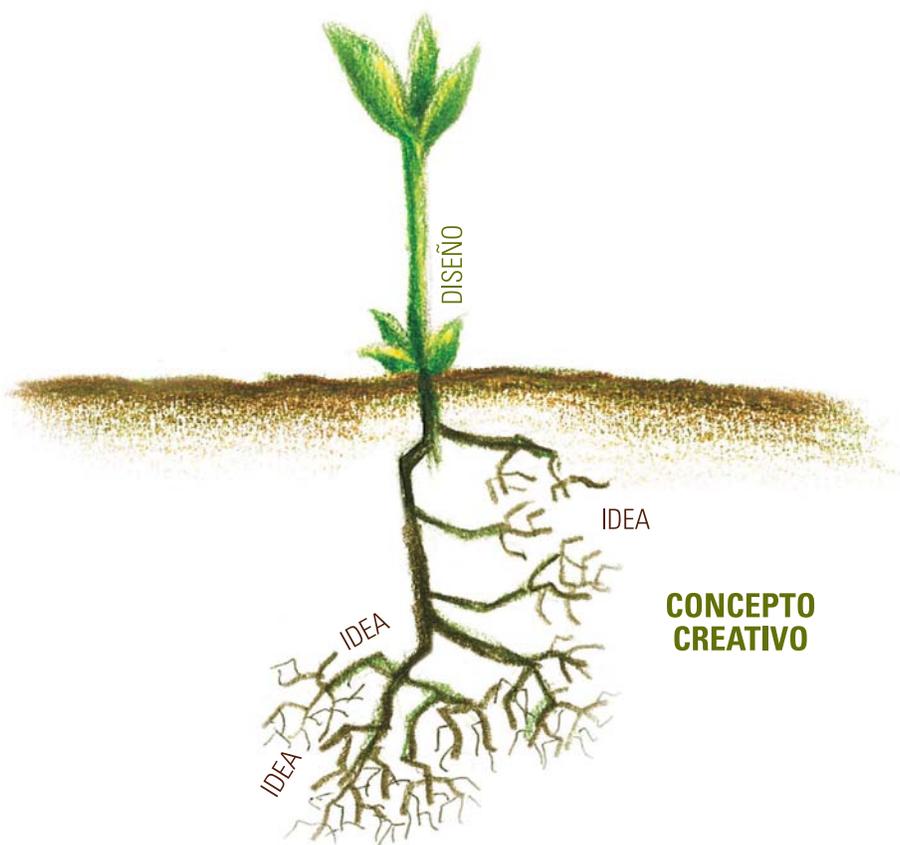


PROPUESTA GRÁFICA





MÉTODO DE DISEÑO



La raíz de un diseño es: **La idea**

La idea es la raíz de todo diseño; partimos del concepto creativo para producir imágenes, formas y figuras que luego mediante un proceso ordenado se estructura de tal forma que logre armonizar el mensaje que se desea transmitir.

Para hacer este proceso más efectivo existen varios métodos de pensamiento que se utilizan para generar soluciones creativas y funcionales.

Uno de estos métodos y el que se utilizó para la creación del material propuesto en este proyecto es:

MAPAS MENTALES





MAPAS MENTALES

Todos tenemos la capacidad de generar ideas y pensamientos creativos, la razón de que algunos realicen esto más que otros se debe a que ellos han ejercitado su cerebro.

Tony Buzan, un psicólogo y gurú británico de la creatividad, durante los años 60 buscaba una manera visual y más rápida de delinear ideas sobre un papel de forma que sean más fáciles de aprender y memorizar, fue así que en conjunto con su hermano Larry Buzan dieron origen a esta extraordinaria técnica.

¿Cómo funciona?
Se calcula que en el cerebro humano hay un billón de neuronas (células cerebrales).

Estas células nerviosas se unen entre sí por medio de unas ramificaciones de estructura radial que se conocen con el nombre de Dendritas.

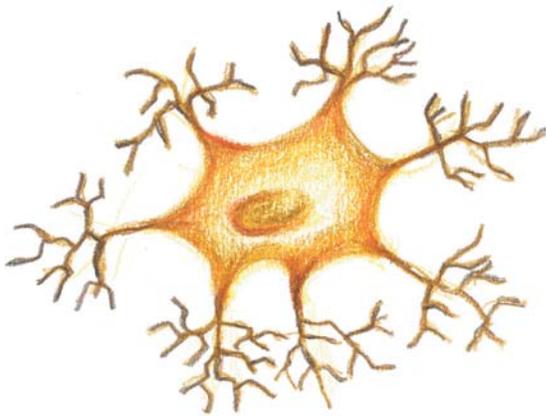
Esta técnica consiste en graficar sobre un papel en blanco todas las posibles asociaciones acerca de un tema o idea central, cada pensamiento que surja deberá ser anotado con palabras o con imágenes representativas y estas se irán asociando de forma natural y espontánea, el estilo dependerá de la personalidad de cada persona.

El mapa mental es la expresión del pensamiento irradiante y por tanto función natural de la mente humana.

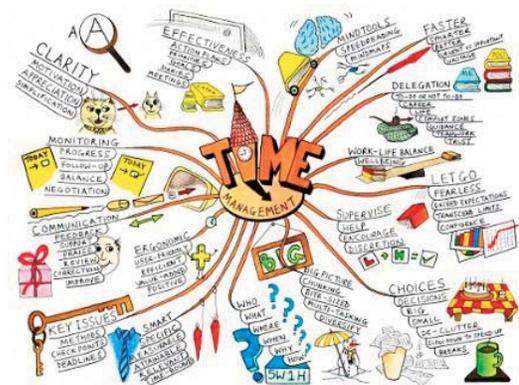
Permite reunir y pulir ideas, sin tener que pasar por el laborioso proceso de hacer y rehacer borradores.

Utilizando esta poderosa técnica gráfica que se basa en la lógica de la asociación de pensamientos se logra ejercitar el cerebro, pues se estimula el pensamiento con imágenes y colores.

Al utilizar constantemente todas sus habilidades corticales, el cerebro está cada vez más alertado y receptivo y confía más en sus capacidades.



Neurona cerebral



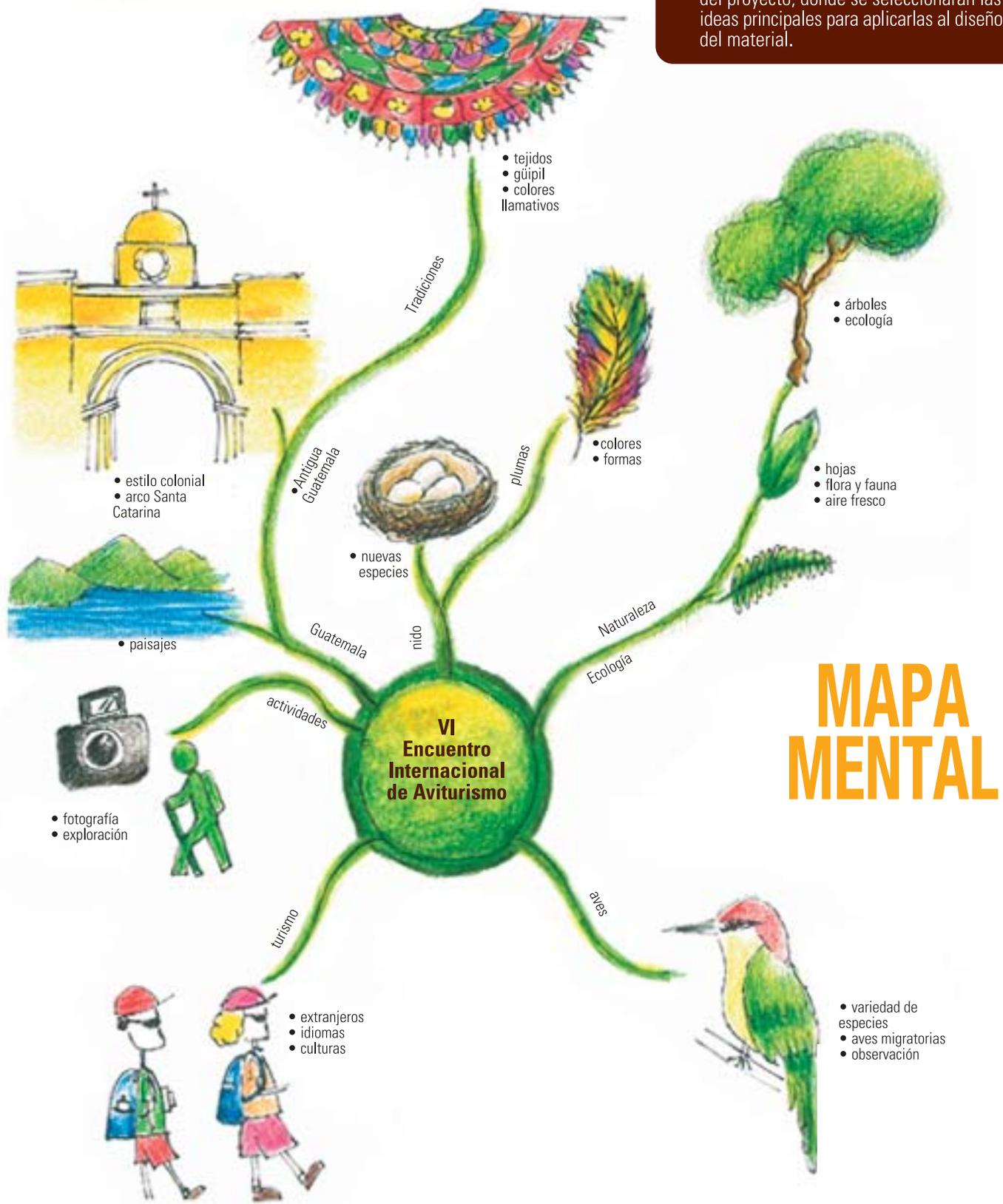
Ejemplo de Mapa Mental complejo.⁽¹⁾

⁽¹⁾http://www.elraul.com/wp-content/uploads/2009/04/mindmap_2.jpg





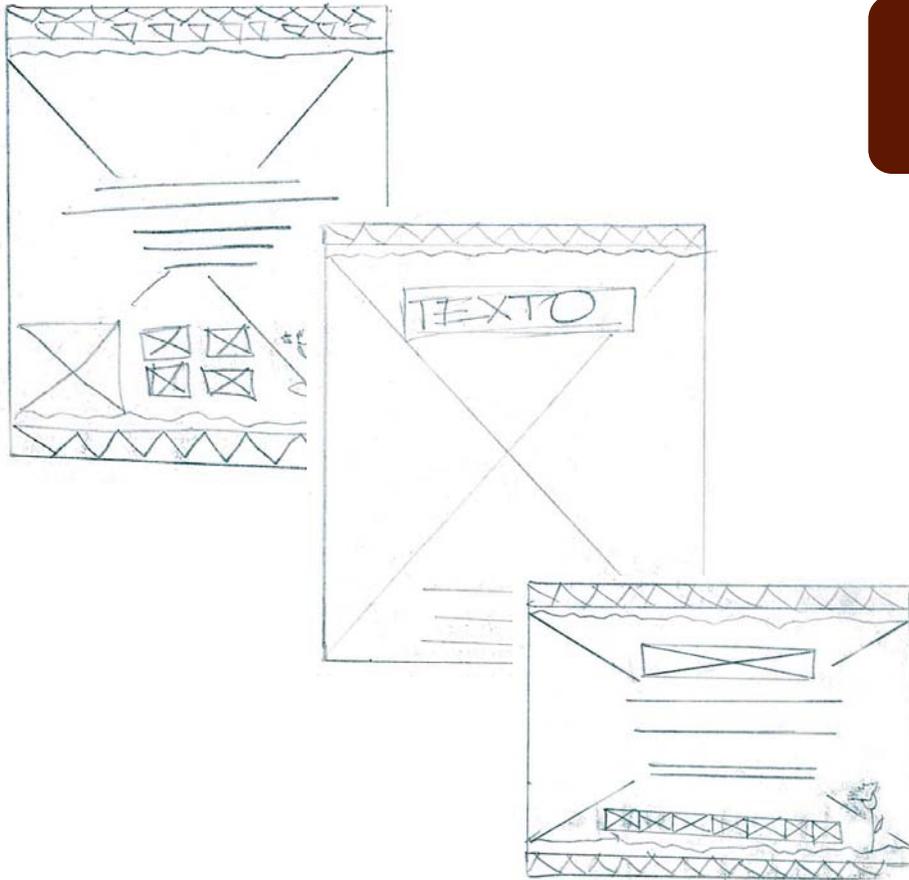
Mapa mental empleado para el desarrollo del proyecto, donde se seleccionarán las ideas principales para aplicarlas al diseño del material.



