



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Details

Respuesta rápida: Un tríptico es 1 hoja impresa por ambas caras y plegada dos veces, que ofrece 3 paneles por cara y 6 paneles en total. En EE. UU. suele partir de una hoja de 8,5 x 11 in (Letter) y, una vez plegada, queda en unos 3,67 x 8,5 in. El lector ve primero la portada, luego la solapa interior, después los tres paneles interiores juntos y, por último, el panel trasero.

Si has buscado «qué es un tríptico», probablemente ya lo conoces como el folleto plegado que hay en un mostrador de recepción o en una mesa de feria. Lo que la mayoría no sabe es que los 6 paneles no son iguales ni en tamaño ni en importancia. Hay 1 panel cortado un poco más estrecho para poder meterse dentro de los demás. Otro es lo primero que ve el lector tras la portada. Y otro suele verse solo cuando se da la vuelta al tríptico o se tira. Esta guía explica cómo está construido el formato, qué panel ve el lector en cada paso y cómo debe esa secuencia decidir dónde va cada mensaje.

Por qué pensar en «seis cajas de contenido» es un error

El problema: Los equipos de marketing y de compras suelen encargar un tríptico con la instrucción «6 paneles, rellénalos». Después, el diseñador distribuye el contenido de izquierda a derecha sobre la hoja plana, tal como se ve en pantalla.

Las consecuencias: Tras el plegado, el orden cambia. El titular que debía abrir la historia puede acabar en la parte trasera. Los datos de contacto pueden quedar en la solapa interior, que los lectores pasan por alto. El texto de cuerpo colocado sobre un pliegue puede agrietarse en la línea de plegado. Cada uno de estos problemas suele aparecer en la fase de prueba, cuando cambiar el diseño cuesta tiempo y una segunda ronda de pruebas. Los comentarios en redes sociales sobre trípticos impresos repiten las mismas quejas: «pequeños problemas de alineación en los pliegues» y paneles que «se deshicieron tras un solo uso».

La solución: Primero conoce la estructura física: la posición de los paneles, la dirección del plegado y la secuencia de lectura. Después asigna cada mensaje a un panel según el momento en que el lector lo verá. El resto de este artículo trata exactamente de eso.

Contenido

1. [¿Qué es exactamente un tríptico?](#)
2. [Los 6 paneles y su posición en la hoja plana](#)
3. [Orden de páginas de un tríptico](#)
4. [El tríptico de 8,5 x 11: dimensiones que importan](#)
5. [Cómo asignar tu mensaje a la secuencia de paneles](#)
6. [Tríptico, plegado en Z, díptico y plegado en puerta](#)
7. [Qué revisar antes de entregar el arte final](#)
8. [Preguntas frecuentes](#)
9. [Puntos clave](#)

¿Qué es exactamente un tríptico?

Un tríptico es una hoja plana con dos pliegues paralelos que dividen cada cara en tres columnas. Se imprimen ambas caras, así que la pieza terminada tiene 6 paneles de contenido. Cerrado, mide aproximadamente un tercio del ancho de la hoja original. Ese tamaño cabe en el bolsillo de una camisa, en un expositor estándar o en un sobre comercial.

Varios nombres describen el mismo objeto. «Tríptico», «folleto tríptico», «folleto de 3 paneles» y «folleto plegado en carta» suelen ser, en general, el mismo producto. Los impresores también hablan de «plegado en carta» o «plegado en rollo» para el método de plegado concreto, en el que los dos paneles exteriores se envuelven uno sobre otro como una carta comercial que entra en un sobre. Cuando alguien pregunta qué es un folleto tríptico, la respuesta es el mismo formato, a menudo impreso en papel más ligero y usado para informar más que para vender.

