



**UNIVERSIDAD POPULAR AUTONOMA
DEL ESTADO DE PUEBLA**

Escuela de Diseño Gráfico

TESIS PROFESIONAL

**"Aportación de Diseño Gráfico
al concepto de Imagen Corporativa
de la Empresa Africam Safari"**

que para obtener el Título de

LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

Presentan

**Meley María Luisa López Carral
Diana Edith Zepeda Quiroz**

Puebla, Pue.

Otoño 96



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyła**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



A Dios

Tan sólo por la simple oportunidad de dejarme existir.

A mi mamá Lili

Por todo el apoyo que me ha brindado durante toda mi vida, así como también por estar conmigo en todos los momentos decisivos.

A mi hermano Toño

Por ser un tesoro muy especial conmigo a pesar de nuestra diferencia de edades.

A mis abuelitos Mamá Pita y Papá Carlitos

Por todo su cariño, comprensión y apoyo en todos estos años, los quiero muchísimo y gracias por todo.

A mi papá Toño

Por demostrarme siempre que puedo contar contigo

A mis primos:

Cintia, Mirna, Nina, Olinka, Miguel, Paty, Oscar, Dana, Carlitos, Lili.

A mis Tíos:

Torico, Celia, Car, Nina, Paty, Toño, Lila

A mis sobrinos:

Claudio, Olinkita, Juan Carlos, Keny, Naomi.

A Cesar, Pablo y Fernando

Por los buenos momentos que hemos pasado juntos.

A la Samy

Por que desde pequeña has estado junto amí.

A mis maestros

Que han formado parte importante en el desarrollo de mi vida.

A mis amigas

Sandy, Astrid, Mayté, Alma, Hanako.

A Gerardo

Porque a pesar de todo nuestra amistad ha perdurado siempre y ser el mejor amigo.

A Miguel Angel (Chapetes)

Por brindarme la oportunidad de ser su amiga y estar conmigo en las buenas y en las malas.

A Diana

Por no ser solamente una compañera de tesis, ya que todo este tiempo me ha demostrado ser una gran persona conmigo y por todos los momentos que hemos pasado juntas.

Gracias

Meley

A mi madre

Sra. Gabriela Quiroz Aco
Por todo el apoyo que me has dado
a lo largo de mi vida, y enseñarme
a nunca renunciar, pero
sobre todo, por comprender
mi rebeldía y darme la libertad
de elegir mi propio camino.
Con todo mi reconocimiento y
GRATITUD.

**A mis hermanas
Gabriela (K-by)**

Por ser como eres, yo sé que a veces no
te entiendo, pero aún así, te admiro, te
quiero y te respeto muchísimo
Va por tí y por el BEBE

Judith(Yeyé)

Por apoyarme y comprenderme en mis
peores momentos, y ser mi mejor
compañía en todo lo bueno
Eres una niña muy linda y T.Q.M.

Nunca cambien, las dos y medio
valen chorros.

A mi novio Miguel Angel

Por todo el amor que no creo merecer,
eres lo mejor que me ha pasado
en la vida TE AMO.

A mis abuelitos Manuel y Leonor
Por su cariño y por creer en mí.

A María del Rocío (Roo)
Porque eres una personita muy
especial y te adoro

A Miriam

Por tu cariño tan sincero y
desinteresado, eres de lo mejor.

A mis amigas

Adriana (Beba), Lucero y Karla
Por una amistad tan sincera y especial.

A Lupita (Lupe)

Mujer, todo lo que te pueda decir está
de más, gracias por tus consejos, tu
apoyo y por morirte en la raya conmigo
Eres mi mejor AMIGA.
Te quiero un...montón.

A mis maestros

Por enseñarme sobre todo, a buscar y
encontrar lo mejor de mí.

A Meley

Porque no solo fuimos compañeras en
la Universidad, ya que con tantas cosas
que pasamos juntas, descubrimos algo
muy grande, nuestra AMISTAD.

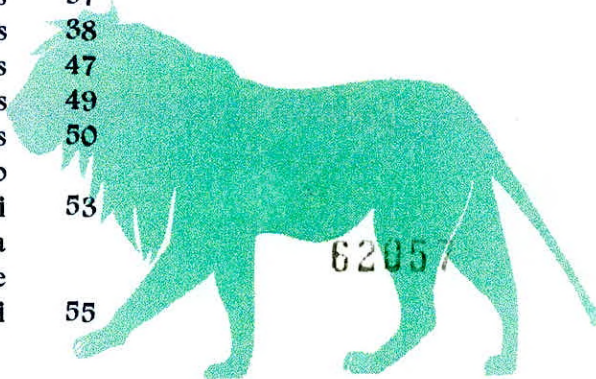
Y a Ti Dios Mío

Por bendecirme con tantas personas y
cosas tan maravillosas.
Gracias por ponerme frente a tantos
caminos, y ayudarme a elegir el mejor

Sinceramente

Diana

	Presentación	5
	Marco Teórico	7
	Introducción	8
1	Antecedentes	
	Antecedentes	11
	Conozcamos Africam Safari	12
	Ubicación	20
	Mapa interno parque zoológico	21
	Mapa vías de acceso	22
	Objetivos de Africam Safari	23
	Datos Estadísticos	24
	Direcciones de Africam Safari	26
	Conclusiones	27
2	Análisis e Investigación	
	El por qué de este Proyecto	29
	Plan de Trabajo	30
	Entrevistas personal	
	Africam Safari	32
	Observaciones	37
	Programa de encuestas	38
	Observaciones	47
	Comentarios	49
	Gráficas	50
	Visita al parque zoológico	
	Africam Safari	53
	Análisis de Semiótica de la primera y actual imagen de Africam Safari	55



Nivel Pragmático	56
Nivel Sintáctico	57
Nivel Semántico	61
Circunstancias que motivaron el cambio de imagen	63
Transición de la primera a la segunda imagen	65
Conclusiones	67

3 Estudio de elementos gráficos

Análisis elementos generales	69
Estudio gráfico de elementos generales	70
Análisis de estilo de diseño actual	73
Observaciones	74
Conclusiones	75

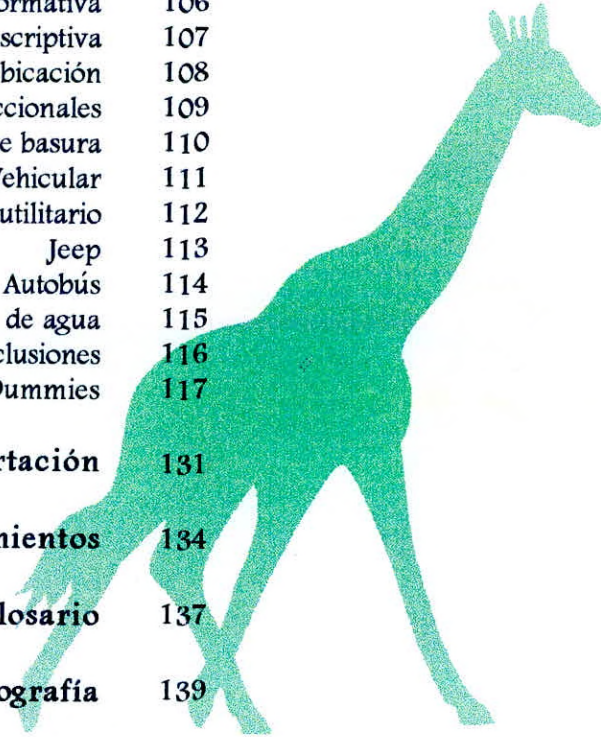
4 Justificación

Búsqueda de un nuevo diseño	78
Diseño propuesto y su justificación	79
Trazos básicos y colores	81
Conclusiones	83

5 Aplicaciones

Desarrollo gráfico	85
Materiales y Sistemas de impresión empleados por Africam Safari	86
Aplicaciones con el estilo de diseño propuesto	88
Etiquetas	89
Kit informativo	91

Kit infantil	93
Display	95
Módulo de información	97
Módulo de información interactiva	99
Señalética y señalización	102
Placa informativa	106
Placa descriptiva	107
Planos de ubicación	108
Paneles direccionales	109
Botes de basura	110
Parque Vehicular	111
Vehículo utilitario	112
Jeep	113
Autobús	114
Pipa de agua	115
Conclusiones	116
Dummies	117
Aportación	131
Agradecimientos	134
Glosario	137
Bibliografía	139
Apéndice	147
Medidas de aplicaciones	
Justificación diseño editorial	



Presentación

Africam Safari, la creación de una obra sorprendente e increíble, realizada por un hombre excepcional: Capitán Carlos Camacho.

En su inicio, el proyecto sólo tuvo el interés de ser una colección privada, pero con el propósito de que el público tuviera la oportunidad de admirar una gran variedad de animales salvajes desplazándose y conviviendo como si estuvieran en su hábitat natural; **Africam Safari** se funda en 1972.

Por un lamentable accidente el Capitán Camacho pierde la vida en Octubre de 1976. Sin embargo, esto no impidió que su obra continuara.

Con tenacidad, valor y coraje, los descendientes de aquel gran hombre, prosiguieron con el proyecto de amor y cuidado para los animales.

Así, y con un crecimiento constante, **Africam Safari** cuenta actualmente con más de 3000 animales de aproximadamente 250 especies, lo cual permite que más visitantes tengan la oportunidad de convivir con ellos, y de este modo cumplir con los objetivos de un zoológico moderno.

Si vas a **Africam Safari** serás observado por 4470 ojos, caminarás junto a 494 pies y 5500 patas; podrás conocer más de 643 colores de plumas diferentes y cargarás en la vista 276, 380 kilos de animales salvajes en libertad.

Marco Teórico

La realización de esta tesis no es solamente un documento académico, sino que pretende ser una aportación, aplicando conocimientos y experiencias en la búsqueda, análisis y solución a problemas de diseño gráfico en un campo de trabajo real.

Pues si bien, el diseñador gráfico es un generador de nuevas ideas, es importante que el mismo esté consciente de ser también, participe a conceptos de diseño ya establecidos. Esto es, no siempre el hecho de cambiar o modificar algo, signifique la mejor solución.

En el caso particular de una imagen corporativa, la tarea a seguir, es analizar las posibilidades de lograr una unificación en todos los elementos donde ésta aparezca. Asimismo, aportar en torno a ella, elementos de diseño que contribuyan a enriquecerla y personalizarla.

Esta tesis, se presenta como un documento que ofrece posibilidades de reforzar el concepto general de diseño gráfico, aunándose a la imagen corporativa de la empresa **Africam Safari**.

Introducción

Africam Safari es una empresa que tiene ya muchos años de existir, ha ido creciendo y evolucionando a través del tiempo y es por ello que además de ser un gran atractivo turístico forma parte ya del patrimonio de Puebla, por tal motivo la importancia de que tenga una imagen que apoye el concepto que la empresa ha adquirido ante la gente y que represente la esencia misma de la empresa.

El objetivo fundamental de esta tesis no es el de cambiar la imagen actual de **Africam Safari**, sino hacer un estudio de necesidades visuales, con el objeto de conseguir una apariencia coherente de ésta a base de coordinar todas sus manifestaciones visuales, aprovechando factores positivos que ayuden a obtener resultados óptimos, así como también eliminando deficiencias que de alguna u otra manera obstaculizan la búsqueda de estos resultados.

Así mismo, se hace una nueva propuesta de diseño que busca lograr un estilo propio que aunado a la imagen propicie una mejor producción de todos y cada uno de los elementos de diseño gráfico lo cual

unifique y distinga a **Africam Safari**.

Con todo lo anterior, se considera la importancia de dirigir correctamente el uso de la imagen, logrando de ésta un mejor aprovechamiento, de acuerdo a aspectos tales como: publicidad, dimensiones, repetición, ubicación, etc.

Para cumplir con este propósito, se ha realizado un programa de investigación, análisis, estudios y entrevistas para conocer al cien por ciento lo que esta empresa representa dentro y fuera del país.

Capítulo 1

Antecedentes





Antecedentes

Debido a la gran responsabilidad que involucra al diseñador gráfico, el hecho de aportar cualquier concepto gráfico, es conveniente que éste se familiarice con todos los aspectos que rodean a una empresa.

Por lo tanto los puntos principales a tomarse en cuenta son:

Historia

Ubicación en el estado

Distribución interna

Objetivos

Datos estadísticos

Direcciones



Conozcamos Africam Safari

El Paraíso de los animales en libertad.

Su Fundador

El Capitán Carlos Camacho Espíritu, originario de la ciudad de Acatzingo, Puebla, emigró a los Estados Unidos a la edad de 19 años, en donde, ayudado por su innata elocuencia, llegó a trabajar como locutor en varias estaciones de radio en los Angeles, California durante 10 años; de ahí fue nombrado locutor oficial de "La voz de América", en Washington, D. C.

Su inquietud, visión y actividad, aunados a un gran esfuerzo y dedicación, le llevaron a alcanzar grandes éxitos en lo que emprendió. Habiendo iniciado su primer negocio con una inversión de 26 dólares, logró establecer los laboratorios Mayov, que actualmente cuentan con sucursales en los Angeles, California; Ensenada, Tijuana, Villahermosa, Uruapan, Celaya, Minatitlán, Acayucan y Puebla, teniendo como centro de operaciones la ciudad de Los Angeles, California.

Logró ser propietario de la estación de radio "Kard" de Phoenix, Arizona; de la compañía de aviación "Safari Helicopters" y de una grabadora de discos.

Dedicó su tiempo libre a las emociones de vuelos en aerostatos, en los que llegó a implantar records mundiales como fueron: el globo más grande (el Espíritu de Puebla) y cruzar América en globo, logro que estuvo a punto de costarle la vida; además de incursionar como productor de películas en el cine mexicano.

El hombre brillante, visionario, canalizó su admiración, respeto y cariño por la naturaleza, en especial por los animales, a los que dedicó gran parte de su tiempo, gran parte de su fortuna y finalmente su propia vida.

El Sueño

Inició este reino de los animales como una colección privada que en los innumerables viajes de su fundador se iba conformando, en el cual se encontraban tigres de Bengala, los impresionantes leones africanos, llamas, jaguares, monos y aves exóticas

entre otras que en el mismo jardín de su residencia en Valsequillo Puebla, se adaptaban en albergues para exhibirlos, mismos que causaban la admiración de cuantos le visitaban se hicieron tan frecuentes como numerosas estas caravanas que motivaron al Cap. Camacho a idear la manera de que el mayor número de personas pudiera admirar a los animales que tenía en un lugar propio para ello.

Así pues, su gran ingenio, su amor por los animales y su interés por mostrarlos públicamente, propició la idea de crear un zoológico nada convencional en el cual los animales pudieran gozar de libertad, un verdadero safari, un trozo de selva, de sabana, o de llanura; para lo cual solicitó la cooperación de empresarios y banqueros, que desgraciadamente calificaron como "descabellada e imposible", viéndose en la necesidad de costear solo el proyecto.

Comenzó entonces a realizar el gran sueño de su vida, y asesorado por ingenieros, veterinarios, técnicos y en fin, un grupo organizado, entusiasta y emprendedor de gente experta en la materia que se encargó de llevar a cabo cuidadosamente lo

que ahora conocemos como: **Africam Safari**, cuyo patronímico es **AFRI** del continente africano y **CAM** del apellido Camacho y que ofrece la oportunidad de admirar una gran variedad de animales salvajes, como en su hábitat natural; sin ninguna reja de por medio, y ver más ejemplares que si se hiciera uno o más safaris alrededor del mundo.