MAPA MENTAL



BOCETAJE

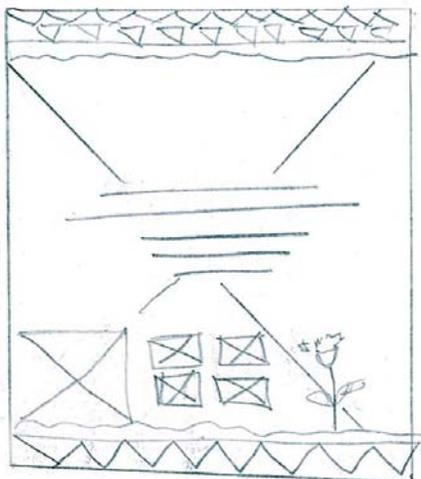


Siguiendo la línea gráfica ya establecida para la Mesa Nacional de Aviturismo y tomando como referencia los elementos del mapa mental realizado, se inicia la etapa de bocetaje

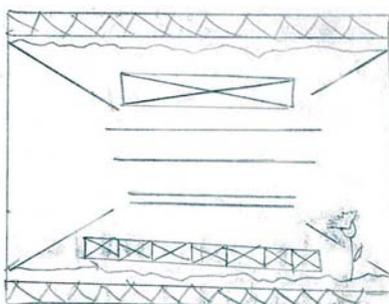
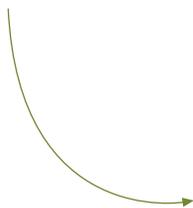
En esta etapa del proceso de diseño se trazan dibujos a mano, el propósito es organizar y principalmente planificar la distribución de las piezas que conformarán el diseño para luego emplear todas las técnicas necesarias para producir el arte final.



CAMPAÑA DE PROMOCIÓN



Para una mejor distribución de los elementos gráficos se cambia el formato a horizontal, ya que en este caso es más funcional.



AFICHE

Para la campaña de promoción, se propone un afiche full color en formato vertical, los elementos que debe incluir son:

- Logotipos de los Organizadores y patrocinadores
- Información del lugar y fecha del Encuentro
- Información sobre inscripciones al Encuentro

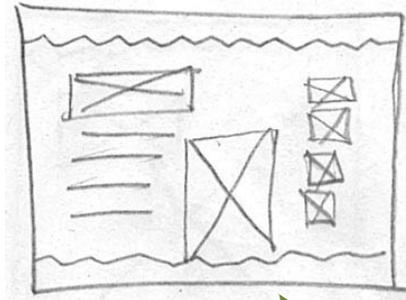
Se organiza el área de diseño y se coloca el titular, imagen y texto informativo, luego se aplica color.





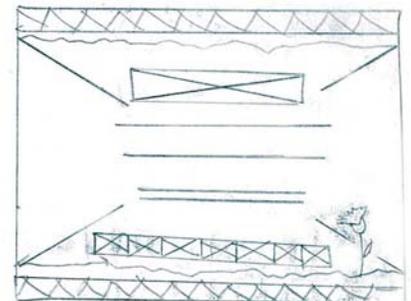
CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

ANUNCIO DE PRENSA



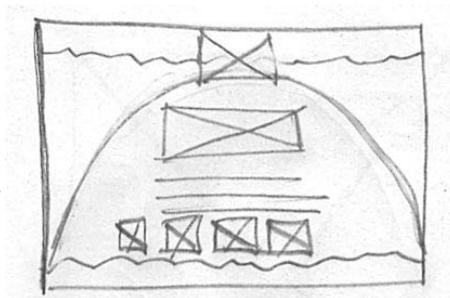
Siguiendo el formato y diagramación del afiche se elaboran los bocetos para el anuncio de prensa y volante a una tinta. Se decide eliminar algunas imágenes pues el arte en monotonía pierde el impacto visual que ocasiona el color ya que no se apreciarían con claridad las ilustraciones.

Se organizan los elementos por valor jerárquico y el resultado es:



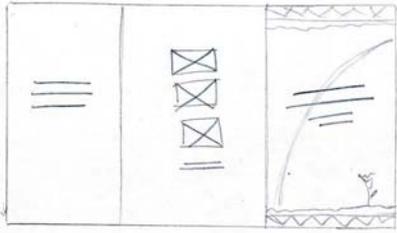
VOLANTE PROMOCIONAL

Se distribuyen los elementos al tamaño del volante que será de: 5.5 x 8.5"



CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

Tiro

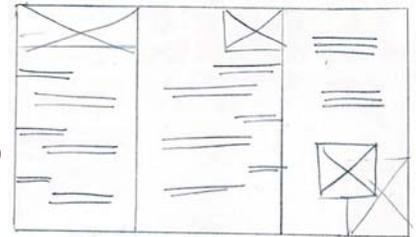


Se seleccionan los elementos y se organiza la información proporcionada por el cliente, se distribuye en el espacio del tiro y retiro, considerando la importancia de cada elemento para la correcta interpretación del interesado.

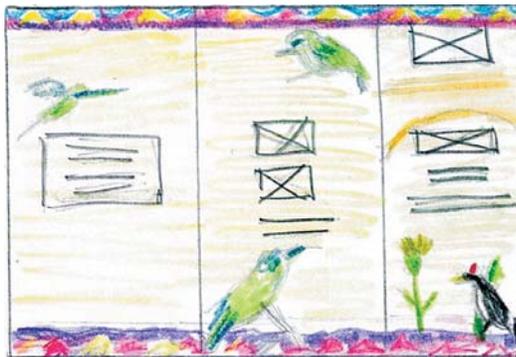
El trifoliar informativo debe contener información más específica y completa acerca de las actividades y sede del evento, se propone que sea por la función que realizará: 8.5 x 11" abierto, con 3 cuerpos tiro y retiro full color.

TRIFOLIAR PROMOCIONAL

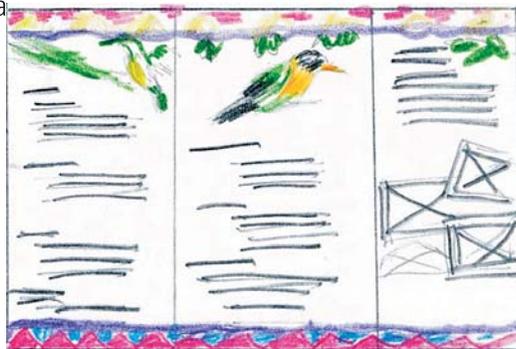
Retiro



Se incluirán sólo ilustraciones de aves endémicas y migratorias que se puedan observar en el lugar del evento.



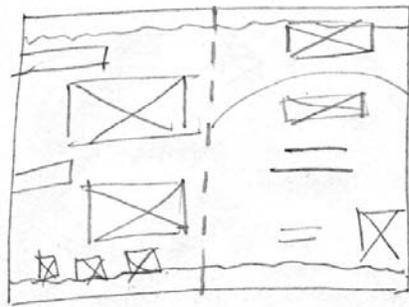
Por la porción abundante de texto que se debe incluir en el retiro, se aplicará un fondo blanco para dar aire a la lectura y sea legible.





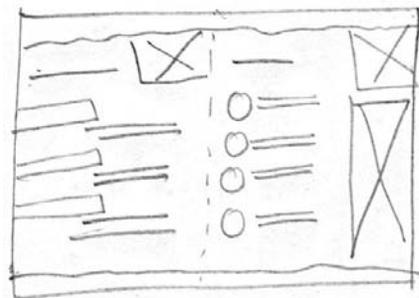
MATERIAL DE APOYO

ITINERARIO DEL PARTICIPANTE



En el material de apoyo para utilizarse durante el encuentro se debe incluir textos informativos como:
Programa, actividades y ubicación del lugar.
El formato a utilizar será: 8.5 x 11" abierto dividido en dos cuerpos tiro y retiro, incluirá dos croquis, hacia y dentro de la sede.

Se continúa con la línea gráfica de las piezas anteriores y por medio de la posición de los elementos se guía al participante de manera ordenada a la información correspondiente.



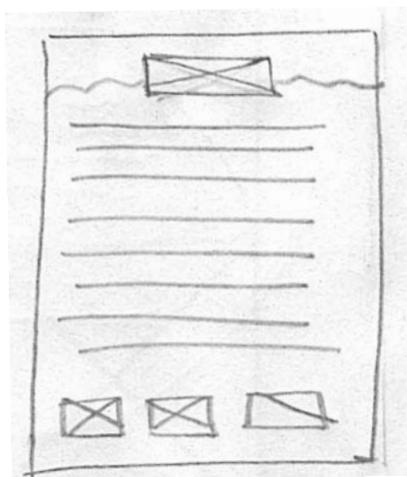


MATERIAL DE APOYO

BLOCK DE NOTAS

Para que el participante anote los puntos importantes de cada exposición, es necesario elaborar un block de notas que se ajuste a las necesidades de los participantes, y a la vez tenga atractivo visual.

Se propone un block a un color en formato: 5.5 x 8.5"

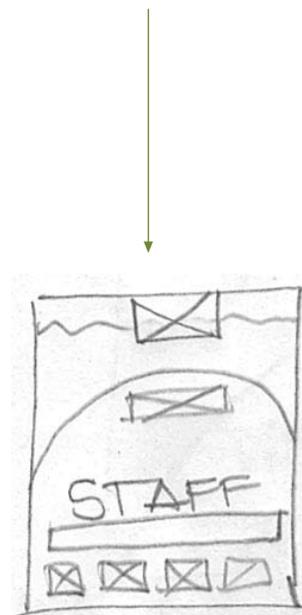


GAFETES

Todos los asistentes deben estar debidamente identificados, por lo que es necesario la colocación de gafetes distintivos para:

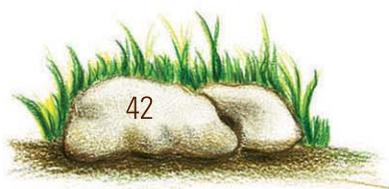
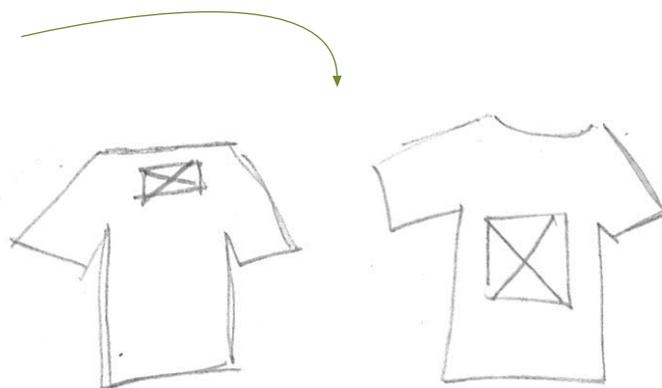
- Participantes
- Expositores
- Staff (Colaboradores)

Se propone un gafete en formato: 3.5 x 5" full color



PROMOCIONALES

Se propone crear camisas conmemorativas del encuentro, estas serán tipo polo y T-Shirts con el logo de Aviturismo y del VI encuentro.