Conocer unos cuantos términos facilitará las conversaciones con diseñadores e impresores:

- **Panel:** cada uno de los seis rectángulos que crean los pliegues.
- **Panel plegado hacia dentro (solapa interior):** el panel exterior que se pliega hacia el interior. Se recorta un poco más estrecho para que no se abombe contra el pliegue.
- **Hendido o marca de plegado:** una línea marcada por presión que ayuda a que el papel más grueso se pliegue limpiamente sin agrietar la tinta.
- **Sangrado:** arte adicional que se extiende más allá del borde de corte, normalmente 0,125 in (3 mm), para que no aparezcan filos blancos tras el corte.
- **Zona de seguridad:** un margen interior, habitualmente de 0,125 to 0,25 in respecto a los cortes y los pliegues, donde debe permanecer el texto importante.



Los 6 paneles y su posición en la hoja plana

La hoja plana tiene una cara exterior y una cara interior. Los impresores numeran los paneles de distintas formas, así que la tabla siguiente usa nombres de posición en lugar de números. Usa la numeración de la plantilla de tu impresor, pero confirma la posición de cada panel.

Cara	Columna izquierda	Columna central	Columna derecha
Exterior	Solapa interior (panel plegado hacia dentro, se ve justo después de la portada)	Panel trasero (se ve al final)	Portada (se ve primero)
Interior	Interior izquierdo (en el reverso de la portada)	Interior central	Interior derecho (en el reverso de la solapa interior)

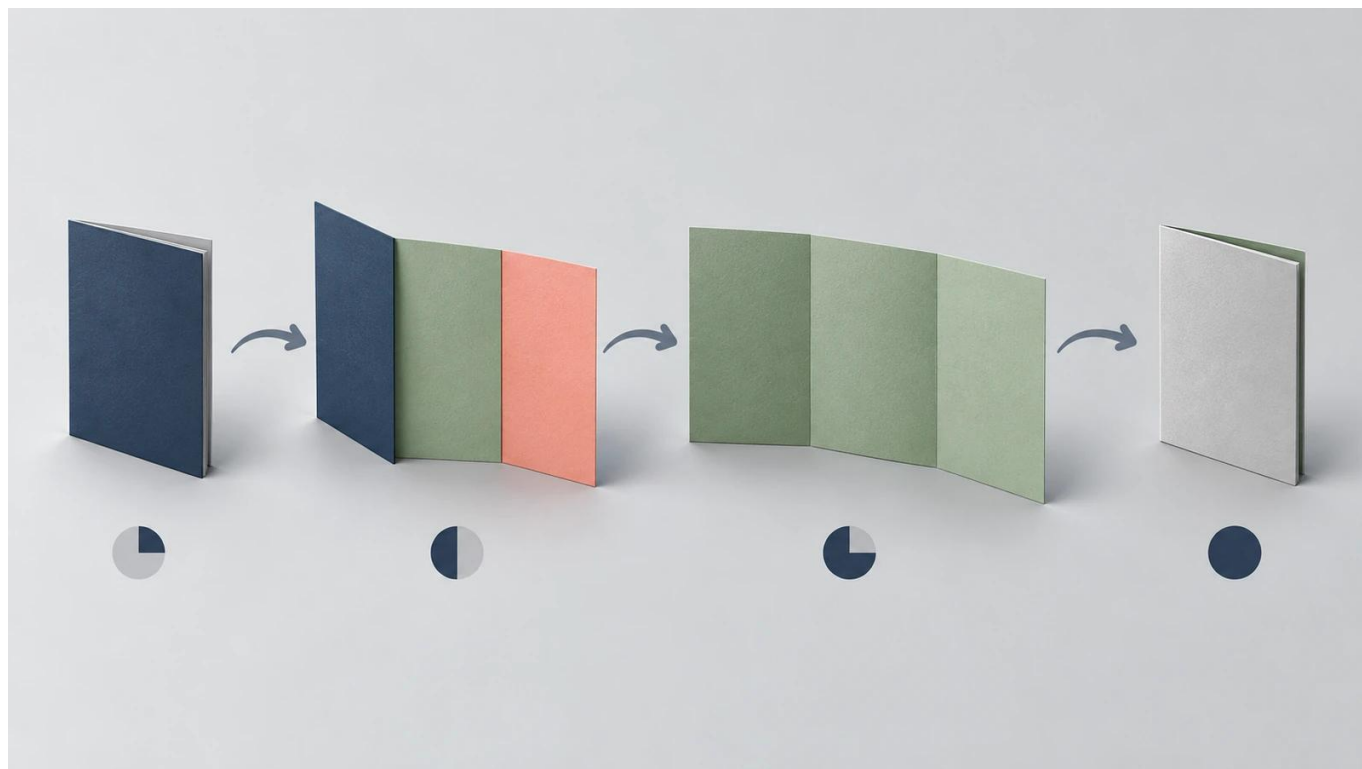
Hay dos detalles que sorprenden a la mayoría de quienes compran por primera vez. Primero, la portada está a la *derecha* de la cara exterior, no a la izquierda. Segundo, el panel trasero está en el *centro*, porque se convierte en la cara tipo lomo alrededor de la cual se envuelven los otros 2 paneles. Si diseñas la cara exterior en orden de lectura de izquierda a derecha, con la portada primero, la portada acaba metida por dentro.