Aunque contaba ya con varios ejemplares de distintas especies, el terreno de 200 hectáreas compradas junto a su residencia era mucho espacio para tan pocos animales, por lo que tuvo que acrecentar la colección, ya fuera adquiriéndolos en otros zoológicos, importándolos o capturándolos personalmente en sus lugares de origen, siempre tomando en cuenta a su arribo al safari sus necesidades de espacio, medio ambiente, etc.

Africam abre sus puertas

Con la imponente presencia de más de 1200 ejemplares, el reino de los animales en libertad abre sus puertas el 2 de abril de 1972, dando refugio a animales en peligro de extinción, en su mayoría del continente africano proporcionándoles el

medio de protección que necesitan para vivir y seguir reproduciéndose; coincidentalmente, Valsequillo guarda gran similitud topográfica y climatológica con el Africa Austral.

En el mes de marzo de 1975 la primera etapa de **Africam** queda en operación al 100%, donde se exhiben leones, jirafas, hipopótamos, cebras, monos, antílopes de varias especies y fabulosas aves exóticas; toda la colección proveniente de Africa así como de las selvas de las Américas, en la cual se observaban llamas, guanacos, tapires, gansos, flamings y aves de ornato, abarcando un total de 31.5 hectáreas.

Por un lamentable accidente, el 28 de octubre de 1976, los proyectos de continuar y ampliar el safari quedan detenidos por la trágica e inesperada muerte del Cap. Camacho; que como una paradoja fue a consecuencia de un ataque de quienes él tanto amaba y protegía: los tigres, sus animales favoritos a quienes había criado y los que consideraba como parte de su familia.

Sin embargo, su muerte detuvo proyectos pero no así su obra; con tena-

cidad, valor y coraje, los descendientes de aquel gran hombre continuaron con el proyecto; primero, su inteligente y entusista esposa, Louise Wardle de Camacho, y al morir ella, por sus hijos, quienes afortunadamente heredaron de sus padres el amor a los animales, a la naturaleza y el espíritu de lucha.

Así continuó **Africam**, creciendo, enriqueciéndose tanto en fauna como en servicios, esperando que cada día más hombres se acerquen a compartir y formar parte de esta gran tribu, y que poco a poco crezca en su corazón el amor por los animales, el respeto y la preocupación por fomentar su conservación y reproducción, colaborando así a hacer realidad el sueño de su fundador, Cap. Carlos Camacho Espíritu.

Africam HOY

Africam cumplió 24 años de existencia, sus metas y ambiciones han sido cubiertas no con facilidad, ya que esto exige tezhón, empuje y amor a la naturaleza.

Actualmente **Africam** educa a la sociedad en aspectos ecológicos me-

dante el esparcimiento familiar. Contribuye a la conservación de la flora y la fauna; mantiene a los animales de la colección en condiciones apropiadas y en un hábitat semejante al natural. Busca permanecer en el mercado mejorando la calidad de vida de sus integrantes; actualmente **Africam Safari** es el zoológico más importante de América Latina pero no conforme con esto cada día lucha por ser líder en su ramo a nivel mundial y para ello cuenta con los mejores recursos humanos y tecnológicos.

Desea desarrollar un ambiente único de esparcimiento sano y familiar; en donde, mediante una educación ecológica se logre concientizar a sus visitantes de la importancia de preservar el medio ambiente y generar con ello un cambio positivo de actitudes, no cesa de investigar, aprender y difundir acerca de las especies animales en cautivero, pero verificando que cada acción y actividad con los animales en **Africam** se justifique plenamente para mejorar la situación de las especies en libertad.

Busca hacer de **Africam** un zoológico único por su ideal social, su

historia y su filosofía, logrando ser un polo de atracción turístico, contribuyendo al desarrollo, socio-económico y protegiendo ecológicamente la zona de Valsequillo, Puebla y a la Entidad en general.

Actualmente, de sus 200 hectáreas **Africam** cuenta con infraestructura en 80 ha. donde se pueden apreciar más de 3000 animales de 250 especies distintas, éstas son distribuidas en secciones según su lugar de origen, así como la compatibilidad de unos con otros y las condiciones topográficas del terreno.

El Safari o recorrido

La primera sección que se encuentra es la Africana, en la cual se pueden apreciar antílopes nilgo o toro azul, monos verdes, antílopes acuáticos, avestruces, antílopes sable real, gacelas de Thompson, jirafas y gacelas de Grant, entre otros.

A continuación se encuentra la sección Internacional, donde se ven animales de todas partes del mundo, como llamas peruanas, flamings mexicanos, grullas, los fabulosos y exóticos sarus de la India, emús, aves procedentes de Australia y Nueva

Guinea; muflones europeos, monos papiones, antílopes Orix Cimitarra originarios de Africa, grullas coronadas de Uganda y elefantes asiáticos.

Posteriormente se encuentra Botswana, donde habita el rinoceronte blanco, se puede observar orgulosamente como los primeros en América Latina; cebras y antílopes ñus, también conocidos como antílopes "cara de diablo".

La cuarta sección, Uganda es dominada por su majestad el león; dentro del safari se ha logrado una adaptabilidad incomparable aunado a una vista de sabana africana lograda con árboles y plantas endémicas del lugar.

A continuación se encuentra la sección en la que habitan plácidamente algunas variedades de venados como el cola blanca, el gamo blanco o paleta, etc.

Ya visitadas estas secciones se encuentra Mombasa, lugar donde se puede descender del vehículo para refrescarse, pasear en pony, adquirir como recuerdo de **Africam** algún souvenir en la choza Kar Lui, o dar

un paseo en lancha hacia la presa de Valsequillo.

La sección número seis da la bienvenida con pelícanos blancos y grises, siendo el foco de atención el oso americano.

La sección Asiática, la más nueva del safari introduce al mundo del tigre blanco, donde se admiran ruinas y construcciones ad hoc enmarcadas por una cascada de 13 metros de caída.

Posteriormente se llega a la sección de hipopótamos donde da la bienvenida una familia de chimpancés que orgullosamente muestran a sus crías nacidas recientemente en **Africam**.

Asimismo se encuentra el albergue de orangutanes y lógicamente los caballos de río, mejor conocidos como hipopótamos.

La última sección en la que se divide el safari es la Americana, en la que se encuentran bisontes (búfalos), el wapiti originario del Canadá y el antílope black buck, uno de los antílopes más pequeños que existen en el mundo.

Las secciones mencionadas componen la primera parte de **Africam Safari**, la diversión y la oportunidad de asombro continúan en la segunda parte.

Zoológico Cap. Carlos Camacho

El zoológico infantil se recorre a pie y en él se pueden observar crías de los animales del safari además de pumas, jaguares, tigres de Bengala que se encuentran en jaulas apropiadas, el panda menor o panda rojo, único en Latinoamérica; canguros, tigrillos, cocodrilos y una extensa colección de aves que incluyen ejemplares de todo el mundo, de los más variados plumajes, colores y tamaños.

La Selva Tropical, el albergue más grande de América, en el que encontramos la caverna donde habitan murciélagos y vampiros enmarcada por un lago con una cascada y ambientada en su ribera con más de cien especies diferentes de plantas.

También se encuentra la sección de Sensibilización y Educación Ambiental la cual busca encender en los visitantes la llama del amor hacia la naturaleza.

El lago Tangañica donde se encuentran dos islas habitadas por monos araña, una de las especies más divertidas, originaria de México; además cisnes blancos y negros, patos y gansos. En esa misma área se encuentra el restaurante panorámico Chakula Kisuri (comida sabrosa en suahili) donde además de degustar la exquisita comida poblana, tiene una excelente vista de las secciones Africana y Americana.

No se puede olvidar el Jardín Botánico Louise Wardle de Camacho, de una belleza incomparable, desbordante en colores, el cual reúne una gran cantidad de fauna nativa. Único en la región, alberga especímenes endémicos, y una extensa colección de plantas medicinales, de ornato y cactus que lo hacen un excelente muestrario botánico.

Proyectos especiales

Un importantísimo dato de **Africam Safari** es el relativo a logros de conservación y reproducción de especies difíciles de mantener en cautiverio, ya que al respecto **Africam** se ubica dentro de los primeros lugares en el mundo, gracias a especies tales como el tigre

siberiano y de Bengala, los chimpancés y rinocerontes blancos así como aves que se encuentran en la lista de extinción mundial, y que se han logrado no sólo mantener, sino reproducir; lo más espectacular es el haber logrado revertir el proceso de un zoológico, actualmente **Africam Safari** se encuentra orgulloso y satisfecho de haber iniciado el proceso de reintroducir a su hábitat natural a especies en vías de extinción.

La preocupación por el deterioro ambiental ocasionado en la región de Valsequillo, ha motivado a realizar un estudio de impacto ambiental así como investigaciones de la fauna y la flora de la región, logrando reproducir con éxito varias especies que se creían desaparecidas. Importante también es señalar el estudio de flora realizado recientemente con el cual se pretende apoyar en la reforestación del área, principalmente con encino blanco, especie de la región logrando reintroducir al correr de cinco años de arrancado el proyecto 750,000 árboles cultivados en los viveros del parque y sembrados en áreas silvestres no propiedad de **Africam**.

Asimismo existen constantemente campañas de educación ambiental, reciclaje y ecología en la comunidad, visitando escuelas, empresas, asociaciones y a la ciudadanía en general.

Watusi Watoto

"El proyecto ecológico de concientización más ambicioso de México".

Esta frase encierra por sí misma lo que se propone lograr con el programa, este año se espera captar mas de 7000 niños de entre 6 y 14 años en campamentos que permitan conocer **Africam Safari** tras bambalinas, donde pueden ellos mismo preparar la comida de los casi 3000 animales, vivir la experiencia de presenciar la operación de un animal exótico, pescar, hacer deporte y mucho más, inculcándoles el mismo amor que las personas de **Africam Safari** sienten hacia la naturaleza, la preocupación por el futuro ambiental de nuestro mundo, así como por la vida.



Ubicación

Dentro del Estado el Parque Zoológico Africam Safari, se localiza en el Km. 16.5 de la carretera a Valsequillo, de la Ciudad de Puebla.

Este zoológico ha sido construido bajo la supervisión de técnicos los cuales han tratado de transplantar parte del continente africano, lo que ha permitido que las especies se adapten a las condiciones climáticas y topográficas del lugar.

Su distribución interna, ubica por secciones a las diversas especies animales de la siguiente forma:

Sección Africana

Sección Internacional

Sección Botswana

Sección Uganda

Sección Mombasa

Sección Kenya

Sección Asiática

Sección Americana

Zoo. Carlos Camacho

Sin olvidar claro sus servicios de tiendas, restaurantes, sanitarios, etc.

62057

Mapa interno
parque zoológico



Objetivos de Africam Safari

Los siguientes objetivos hablan de las prioridades que **Africam Safari**, se preocupa en instituir y llevar a cabo constantemente:

Educar a la sociedad en aspectos ecológicos.

Contribuir a la conservación de la flora y fauna.

Permanecer en el mercado mejorando la calidad de vida de sus integrantes.

Desarrollar un ambiente único de esparcimiento sano y familiar.

Investigar constantemente, para aprender y difundir acerca de las especies animales en cautiverio, pero verificando que cada acción y actividad con los animales se justifique plenamente.

Hacer de **Africam Safari** un zoológico líder, único por su ideal social, su historia y su filosofía.



Datos estadísticos

Como parte del trabajo se realizó una investigación referente a los datos estadísticos de **Africam Safari**, la información obtenida es la siguiente:

Actualmente **Africam Safari** cuenta con más de 3000 animales de 250 especies diferentes.

El personal que colabora en la empresa asciende a 247 personas, entre las que trabajan:

médicos veterinarios
psicólogos
comunicólogos
médicos generales
almacenistas
mecánicos
albañiles
cajeros
diseñadores
publicistas
enfermeras
abogados
carniceros
electricistas
pintores
secretarias
mercadólogos
fotógrafos
administradores

ingenieros civiles
investigadores
porteros
nutriólogos
biólogos
educadores
técnicos zootecnistas
dentistas
choferes
herrereros
jardineros
contadores
policías
ingenieros electrónicos
químicos farmacobiólogos
administradores de tiempo libre
rotulistas
técnicos en computación
técnicos en turismo
ingenieros en sistemas
agentes de ventas
cocineros
arquitectos
guarda animales
guias

1 camión de volteo
5 camionetas
6 lanchas
1 minibús
5 remolques
3 vagonetas
15 jeeps
18 unidades utilitarias.

Semanalmente en el Parque Zoológico se consumen:

8 toneladas de carne
2800 piezas de pollo
7 toneladas de frutas y
verduras
504,000 litros de agua
16 toneladas de pastura
3.5 toneladas de alimento
concentrado
1 tonelada de semillas

Las unidades de transporte con las que cuenta **Africam Safari** son:

14 autobuses
3 pipas
1 tractor
1 ambulancia
3 motocicletas



Direcciones de
Africam Safari

Independientemente de las oficinas de operación, **Africam Safari** cuenta con oficinas administrativas y de ventas en la ciudad de Puebla y en el Distrito Federal.

Ahí, los interesados pueden recibir informes para recorridos, campamentos y demás actividades que ofrece **Africam Safari**.

Africam Safari, S. A.
Km. 16.5 carretera a Valsequillo
Tel.: 30-09-75
Puebla, Pue.

11 Oriente 2407
Col. Azcárate
Tels.: 35-87-13, 35-87-18,
35-87-00
Fax: 35-86-07
Puebla, Pue.

Pilares 13-A
Col. del Valle
Tels.: 575-27-31
Fax: 559-24-86
México, D.F.



Conclusiones

Africam Safari es una empresa que tiene ya muchos años de existir, la cual ha ido creciendo y evolucionando a través del tiempo, es por ello que ya forma parte del patrimonio de la ciudad de Puebla, además de ser un gran atractivo turístico para el estado y la República, pero **Africam Safari** no solamente busca divertir a la gente su función va más allá de ser solamente un zoológico.

Africam tiene como prioridades el instituir en la gente el amor a la naturaleza y a los animales para ello realiza constantemente talleres y programas de educación en aspectos ecológicos, contribuye a la conservación de la flora y fauna, además de ofrece un ambiente de esparcimiento sano y familiar.

Aun con todo lo obtenido **Africam** busca permanecer en el mercado mejorando la calidad de vida de sus intergrantes y juntos luchar por ser cada día mejores.

Africam Safari es un zoológico líder, único por su ideal social, su historia y su filosofía.

Capítulo 2

Análisis e Investigación





El por qué de este Proyecto

El interés principal al haber elegido a la empresa **Africam Safari** como punto focal para esta tesis, tiene como objetivo proponer una nueva imagen corporativa. Por ello, el hecho de realizar un proyecto de tal magnitud, debe estar perfectamente respaldado y justificado por una metodología de trabajo, investigación y análisis que justifique el cambio de su actual imagen corporativa.

Así, en este segundo capítulo se contempla un programa de investigación más amplio que llevará a cimentar mejor la decisión final.



Plan de Trabajo

El plan de trabajo se establece con la finalidad de conocer necesidades, así mismo permite marcar objetivos señalando la forma y los recursos necesarios con que se llevara a cabo.

El mismo se conforma de los siguientes puntos:

Entrevistas al personal de Africam Safari. Teniendo como objetivo conocer el punto de vista de algunas personas que colaboran en la empresa, acerca del lugar en el que trabajan, como lo ven, y que es lo que quieren que la gente conozca de la empresa.