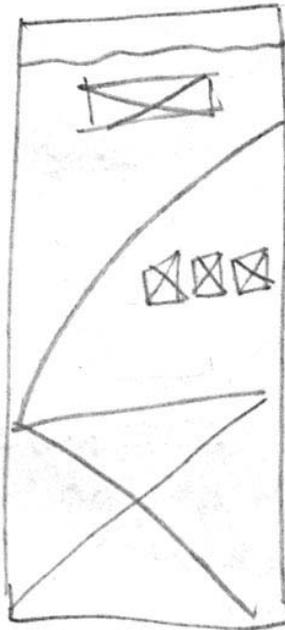


MATERIAL DE APOYO

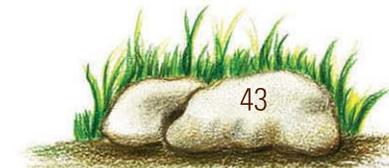
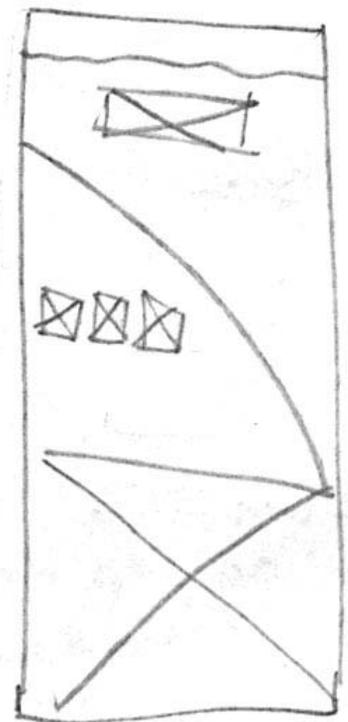
BANNERS DE AMBIENTACIÓN

Se elaborarán dos banners para ambientar la sala de exposiciones. Se propone que sean en formato vertical: 50 x 150 cm, uno izquierdo y un derecho.

Se incluirán ilustraciones de aves y logotipos de organizadores y patrocinadores.



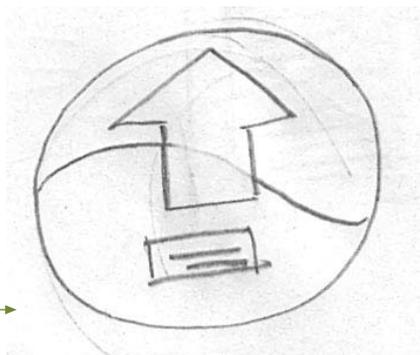
Para dar más realismo e impacto visual a los banners se decide cambiar las ilustraciones por fotografías de aves que se pueden observar en el lugar.



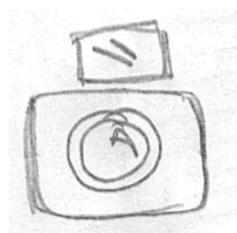
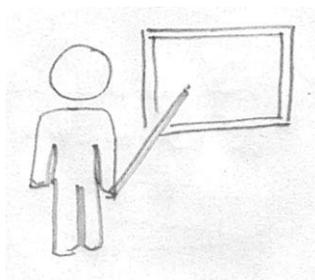
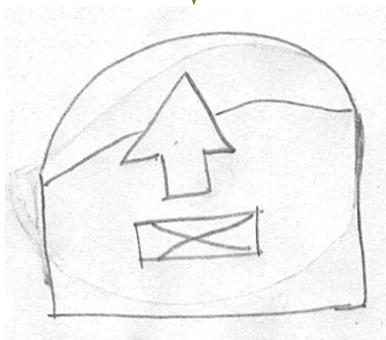


SEÑALIZACIÓN

Con la utilización de un módulo gráfico que contenga el logotipo de la finca y el Encuentro, se colocan flechas orientadoras hacia la finca.



Se diseña un módulo donde se colocarán los símbolos internacionalmente establecidos.

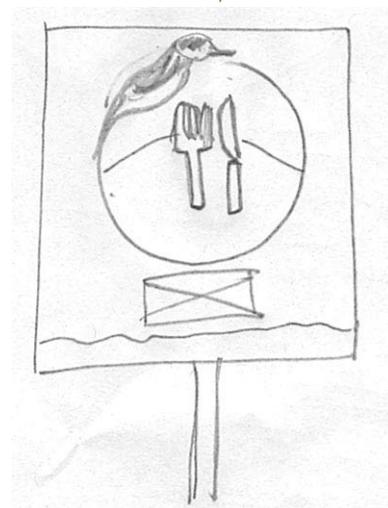


LETREROS HACIA LA FINCA

Considerando que la mayoría de participantes no son vecinos de la ciudad de Antigua Guatemala, se propone la señalización desde el parque central hasta la entrada de la finca.

LETREROS DENTRO DE LA FINCA

Debido a que el evento se realizará dentro de una finca y considerando la extensión de esta, es necesario crear una señalización que ayude a guiar e identificar las áreas de cada actividad.



Para las actividades específicas se diseñan símbolos, mediante la abstracción de objetos que tengan relación visual con lo que representan.





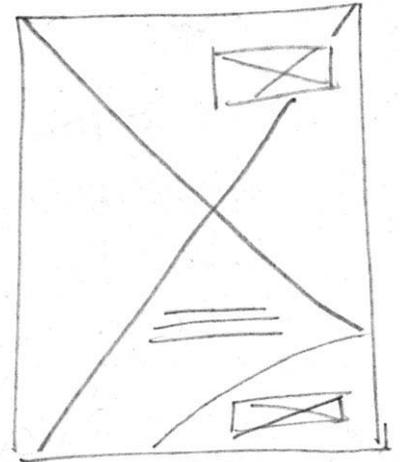
MATERIAL PARA EL CONCURSO FOTOGRÁFICO

Una de las actividades más importantes del encuentro es el concurso de fotografía, pues este está abierto al público en general y no sólo a los participantes inscritos.

AFICHE PROMOCIONAL

Se opta por utilizar un formato vertical, Tabloide (11 x 17"), full color; deberá ser por su naturaleza, colorido y con gran contraste visual.

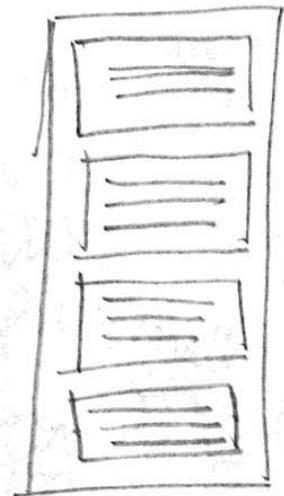
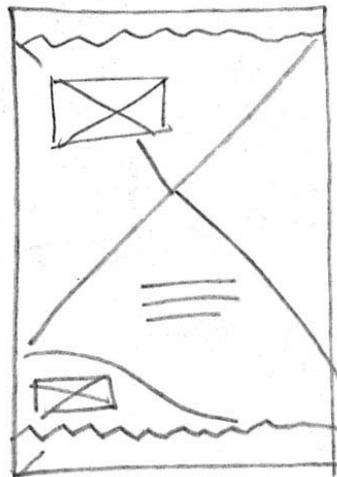
Se elige una fotografía de un fotógrafo y aviturista guatemalteco reconocido (José Yee) y se coloca de manera ordenada y dinámica el texto informativo.



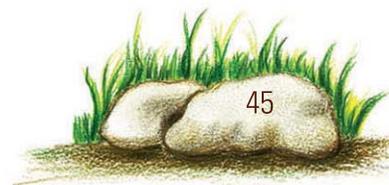
UNIFOLIAR PROMOCIONAL

Se diseñará en un formato 3.67 x 8.5" vertical, full color tiro, un color retiro.

El tiro contendrá los mismos elementos del afiche para crear un vínculo visual entre afiche y unifoliar.



El retiro contendrá información y bases del concurso.



PROPUESTA GRÁFICA

Con base en los elementos teóricos, contextuales y visuales, y después de poner en práctica el método de diseño Mapas Mentales y realizar una etapa de bocetaje, jerarquización y selección de las propuestas generadas, se presenta como resultado el siguiente material gráfico para la promoción y desarrollo del VI Encuentro Internacional de Aviturismo en su versión Idioma Español.



CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

A continuación se presentan las piezas que conforman la Campaña de Promoción para el VI Encuentro Internacional de Aviturismo en su versión de idioma español.

AFICHE

Slate-throated Redstart

Guatemala
aviturismo
naturaleza auténtica

¡Reserve las fechas!
19 al 26 de febrero 2010

VI Encuentro Internacional de Aviturismo

Finca El Pilar • San Cristobal El Bajo • La Antigua Guatemala

Conferencias • Rueda de Negocios • Exposición Fotográfica
Actividades educativas • Mini-Tours • Post-Tours
Stands de Tour Operadores • Concurso de Fotografía

Más información en: www.birds-guatemala.org info@birds-guatemala.org

INGUAT
Instituto Guatemalteco
de Turismo

Guatemala
alma de la tierra

Mesa Nacional de Aviturismo
Guatemala, CA

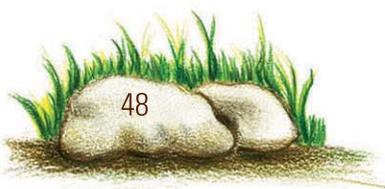
Afiche
11 x 17 plg. Horizontal



TRIFOLIAR

TIRO

RETIRO





ANUNCIO DE PRENSA

Guatemala
aviturismo
naturaleza auténtica

La Mesa Nacional de Aviturismo se complace en invitarle al

VI Encuentro Internacional de Aviturismo

El cual se desarrollará del 19 al 26 de febrero, 2010 en La Finca El Pilar, San Cristobal el Bajo, Antigua Guatemala. Se han planificado actividades para niños y adultos.

Más información en: www.birds-guatemala.org info@birds-guatemala.org

Nueva Guatemala de la Asunción, diciembre 2009

INGUAT Instituto Guatemalteco de Turismo
Guatemala *alma del planeta*
Mesa Nacional de Aviturismo Guatemala, CA

Anuncio de Prensa
1/2 página 10.5 x 6.5" plg.

VOLANTE

Guatemala
aviturismo
naturaleza auténtica

La Mesa Nacional de Aviturismo se complace en invitarle al

VI Encuentro Internacional de Aviturismo

El cual se desarrollará del 19 al 26 de febrero, 2010 en La Finca El Pilar, San Cristobal el Bajo, Antigua Guatemala. Se han planificado actividades para niños y adultos.

Más información en: www.birds-guatemala.org info@birds-guatemala.org

INGUAT Instituto Guatemalteco de Turismo
Guatemala *alma del planeta*
Mesa Nacional de Aviturismo Guatemala, CA

Volante
5.5 x 8.5 plg. abierto



MATERIAL DE APOYO

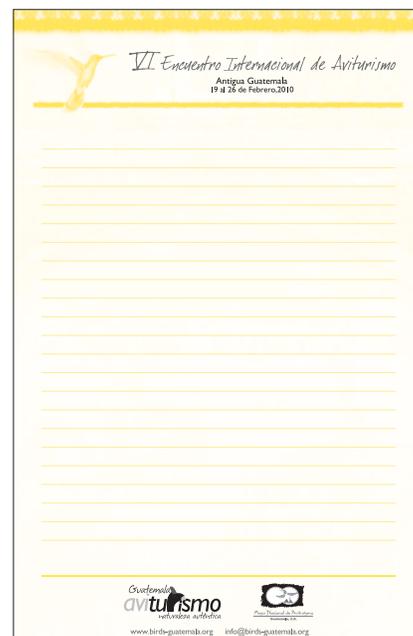
A continuación se presentan las piezas que conforman el material de apoyo para el VI Encuentro Internacional de Aviturismo en su versión de idioma español.

GAFETES



Gafetes
3.5 x 5 plg.

BLOCK DE NOTAS

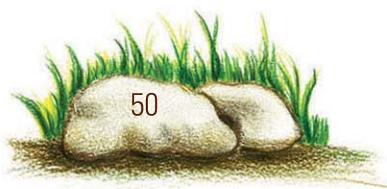


Block de Notas
5.5 x 8.5 Plg.

PROMOCIONALES



Camisa tipo Polo y T-shirt
varias tallas





ITINERARIO DEL PARTICIPANTE

¿Cómo llegar a la Finca?

Ubicación de las Actividades

VI Encuentro Internacional de Aviturismo

Finca El Pilar • San Cristóbal El Bajo • La Antigua Guatemala

¡Bienvenido!

ITINERARIO DEL PARTICIPANTE

18 al 22 de febrero 2010

TIRO

Itinerario
8.5 x 11plg. abierto

RETIRO

Programa

Miércoles 17 de febrero
Llegada de participantes Internacionales al país durante todo el día.

Jueves 18 de febrero
Participantes Internacionales y Nacionales
05:00 - 13:00 Minitour de Observación de Aves, en Molino Helvetia, Tecpán.
16:00 - 18:00 Registro e Inauguración en finca El Pilar, Antigua G. - Conferencia
19:00 - 20:00 Cofel de Bienvenida

Viernes 19 de febrero
Participantes internacionales y nacionales
05:00 - 14:00 Minitour de observación de aves hacia la "Boca Costa", Sacatepequez (desayuno incluido)
14:00 - 15:00 Regreso a Antigua Guatemala
16:00 - 19:00 Tarde libre para conocer y disfrutar de Antigua Guatemala.