Orden de páginas del tríptico: qué ve el lector, en secuencia

El orden de páginas es la secuencia en la que una persona se encuentra físicamente con cada panel. En un plegado en carta estándar lo fija el método de plegado:

1. **Portada.** Es el único panel visible en un expositor o sobre una mesa. Dispone de los primeros segundos de atención.
2. **Solapa interior + interior izquierdo (primera apertura).** Al abrir la portada, esta gira hacia la izquierda y deja ver, uno junto al otro, el panel interior izquierdo y la solapa plegada. Es la primera vista «abierta», y muchos diseñadores tratan la solapa como un adelanto.
3. **Apertura interior completa.** Al desplegar la solapa hacia la derecha, el interior izquierdo, el central y el derecho forman un único lienzo ancho, de unos 11 x 8,5 in en una hoja Letter.
4. **Panel trasero.** Se ve cuando el lector cierra el tríptico y le da la vuelta, o cuando está boca abajo. Es el que menos atención recibe, pero también sigue visible cuando el tríptico se cuelga de un tablero o se envía por correo sin sobre.

La primera apertura es el paso que más se pasa por alto. Durante un instante el lector ve la solapa interior junto al panel interior izquierdo, así que esos 2 paneles deben tener sentido juntos. Cuando el tríptico está del todo abierto, la solapa deja de verse, porque su cara impresa queda hacia fuera, a la izquierda del tríptico cerrado.



El tríptico de 8,5 x 11: dimensiones que importan

El tríptico de 8,5 x 11 es el estándar en Norteamérica porque usa una hoja Letter estándar y, plegado, tiene un tamaño que cabe en un sobre comercial #10 (4,125 x 9,5 in). Los mercados que usan tamaños de papel ISO suelen emplear A4, que se pliega al formato DL. Las cifras siguientes responden a la geometría y a la práctica habitual de preimpresión, no a especificaciones de producción. Construye siempre el arte final sobre la plantilla suministrada para tu pedido.

Medida	US Letter	A4 (ISO)
Hoja plana	8,5 x 11 in (215,9 x 279,4 mm)	210 x 297 mm (8,27 x 11,69 in)
Tamaño plegado (aprox.)	3,67 x 8,5 in	99 x 210 mm (DL)
Ancho de panel igual a un tercio	$11 \div 3 = 3,667$ in	$297 \div 3 = 99$ mm
División desigual habitual (exterior / trasero / plegado hacia dentro)	3,6875 / 3,6875 / 3,625 in	100 / 100 / 97 mm
Sangrado habitual por borde	0,125 in	3 mm
Sobre en el que suele caber	#10 (4,125 x 9,5 in)	DL (110 x 220 mm)

El panel plegado hacia dentro es más estrecho porque el papel tiene grosor. Si los 3 paneles midieran exactamente un tercio, el panel que se mete empujaría contra el pliegue interior, se abombaría hacia fuera e impediría que el tríptico quedara plano. Cuánto hay que recortar depende del calibre (grosor) del papel. Un papel de cubierta más grueso necesita más margen que un papel de texto fino. Por eso la plantilla del impresor, y no una descarga genérica, debe decidir la división final.