Programa de encuestas. Tiene como objeto saber que tanto identifica la gente la imagen que actualmente utiliza Africam Safari, así como también su opinión acerca de esta imagen.

Visita al parque zoológico. Con el fin de conocer las instalaciones, los servicios y las actividades que se realizan en Africam Safari.

Análisis gráfico de la imagen original y de la imagen actual. Este análisis se hará con base a in-

investigaciones de Semiótica para conocer el valor que se le da a la corporación por medio del Logo-símbolo. Esto permitirá conocer si la imagen que utiliza **Africam Safari**, es funcional y si cubre todas las necesidades requeridas.

El estudio de los puntos anteriores ayudará a obtener resultados que sirvan para proponer soluciones satisfactorias y oportunas.



Entrevistas al personal de Africam Safari

Dentro del programa de investigación para conocer más a la empresa **Africam Safari**, se realizaron diversos tipos de entrevistas, con el fin de conocer los puntos de vista de algunas personas que colaboran en las distintas actividades de la empresa.

La información obtenida fué la siguiente:

**Lic. Frank Carlos Camacho
Wardle**
Gerente de Zootecnia

El Licenciado Camacho, una de las personas clave en el desempeño del zoológico, comentó que **Africam Safari** tiene como filosofía principal, "el respeto a la naturaleza y la constante preocupación hacia la vida y conservación animal".

A diferencia de otros parques zoológicos, **Africam Safari** trasciende destacándose como una reserva ecológica.

Al preguntar al Licenciado Camacho con respecto a la imagen corporativa manifestó que ésta ha evolucionado a la par con los objetivos de **Africam Safari**, sin embargo debido a la extensión de la empresa es difícil a ve-

ces, concretar una unificación en el uso de la misma para programas de publicidad y en todos los aspectos donde la imagen sea requerida.

Africam continúa acrecentando sus objetivos con un programa de capacitación que va desde los departamentos más sencillos (pero no menos importantes) hasta los más grandes.

**Lic. Rogelio Carrera
Hernández
Director del Departamento
de Ventas, Mercadotecnia y
Publicidad**

El Licenciado Rogelio Carrera es responsable de todo lo relacionado con el departamento de ventas, mercadotecnia, publicidad y diseño, y es quien coordinó la idea del cambio de imagen. Esta idea surge cuando se dieron cuenta que la imagen anterior empezaba a verse anticuada, además de que los dibujos eran totalmente caricaturizados lo cual chocaba con la filosofía de la empresa, que propone como uno de sus principales objetivos la educación. Después de varios estudios se determinó que es más ilus-

trativo usar dibujos más realistas, además de ser más didáctico. Los colores dejaron de ser brillantes y fueron cambiados por otros más naturales identificados más con el estilo de safari que es la imagen que se quiere explotar.

Con respecto al diseño utilizado en los vehículos comentó que la idea del cebrado fue instituido desde los inicios del parque por el Cap. Carlos Camacho quién quería que la gente al viajar en ellos sintiera que realmente estaba en un safari.

Cabe mencionar que el Licenciado Carrera fue quien facilitó la información requerida para la realización de esta tesis como es la historia, los objetivos de la empresa, visitas al parque zoológico, y el acceso a los manuales de imagen corporativa tanto de la primera imagen como el de la imagen actual.

**L.D.G. Gabriela Jiménez
Minutti
Jefe del departamento de Diseño Gráfico**

La Licenciada Jiménez, es la encar-

gada de manejar la Publicidad de **Africam Safari**.

Ella habló a grandes razgos de los motivos que propiciaron el cambio de la imagen; se buscaba romper con el concepto de "caricaturizar" al reino animal, ya que para **Africam Safari**, el respeto a la vida animal es su principal interés, así mismo lo colores actuales son selváticos; a partir de esto surgen todos los cambios que presenta la imagen actual en comparación con la primera. Además de todo esto existe un lema para **Africam Safari** que dice: "El Paraíso de los animales en libertad", también con el cambio de imagen surge una nueva frase que dice: "Libera lo salvaje que llevas dentro", con estos dos slogans **Africam** motiva el interés por la aventura, los animales exóticos, los safaris africanos, etc. y al mismo tiempo se le dá un mensaje de libertad de acción, y una invitación a las personas a que entren en contacto con la naturaleza y el hábitat natural de las diversas especies animales.

Biól. Arturo Galicia
Zamora
Miembro de AZCARM

El Biólogo Arturo Galicia, participa de una forma externa con el zoológico, su trabajo se desempeña en la Asociación AZCARM, que es la Asociación de Zoológicos y Acuarios de la República Mexicana. Esta asociación no lucrativa, participa activamente con sus afiliados con asesoría legal, información, y sobre todo en el cuidado, reproducción y correcto manejo de las diversas especies que existen en los diferentes parques de la República Mexicana.

La entrevista se dirigió más bien a obtener información de los principales zoológicos que hay en México y la importancia de **Africam Safari**.

En su opinión ¿Cuáles son los zoológicos mas visitados en la República mexicana?

Zoológico de Chapultepec en México, D.F.; Zoológico Benito Juárez en Morelia, Michoacan; Zoológico de Guadalajara, Jalisco; Zoológico Miguel Alvarez del Toro en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y Zoológico **Africam Safari** en Puebla, el orden en que fueron mencionados no tiene que ver con el lugar que ocupan como los mejores zoológicos de Mé-

xico, pero cabe mencionar que el parque zoológico **Africam Safari** esta considerado como el más importante de América Latina ya que éste además de ofrecer a diferencia de los demás la posibilidad de ver a los animales en libertad sin una reja de por medio, también ha contribuido a la conservación y reproducción de especies, así como al cuidado del medio ambiente, y su interés por educar e inculcar en las personas el amor a la naturaleza.

Con esta información se descubrió la importancia que tiene dentro de la República y en el extranjero el parque zoológico **Africam Safari**, así como también lo que lo hace diferente de los demás.

Sr. Eloy Piñeiro Ramírez
Departamento de Ventas

Eloy Piñeiro, tiene 5 años trabajando en este zoológico, su desempeño consiste en promover recorridos para escuelas, así como también para el campamento Watusi Watoto.

Considera que lo más importante, es hacer conciencia en las personas que visitan el zoológico, la importancia que tiene el respeto y cuida-

do de las especies animales y su ecosistema.

Pero, para dirigir la entrevista hacia el punto focal, que era conocer el significado de la imagen, se realizaron las siguientes preguntas:

¿Cuántas imágenes ha tenido el parque desde su fundación hasta hoy?

Dos, la primera existió desde los inicios del parque, la segunda, tiene apenas cuatro años de haberse instituido.

¿Porqué se maneja la imagen de un elefante, y no un tigre?

El tigre es algo así como "el arma secreta" del zoológico, pues la persona que ve la imagen, no solamente aprecia en ella la promesa de ver a un elefante, sino también, encontrarse muchas sorpresas agradables, como el tigre blanco, por citar alguna.

Eloy Piñeiro agregó también su opinión personal con respecto a la importancia de una buena imagen (que fue otra de las preguntas) y dijo que la evolución de la imagen

de **Africam Safari**, obedece a la necesidad no solamente de divertir, sino también a educar.

Asimismo menciona que una buena imagen debe verse reflejada en todos los elementos del parque como papelería, uniformes, propaganda, vehículos, etc. Como dato adicional, mencionó que la publicidad impresa esta elaborada en papel reciclado.



Observaciones

Como pudo apreciarse, el personal entrevistado, habló libremente de lo que para cada uno de ellos significa el participar en la empresa **Africam Safari**.

Si bien, no en todos los casos se habló concretamente respecto a su imagen corporativa, se obtuvo una información que toca aspectos que enriquecen esta investigación como es el hecho de instituir una cultura de educación ecológica, filosofía de respeto a los animales y su hábitat, hasta el hecho mismo de realizar su propaganda utilizando material reciclado.

Los resultados obtenidos en esta etapa de investigación, habla de un constante progreso y consolidación, no sólo como centro recreativo, sino como una de las mejores empresas del estado y del país.



Programa de encuestas

Dentro del programa de investigación se realizó una encuesta con el objetivo de obtener información sobre que tanto identifica la gente la imagen de **Africam Safari**, así como también su opinión acerca de ésta.

Para cubrir los objetivos planeados se dio a la encuesta un enfoque objetivo y libre de prejuicios.

Para la realización de ésta se tomaron unidades representativas de la población total, con el fin de que la opinión de esa parte del mercado correspondiera estadísticamente a la respuesta de la totalidad. Por lo tanto fué elegida una población con las siguientes características:

Africam Safari es una empresa que fomenta y apoya la convivencia familiar por tal motivo se tomo en cuenta a personas del sexo masculino y femenino.

La edad fué en promedio de 12 años en adelante, esto se debe a que niños con menos edad podrían no entender el concepto que se está manejando en la encuesta y esto podría arrojar datos falsos o confusos.

Cabe mencionar que la mayoría de personas encuestadas mencionó no tener más de 55 años, pero esto fué simple casualidad.

El nivel socioeconómico fue de clase media en adelante ésto se debe a el costo de entrada al parque zoológico.

Se realizaron 500 encuestas las cuales fueron aplicadas tanto a personas que viven en Puebla como a las que vienen de diferentes partes de la República y aunque la población turística extranjera también fue considerada, ésta fue mas bien escasa.

Los lugares donde se realizó la encuesta fueron: centros comerciales, centro y zócalo de la Ciudad, y parque zoológico **Africam Safari** (es importante mencionar que en el parque solo se realizó un número mínimo de encuestas ya que la gente tenía más interés por entrar y divertirse en el parque que por el de contestar, además de que al detenerse los coches obstruían el paso a los demás autos).

El mecanismo en la elaboración del cuestionario para obtener la infor-

mación requerida fue de la siguiente manera:

Las preguntas fueron absolutamente comprensibles para el tipo o nivel de personas a quienes se dirigen, ya que se tomó en cuenta que una cosa puede resultar muy clara para quién hizo el cuestionario, porque al estructurarlo lleva ya preconcebida determinada idea, y confuso para quienes han de responder. Así mismo se procuró progresar de lo fácil a lo difícil y que las preguntas tuvieran un encadenamiento lógico.

La forma de preguntas utilizadas para la encuesta fueron:

Preguntas cerradas de opción múltiple, las cuales tienen como ventaja la precisión y facilidad de ser tabuladas.

Preguntas abiertas: que permiten una contestación única.

Como la encuesta abarca dos aspectos fue necesario dividirla en dos partes o secciones: La primera parte busco conocer que tanto identificaba la gente la imagen de **Africam Safari** y en la segunda parte su opinión acerca de ésta.

Ambas partes fueron aplicadas a las

mismas personas.

La manera de encuestar fue de forma verbal donde la encuesta fue llenada por el encuestador, siendo ésta la mejor forma de entrevistar a un grupo de personas que no están en un lugar fijo y cuyos intereses son realizar sus compras o distraerse, pero es importante mencionar que debido a la extensión de la encuesta ésta requirió de más tiempo, por lo cual se trató de que fuera dinámica para que la gente no se aburriera.

Asimismo, cuando se les hizo la encuesta se les explicaron los objetivos que se buscaban y se les garantizó de alguna u otra manera que los datos se usarían solo para determinados fines y se les ofreció anonimato.

Las preguntas que conformaron la encuesta fueron las siguientes:

Primera parte

1.- ¿Ha visitado usted el parque zoológico **Africam Safari**?

Esta pregunta tiene como objetivo el conocer cuánta gente de la encuestada ha visitado el parque, sin importar si son de Puebla o vienen de diferentes partes de la República

o el extranjero; esta pregunta también se realizó con el propósito de abrir paso a las siguientes.

2.- ¿Cómo se enteró de la existencia del parque?

Con la finalidad de conocer a través de que medios supo de la existencia del parque que lo motivó a conocerlo.

3.- ¿Conoce el logotipo de **Africam Safari**?

La finalidad de esta pregunta es saber que tanta gente conoce o que tan identificada tiene la imagen que representa a **Africam Safari**.

Aquí en lugar de preguntar por imagen gráfica, se utilizó intencionalmente mal el término logotipo, ya que es como lo conocen quienes no están inmersos en diseño, ya que si se les habla de logotipo o imagen gráfica podrían no comprender con certeza y se podría falsear la información. Cabe mencionar que hubo gente que no sabía lo que significaba logotipo, por ello se les explicó y hubo ocasiones en las que incluso se les dio un ejemplo.

Las dos siguientes preguntas solo se les hizo a las personas que contestaron positivamente la pregunta an-

terior y tienen una idea de la imagen del parque. Estas preguntas tienen como fin común el saber si realmente la gente identifica ya sea total o vagamente la imagen del parque o si solamente contestaron conocerla por pena a ser criticados.

4) ¿Sabe qué animal representa el logotipo de **Africam Safari**?

5.- ¿Sabe qué colores tiene el logotipo de **Africam Safari**?

Con esta pregunta termina la primera parte de la encuesta.

Segunda Parte

Esta fue realizada a las mismas personas que contestaron la primera parte y se tomo en cuenta a todas. La finalidad de esta segunda parte busca conocer la opinión de las personas acerca de la imagen, para lo cual se les mostró el logotipo de **Africam Safari**.

Las preguntas fueron:

1.-¿Le agrada el logotipo de **Africam Safari**?

Esta pregunta tiene como finalidad

el conocer la opinión de las personas con referencia al logotipo.

2.-¿Que significado le daría usted al logotipo de **Africam Safari**?

La cual tiene como propósito conocer los diferentes puntos de vista de las personas acerca de la imagen, y saber que tanto perciben de la esencia o filosofía de la empresa a través de éste, (esta pregunta se refiere a los valores que la gente da o ve a través de la imagen).

3.-¿Considera que esta imagen es conveniente para representar al zoológico dada su importancia a nivel nacional e internacional?

El objetivo de esta pregunta obedeció a que los encuestados hicieran conciencia de la importancia que el estado de Puebla como Patrimonio Cultural de la Humanidad representa para sus habitantes y visitantes de acuerdo a los atractivos turísticos, culturales y recreativos, dentro de los cuales **Africam Safari** es uno de sus más dignos representantes.

Esta pregunta también tiene como finalidad conocer si la gente está de acuerdo en que esta imagen represente a la empresa **Africam Safari**.

4.-¿Qué observaciones puede hacerle al logotipo de **Africam Safari**? Esta pregunta tiene como propósito el conocer la opinión de la gente acerca de la imagen desde el punto de vista de diseño, (que opinan de la tipografía, el grafismo, etc).

Con esta pregunta finalizó la encuesta y se procedió al concentrado y análisis de la información, para lo cual se vació la información de las encuestas y por medio de conteo individual por incisos se determinó por porcentajes directos las tendencias de opinión, esto es según cada pregunta; en cuanto a las preguntas abiertas se pusieron los resultados de las respuestas evaluando porcentajes.

La interpretación de los resultados se hizo de forma objetiva, obteniendo lo siguiente:

Primera Parte

1.-¿Ha visitado usted el parque zoológico **Africam Safari**? (Gráfica 1)
En las respuestas obtenidas se pudo apreciar que la mayoría de personas independientemente del lugar donde viven conocen o han visitado el parque siendo 407 personas de

las 500 encuestadas los que contestaron de manera afirmativa lo que da un porcentaje de 81%, y solo 93 personas contestaron no haberlo visitado representando un porcentaje del 19%; aunque algunas de estas personas indicaron no haberlo visitado por ser la primera vez que venían a Puebla pero que tenían contemplado conocerlo.