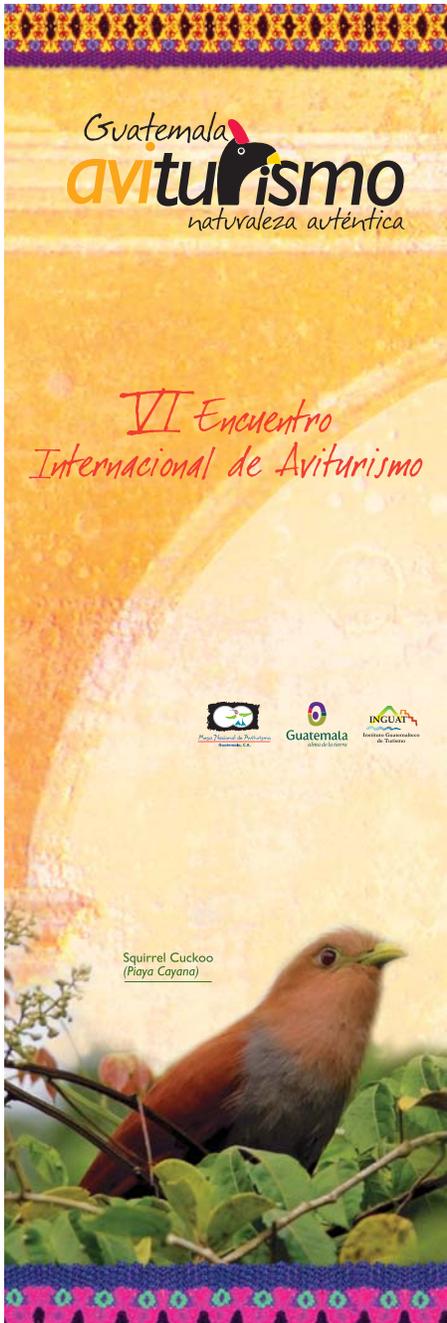
Sábado 20 de febrero
Participantes Nacionales e Internacionales
05:00 - 11:00 Minitour de observación a finca El Pilar, Antigua Guatemala.
09:00 Apertura de las Exposiciones en Finca El Pilar.
12:30 - 14:00 Almuerzo (por su cuenta) en Finca El Pilar.
14:00 - 18:00 Conferencias
19:00 - 19:30 Regreso a Antigua Guatemala

Domingo 21 de febrero
05:00 - 08:00 Traslado a Monterrico (Costa Pacifico).
08:00 - 12:30 Observación de Aves en Monterrico (Ecosistema de manglares).
3:00 - 14:00 Almuerzo por cuenta propia
14:00 - 17:00 Regreso a Antigua Guatemala.

Actividades

- **Conferencias**
Se realizarán aproximadamente cuatro o cinco conferencias durante dos días, con temas relacionados con biodiversidad de aves en Guatemala, conservación, distribución y turismo.
- **Rueda de Negocios**
Para promover nuevos destinos en Guatemala. El objetivo es crear la oportunidad para que los tour operadores nacionales puedan conocerse y entablar relaciones comerciales con mayoristas internacionales involucrados en el mercado de la observación de aves.
- **Actividades educativas**
Se realizarán actividades educativas, en las que podrán participar niños y adultos.
- **Stands**
Se ofrecen principalmente a destinos de observación de aves, prestadores de servicios, empresas que ofrecen productos relacionados a la observación de aves, etc. para que puedan promoverse y brindar información a los participantes del encuentro.
- **Exposición Fotográfica**
Una colección de fotografías de fotógrafos nacionales.
- **Concurso de Fotografía**
Este año se realizará el Primer concurso de fotografía, con dos categorías Amateur y profesional.
- **Mini-Tours**
Giras cortas para observación de aves en lugares cercanos (visitas a bosques de encino-pino, bosque húmedo subtropical y manglares).
- **Post-Tours (23 al 26 de febrero)**
Giras largas de observación de aves a diferentes regiones del país

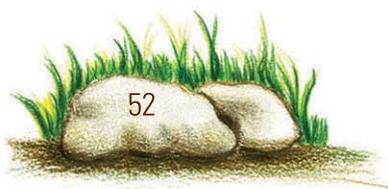




BANNERS FÍSICOS

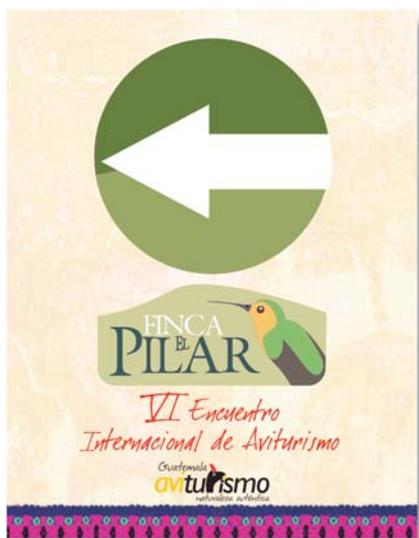


Banners Izquierdo y Derecho
50 x 150cm.

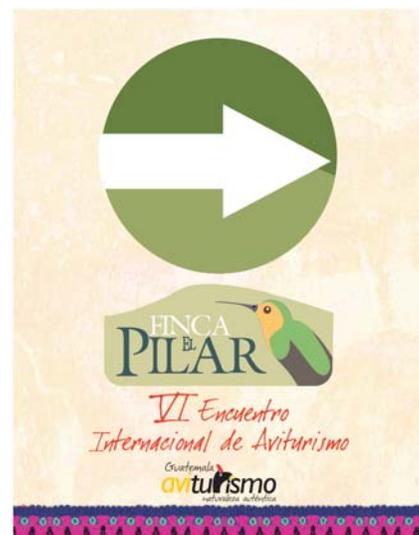


SEÑALIZACIÓN

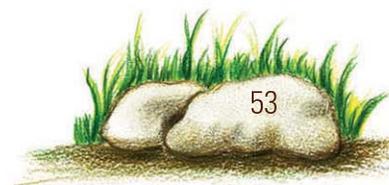
Como respuesta al problema de señalización, se presentan las siguientes piezas:



HACIA LA FINCA



Rótulos hacia la Finca
22 x 34"





DENTRO DE LA FINCA

Rufous-browed Wren
(*Troglodytes rufociliatus*)

Guatemala **aviturismo**
naturaleza auténtica

Chestnut-sided Shirke-Vireo
(*Vireolanus meltophys*)

Guatemala **aviturismo**
naturaleza auténtica

Rufous-collared Thrush (Robin)
(*Turdus rufitorques*)

Guatemala **aviturismo**
naturaleza auténtica

Golden-browed Warbler
(*Basileuterus belli*)

CONCURSO
DE
FOTOGRAFÍA

Guatemala **aviturismo**
naturaleza auténtica

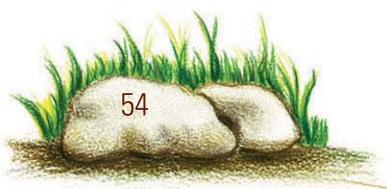
Chestnut-sided Shirke-Vireo
(*Vireolanus meltophys*)

Guatemala **aviturismo**
naturaleza auténtica

Golden-browed Warbler
(*Basileuterus belli*)

Guatemala **aviturismo**
naturaleza auténtica

Rótulos dentro de la Finca
11 x 17"





DENTRO DE LA FINCA

Blue-and-white Mockingbird
(*Melanotis hypoleucus*)




RUEDA DE NEGOCIOS

Guatemala **aviturismo**
naturaleza auténtica

Rufous-collared Thrush (Robin)
(*Turdus rufitorques*)




ACTIVIDADES PARA ADULTOS Y NIÑOS

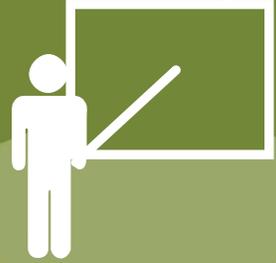
Guatemala **aviturismo**
naturaleza auténtica

Bushy-crested Jay
(*Cyanocorax melanocyaneus*)




Guatemala aviturismo
naturaleza auténtica

Bushy-crested Jay
(*Cyanocorax melanocyaneus*)

Guatemala aviturismo
naturaleza auténtica

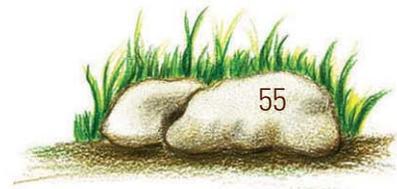
Blue-and-white Mockingbird
(*Melanotis hypoleucus*)




STANDS

Guatemala aviturismo
naturaleza auténtica

Rótulos dentro de la Finca
11 x 17"





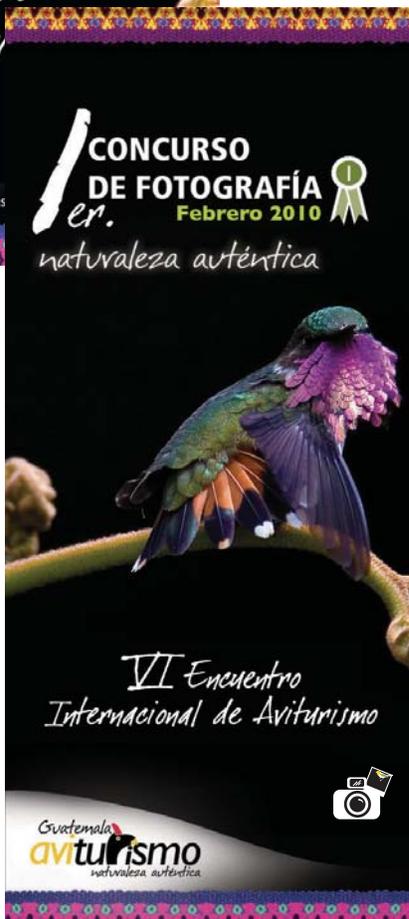
**CONCURSO
DE FOTOGRAFÍA**
er. **Febrero 2010**
naturaleza auténtica

*VI Encuentro
Internacional de Av*

Guatemala
aviturismo
naturaleza auténtica

Consulta bas

Afiche
11 x 17 plg.



**CONCURSO
DE FOTOGRAFÍA**
er. **Febrero 2010**
naturaleza auténtica

*VI Encuentro
Internacional de Aviturismo*

Guatemala
aviturismo
naturaleza auténtica



Unifoliar
3.65 x 8.5 plg.

MATERIAL PARA EL CONCURSO DE FOTOGRAFÍA

Tema

Flora y fauna en el medio natural

Mediante la fotografía de naturaleza se captan instantes de un entorno natural, lleno de vida pero muy frágil, en constante peligro, que forma parte de nuestro patrimonio, de nuestra vida y que estamos obligados a preservar.

Bases del Concurso

- 1- Podrán concursar todos los participantes del Encuentro y público en general.
- 2- Se aceptarán fotografías en blanco y negro o color tomadas con cualquier tipo de cámara, incluyendo las de teléfonos móviles.
- 3- Se deben presentar las fotos digitales en un CDROM en formato JPEG en un tamaño de 13 x 20" con una resolución de 300 dpi.
- 4- El autor además deberá incluir los siguientes datos:
Nombre y Apellido
Nacionalidad
Título de la obra
Fecha y lugar en que fue tomada
Comentario y/o breve reseña de la obra
Tipo de cámara y accesorios, si es digital o tradicional, etc
- 5- Las fotografías deben entregarse a más tardar el día sábado 21 a las 12:00 a.m.

Categorías

El concurso se divide en 3 categorías:
Fotografías con celular
Fotografías con cámaras point and shot
Fotografías con cámara profesional

Premiación

Premios al primer lugar según categoría y medallas a los segundos y terceros lugares.

Más Información:
www.birds-guatemala.org
info@birds-guatemala.org





FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA

El diseño gráfico es el proceso que consiste en crear y ordenar elementos gráficos con un fin específico y para dar solución a un problema de comunicación visual, sin embargo para que el diseño cumpla con el propósito para el que fue creado de una manera eficaz, estos elementos no deben estar puestos al azar ni por gustos personales, sino deben estar basados en principios gráficos establecidos.