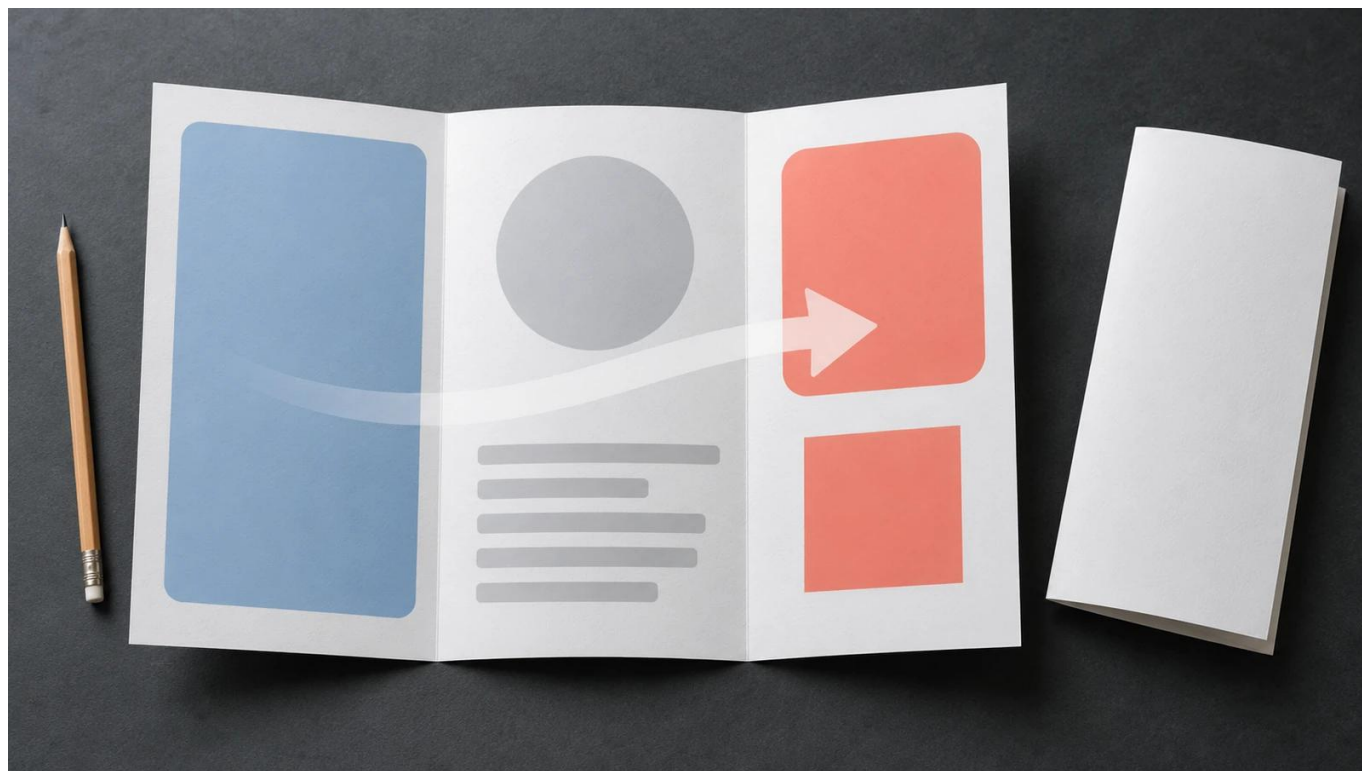
El gramaje del papel también cambia el comportamiento de los pliegues. Un papel de inyección de tinta de escritorio muy vendido tiene un gramaje de 120 gsm (32 lb) y se comercializa como lo bastante ligero para «plegarse limpiamente en trípticos». Las reseñas de compradores de una versión más gruesa de 44 lb dicen que tiene «cuerpo» y que «transmite profesionalidad». Otro comprador comentó que una hoja mate de 140 gsm no parecía más gruesa que un buen papel de copia. La pauta es sencilla: el gramaje cambia la sensación del tríptico en la mano, y las hojas más gruesas suelen

necesitar hendidado antes de plegarse para que el pliegue no se agriete. La elección de un papel concreto para una tirada de producción corresponde a la especificación del pedido, que se explica en nuestra [página de impresión de trípticos personalizados](#).