2.-¿Como se entero de la existencia del parque?

Esta pregunta tuvo diferentes respuestas, las mas comunes fueron las siguientes:

-Porque viven en la Ciudad de Puebla.

-Vienen de visita y sus familiares los llevaron a conocerlo.

-Vienen con una excursión, la cual dentro de los lugares a visitar ofrecen como atractivo principal el visitar el zoológico **Africam Safari**.

-Es la primera vez que vienen a Puebla y en la agencia de viajes de su estado les recomendaron el parque zoológico.

Como se puede apreciar independientemente de las respuestas obtenidas se observa que la gente conoce de la existencia de **Africam Safari** por el gran atractivo turístico

que éste representa dentro y fuera del país, además de que se ha convertido en patrimonio de Puebla por lo mismo la gente que viene de visita a la ciudad tiene contemplado ir al zoológico, asimismo las personas que viven aquí lo recomiendan o son ellos los que van a visitarlo sin importar cuantas veces ya han ido.

3.-¿Conoce el logotipo de **Africam Safari**? (Gráfica 2)

En esta pregunta de las 500 personas encuestadas 287 (57%), mencionaron no conocerlo, 98 (20%) indicaron si conocerlo y 115 (23%) tener una idea vaga de éste.

Como se puede observar la mayoría indicó no conocer la imagen y mencionaron que aunque su visita al parque es reciente no la ubican, las personas que mencionaron conocerla o las que indicaron no ubicarla exactamente, si tenían una idea de ésta.

Cabe aclarar que el hecho de que las personas no conozcan fielmente la imagen no significa que ésta no sea funcional, ya que el desconocimiento puede deberse a otro problema que no este relacionado con la mala aplicación de ésta.

4.-¿Sabe que animal representa el logotipo de **Africam Safari**? (Gráfica 3)

Como se mencionó anteriormente esta pregunta se hizo solo a las personas que habían contestado conocer o tener una idea vaga de la imagen los cuales sumaban un total de 213 personas que viene siendo un 43% del total de personas encuestadas.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

De las 213 personas encuestadas 73 (33%) indicaron que era una cebra, 34 (16%) que era un tigre, 31 (15%) el león, 28 (13%) el elefante, 21 (10%) una jirafa, 14 (7%) el rinoceronte y por último 12 personas (6%) indicaron que era el chimpancé.

Se puede observar que un número mayor indicó que la imagen era una cebra ya que muchos lo relacionan con el diseño de los coches y camiones del parque los cuales simulan la piel de una cebra, otro número menor señaló que era el tigre por que a muchos les parece muy atractivo, lo mismo sucedió con la gente que mencionó al león, después un número menor pero importante in-

dicó que era el elefante que efectivamente es el símbolo de la imagen y aunque hubo personas que desconocen el cambio de la imagen y tienen presente una vaga idea de la primera imagen esto no alteró que indicaran al elefante ya que la imagen actual rescata de la primera la esencia del elefante; ya un número menor indicó que la jirafa, rinoceronte y chimpancé son los animales que representan la imagen, ya sea porque estos animales son de su preferencia o les parecen novedosos o como en el caso del chimpancé divertidos.

Como observación general de esta pregunta se puede apreciar que de las personas que mencionaron conocer la imagen solo 28 (13%) realmente la conocen, en cuanto al aspecto del grafismo de la imagen, falta saber si identifican los colores para poder decir que efectivamente la conocen.

5.-¿Sabe que colores tiene el logotipo de **Africam Safari**? (Gráfica 4)
Esta pregunta al igual que la anterior solo se les hizo a las personas que comentaron conocer de manera total o vagamente la imagen de **Africam Safari**.

De las personas encuestadas 49 (24%) indicaron que era el negro, 31 (14%) el blanco, 30 (14%) el rojo, 29 (13%) el azul, 23 (11%) el amarillo, 19 (9%) verde, 18 (8%) café, 11 (5%) beige y 5 (2%) el rojo quemado.

Podemos apreciar al ver los porcentajes que la mayoría de gente mencionó que el color utilizado en la imagen era el negro y el blanco, debido a que estos colores son utilizados en el diseño de los coches de la empresa por lo cual la gente los relacionan con la piel de la cebra; posteriormente los colores que mencionaron las personas aunque en un número menor pero importante fueron el azul, rojo y amarillo ya que varias de estas personas todavía tienen una idea de la primera imagen y por eso relacionaron estos colores con los de la imagen, finalmente ya un número menor mencionó el color verde y beige los cuales componen la imagen actual; aquí hay que mencionar que la gente decía que había un color como rojo tirando a café el cual también forma parte de la imagen actual de **Africam Safari** y es el rojo quemado pero este color solo fue mencionado por 5 personas (2%).

Hubo gente que mencionó alguno de los colores antes mencionados porque los relacionaba con el color de la piel del animal que identificaban como el grafismo de la imagen.

Como observación general a esta pregunta se puede mencionar que de las personas que indicaron conocer la imagen son pocas las que realmente identifican los colores que forman parte de la imagen, pero volvemos a aclarar que este desconocimiento puede deberse a otro factor.

Así finalizó la primera parte de la encuesta y se dio paso a la segunda parte la cual se aplicó a todas las personas y los resultados obtenidos son los siguientes:

1.-¿Le agrada el logotipo de **African Safari**? (Gráfica 5)

De las 500 personas encuestadas 357 (71%) personas mencionaron que esta imagen les era agradable, 63 (13%) mencionaron que no les agradaba y 80 (16%) mencionaron que les era indiferente.

Como se puede observar un número elevado mencionó que esta imagen

si era agradable y la minoría mencionó no gustarles o serles indiferente. Hay que aclarar que el hecho de que la gente indicara esto, no significa que la imagen fuera totalmente funcional ya que, para que una imagen funcione va más allá de ser agradable o no.

2.-¿Qué significado tiene el logotipo de **African Safari** para usted?

Esta pregunta tuvo varias respuestas de las cuales las más comunes fueron:

- Libertad
- Vida animal
- Ambiente selvático
- Movimiento
- Fuerza
- Convivencia con los animales
- Cuidado del medio animal
- Amor a los animales
- Naturaleza

Como se puede apreciar la gente relaciona o da diferentes valores al logotipo, pero estos tienen mucho en común con lo que la empresa quiere comunicar o lo que quiere que la gente conozca de ella a través de la imagen, aunque mucha gente no conoce a fondo a la empresa **African Safari** si percibe a través de la imagen parte de sus principios como es

el cuidado de la naturaleza, el amor a los animales, el concepto de libertad, entre otros.

3.-¿Considera que esta imagen es conveniente para representar al zoológico dada su importancia a nivel nacional e internacional? (Gráfica 6)

De las personas encuestadas 389 (78%) indicaron estar de acuerdo en que esta imagen represente al parque zoológico, 45 (9%) no están de acuerdo en esta imagen y 66 (13%) comentaron que les era indiferente.

Se puede apreciar que el número de personas que están de acuerdo con esta imagen fue mayor que el número de personas que indicaron no estar de acuerdo o serles indiferente esta imagen; también se puede observar que en la primera pregunta, de la segunda parte el número de personas que indicaron que les agradaba la imagen fue menor al número de personas que dijeron estar de acuerdo con que ésta sea la imagen gráfica que represente a la empresa **Africam Safari**.

4.-¿Qué observación puede hacer acerca del logotipo de **Africam Sa-**

fari?

Evaluando porcentajes de las respuestas observamos:

- Cumple la función de logotipo
- El grafismo que utiliza la imagen es claro y se distingue perfectamente
- La tipografía utilizada aunque es pesada es legible
- El elefante se ve agradable
- Tiene equilibrio
- La tipografía está colocada de forma extraña parece que da un brinco
- El elefante se ve como estático y frío

Se puede apreciar que las personas aunque no están totalmente inmersas en el medio de diseño gráfico, demuestran tener un grado medio de conocimiento, no ignoran los conceptos pero si existe una cierta ambigüedad al querer expresarse y por ello no pueden definir con precisión lo que quieren comentar acerca de la imagen.



Observaciones

Al realizar el vaciado y análisis de resultados se puede apreciar que en la primera parte de la encuesta la gente indicó no conocer la imagen y aunque el porcentaje del desconocimiento de ésta fue mucho mayor que el de la gente que la conocía no significa que no funcione, ya que como se puede observar el desconocimiento depende más bien de un problema que puede ser de publicidad o de la existencia de algún elemento que este produciendole ruido a la imagen lo cual en vez de resaltarla compite con ella.

Es importante también mencionar que algunas personas todavía tienen una vaga idea de la primer imagen de **Africam Safari** por lo cual existe una cierta confusión. Otras personas relacionan la imagen gráfica con una cebra esto se debe a que como los vehículos de la empresa simulan la piel de una cebra la gente se queda con la idea de que su imagen es ésta.

Ya en la segunda parte se puede apreciar que aunque la gente no conoce la imagen estan de acuerdo en que ésta sea la que represente a la empresa e incluso expresan que esta imagen les agrada.

Hay que aclarar que en el campo del diseño no solo se busca que una imagen sea agradable, ya que una imagen gráfica va mas allá de gustar o no, se busca que refleje y transmita parte de la esencia y filosofía de la empresa, es por ello que cada imagen esta hecha y pensada de forma especial y particular.

Al ver los resultados de la encuesta se puede apreciar que la gente percibe parte de los principios y fundamentos de la empresa, lo cual indica que la imagen de **Africam Safari** resulta eficaz y logra sus objetivos de proyectar a través de ella lo que la empresa es.



Comentarios

Al hacer el vaciado y análisis de resultados se descubrió que el desconocimiento de la imagen gráfica de **Africam Safari** dependía más bien de un problema que puede radicar en la publicidad utilizada o en algún otro factor que de alguna u otra manera obstaculiza el aprovechamiento total de la imagen y que en lugar de complementarla compite con ella.

Con esto se concluye que la imagen utilizada para representar a la empresa **Africam Safari** cumple con los lineamientos requeridos para que sea funcional y conveniente, es por ello que sería un error cambiarla ya que significaría romper con una línea de diseño aplicada eficientemente.

Aun cuando la información obtenida es la correcta, se hará un análisis de la imagen desde un punto de vista de diseño gráfico que refuerce la información obtenida en el programa de encuestas, así también se seguirá estudiando todo lo relacionado a diseño que maneja la empresa, hasta encontrar el problema que no permite el máximo aprovechamiento de la imagen.



Gráficas

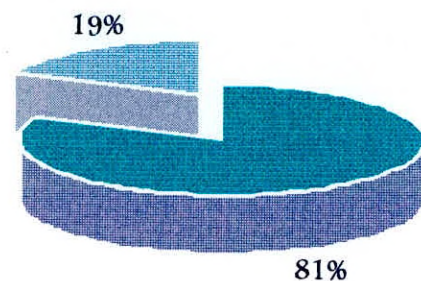
De acuerdo a los resultados dados en la investigación, éstos fueron resumidos en una serie de gráficas, donde se pueden apreciar. El formato utilizado es el de gráficas de pastel.

Las gráficas presentadas a continuación corresponden a las preguntas 1, 3, 4 y 5 de la primera parte y a las preguntas 1 y 3 de la segunda parte de la encuesta.

Primera Parte

1.- ¿Ha visitado usted el parque zoológico Africam Safari?

Gráfica 1

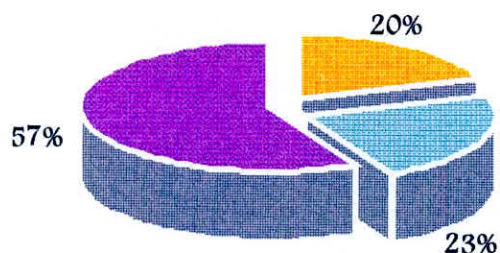


 Si 407 personas (81%)


 No 93 personas (19%)


3.- ¿Conoce el logotipo de Africam Safari?

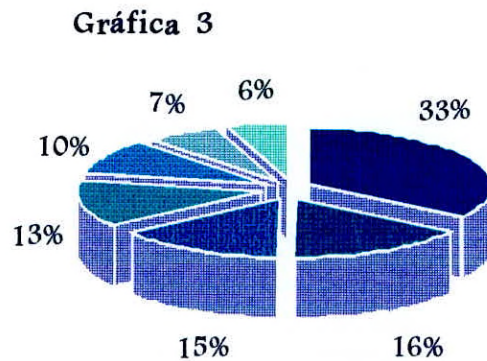
Gráfica 2










 Si 98 personas (20%)

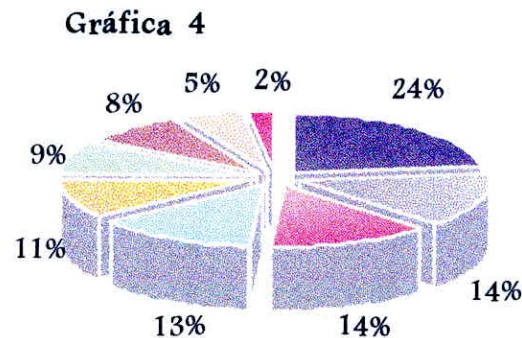
 Vagamente 115 personas (23%)

 No 287 personas (57%)












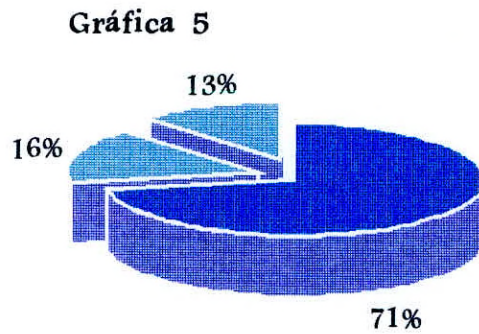
4.- ¿Sabe que animal representa el logotipo de Africam Safari?

-  Cebra 73 personas (33%)
-  Tigre 34 personas (16%)
-  León 31 personas (15%)
-  Elefante 28 personas (13%)
-  Jirafa 21 personas (10%)
-  Rinoceronte 14 personas (7%)
-  Chimpancé 12 personas (6%)






5.- ¿Sabe que colores tiene el logotipo de Africam Safari?

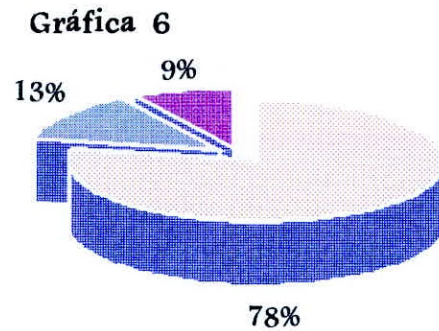
-  Negro 49 personas (24%)
-  Blanco 31 personas (14%)
-  Rojo 30 personas (14%)
-  Azul 29 personas (13%)
-  Amarillo 23 personas (11%)
-  Verde 19 personas (9%)
-  Cafe 18 personas (8%)
-  Beige 11 personas (5%)
-  Rojo quemado 5 personas (2%)






Segunda Parte

1.- ¿Le agrada el logotipo de Africam Safari?

-  Si 357 personas (71%)
-  Indiferente 80 personas (16%)
-  No 63 personas (13%)



3.- ¿Considera que esta imagen es conveniente para representar al zoológico dada su importancia a nivel nacional e internacional?

-  Si 389 personas (78%)
-  Indiferente 66 personas (13%)
-  No 45 personas (9%)



Visita al parque zoológico Africam Safari

El propósito de realizar esta visita, tuvo como finalidad conocer las instalaciones, servicios y actividades del parque zoológico **Africam Safari**.