Es por ello que en las siguientes páginas se presentan los fundamentos en los que se elaboraron las piezas gráficas de este proyecto.





CÓDIGO LINGÜÍSTICO

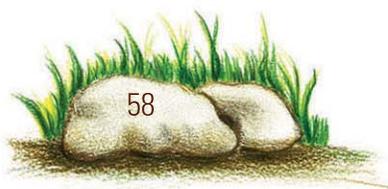
Titular

naturaleza auténtica

Esta frase constituye el eslogan de la Mesa Nacional de Aviturismo, y se utilizó como tal en todas las piezas gráficas, para reforzar la imagen y el concepto que ha venido proyectando la institución durante cuatro años desde su fundación.

VI Encuentro Internacional de Aviturismo

Esta frase se utilizó como titular en las piezas de la campaña de promoción, ya que es el motivo principal del material.





CÓDIGO ICÓNICO



Logotipos

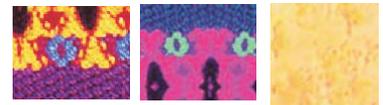
-Logotipo de Aviturismo Guatemala
Para identificar a la institución organizadora del evento y reforzar la imagen de esta institución se colocó este logotipo en la parte principal de las piezas.

-Logotipo del Inguat
-Logotipo de la Mesa Nacional de Aviturismo
-Logotipo Guatemala Alma de la tierra
Por la naturaleza del evento fue necesario colocar los logotipos de los patrocinadores, miembros de la Mesa Nacional de Aviturismo, en el material impreso.



Ilustraciones

Se utilizaron ilustraciones de aves para identificar las varias especies que se pueden observar en la región donde se realizará el evento, según los ornitólogos y expertos observadores, la mejor forma de representar un ave es por medio de la ilustración, pues en ella se pueden definir con mayor precisión los rasgos distintivos de cada una, y el grado de iconicidad es muy alto, prueba de ello es el contenido de los Check List que acompañan a cada observador de aves. Todas las ilustraciones son del ilustrador y observador de aves Robin Shiefeld, proporcionadas por la Mesa Nacional de Aviturismo.



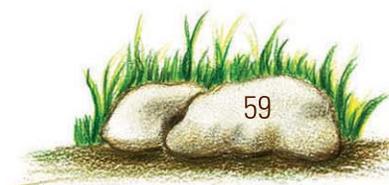
Texturas

Se utilizaron texturas de tejidos propios y tradicionales de la región, con colores vivos y semejantes a los colores de las aves, para darle dinamismo al diseño.



Fotografías

Para equilibrar los elementos del diseño se integraron únicamente las fotografías necesarias de aves endémicas y de la sede del evento en algunas de las piezas del material de apoyo y de promoción. Todas las fotografías utilizadas en el material son del fotógrafo y observador de aves guatemalteco José Yee, proporcionadas por su persona con autorización de la Mesa Nacional de Aviturismo.





CÓDIGO TIPOGRÁFICO



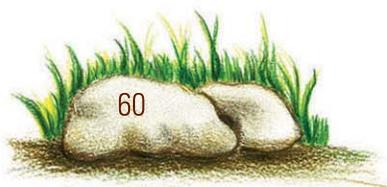
Titular

Se utilizó para el Titular “VI Encuentro Internacional de Aviturismo”
Una tipografía caligráfica, una familia de gran alcurnia y nobleza. Este tipo caligráfico se encuentra representada a pluma y pincel.
El nombre de la fuente es dearjoe, se aplicó en el diseño con altas y bajas, rasgos irregulares y sin serif, se utiliza para invitaciones, denota elegancia y distinción.



Complementario

Este tipo de sans serif está basada en las proporciones de las romanas.
Se utilizó para el texto complementario e informativo de las piezas de promoción, material de apoyo y señalización del evento.





CÓDIGO CROMÁTICO



Se utilizó una gama de colores naturales, el término natural hace pensar, inevitablemente, en imágenes del paisaje rural que evocan el encanto de la naturaleza.

Verde

Es un color de extremo equilibrio, porque está compuesto por colores de la emoción (amarillo = cálido) y del juicio (azul = frío) y por su situación transicional en el espectro. Simboliza la primavera y la caridad. Es el favorito de los psiconeuróticos porque produce reposo en el ansia y calma, tranquilidad, también porque sugiere amor y paz. Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud.

Sugiere humedad, frescura y vegetación, simboliza la naturaleza y el crecimiento.

Amarillo

Es el color de la luz, el sol, está relacionado con la naturaleza, además de ser un color representativo de la Antigua Guatemala (Lugar del Evento), de tipo colonial como se puede observar en el arco de Santa Catalina, icono de esta ciudad; se aplicó en el fondo de las piezas integrado a una textura y una fotografía del arco antes mencionado.



Viene de Pag.32

Recomendaciones para la observación de Aves

Horarios:

Los mejores horarios para la observación de aves son temprano en la mañana de 5:30 ó 6:00 (dependiendo de la época del año), hasta las 10:30; y por la tarde 16:00 hasta la puesta del sol a las 17:00 ó 18:30 dependiendo de la época del año.

Como indica CASABAL, (2006)

CAPÍTULO



VALIDACIÓN





VALIDACIÓN

COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS

Para la realización de la validación se reunió un grupo focal, en un salón de las instalaciones de ANACAFE (miembros de la Mesa Nacional de Aviturismo) ubicadas en la zona 14 de la ciudad de Guatemala, después de una breve pero concisa introducción acerca del tema, se les presentó el material gráfico de manera ordenada.

Posteriormente los participantes pudieron interactuar con las piezas gráficas físicas que complementaron la presentación. En seguida de esto, se logró que los encuestados colaboraran llenando las encuestas que se elaboraron para dar testimonio de la eficacia del material gráfico, en función para lo que fue creado.





PERFIL DEL ENCUESTADO

La muestra del grupo objetivo a quien se le presentó el material estuvo comprendida en personas entre 24 a 46 años de edad, de ambos sexos, todos trabajadores profesionales, de educación media y universitarios, en su mayoría conocedores del tema.

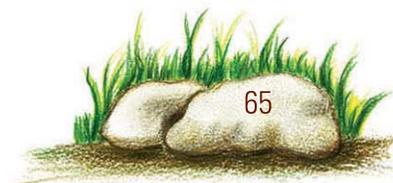
GRUPOS FOCALES

El grupo focal, focus group en inglés, también conocido como sesiones de grupo, es una de las herramientas más utilizadas en el mundo del marketing, consiste en reunir a un grupo de personas para investigar y conocer su reacción frente a un producto o servicio.

El grupo tiene la oportunidad de hacer preguntas e interactuar con el producto o servicio, según sea el caso.

Es importante preparar el material y ambiente para la presentación, en donde los participantes se puedan sentir cómodos y en libertad de expresar sus inquietudes.

Esta herramienta de información tiene un gran valor y se debe aprovechar al máximo, puesto que los datos que se colecten en esta sesión de grupo servirán para detectar deseos y necesidades acerca de lo que se desea validar.





ENCUESTA

HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN

La encuesta es un cuestionario que se utiliza para recoger datos sobre un tema específico.

Se realiza en una muestra de personas que representa un grupo del total de personas que se desea investigar.

El fin de esta herramienta es poder medir cuantitativamente las preferencias objetivas y subjetivas del grupo.

Ventajas

- Permite obtener información de casi cualquier tipo de población.
- Permite obtener información sobre experiencias pasadas de los encuestados.
- Permite analizar los datos estadísticamente.
- Es económica para la información que se obtiene con ella.

Desventajas

- Con esta información, no se puede profundizar en algunos temas.
- No se puede crear algún tipo de discusión entre los encuestados, para resolver algún tema en especial.

Tipos de encuesta

Personal:

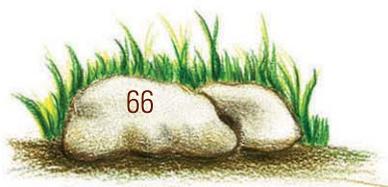
Se hace uso de encuestadores.

Por correo:

Envío por correo de una encuesta, es más económico, pero no tiene un nivel de respuesta alto.

Telefónicas:

Se hace uso de encuestadores telefónicos.





ENCUESTA

HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN

Tipos de preguntas

Según la contestación que se reciba:

Abiertas:
Sólo se formula la pregunta y no tiene sugerencia de respuesta.
Se utilizan en casos especiales, porque es muy difícil su estandarización y medición.

Cerradas:
Se establecen sólo 2 alternativas de respuesta. "Sí o No" en algunas ocasiones se utiliza Ns/Nc

Categorizadas:
Se hacen categorías de respuestas, y pueden ser espontáneas, sugeridas y de valoración.

Por su contenido pueden ser:

Identificación:
Se refieren a las condiciones en la estructura social. Ej. Edad, sexo, profesión.

Acción:
Tratan sobre las acciones de los entrevistados.

Intención:
Investiga sobre la intenciones de los encuestados.

Opinión:
Trata sobre la opinión de los encuestados sobre determinados temas.

Información:
Analizan el grado de conocimiento de los encuestados sobre determinados temas.

Motivos:
Tratan de saber el porqué de determinadas opiniones o actos.

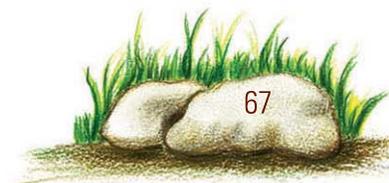
Características importantes de una Encuesta:

No deben ser muy largas, porque en cuestionarios largos, disminuye el porcentaje de respuestas.

Las preguntas deben ser sencillas y estar redactadas de una forma comprensible.

No sugerir la respuesta, estimulando a que respondan más por una que por otra.

Deben referirse a una sólo idea.



INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

ESTRUCTURA DE LA HERRAMIENTA UTILIZADA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Diseño Gráfico
Validación de Material Gráfico

Encuesta para la comprobación de la eficacia de piezas gráficas para el
VI Encuentro Internacional de Aviturismo

Edad: _____ Sexo: _____ Profesión: _____

Marque con una X la respuesta que según su criterio considere correcta.

Antes de ver la presentación

1-¿Conocía usted qué es el Aviturismo?
Si No

2-¿Le interesaba conocer más sobre este tema?
Si No

Después de haber observado el material gráfico

3- ¿Ha entendido el tema del cual se habla en el material?
 Si esta muy claro
 Al principio no se entiende, luego de poner atención, ya comprendo
 No, es complejo y confuso
¿Por qué? _____

4-¿Cómo catalogaría el mensaje que se está transmitiendo a través de este material?
 Simple, entendible y recordable
 Extenso, aburrido y ordinario
 Inentendible y complejo
¿Por qué? _____

5-¿Que impresión le provocó el material?
 Me llamó la atención
 Me fue indiferente
 Me causo rechazo
¿Por qué? _____

Parte identificativa

Preguntas de respuesta cerradas

Preguntas de respuesta Categorizadas

6-¿Le fue fácil leer los textos?
 Si, la letra es clara y de buen tamaño
 Unos textos se pueden leer fácilmente y otros cuesta entenderlos
 No, la letra se pierde con el fondo

7- ¿Le parece que los colores son adecuados al tema al que hace alusión?
 Si, son adecuados
 Pueden ser estos, pero aún no convencen
 No, los colores no son adecuados
¿Qué colores cambiaría? _____
¿Por cuál? _____

8-¿ Le parece que las fotografías e ilustraciones son adecuadas al tema?
 Si, son adecuadas
 Pueden ser estas, pero aún no convencen
 No son adecuadas

8-¿ Usted aprobaría este material para lanzar una campaña de promoción y divulgación?
 Si, tiene potencial
 Talvez, necesita cambios
 No, este material no tiene futuro
¿Qué le falta? _____

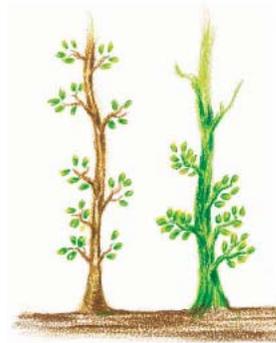
9-¿El material gráfico le motivo a participar de la actividad?
 Si
 No
 Un poco





¿? 01

1-¿Conocía usted qué es Aviturismo?