Cómo asignar tu mensaje a la secuencia de paneles

Cuando planificas el contenido en el orden en que lo ve el lector, los 6 paneles funcionan como una secuencia y no como seis carteles independientes. Aplica este proceso antes de empezar cualquier diseño.

1. **Escribe una frase que la portada deba transmitir.** La portada responde de un vistazo a «¿qué es esto y es para mí?»: un titular, una imagen y una marca. Deja los detalles para el interior.
2. **Usa la solapa interior como gancho.** Como la solapa aparece en la primera apertura, dale el motivo más sólido para seguir leyendo. Algunos ejemplos son el planteamiento de un problema, un resultado llamativo o una cita breve de un cliente. Evita poner aquí, como único lugar, la información crítica para el pedido, ya que la solapa deja de verse cuando el tríptico está del todo abierto.
3. **Trata la apertura interior completa como el argumento principal.** Los lectores abarcan de una vez unos 11 in de ancho, de modo que los tres paneles interiores pueden contar una historia conectada: el problema a la izquierda, la solución en el centro y las evidencias o los datos concretos a la derecha. Mantén el texto de cuerpo fuera de las zonas de pliegue.
4. **Pon la llamada a la acción donde termina el lector.** El interior derecho es el último panel de la apertura principal, lo que lo convierte en el lugar natural para la llamada a la acción: una vía de consulta, una URL o un código QR que lleve a una página de destino. Las conversaciones en redes sociales sobre folletos impresos recomiendan una y otra vez combinar el papel con este tipo de seguimiento digital.
5. **Pon en el panel trasero contenido duradero y de menor prioridad.** Los datos de contacto, la dirección, un mapa o una zona de envío postal funcionan bien. Si el tríptico se enviará por correo sin sobre, deja libre este panel para el franqueo y la dirección. Las normas de envío y las tarifas vigentes las publica el [USPSTM](#), así que consúltalas antes de diseñar.
6. **Prueba con una maqueta de papel plegada.** Imprime el diseño en papel normal a tamaño real, plégalo y repasa los cuatro pasos anteriores. En pocos minutos verás si la portada, la solapa y el panel trasero están donde querías.



Tríptico, plegado en Z, díptico y plegado en puerta

Los cuatro formatos pueden fabricarse con la misma hoja de 8,5 x 11 in, pero se abren de forma distinta, y eso cambia el orden de lectura. Elige el plegado que se corresponda con la manera en que la gente se encontrará con la pieza.

Formato	Pliegues	Paneles (total)	Tamaño plegado a partir de 8,5 x 11 in	Cómo se abre	Mejor uso
Tríptico (plegado en carta / en rollo)	2 paralelos, que se envuelven hacia dentro	6	≈ 3,67 x 8,5 in	Portada, luego solapa, luego apertura completa	Narración por etapas, exposición en expositor, envío en sobres #10
Plegado en Z	2 paralelos, en acordeón	6	≈ 3,67 x 8,5 in	Se abre en zigzag; todos los paneles tienen el mismo ancho	Guías paso a paso, mapas y cronologías que se leen de corrido
Díptico (plegado por la mitad)	1	4	5,5 x 8,5 in	Se abre como un libro	Menús, programas de eventos, listas de precios breves
Plegado en puerta	2, con ambas solapas encontrándose en el centro	6 (2 solapas exteriores estrechas y centro ancho)	5,5 x 8,5 in	Dos puertas que se abren para mostrar el interior	Lanzamientos de producto, invitaciones, una sola imagen principal

El tríptico y el plegado en Z se ven idénticos cuando están cerrados, lo que da lugar a encargos equivocados. La diferencia es estructural. En un plegado en Z ningún panel se mete hacia dentro, así que las tres columnas pueden tener el mismo ancho, y la vista interior completa se alcanza con un

solo despliegue, sin etapa de solapa. Si tu contenido es una secuencia lineal, quizá le convenga más un plegado en Z. Si quieres una revelación por etapas, usa el tríptico plegado en carta.