El objetivo principal fue ubicar el logotipo de la empresa, y así determinar si el mismo es adecuado en cuanto a funcionalidad y diseño.

Antes de llegar al parque zoológico se encuentra un entronque en donde hay un letrero que indica en que dirección dirigirse hacia **Africam Safari**.

Más adelante y aproximadamente a 1 km. antes de llegar a este destino, existen unos letreros espectaculares en la carretera, que indican con flechas ubicadas abajo de la imagen, la dirección a seguir.

Justo en la entrada de **Africam Safari** (caseta), se encuentra la imagen en grandes dimensiones tallada en madera, lo que verdaderamente da una impresión de ambiente africano.

Durante el recorrido en vehículo, ubicamos la imagen en diversas se-

ñales como:

paneles direccionales y espectaculares. En éstos se comprobó que la imagen tiene una adecuada reproducción, y además es perfectamente visible desde los vehículos a cierta distancia (aproximadamente 6 metros), además de tener una composición agradable y acorde con el entorno.

Al realizar el recorrido a pie en el zoológico infantil Capitán Carlos Camacho, ubicamos la imagen en las placas informativas, ya aunadas a su nuevo diseño.

En las tiendas de regalos, la imagen se encuentra reproducida en gran variedad de artículos, utilizando diversos colores, e integrándolos con fotografías y redes que asemejan pieles de animales diversos.

Para el público visitante, estos artículos son atractivos y de su completo agrado, lo que lleva a la conclusión que la imagen sí tiene una aceptación amplia.



Análisis de Semiótica de la primera y actual imagen de Africam Safari

Para comprender mejor el contenido simbólico, tanto de la primera como de la segunda imagen (imagen actual), se hará un análisis con base a investigaciones de semiótica para conocer el valor que se le dá a la empresa por medio del logosímbolo, lo cual ayudará a conocer los elementos de identidad, así como los elementos de comunicación que se necesitan, y que se quieren proyectar hacia el exterior de Africam Safari.



Figura 1

Semióticamente hablando, la imagen se analizará desde el punto de vista sintáctico, semántico y pragmático, lo que permitiera conocer si la imagen que utiliza Africam Safari es funcional y si cubre todas las necesidades requeridas.

Para esto, es necesaria la utilización del triángulo de Peirce (figura 1), a través del cual se conocerá paso a paso el significado total.

Cada uno de los puntos de éste triángulo, son códigos de información para obtener resultados.

Nivel Pragmático. Contempla el sentido lógico, es decir, el punto de partida de la información, aquí, se analizará aquello que distingue a la imagen corporativa de Africam Safari, en relación a otras de la misma especie, de acuerdo a los aspectos de:

Signo. Analiza las características esenciales del sujeto a estudiar, en un sentido objetivo "lo que es"

Este sentido abarca al mismo tiempo a la primera y segunda imagen, ya que su esencia es la misma, de acuerdo a:

Corresponde a la imagen de un parque zoológico, que se dedica al cuidado y conservación de las especies animales.

Sinsigno. Este concepto, analiza lo que el sujeto "no es". El sinsigno, aunado al signo, establece el significado del Legisigno.

La imagen, podría confundirse con la de una reserva para elefantes

Legisigno. Es el conjunto de determinaciones que componen al sujeto. Se conocen como leyes, y

rigen el resto del proceso en el triángulo de Pierce.

Luego entonces, aún cuando el grafismo del elefante pudiera significar una institución dedicada sólo al cuidado de esta especie, el concepto "Africam Safari" engloba en sí mismo una variada población animal.



Nivel Sintáctico. Corresponde al proceso representacional, el cual se proyecta a través de imágenes. Estas son las propuestas iniciales de diseño, sus puntos son:

1) **Icono.** Como elemento sintáctico, es la representación más fiel del Legisigno, interpretado de manera formal o abstracta.

A. Grafismo que representa la cabeza de un elefante, realizado por figuras geométricas. La geometrización de este animal, conserva los rasgos más representativos. El elefante está enmarcado por un círculo.

B. Grafismo modificado que representa a un elefante africano en un estilo más realista. Aquí, el círculo está en la parte de atrás del elefante.

2) **Indice.** Son la multiplicidad de factores que indican la existencia del sujeto, estos factores son llamados también indicadores o índices, que vienen siendo las partes más sobresalientes.

Tipografía



Africanam
safari

A

A. La familia tipográfica elegida, es "Univers" en su variante "**Bold Outline**", dándosele el tratamiento y la composición requeridos para su integración con el símbolo, la elección de esta tipografía fue debido a su facilidad de lectura, peso y sencillez.

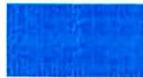


Africanam
safari

B

B. En este caso se tomó como base la familia "Friz Quadrata", en su variante "**Bold**", integrando el diseño al logotipo, la elección de esta tipografía, fue debido a su facilidad de lectura, equilibrio, y a que funciona adecuadamente al estilo de imagen que se quiere dar.

Color



A

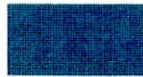
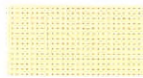
A. Los colores instituidos en la primera imagen son:

Rojo (Pantone 185-C)

Amarillo (Pantone Yellow)

Azul (Pantone Process Blue)

Estos colores crean un contraste que capta inmediatamente la atención.



B

B. Los colores corporativos de la Imagen actual, son como tal:

Rojo quemado

Beige

Verde militar

Fueron elegidos, por ser más naturales y menos brillantes que los anteriores, son colores tierra, lo que da una imagen más clara del estilo safari, que se busca explotar.

3) Símbolo. Es el resultado de conjuntar lo aplicado en el Icono e Índice, o sea, su filosofía.

Logotipo



A. El logotipo, se integra en base a la unión del símbolo del elefante (uno de los animales más característicos de Africam Safari, enmarcado en un círculo que evoca al sol), con la tipografía corporativa que forma las palabras A-f-r-i-c-a-m S-a-f-a-r-i, conforma una disposición que transmite la idea de libertad y movimiento.



B. La tipografía, se distribuye de forma ordenada y por tanto más legible. El rediseño esencialmente planteó un regreso a un estilo realista, el cual le confiere una naturaleza más viva, en íntima relación con los atributos de emoción y aventuras que ofrece la empresa. Sin olvidar también, el respeto a la vida animal, el conservacionismo y cuidado a la ecología.

Nivel Semántico. Se refiere al desarrollo gráfico como tal para instituir la imagen en definitiva.

En este caso, al hablar de una imagen ya establecida, se expone su correspondencia de acuerdo a cada uno de los siguientes puntos.

1) **Disema.** Aquí se establece que es lo que se dice del hecho. Es un antecedente para la elección de la figura retórica correspondiente. Abarca a grandes rasgos su contenido, siendo éste más especificado por el Rema.

En este punto, se analizarán conjuntamente ambas imágenes, que, como se mencionó anteriormente, contienen la misma esencia (mas adelante, se justifica plenamente el proceso de transición).

Esta esencia, concuerda con las siguientes figuras retóricas:

Metáfora
Elipsis
Redundancia

(debido a la extensión en el número de figuras retóricas, se eligieron tres de las más representativas)

2) **Rema.** Tomando el contenido del Disema, lo adecuará en base a los modelos retóricos, de una manera concreta que exponga plenamente las ideas centrales. El Rema muestra el modo en que se "dirá" lo establecido en Sintáctica.

Figuras Retóricas. Para entender el sentido en la construcción de una imagen gráfica, se nombran a continuación algunas de las figuras retóricas más representativas a las imágenes de Africam Safari.

Metáfora. Trasladar el sentido de una palabra por otro figurado, que puede ser por similitud de forma, función o situación.

Elipsis. Es en caso de restricción del sentido, se da una transferencia del sentido por contigüidad de dos nombres dentro de un mismo contexto, o como una economía de la lengua, pues en una oración se omiten palabras cuyos sentidos pueden sobrentenderse.

Redundancia. Es una de las características principales de los mensajes. Se aplica cuando la información, de alguna manera, insiste en una idea. Esto se debe a que en muchos

casos los significantes de un mismo significado suelen ser muy abundantes y diversos. La misión de este modelo retórico, por lo tanto, asegura la captación del mensaje acrecentando la rapidez y seguridad de información.

Por lo tanto, estas figuras retóricas, corresponden al significado de Africam Safari, de esta forma:

El concepto Africam Safari, tiene como patronímico AFRI del continente Africano y CAM, del apellido Camacho. Al conjuntar ambos conceptos, obtenemos dos significados en uno, que nos habla de similitud (Metáfora), contigüidad de dos nombres (Elipsis), y rápida captación del mensaje (Redundancia). En cuanto a su grafismo, es un elefante de la especie africana que, rápidamente, redondea la idea.

3) Argumento. Es la forma particular que toma el mensaje, que será la propuesta final. Deberá ser funcional y satisfacer los datos requeridos por la organización, o en este caso, por la empresa de la que se está hablando.

Esta información, se encuentra en

el apartado que habla de transición, en donde se expone ampliamente el significado de la primera a la segunda imagen.

El triángulo de Pierce, está diseñado básicamente para la construcción lingüística de elementos de comunicación. Aún cuando este triángulo no está enfocado al área del diseño gráfico, se amolda perfectamente en la elaboración de un diseño bien estructurado, que participa en las características de la retórica del mensaje.

Todo esto, dará como resultado el pleno conocimiento de que el trabajo realizado sea el más acertado, y cubra las necesidades que la imagen requiere.



Circunstancias que motivaron el cambio de imagen

El logotipo se rediseñó hace cuatro años, ya que la imagen anterior empezaba a verse anticuada, y los dibujos eran totalmente caricaturizados, lo que chocaba con la filosofía de la empresa, que se propone como uno de sus principales objetivos la educación; se determinó que era mucho más ilustrativo usar dibujos más realistas, ya que ésto es más didáctico también.

En cuanto a los colores, se cambiaron los brillantes y primarios como eran el rojo, azul y amarillo, por otros totalmente distintos, más naturales; colores tierras, que están muy identificados con el estilo safari que es la imagen que se quiere explotar. Llegando así a la conclusión de que el rojo quemado, el beige y el verde militar funcionaban adecuadamente a sus expectativas, después de una gran gama de colores que se estudiaron y combinaron antes de llegar al resultado final.

Con este cambio surge también un nuevo programa de publicidad, para el cual se maneja el slogan oficial, que existe desde que vivía el Capitán Carlos Camacho y que encierra la filosofía misma de esta empresa, así

como la característica que la distingue de otras:

**¡ El paraíso de los animales
en libertad !.**

Existe otro slogan publicitario, que se está usando para una campaña específica:

**¡ Libera lo salvaje
que llevas dentro !.**

Se pensó con la finalidad de atraer la atención de la gente, apelando al interés que existe por la aventura, los animales exóticos, los safaris africanos, etc. y al mismo tiempo se le dá un mensaje de libertad de acción y una invitación a entrar en contacto con la naturaleza.



Transición de la primera a la segunda imagen

Si bien, la esencia en la transición de una imagen a otra ha permanecido intacta (el ícono de un elefante, enmarcado en un círculo, aunado a las palabras "Africam" y "safari" localizados en la parte superior y lateral derecha respectivamente), al analizar más detenidamente ambos logotipos, se denota una gran diferencia en cuanto a su significado.

Color. Inicialmente, se utilizaron colores primarios, (rojo, azul, amarillo, blanco y negro), que aunque llamativos, fueron cambiados por colores en tonalidades más acordes al concepto de calidez, propio del continente africano (rojo quemado, verde militar, beige).

Tipografía. Se elimina el uso de la familia tipográfica "Universe" (estilo Bold Outline), para adoptar "Friz Quadrata" (estilo Bold). Esta última, corresponde a una tipografía con patines; la cual ofrece más estética y coherencia al estilo que se busca representar.

Ícono. La primera imagen utiliza la abstracción de un elefante, el cual no representa una realidad después de todo, y por lo mismo se ve más

bien plano y carente de vida.

Es por ello, que la segunda imagen cambia a una representación más real de un elefante africano, pero no sólo eso, sino que la misma asemeja que éste es un tallado en madera.

Dentro de este mismo punto, se encuentra el origen más determinante en la transición, ya que el primer "elefante" (es decir, el ícono), se encuentra encerrado en un círculo, por lo que no sólo está caricaturizado, sino también limitado y encerrado visualmente. Esta situación es corregida en el segundo "elefante", que además de ser más real, supera al círculo, el que ya no lo encierra, sino que solamente lo delimita (el elefante, se "asoma" por el círculo).

Composición General. Al combinar ícono y tipografía se observa como en la primera imagen las letras (junto con el círculo), vuelven a "encerrar" al elefante en la parte superior e inferior de éste, además de no tener el conjunto un equilibrio total.

Caso distinto ocurre en la segunda imagen, pues la tipografía logra un

mejor equilibrio con el elefante, además de tener una mejor distribución tipográfica, que mejora al conjunto.



Conclusiones

De acuerdo a un punto de vista de diseño, y con base a un análisis objetivo de la información, se concluye que:

La imagen de **Africam Safari** cumple perfectamente con su diseño, ya que ésta se estableció como la búsqueda de un significado sólido y fuerte, que habla de libertad y realismo, por lo que proponer una nueva imagen, no sería mas que romper con una línea inteligentemente establecida.

Sin embargo, esta imagen tiene muchas posibilidades de explotarse al máximo, por lo que se considera conveniente en función de los resultados obtenidos en la investigación realizada para la elaboración de este trabajo, ampliar los objetivos como sigue:

Unificar la imagen de **Africam Safari** en todos sus elementos, eliminando deficiencias, y presentando nuevas propuestas para obtener mejores resultados en la búsqueda de un estilo de diseño propio que, aunado a su imagen, propicie una mejor reproducción de todos y cada uno de sus elementos de diseño gráfico para la empresa **Africam Safari**.

Capítulo 3

Estudio de elementos gráficos





Análisis elementos generales

En este capítulo se analizarán los elementos generales que la empresa maneja, como son: papelería, publicidad, parque vehicular, señalética y señalización entre otros, ya que a través de estos ya sea de manera conciente o inconciente se transmite lo que la empresa hace o es, además de que estos elementos ayudan a la gente a relacionarse con la empresa.

El objetivo de este análisis es detectar factores tanto positivos como negativos que de alguna manera ayudan u obstaculizan, en la búsqueda de resultados favorables permitiendo así aprovechar los elementos que funcionan y tratando de eliminar los aspectos que de alguna manera estorban a la imagen, para así lograr un resultado óptimo.



Estudio gráfico de elementos generales

Los elementos generales de **Africam Safari** desempeñan un papel importante en ayudar a la gente a relacionarse con la empresa y a darles una imagen de lo que esta hace y hacia adonde va.

Los elementos analizados son los siguientes:

Papelería

En cuanto a su papelería interna, **Africam Safari** considera lo importante que es el cuidado del medio ambiente, por ello se utilizan papeles reciclados.

Es preciso complementar que también la papelería se conforma únicamente de los elementos más indispensables, tales como: tarjeta de presentación, sobre, folder, hojas de visitas, memorandums.

La papelería esta diseñada con el logotipo en los colores institucionales y en un tamaño adecuado de acuerdo al formato del elemento. Así mismo cuentan con las direcciones y teléfonos de las oficinas tanto de Puebla como de México. En el caso de las tarjetas de presentación en la parte central se encuen-

tra el nombre de la persona y el cargo que desempeña, o el nombre del departamento donde presta sus servicios.