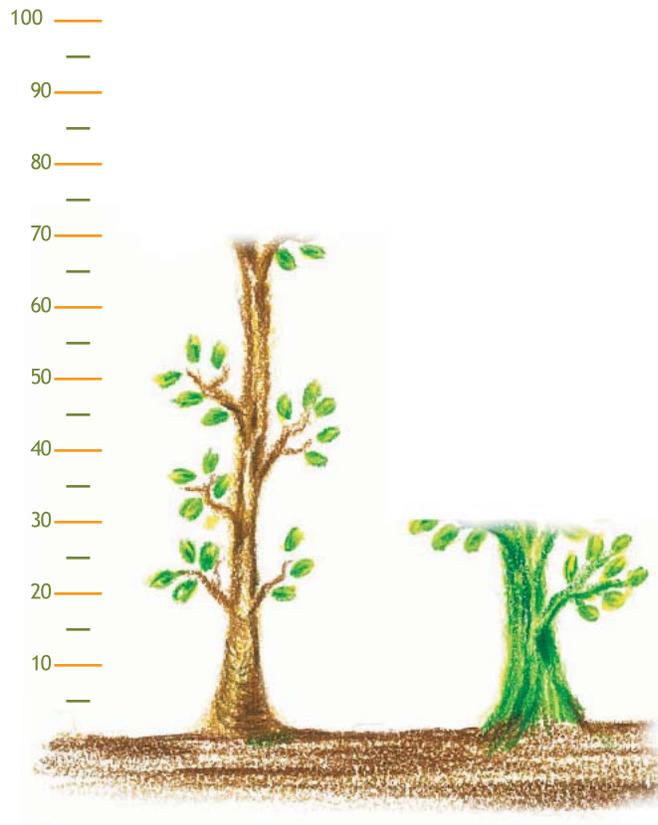


Sí
69%

No
31%

RESULTADOS

El 69% de personas encuestadas conocía el término Aviturismo, el 31% restante no tenía un concepto claro del tema.

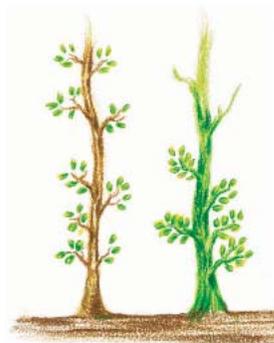




RESULTADOS

¿? 02

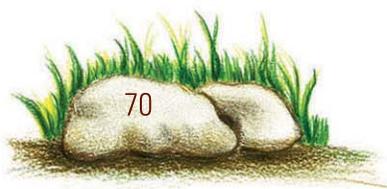
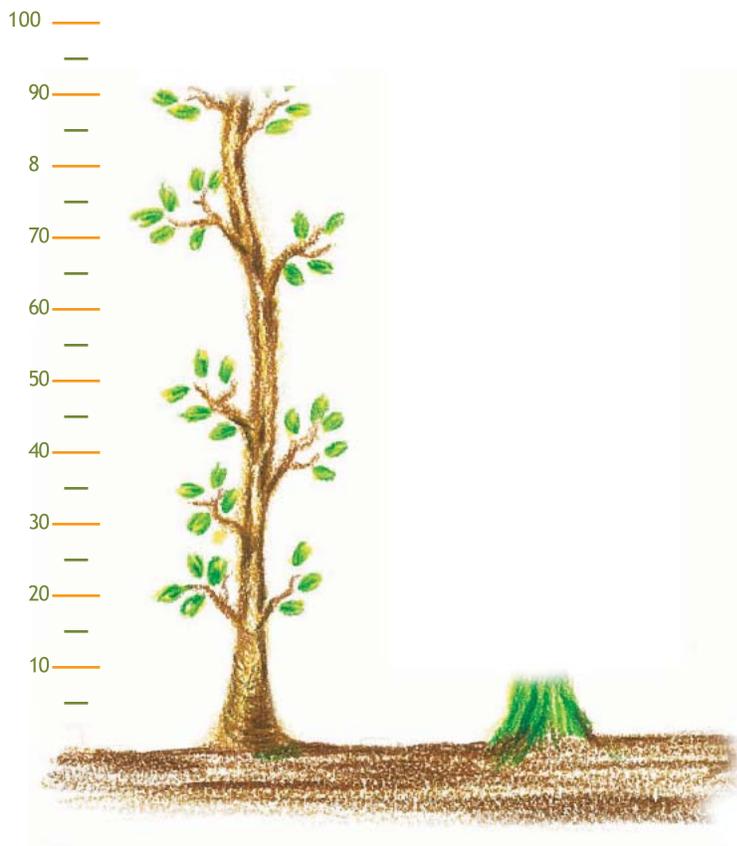
2-¿ Le interesaba conocer más sobre este tema?



Sí
92%

No
08%

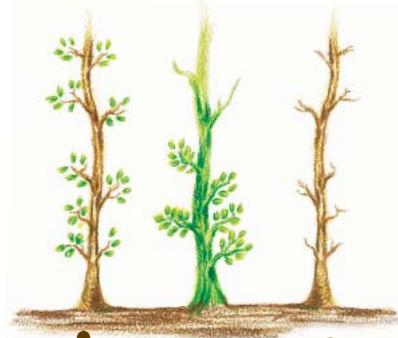
El 92% de los encuestados deseaba conocer más sobre el tema, y sólo el 8% no mostró interés.



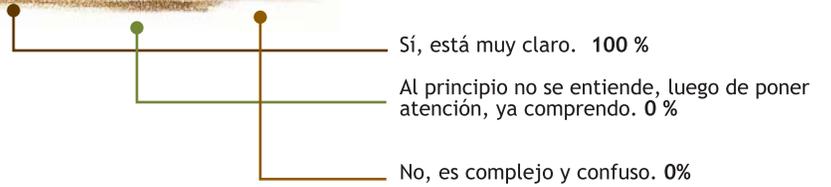


¿? 03

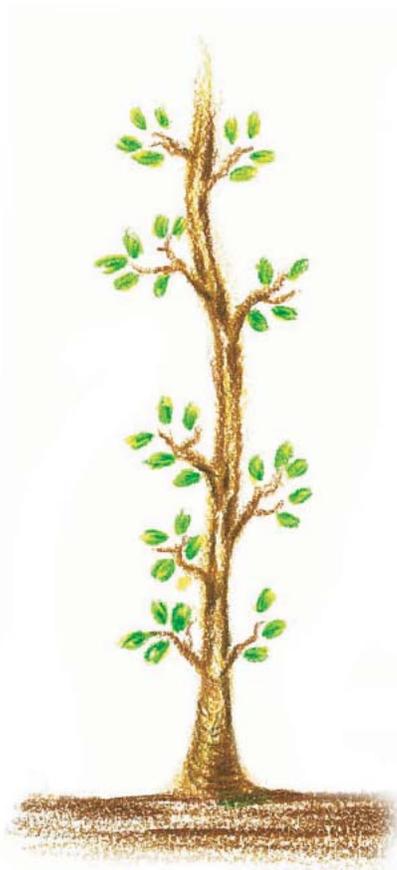
3- ¿Ha entendido el tema del cual se habla en el material?



RESULTADOS



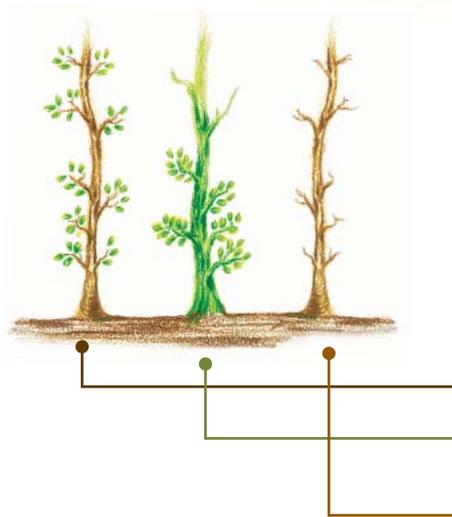
El 100 % de los encuestados entendió con claridad el tema que se trataba en el material.





¿? 04

4-¿Cómo catalogaría el mensaje que se está transmitiendo a través de este material?



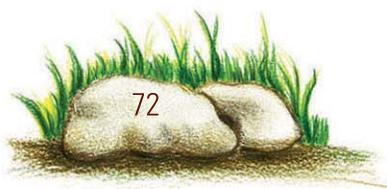
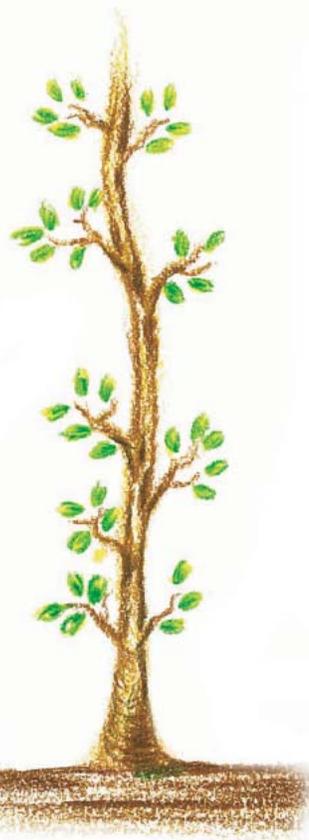
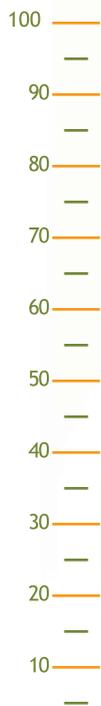
RESULTADOS

Simple, entendible y recordable 100%

Extenso, aburrido y ordinario 0%

Inentendible y complejo 0%

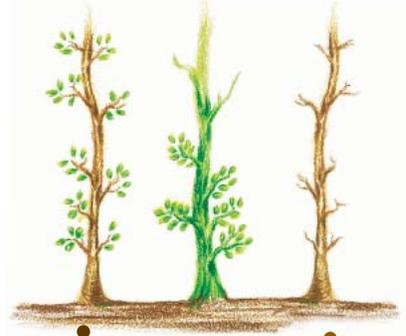
El 100 % de los encuestados cataloga el material como simple, entendible y recordable.



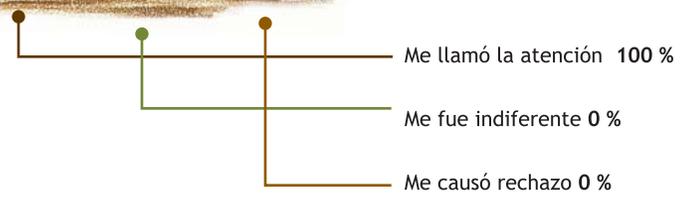


¿? 05

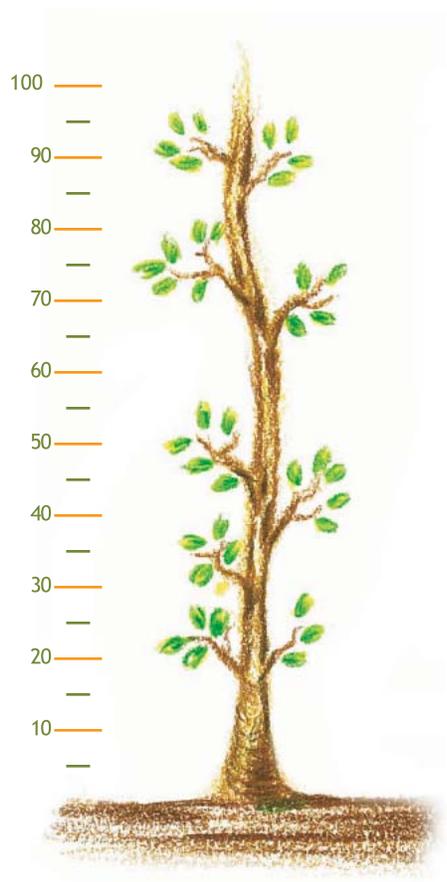
5-¿Que impresión le provocó el material?



RESULTADOS



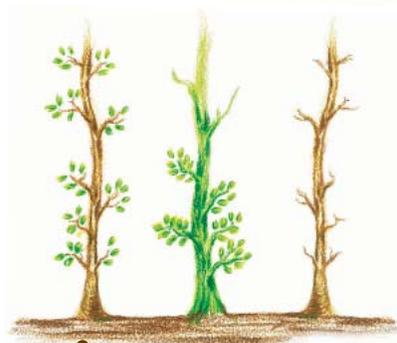
Al 100 % de los encuestados le llamó la atención el material.