Qué revisar antes de entregar el arte final

Entender la estructura es solo la mitad del trabajo. La otra mitad es asegurarse de que el resultado impreso coincida con el archivo. Tres comprobaciones se relacionan directamente con cómo está construido un tríptico.

Pregunta cómo se harán las pruebas de color. Los pliegues ponen uno junto a otro colores de paneles distintos, así que un cambio de color a través de un pliegue se nota fácilmente. Muchos impresores se remiten al [estándar de pruebas de color ISO 12647-7](#)^[2] para las pruebas de contrato digitales. ISO revisa partes de esta serie con el tiempo, así que confirma a qué edición se refiere un proveedor consultando la [ficha del catálogo de ISO](#)^[3] antes de incluirla en un requisito.

Verifica cada afirmación de cada panel. Un tríptico no se puede corregir una vez impreso. La [guía empresarial de la Comisión Federal de Comercio de EE. UU.](#)^[4] explica cómo las afirmaciones publicitarias y los testimonios deben ser veraces y estar respaldados. Esto importa sobre todo en la portada y en la solapa interior, donde suelen ir las afirmaciones más llamativas.

Elige el papel y la tinta teniendo en cuenta la vida útil del tríptico. Una pieza pensada para una sola feria tiene necesidades distintas de otra que se queda un año en un mostrador de recepción. Organismos del sector como el [Graphic Arts Council](#)^[5] señalan el contenido reciclado y el menor uso de tinta como prioridades actuales. Un informe de la [Flexographic Technical Association](#)^[6] atribuye a las tintas de base vegetal una reducción de la huella de hasta 35 %. Los críticos de [Earth911](#)^[7] sostienen que las tiradas excesivas acaban en vertederos, por lo que pedir una cantidad realista también forma parte de la decisión.

Los campos de especificación, la aprobación de pruebas, la inspección y la elección de una vía de abastecimiento se explican en la [página de producto de trípticos personalizados](#). Para cantidades, precios y plazos, solicita una cotización con tu plan de paneles adjunto.



Preguntas frecuentes sobre el tríptico

Pregunta: ¿Cuántos paneles tiene un tríptico?

Seis. Hay 3 paneles en cada cara de una misma hoja. A veces se dice «3 paneles» porque solo tres se ven a la vez cuando el tríptico está del todo abierto, pero seis superficies llevan contenido.

Pregunta: ¿Cuál es el orden de páginas correcto de un tríptico?

En un plegado en carta estándar, el orden es: portada → primera apertura (interior izquierdo más la solapa plegada) → apertura interior completa (izquierda, centro, derecha) → panel trasero. En la cara exterior plana, la portada está a la derecha, el panel trasero en el centro y la solapa plegada a la izquierda.

Pregunta: ¿Tienen los 3 paneles el mismo ancho en un tríptico de 8,5 x 11?

No en un plegado en carta. El panel que se mete hacia dentro suele recortarse un poco más estrecho. Una división habitual es 3,6875 / 3,6875 / 3,625 in, que tiene en cuenta el grosor del papel. Un plegado en Z, en el que no se mete ningún panel, puede usar tres paneles iguales de 3,667 in. Sigue siempre la plantilla de tu impresor.

Pregunta: ¿Qué es un folleto tríptico y se diferencia de un tríptico?

Es el mismo formato plegado. «Folleto» suele sugerir contenido informativo o de servicio público en papel más ligero, mientras que «tríptico» sugiere contenido comercial o de ventas. La estructura, el orden de los paneles y las dimensiones son los mismos.

Pregunta: ¿Qué panel debe llevar la llamada a la acción?