La papelería cumple perfectamente sus funciones utilitarias, sin embargo tiene muchas posibilidades de admitir aportaciones para complementarla.

Publicidad

Dentro de los principales elementos publicitarios que maneja principalmente **Africam Safari** encontramos:

Posters que incluyen fotos donde se aprecian distintas especies animales del parque zoológico. Todo esto sobre un sustrato que asemeja manchas de leopardo y rayas de cebras.

Tríptico con el plano turístico de Puebla, una breve reseña de la Historia de **Africam Safari**, así como el mapa del parque donde vienen señaladas las distintas secciones que lo conforman y en cada una de ellas, la especie más representativa de la misma. Este tríptico, es manejado también en los módulos de

información turística pertenecientes a **Africam Safari**, así como también en la oficina de Turismo del Estado.

Folleto Talleres de Educación ambiental, dirigido principalmente a niños y jóvenes, que contiene la información de todos los talleres que realiza el parque zoológico, así como también, los horarios y recomendaciones para hacer más agradable la visita, esto es, el tipo de ropa y zapatos a llevar.

Folleto informativo **Africam Safari**, en el que el visitante puede apreciar distintas fotos de las especies más atractivas, horarios y direcciones.

Los tres elementos anteriores son integrados en un kit, que es distribuido en escuelas y empresas por el personal de ventas, para promover visitas.

Estos elementos están incluidos en un folder tamaño carta que emplea fotografía en la parte exterior e interna y en la parte de atrás contiene teléfonos y direcciones, el diseño es acorde al estilo del cartel.

Señalética

Debido a los distintos tipos de información, la señalética de **Africam Safari** consta de:

Planos de Ubicación. Contiene el mapa de ubicación general de **Africam Safari**.

Placa Informativa. Indica, auxiliándose en forma de plecas de diferentes colores, el grado de extinción de las especies.

Paneles Direccionales. Ubicados en distintas áreas del parque zoológico, indican datos importantes para el visitante tales como: especies animales de acuerdo a la zona, advertencias de no alimentar animales, y sugerencias de seguridad, como son: no mantener los vidrios bajados, y en caso de falla mecánica tocar el claxon y esperar ayuda.

Placas Descriptivas. Estas se encuentran en el zoológico infantil Cap. Carlos Camacho, en las cuales se especifica el nombre común de la especie animal, su nombre científico, una reseña de sus características, así como también se maneja la pleca de diferente color, depen-

diendo del grado de extinción de la especie:

Roja: casi extinto

Amarillo: en vías de extinción

Verde: no hay peligro de extinción

Si en las plecas de color se localizan grecas quiere decir que el animal es de procedencia mexicana.

Parque Vehicular

Se hizo el análisis de las unidades con las que cuenta **Africam Safari**, en las cuales se observó el diseño utilizado, el cual asemeja la piel de una cebra, los colores que utilizan es el blanco y el negro; la carrocería de la unidad se encuentra totalmente cubierto por esta textura.

La imagen se localiza de acuerdo a la unidad, de la siguiente forma:

En jeep, combi y vehículos oficiales se ubica en las puertas laterales de las unidades y en la parte trasera.

En camión y pipa se encuentra en las partes laterales hacia el centro de la unidad, así como en la parte trasera.



Análisis de estilo de diseño actual

El estilo de diseño empleado actualmente (el que cambió junto con la imagen), utiliza como sustrato el color beige (empleado en la mayoría de sus elementos como: letreros, papelería, trípticos, etc.), ya que éste resalta perfectamente los colores de la imagen actual.

De igual forma, se realizó para este sustrato una red que asemeja manchas de leopardo y líneas de tigre para dar mayor composición al conjunto (esta red, se emplea principalmente en folders y carteles para promoción). En el caso de algunos trípticos se utiliza el sustrato beige, y se agrega una pleca formada por triángulos.

El uso de la fotografía es muy recurrido por **Africam Safari**, ya que con esto agregan gran colorido a su material publicitario.

Con lo anterior, la empresa busca un diseño particular que, integrado a su imagen, se establezca como un posicionamiento visual.

Sin embargo, es necesario analizar si este estilo de diseño es adecuado para aplicarse a todos los elementos utilizados en la empresa **Africam Safari**.



Observaciones

Una vez analizados los elementos que utilizan el nuevo estilo de diseño de **Africam Safari**, se hicieron las siguientes conclusiones:

Este, no ha sido implementado en todas las áreas requeridas, por lo que la unificación no llega a ser total.

Y en algunos casos, la red que asemeja manchas de animales, presenta dificultades al incluir tipografía, ya que podría verse muy saturado, pero el suprimirla, ocasionaría monotonía en su composición.

Otro aspecto donde este diseño no se ha integrado, es en el parque vehicular, pues el inconveniente es una rotulación más complicada y uso de más colores, que aumentaría los costos.



Conclusiones

Aunque el estilo de diseño es agradable, y se integra bien a la imagen de **Africam Safari**, se encontraron algunos inconvenientes para su completa unificación, como:

El uso de esta red para papelería y publicidad (que tienen sustrato color beige), junto con las fotos, es agradable, pero al momento de integrar red y tipografía, se crea saturación y mucha distracción visual. Una solución podría ser el disminuir más la tonalidad de la red, sin embargo podría propiciar que no se interprete correctamente la figura.

Esta situación, debe considerarse también al realizar señales, letreros y espectaculares. Pues si bien, se recurriría solamente al uso del sustrato beige, perdería continuidad y unificación en el contexto de diseño general.

Ahora bien, hay un elemento importantísimo, que requiere mayor atención al ser la mejor representación de la empresa **Africam Safari**, el colorado utilizado en sus vehículos utilitarios (camiones, jeeps, combis, etc.).

Por lo tanto, y con base a estas apreciaciones; el propósito de esta tesis será el analizar detenidamente estas circunstancias y realizar una nueva propuesta, para obtener un estilo de diseño que logre principalmente: conseguir una integración de diseño adecuada a todos los elementos de la empresa y que, integrada a la imagen unifique y distinga a la empresa **Africam Safari**.

Capítulo 4

Justificación





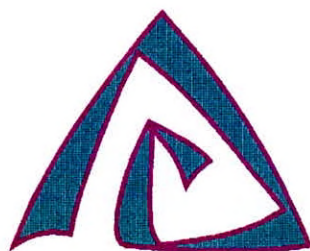
Búsqueda de un nuevo diseño

En el cuarto capítulo, se hace una nueva propuesta de diseño que, tendrá como objetivo, conseguir una adecuada integración unificada al estilo de la imagen, para así lograr una distinción particular en todos los elementos utilizados por la empresa **Africam Safari**.

A continuación, se presenta el diseño propuesto y su justificación, además de la representación gráfica en diversas aplicaciones.



Diseño propuesto y su justificación



Como se ha mencionado antes, la necesidad de hacer resaltar en un primer plano la imagen de **Africam Safari**, implica el uso de un estilo de diseño, que si bien deba ser llamativo, en ningún momento distraiga la atención del objetivo principal: la inmediata identificación de la imagen, así como enriquecer e instituir un estilo de diseño propio.

Por lo tanto, el diseño realizado se basa en íconos africanos (esta cultura, utiliza figuras geométricas tales como: círculos, cuadrados, triángulos, etc.).

Para este diseño, se ha elegido concretamente la figura de un triángulo.

Ahora bien, esta propuesta busca lograr en la figura, una estilización la cual conjunta un triángulo y una espiral. La razón de este diseño, se debe principalmente, a obtener un elemento con movimiento, aire y visualmente agradable, que compagine con la imagen corporativa de **Africam Safari**.

Este elemento de diseño, que se integra perfectamente al sustrato color beige (ya sugerido por la empresa),



Figura 1

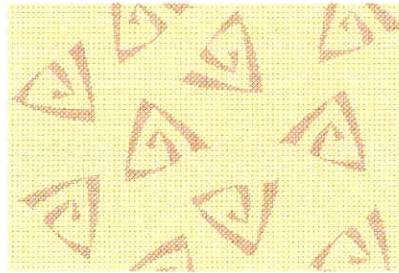


Figura 2

puede ser utilizado de la forma siguiente:

Alternando varios de estos elementos de manera vertical y horizontal (figura 1) y delimitando la parte superior e inferior por una pleca delineada también con color rojo quemado, se obtiene una pleca, cuya longitud y tamaño se determina de acuerdo a la aplicación requerida.

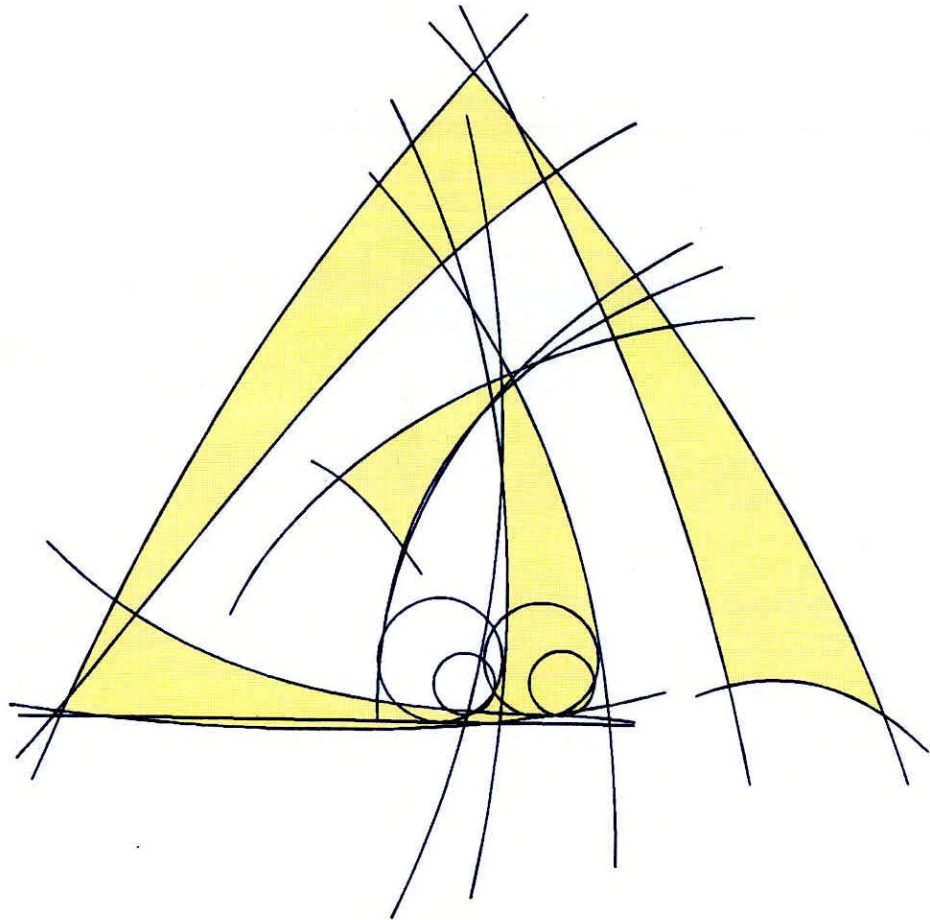
También, puede utilizarse este elemento, conformando una red (figura 2) en la que el mismo, se coloque en diversos grados de rotación de forma alternada.

Si bien, este concepto es igual al ya existente, tiene la ventaja de ser visualmente perceptible, aún con una marca de agua del 10%.

Ambos elementos, pueden utilizarse juntos según la necesidad de diseño, ya que no chocan en su contexto que es el mismo, y su estilo se justifica con base a que éste, tiene sus raíces en íconos africanos.



Trazos básicos y colores



Color

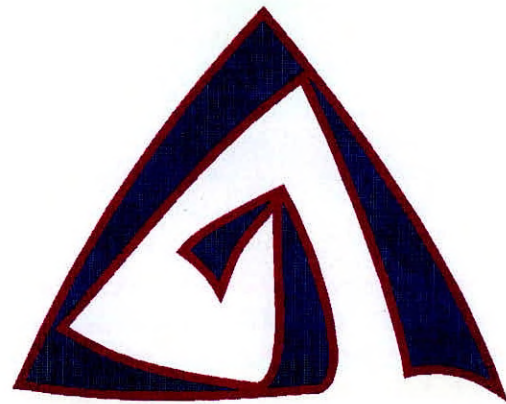
Los colores empleados en el presente diseño son los mismos que Africam Safari ha instituido.



Verde militar



Rojo quemado





Conclusiones

Este diseño propuesto, pretende ser una solución a la cuestión de integrar completamente, todos los elementos que a este punto comprendan.

Asimismo, contribuir a ser un generador de infinidad de nuevas propuestas gráficas.

Capítulo 5

Aplicaciones





Desarrollo gráfico

En este capítulo, se presentan propuestas de diseño para mejorar los elementos ya existentes, así como otras propuestas, en las cuales se aprovechan los elementos que funcionan eliminando deficiencias para lograr un resultado óptimo en la búsqueda de un estilo de diseño propio que, aunado a su imagen, unifique y distinga a la empresa **Africam Safari**.

Cabe mencionar que este estilo de diseño tiene muchas posibilidades de ser aprovechado, es por ello que está abierto a nuevas propuestas y aportaciones, además de poder ser aplicable a todos los elementos que conforman la empresa **Africam Safari**.



Materiales y Sistemas de impresión empleados por Africam Safari

Los materiales y sistemas de impresión utilizados por Africam Safari se establecen con base a las necesidades de calidad y resistencia de acuerdo al elemento dado.

A continuación se presenta una lista de los más utilizados:

Sistemas de impresión

Offset. Sin duda alguna es uno de los sistemas más adecuados, por la amplia gama de posibilidades que ofrece como:

Impresión de fotografías, medios tonos y degradados, sobre diversos sustratos de papel

Rapidez y amplio tiraje

Rotulación. Empleado básicamente para letreros y parque vehicular.

En este apartado, conviene sugerir el uso de la rotulación por computadora, ya que proporciona mayor calidad de reproducción y ahorro de tiempo, sin embargo este sistema es conveniente únicamente para el logotipo en dimensiones no muy extensas.

Materiales

Por sus diversas necesidades para cada tipo de elementos (señales, letreros, publicidad, etc.) **Africam Safari** utiliza principalmente:

Láminas. Por su resistencia a las condiciones ambientales del parque zoológico, se utiliza en letreros y señales.

Pinturas especiales. Resistentes a la intemperie y no tóxicas, pensando en el bienestar de los animales, los que a veces llegan a chupar o morder las señales o vehículos.

Cartónes y papeles. Reciclados, por su preocupación en el cuidado del medio ambiente, se utilizan de diversos tipos tales como: corrugados, cartulinas, papeles, etc.



Aplicaciones con el estilo de diseño propuesto

Las aplicaciones propuestas son las siguientes:

Etiqueta muñeco de peluche

Etiqueta para playera

Kit informativo

Kit infantil

Display

Módulo de Información

Módulo de Información Interactiva

Señalética:

Placa Informativa

Placa Descriptiva

Panel de Ubicación

Panel Direccional

Botes de basura orgánica e inorgánica

Parque Vehicular:

Jeep

Camión

Pipa

Vehículo utilitario



Etiquetas

En las tiendas de regalos localizadas en el interior del parque zoológico, se puede observar como **Africam Safari** incluye su imagen en todos sus artículos promocionales.