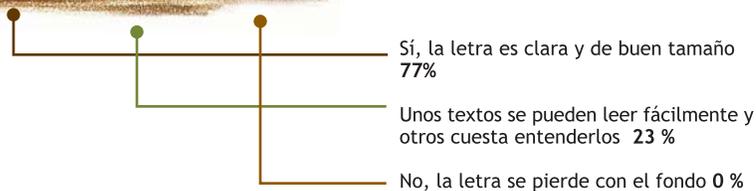


¿? 06

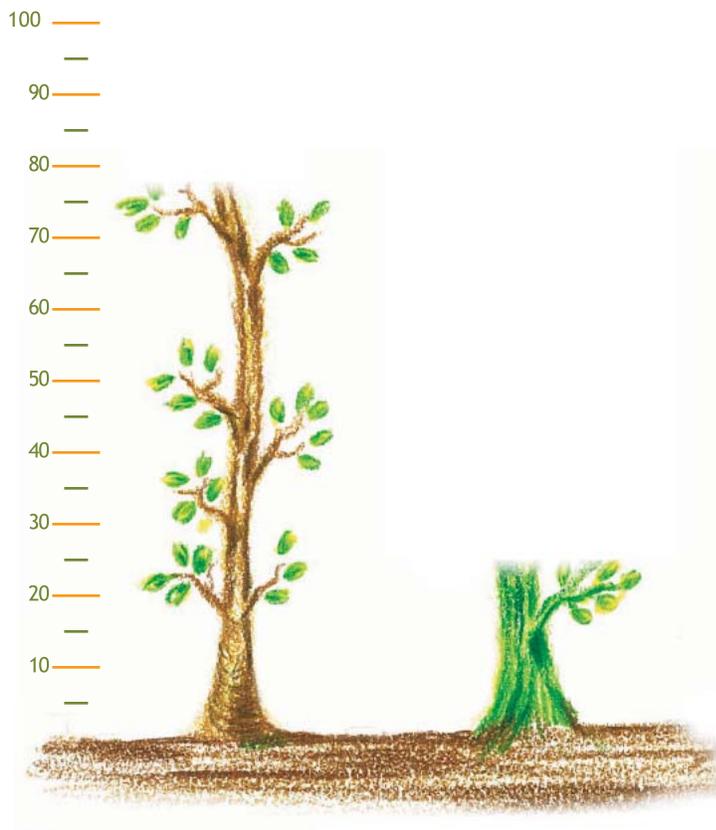
6-¿Le fue fácil leer los textos?



RESULTADOS



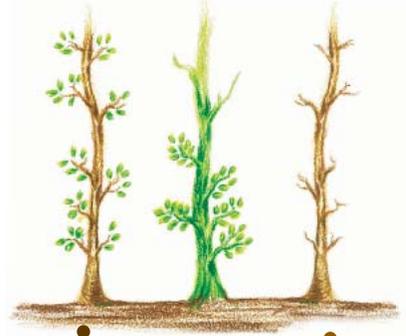
El 77% de los encuestados consideró que la letra utilizada en el material presentado es clara y de buen tamaño, mientras que el 23% le fue difícil entender algunos de los textos, por lo que se hizo necesario aumentar de tamaño a algunos de los textos.



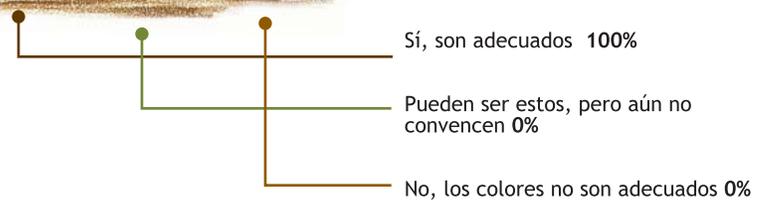


¿? 07

7- ¿ Le parece que los colores son adecuados al tema al que hacen alusión?



RESULTADOS



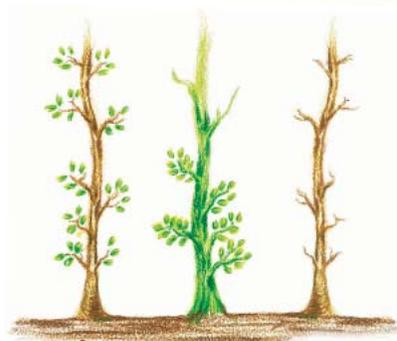
Las fotografías e ilustraciones fueron consideradas adecuadas al tema por el 100% de las personas encuestadas.



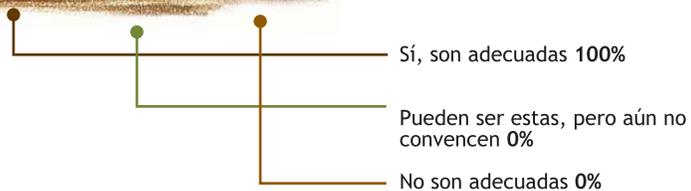


¿? 08

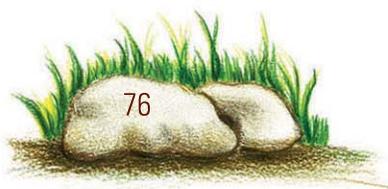
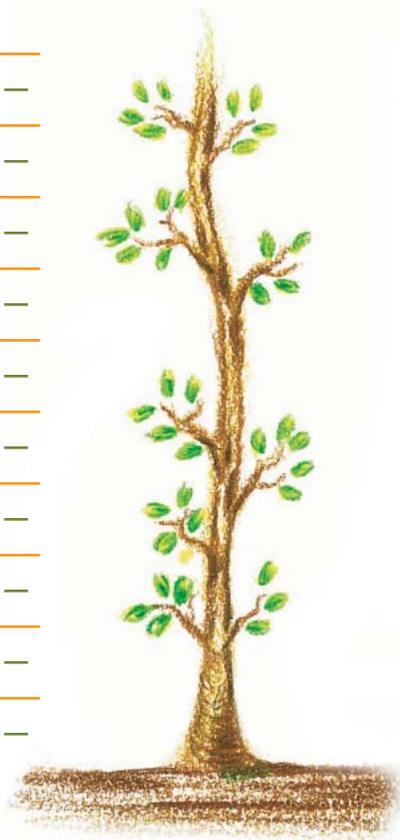
8-¿ Le parece que las fotografías e ilustraciones son adecuadas al tema?



RESULTADOS



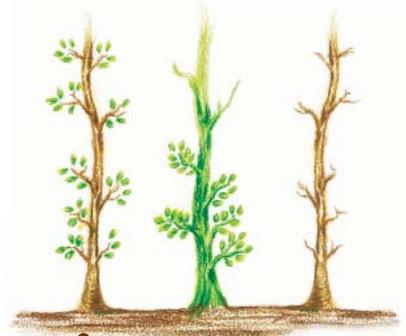
Las fotografías e ilustraciones fueron consideradas adecuadas al tema por el 100% de las personas encuestadas.



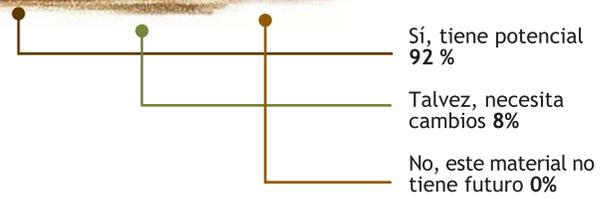


¿? 09

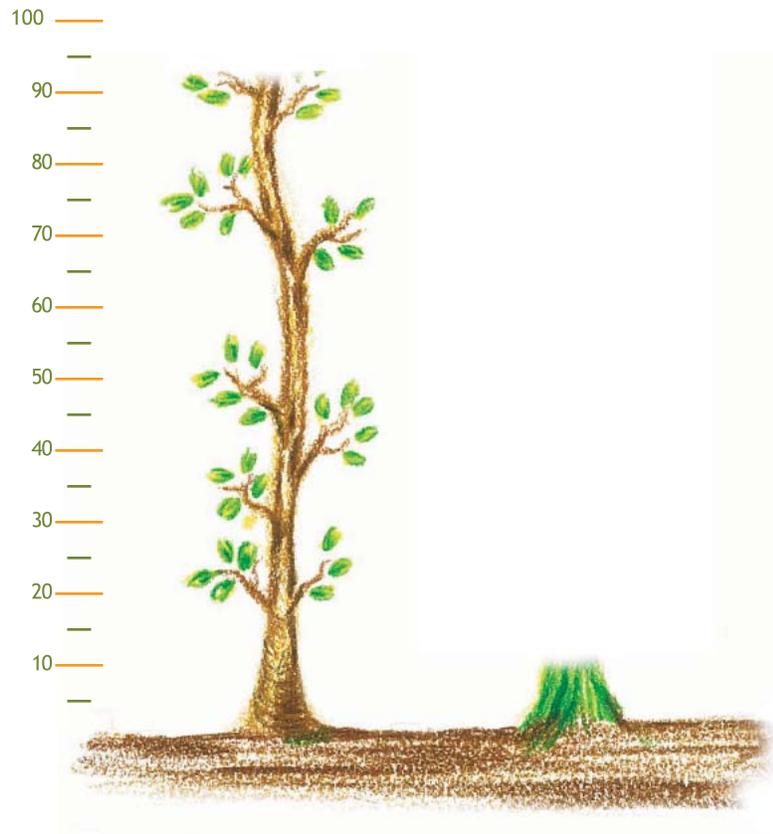
9-¿ Usted aprobaría este material para lanzar una campaña de promoción y divulgación?



RESULTADOS



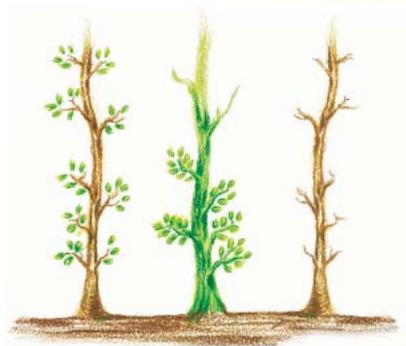
El 92 % de los encuestados cree que el material tiene potencial para lanzar una campaña de divulgación.





¿? 10

10-¿El material gráfico le motivó a participar de la actividad?



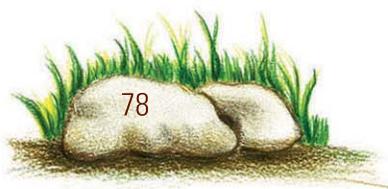
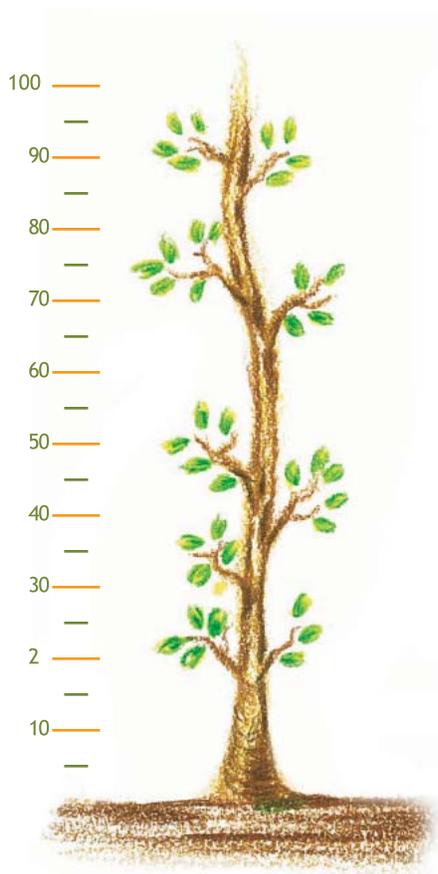
Sí
100%

No
0%

Un poco
0%

RESULTADOS

La eficacia del material se pudo comprobar al observar las respuestas de esta pregunta, en donde el 100 % fue motivado a participar de la actividad.



CAPÍTULO



PROPUESTA OPERATIVA





ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PARA LOS ARTES FINALES

Para la correcta reproducción de las piezas gráficas es necesario que los artes finales cumplan con ciertas especificaciones técnicas establecidas para cada sistema de impresión.