El interior derecho es la mejor posición porque es el último panel de la apertura principal. Repite los datos de contacto en el panel trasero para que sigan visibles cuando el tríptico esté cerrado o colgado de un tablero.

Pregunta: ¿Se puede enviar un tríptico por correo sin sobre?

Los autoenvíos son habituales, pero deben cumplir las normas postales sobre tamaño, cierre y ubicación de la dirección, y el panel trasero suele reservarse para la dirección. Consulta los requisitos y las tarifas vigentes en tu servicio postal antes de cerrar el diseño.

Pregunta: ¿Qué tamaño tiene un tríptico fuera de EE. UU.?

Los países que usan papel ISO suelen emplear A4 (210 x 297 mm), que se pliega a unos 99 x 210 mm, el tamaño DL que cabe en un sobre DL (110 x 220 mm).

Puntos clave

- **Un tríptico es 1 hoja que lleva 6 paneles.** — 2 pliegues, 3 paneles por cara, 6 superficies de contenido ([Fuente](#))
- **El formato estándar de EE. UU. reduce 8,5 x 11 in hasta el ancho de un bolsillo.** — unos 3,67 x 8,5 in una vez cerrado, cabe en un sobre de 4,125 x 9,5 in, tipo #10 ([Fuente](#))
- **Los lectores ven los paneles en un orden fijo, así que planifica el contenido en ese orden.** — 4 pasos de lectura: portada, primera apertura, apertura completa y panel trasero

([Fuente](#))

- **Acuerda el estándar de pruebas de color antes de aprobar el color.** — ISO 12647, parte 7, abarca los procesos de pruebas de color digitales ([Fuente](#))
- **El contenido personalizado de los paneles es una palanca medible, no un adorno.** — se reporta hasta un 28 % más de conversión en trípticos personalizados con IA ([Fuente](#))

Esa última cifra procede de una entrevista con un experto en [Printing Impressions](#)^[8]. Considérala un máximo reportado y no un resultado típico, y mide tu propia respuesta con una URL con seguimiento o un código QR en el panel interior derecho.

Conclusión

Un tríptico parece simple, pero su estructura es precisa. La portada está a la derecha de la hoja plana, el panel trasero en el centro y una solapa un poco más estrecha se mete hacia dentro para crear una breve etapa de adelanto antes de la apertura completa. Cuando planificas el contenido en el orden en que el lector realmente lo ve, puedes dar instrucciones a diseñadores e impresores en términos que se sostienen hasta la prueba. Cuando el plan de paneles esté listo, llévalo a la página de [trípticos personalizados](#) para convertirlo en una especificación que pueda cotizarse con exactitud.

Fuentes

1. [United States Postal Service — información sobre tarifas postales](#). Referencia del organismo postal del gobierno sobre precios de envío y sus cambios. [↵](#)
2. [Organización Internacional de Normalización — ISO 12647-7, procesos de pruebas de color que parten directamente de datos digitales](#). Organismo internacional de normalización. [↵](#)
3. [Organización Internacional de Normalización — ficha del catálogo de normas](#). Úsala para confirmar la edición a la que se refiere un proveedor. [↵](#)
4. [Comisión Federal de Comercio de EE. UU. — guía empresarial sobre publicidad](#). Orientación de la agencia gubernamental sobre afirmaciones veraces y testimonios. [↵](#)
5. [Graphic Arts Council — Informe de prácticas de impresión sostenible \(2025\)](#). Informe de la asociación del sector sobre contenido reciclado y reducción de tinta. [↵](#)
6. [Flexographic Technical Association — Informe anual \(2025\)](#). Informe de la asociación del sector sobre la adopción de tintas de base vegetal. [↵](#)
7. [Earth911 — materiales de marketing ecológicos](#). Publicación independiente sobre el impacto ambiental de los materiales impresos. [↵](#)
8. [Printing Impressions — entrevista a un experto sobre trípticos personalizados con IA \(noviembre de 2025\)](#). Publicación comercial independiente. [↵](#)