Sin embargo, en el caso concreto de muñecos de peluche, playeras, gorras, toallas, mochilas y demás productos de tela, que se venden ahí, no tienen ninguna marca que indique ser parte de **Africam Safari**. Por ello, es conveniente incluir desde la fábrica, una etiqueta adecuada, en la que aparezcan materiales e instrucciones de lavado.

Etiqueta Peluches
(Los colores sugeridos, pueden elegirse
de acuerdo a las necesidades de la Empresa)



Etiqueta artículos de tela
(Atrás de ésta, se anexa otra etiqueta, donde
se especifican instrucciones de lavado)



Escala 100%



Kit informativo

Aunque dentro de su publicidad, **Africam Safari** contempla ya el uso de un kit publicitario, es conveniente proponer un nuevo diseño en el cual la información se identifique inmediatamente al momento de abrir el folder, sin que se encimen unos papeles con otros, logrando mayor facilidad al momento de elegir algún documento publicitario, así como una mejor pulcritud en su presentación.

Para esto, se sugiere el diseño de un folder en el cual se considere un espacio destinado especialmente para cada uno de los documentos que en él se incluyan, tales como:

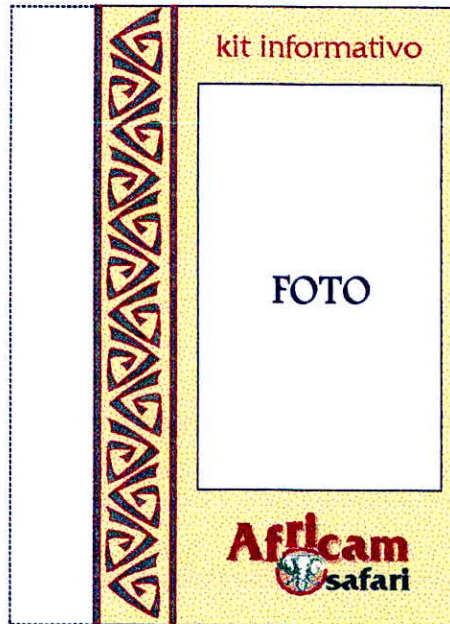
Folleto informativo

Mapa de ubicación

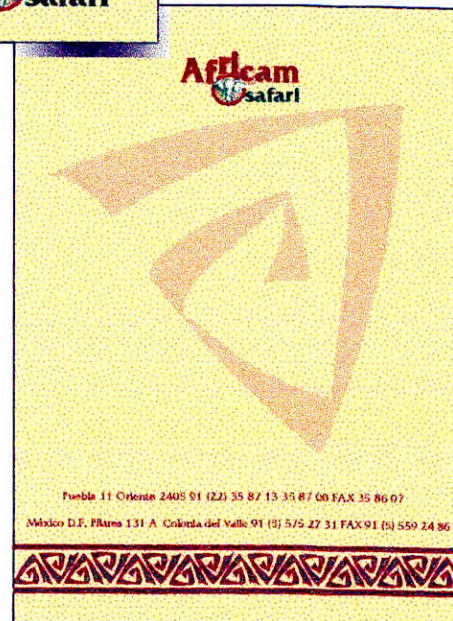
Folleto Talleres de Educación Ambiental

Folleto Campamento Watusi Watoto

Publicaciones periódicas, etc.



Cara Delantera



Cara Posterior

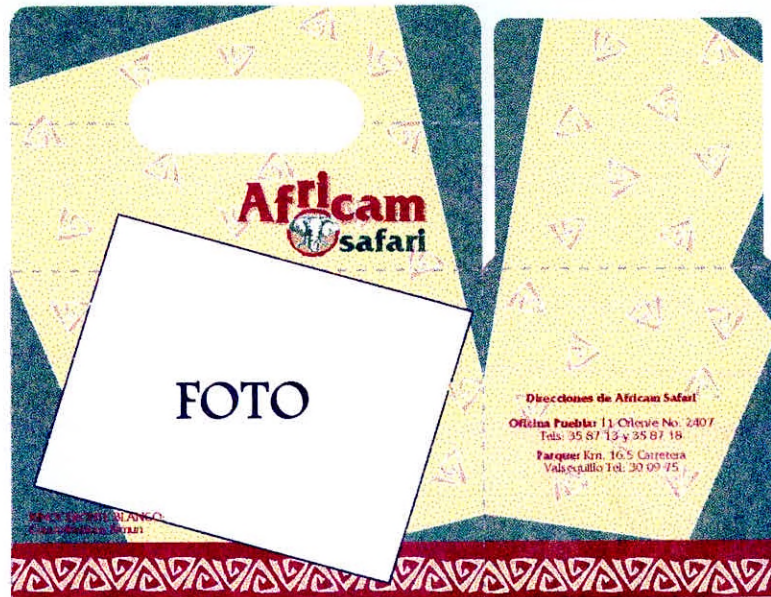
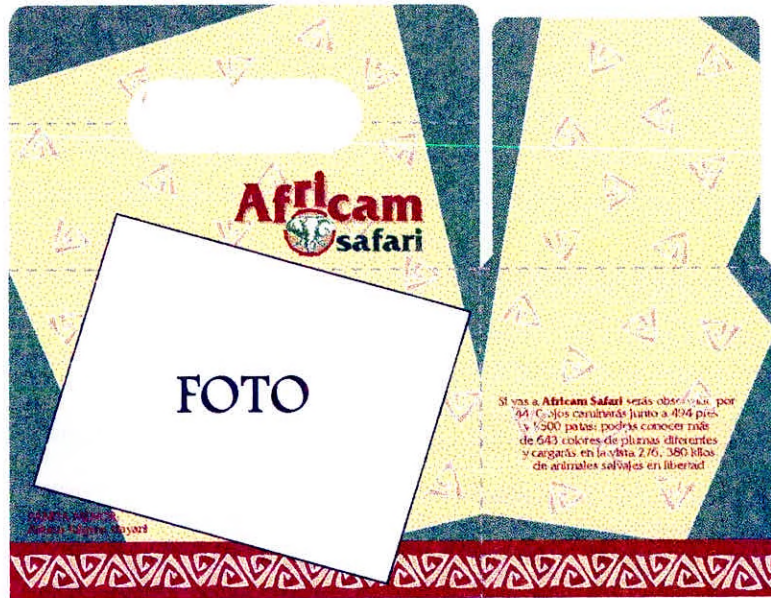


Kit infantil

Como se ha mencionado antes, la unificación de la imagen en todos los elementos que conforman el concepto **Africam Safari**, tienen como propósito también llegar a todo tipo de público.

Es por esto, que se sugiere a continuación el uso de una lonchera infantil, la cual pueda ser obsequiada dentro del programa de promoción a escuelas, esto puede ser a través de preguntas relacionadas con el reino animal como por ejemplo: por que las jirafas tiene el cuello largo, en fin, preguntas curiosas y faciles de contestar con lo cual se pueda lograr que la visita sea dinámica y que los niños participen, también la lonchera se puede utilizar como obsequio para los niños que forman parte del campamento Watusi Watoto, o promociones especiales, como es el día del niño o reyes magos, puede ser por medio de dinámicas, concursos, etc.

Dentro de la misma podrá incluirse papelería promocional, como mapas y trípticos. La utilidad de adoptar el kit infantil como medio de promoción de **Africam Safari**, es su amplio poder publicitario dirigido a su mayor población consumidora, los niños.





Display

Este tipo de publicidad ofrece muchas alternativas de crear un medio publicitario atractivo y novedoso.

Particularmente el aquí presentado puede integrar elementos que lo hagan más llamativo, como el uso de luz de reflector y plantas naturales.

Ahora bien debido a su costo este display debe distribuirse en lugares donde no se maltrate y además despierte el interés de conservarlo como algo decorativo e invite a ser cuidado (en el caso de las plantas). Se considera como lugares aptos: empresas, escuelas, centros comerciales, etc.

Se ha diseñado un display el cual puede modificar su información de acuerdo a las necesidades requeridas, ya sea por temporadas o informaciones especiales.

Africam
safari

FOTO

FOTO

FOTO

¡El Paraíso
de los animales salvajes
en Libertad!



Módulo de información

El módulo de información como su nombre lo dice sirve para orientar a las personas, de todas las actividades que se realizan en **Africam Safari**.

Con respecto a este punto, se considera que el módulo que actualmente se maneja, aunque bien ubicado (zócalo de la Ciudad), es poco atractivo.

El diseño que se presenta a continuación, está pensado para lograr un módulo el cual, no sea solamente un medio de información, sino una extensión del parque zoológico **Africam Safari**.

Este módulo, se sugiere utilizar en lugares donde haya mayor afluencia de gente: centros comerciales, zócalo de la ciudad, CAPU (Central camionera de Puebla), en la Feria anual del estado, etc.

La ubicación que se dé al módulo, será determinada de acuerdo a las disposiciones de la empresa, con base a fechas especiales o convenientes para promoción.



Africa
safari

**¡Libera lo salvaje
que llevas dentro!**



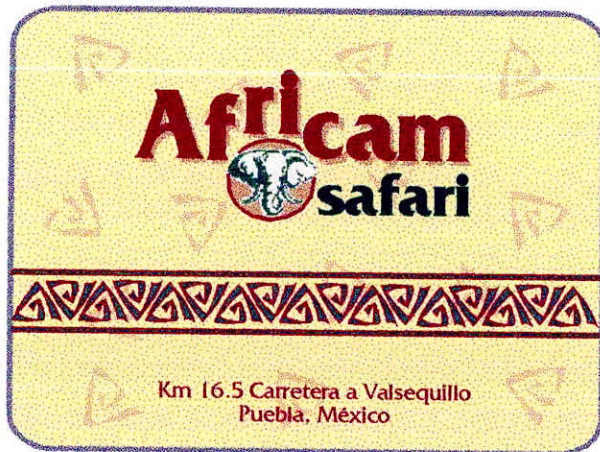
Módulo de información interactiva

La Secretaría de Turismo Estatal, contempla como una de las principales atracciones al parque zoológico **Africam Safari**. El turista para obtener información sobre éste puede acudir a las oficinas de turismo, en donde se encuentra un módulo interactivo de información, en el cual presionando la pantalla puede obtener todos los datos que requiere.

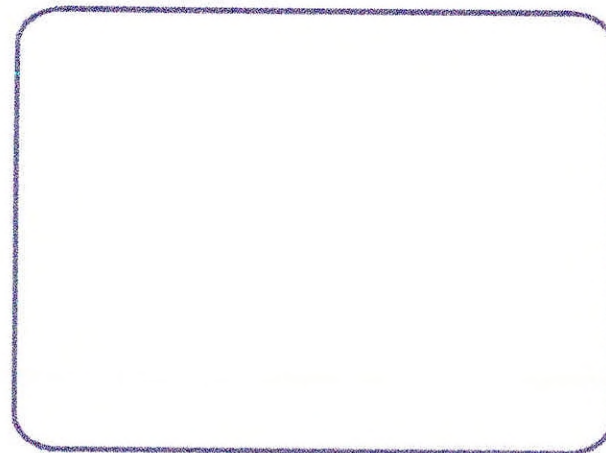
Africam Safari se encuentra clasificado en el área de centros recreativos, al presionar la pantalla en este apartado se pueden ver imágenes del parque, una breve explicación, direcciones y teléfonos.

Sin embargo, el logotipo de la empresa no aparece, aunque aparentemente trivial, es necesaria la inclusión de éste, para que el turista se familiarice de una forma total.

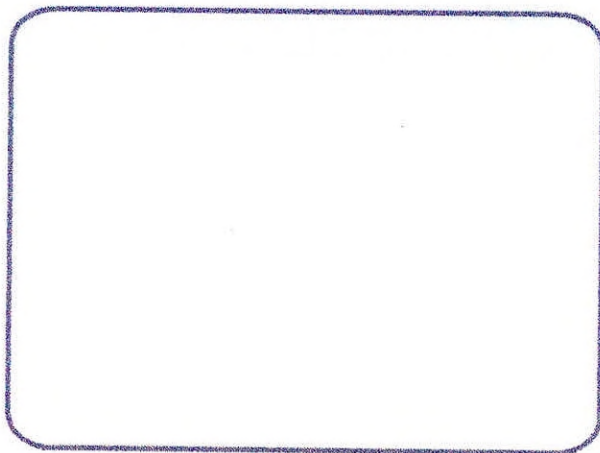
Por ello se sugiere incluirlo precediendo la presentación fotográfica, e incorporar fotos más atractivas de acuerdo a su color y composición.



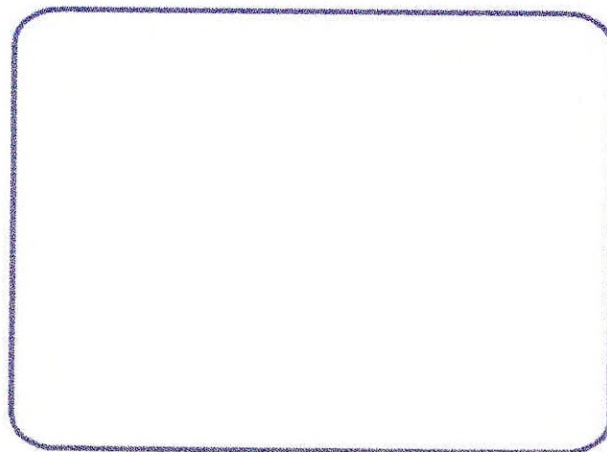
1



2

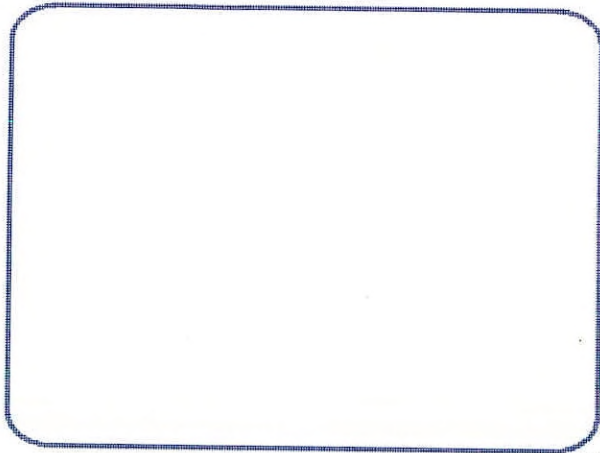


3

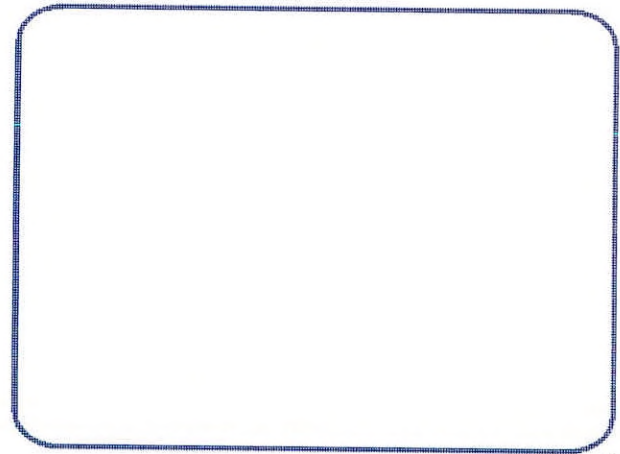


4

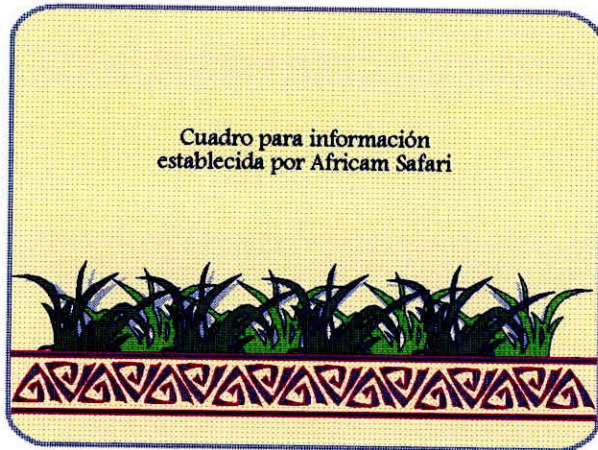
Cada cuadro, equivale a un tiempo de exposición de 4 segundos aproximadamente



5



6



7



Señalética y señalización

Señalética es un lenguaje desarrollado de signos específicos, es el conjunto de criterios para su concepción y aplicaciones, cuya característica principal es la adaptación a problemáticas precisas, siempre relativamente diferentes. La señalización a diferencia de la señalética, es la acción de aplicar señales existentes a priori a problemas siempre repetidos, como por ejemplo las señalizaciones industriales y comerciales que se venden en empresas de productos gráficos para la industria en general. Estos resuelven problemas de información elementales que van desde los indicadores de elevador, sanitarios, escaleras, hasta otros mas específicos como zona de carga y descarga, etc.