PLATAFORMA Y APLICACIONES

Todos los artes se elaboraron en plataforma Mac OS X



Con la Aplicación: Freehand 11



Las imágenes fueron editadas en la aplicación: Photoshop cs2



OFFSET

Imágenes:

Formato TIFF
300dpi de resolución
FULL COLOR: Modo CMYK
1 TINTA: Modo ESCALA DE GRISES
1/8" de exceso
Todas las imágenes (Links)
deberán estar en la misma carpeta que
el archivo FH.11

Textos:

Convertidos a Path
o incluir fuentes TTF

DIGITAL

Imágenes:

Formato TIFF
300dpi de resolución
Modo CMYK
1/8" de exceso
Todas las imágenes (Links)
deberán estar en la misma carpeta que
el archivo FH.11

Textos:

Convertidos a Path
o incluir fuentes TTF

ROTATIVA

Imágenes:

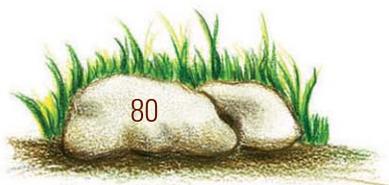
Formato TIFF
250dpi de resolución
Modo ESCALA DE GRISES
1/8" de exceso
Todas las imágenes (Links)
deberán estar en la misma carpeta que
el archivo FH.11

Textos:

Convertidos a Path
o incluir fuentes TTF

TIPS para trasladar los artes finales

- Rotular y agrupar bien todo (muestras impresas, CD) dentro de un sobre identificado.
- Poner extensiones a los archivos y evitar los nombres excesivamente largos
- Adjuntar una copia impresa del trabajo que servirá de guía para la realización correcta de estos.
- Solicitar prueba al proveedor previo a la impresión de los materiales.



PROPUESTA OPERATIVA

Material Promoción

PIEZA GRÁFICA	MEDIO Y/O SISTEMA DE IMPRESIÓN	TAMAÑO	MATERIAL	BARNIZ	COLORES	CANTIDAD	PRECIO	Fecha de lanzamiento
AFICHE	Offset	11 x 17" Tabloide	Husky C-10	UV Mate	CMYK Tiro	500	Q. 2,000	Diciembre 2009
ANUNCIO DE PRENSA	Rotativa	1/2 página Horizontal	Periódico	N/A	1 Tinta (Negro)	1 Publicación	Q. 10,575.00	Enero 2010
VOLANTE	Offset	5.5 x 8.5" Horizontal	Bond 80g	N/A	1 Tinta (Negro)	1,000	Q. 500.00	Enero 2010
TRIFOLIAR	Offset	8.5 x 11" Abierto	Couché C-80	UV Mate	CMYK Tiro-Retiro	1,000	Q. 2,125.00	Enero 2010

Material de Apoyo

ITINERARIO	Digital	8.5 x 11" Abierto	Couché C-80	N/A	CMYK Tiro-Retiro	250	Q. 1,250.00	Febrero 2010
BLOCK DE NOTAS	Offset	5.5 x 8.5" Vertical	Bond 80g	N/A	1 Tinta (Negro)	1,000	Q. 750.00	Febrero 2010
GAFETES	Digital	3.5 x 5" Vertical	Husky Cover	N/A	CMYK Tiro	250	Q. 125.00	Febrero 2010
BANNERS	Digital	50 x 150 cm Vertical	Vinil	N/A	CMYK Tiro	4	Q. 75.00 c/u	Febrero 2010
PROMOCIONALES	Playeras y Camisas tipo Polo	Varias Tallas	Textil	N/A	3 colores: Pantone 032 Pantone 109 Negro	150 c/u	Q. 50.00 c/u Q. 30.00 c/u	Febrero 2010

Señalización

HACIA LA FINCA	Digital	22 x 34" Vertical	Sintra 4mm	N/A	CMYK	6	DONATIVO	Febrero 2010
DENTRO LA FINCA	Digital	11 x 17" Vertical	Sintra 4mm	N/A	CMYK	16	DONATIVO	Febrero 2010

Material Concurso

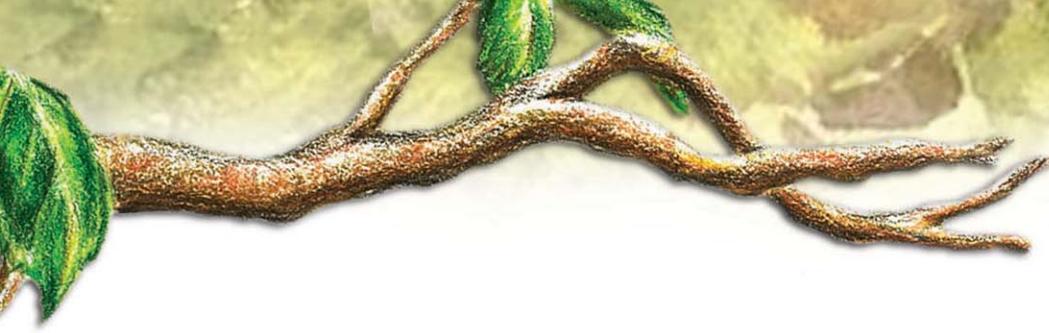
AFICHE	Digital	11 x 17" Vertical	Husky C-10	N/A	CMYK	50	Q. 650.00	Febrero 2010
UNIFOLIAR	Offset	3.67 x 8.5" Vertical	Couché C-80	UV Mate	CMYK Tiro-Retiro	1000	Q. 775.00	Febrero 2010

PIEZA GRÁFICA

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA

PLAN ESTRATÉGICO DE MEDIOS



CONCLUSIONES

En base a lo planteado en el presente documento se concluye que:

Para lograr posicionar a Guatemala como un destino internacional de observación de aves, es de suma importancia crear un material gráfico que muestre el gran potencial que tiene el país, con recursos naturales y culturales.

Con la realización del material para la promoción y desarrollo del VI Encuentro Internacional de Aviturismo, presentado anteriormente, se logró atraer la atención y generar interés de participación al evento en el público objetivo.

El material gráfico elaborado, por su diseño, imágenes y contenido, promueve la conservación de medio ambiente y los recursos naturales de nuestro país.

El material de promoción realizado cumple con su función de atraer la atención y proporcionar toda la información necesaria para el interesado.





BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

1994 El Turismo Fenómeno social
Oscar De la Torre Padilla

2000 Elementos de Turismo
Renato Quezada Castro

2006 Observación de aves
Claudia Múnera, Robin Schiele

2005 199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad
Patricio Bonta

1987 Bases del Diseño Gráfico
Alan Swan

2004 Comunicación en el Diseño Gráfico
Juan Martínez Val

1995 Guía del diseño gráfico para profesionales
Simon Jennings

2,002 El Libro de Mapas Mentales
Tony Buzan

TESIS

2006 Manual con criterios de sostenibilidad para el desarrollo de destinos de Aviturismo en Guatemala
Juan Rivera

2006 Diseño de Campaña publicitaria para promover el ecoturismo en la finca San Bernardo, para el autofinanciamiento de Fundaniños
Evelyn Vásquez Castro



SITIOS WEB

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/tipencuch.htm>

<http://www.birds-guatemala.org/en/>

<http://www.avesdeguatemala.org/index.html?http://www.avesdeguatemala.org/boletin.htm>

http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_focal

<http://es.thefreedictionary.com>

DOCUMENTOS DIGITALES

2003 Política Nacional de Ecoturismo
Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-

2007 Informe de Logros y Avances Gestión 2004-2007
Mesa Nacional de Aviturismo -MNA-

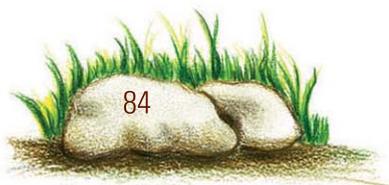
2006 Recomendaciones para la observación de aves
CASABAL

2004 Estrategia de Aviturismo
Mesa Nacional de Aviturismo -MNA-

2008 Manual de buenas prácticas para la actividad de observación de aves en Guatemala
Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-

2006 Estrategia de Mercadeo de Aviturismo en Guatemala
Mesa Nacional de Aviturismo -MNA-

2000 Política Sobre La Actividad Turística En Áreas Protegidas
Comisión Nacional de Áreas Protegidas -CONAP-





GLOSARIO

ÁREAS NATURALES

Áreas silvestres en el medio rural que pueden estar protegidas o no por alguna figura jurídica. Su propiedad puede ser privada o del Estado.

APROVECHAMIENTO SOSTENIBLE

Utilización de los patrimonios natural y cultural de una localidad o país en beneficio de los seres humanos. Esta utilización permite la regeneración natural de los recursos naturales y evita la contaminación y degradación cultural, con el fin de que las futuras generaciones tengan la misma oportunidad de aprovechar sus patrimonios.

ATRACTIVO ECOTURÍSTICO

Área que posee bienes naturales y/o culturales de especial belleza, importancia o aptitud para realizar una actividad ecoturística específica.

BIODIVERSIDAD

Variabilidad de las existencias de material genético, encontradas en la flora y fauna de una localidad.

DESARROLLO SOSTENIBLE

Según el Acuerdo sobre Aspectos Socioeconómicos y Situación Agraria, se entiende como un proceso de cambio en la vida del ser humano, por medio del crecimiento económico con equidad social y métodos de producción y patrones de consumo que sustenten el equilibrio ecológico. Este proceso implica respeto a la diversidad étnica y cultural, y garantía a la calidad de vida de las generaciones futuras.

EDUCACIÓN AMBIENTAL

Proceso permanente en el que los individuos y la colectividad cobran conciencia de su medio y adquieren los conocimientos, los valores, la competencia, la experiencia y la voluntad capaces de hacerlos actuar para resolver los problemas del medio ambiente. Normalmente es intensiva y progresiva. Propone cambios de actitud de las poblaciones.

PATRIMONIO CULTURAL

Bienes que constituyen la expresión o el testimonio de la creación humana y que tienen especial relevancia en relación con la arqueología, la historia, la

literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura.

PATRIMONIO NATURAL

Conjunto de elementos y características biofísicas de un sitio, región o país.

TURISMO DE NATURALEZA

Es el conjunto de actividades turísticas, bajo cualquier modalidad, que se ejecutan en áreas naturales, formen o no parte del Sistema de Áreas Protegidas del Estado, sin la participación directa de las comunidades locales.

CAMPAÑA

Conjunto de actividades o de esfuerzos que se realizan durante cierto tiempo y estén encaminados a conseguir un fin.

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

Campaña publicitaria que se hace de un determinado producto o servicio durante un tiempo limitado mediante una oferta atractiva.



IMPRÍMASE



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DÉCANO FACULTAD DE ARQUITECTURA



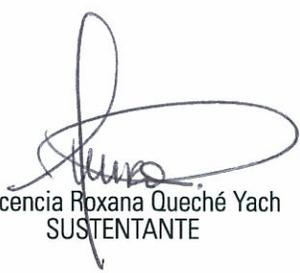
Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada
ASESORA



Licda. Claudia Anabella Leal Rivera
ASESORA



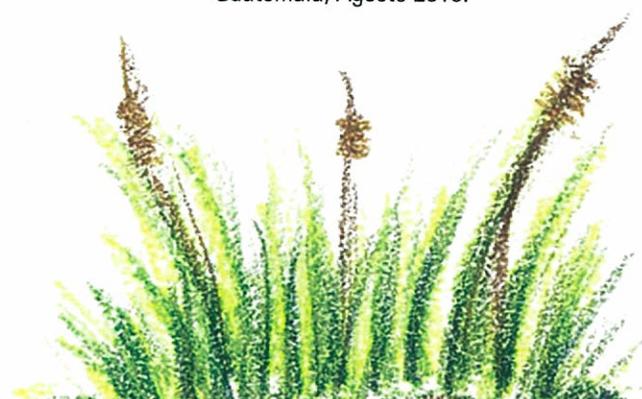
Licenciado Stuardo Alberto Samayoa Díaz
ASESOR



Crecencia Roxana Queché Yach
SUSTENTANTE



Guatemala, Agosto 2010.





"...Una idea nace brillante, como nace el sol por la mañana.

...cada amanecer me recuerda, que tengo una nueva oportunidad para realizar mis sueños".

Rox Queché