A continuación se muestra una tabla con similitudes y diferencias, donde se comparan características que definen a la señalización y a la señalética y en la cual se observará que en la misma medida que ambas formas de comunicación poseen razgos diferenciales, conservan también condiciones comunes y efectivamente, una y otra nunca se oponen, sino que se complementan o amplían en determinados aspectos funcionales.

Señalización

- 1.- La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior
- 2.- Es un sistema determinado de conductas
- 3.- El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente
- 4.- Las señales preexisten a los problemas intinerarios
- 5.- El código de lectura es conocido a priori
- 6.- Las señales son materialmente normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria
- 7.- Es indiferente a las características del entorno
- 8.- Aporta al entorno factores de uniformidad
- 9.- No influye en la imagen de entorno
- 10.- La señalización concluye en sí misma

Señalética

- 1.- La señalética tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado (interior y exterior)
- 2.- Es un sistema más optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema
- 3.- El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular
- 4.- Las señales, y las informaciones escritas, son consecuencias de los problemas precisos
- 5.- El código de lectura es parcialmente conocido
- 6.- Las señales deben ser normalizadas, homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente
- 7.- Se supedita a las características del entorno
- 8.- Aporta factores de identidad y diferenciación
- 9.- Refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones
- 10.- Se prolonga en los programas de identidad corporativa, o deriva de ellos

Cabe aclarar que no es la intención de este proyecto el cambiar o crear un programa nuevo de señalética, sino que se busca el aprovechar los elementos ya existentes, eliminando las deficiencias, es decir optimizar el programa de señalética con el que cuenta actualmente el parque zoológico **Africam Safari** buscando así unificar estilos, de acuerdo a las demás formas de manifestaciones y coordinarlas entre si, que exista una coherencia del programa de señalética con todos los demás soportes y medios de comunicación como son los impresos, vehículos, publicidad entre otros y lo más importante el lograr una unificación con la imagen corporativa para que ambas se complementen y no se consideren como medios aislados.

Como ya existe el diseño de señales éstas se aprovecharán y solo se integrará el estilo de diseño aquí propuesto, lo mismo será para los colores los cuales serán: beige, verde militar, rojo quemado, tomando en cuenta el estilo ambiental y el colorido dominante en el entorno.

Los materiales para la realización de las señales son los mismos con los que cuenta actualmente **Africam**

Safari ya que el profundizar en ellos podría arriesgar las dimensiones y limitaciones establecidas en el proyecto ya que estos materiales están determinados por las condiciones ambientales del lugar, además de que también se debe pensar en los animales al elegir los materiales ya que las costumbres y características de cada especie animal es diferente como por ejemplo las jirafas son animales que todo chupan, es por ello que se deben buscar materiales no tóxicos; en el caso de los monos éstos destruyen todo, por lo cual los materiales utilizados en esta zona deben ser resistentes, lo mismo sucede con los rinocerontes que todo golpean. Es por ello como se mencionó anteriormente que los materiales utilizados serán los mismos con los que actualmente cuenta **Africam Safari**, ya que son eficaces y funcionales.

Las señales a las cuales se les integrará el estilo nuevo de diseño aquí propuesto son las siguientes:

Panel informativo (Status). Se ubica en el zoológico infantil Cap. Carlos Camacho, es un panel auxiliar para la placa descriptiva, ya que explica detenidamente el significado

de las placas de acuerdo a su color.

Dichos colores, representan el grado de extinción de la especie referida en cada una de las placas de la siguiente manera:

Rojo: Especie casi extinta

Verde: Especie en peligro de extinción

Azul: Especie sin peligro de extinción.

Placa descriptiva. Se encuentran en el zoológico infantil, en las cuales se especifica el nombre común de la especie animal, su nombre científico, una reseña de sus características, así como también se incluye la placa de color dependiendo del grado de extinción de la especie.

Planos de ubicación (Mapa). Sirve para situar a los visitantes en el entorno, contiene el mapa de ubicación general interna de **Africam Safari**.

Panel Direccional (Escudo). Ubicados en distintas áreas del parque zoológico, indican datos importantes para el visitante tales como: especies animales de acuerdo a la zona, advertencias de no alimentar animales y sugerencias de seguridad

de no mantener los vidrios abajo, y en caso de falla mecánica tocar el claxon y esperar ayuda.

Botes de Basura. Se propone destinarles un lugar especial utilizando un poste que sirva de soporte para colocar dos letreros que indiquen donde depositar los desechos orgánicos e inorgánicos así como una breve explicación a estos conceptos, la distribución de éstos será en el área pedestre.

Status.

Significa, el grado de extinción que tienen las especies.
Por ello, en cada una de las placas descriptivas,
aparece una barra de color.

Estas barras indican el grado de extinción
de las mismas de acuerdo a los siguientes colores

 Rojo

Especie extinta, uno de los últimos ejemplares.

 Verde

Especie en peligro de extinción.

 Azul

Especie sin peligro de extinción.

Placa
descriptiva

Africam
 safari



Estos extraordinarios animales no son albinos

Sencillamente presentan una variable de coloración. Además de su tonalidad blanca, sus ojos azules, los cojinetes bajo sus patas son rosados y son de mayor tamaño que los tigres comunes. Los tigres rojizos-anaranjados se camuflagean en los pastos altos.



¿Estarán los tigres blancos en desventaja para cazar a sus presas?

Mapa del continente
de origen



Habitat:
Selva Tropical

Textura



Así como no hay dos personas con la misma huella digital, no existen dos tigres con el mismo patrón de rayas en la cara



Lugar de Origen:
China (Yunnan y Sechuan), SIKIM, Nepal
y Birmania Septentrional.

Mapa interno

- Sección Africana
- Sección Internacional
- Sección Botswana
- Sección Uganda
- Sección Mombasa
- Sección Kenya
- Sección Asia/ta
- Sección Americana
- Zoo Carlos Camacho

Aflicam
safari

Mapa

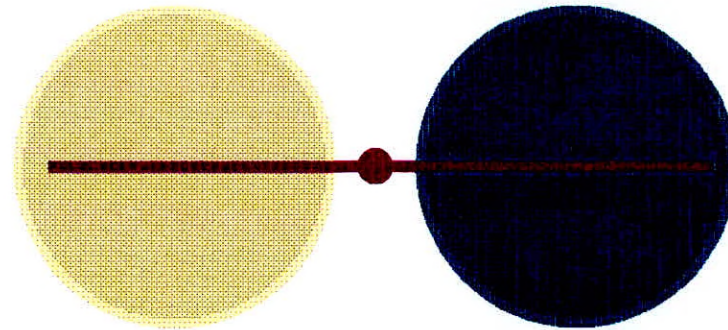
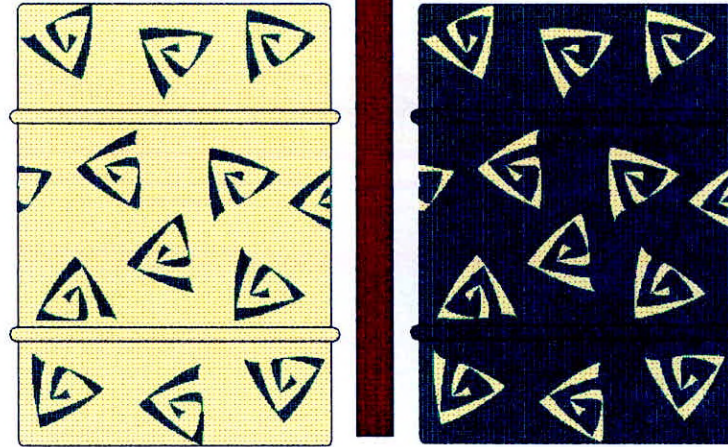


orgánica

Desechos orgánicos:
son aquellos que se descomponen
por procesos naturales y se integran
al medio ambiente, como las sobras
de comida, cáscaras de verduras
y frutas.

inorgánica

Desechos inorgánicos:
son los que no se descomponen
o lo hacen muy lentamente.
Estas sustancias para las que no hay
desintegración natural como: latas,
papel, botellas de vidrio y plástico.



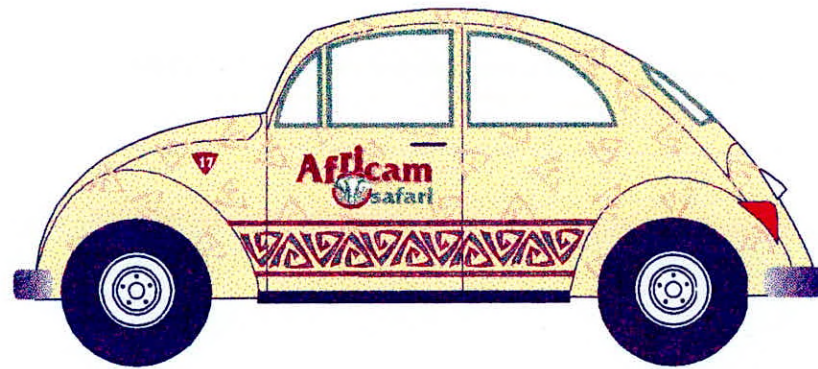


Parque vehicular

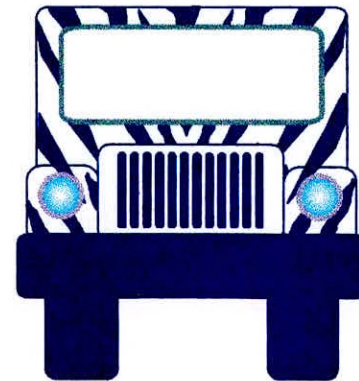
Al referirse concretamente al parque vehicular, se encuentra un elemento que por años, ha identificado al parque **Africam Safari**, la representación de un cebrado. Dicho elemento, es imposible de reemplazar debido al gran peso que ejerce como medio publicitario ya que es plenamente identificado por los visitantes.

Definitivamente, el cambiar concretamente este diseño (cebrado), implicaría romper con un contexto propio de la empresa, (sin olvidar que los trabajos de pintura y rotulación, aumentarían significativamente los gastos).

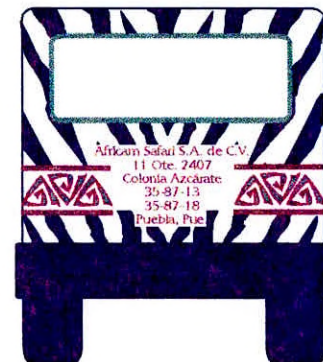
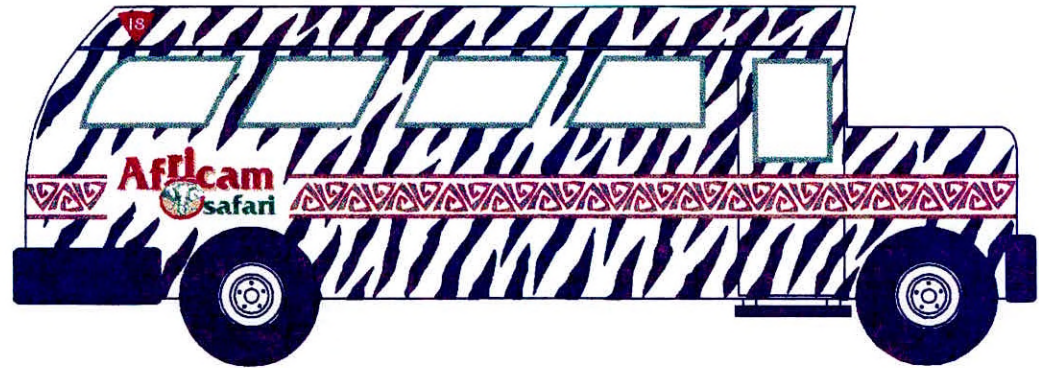
Sin embargo, puede incorporarse a éste el diseño que esta tesis propone; ya que, sin chocar uno con otro, logra unificarse a todo lo antes presentado.



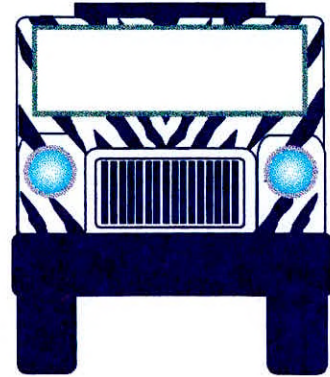
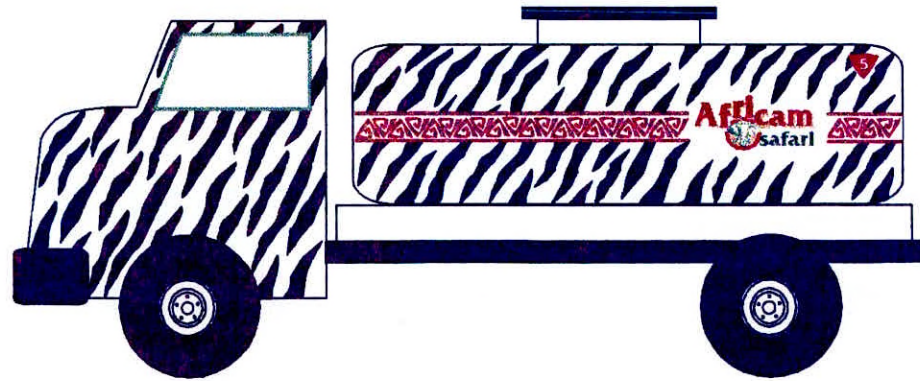
Vehículo utilitario



Jeep



Autobus





Conclusiones

Las aplicaciones presentadas, tienen el propósito de demostrar la diversidad de posibilidades en cuanto a la integración del diseño propuesto con la imagen corporativa, para lograr así una unificación completa.

Pero sobre todo el objetivo principal es el de crear un diseño exclusivo y particular que distinga a la empresa de otras homónimas.

A continuación se presentan las mismas aplicaciones en tercera dimensión para una más clara comprensión.

Aportación

Como se dijo en un principio el principal interés fué lograr que la imagen corporativa del Parque zoológico **Africam Safari**, pudiera ser plenamente identificada por el público en general, asimismo evitar que la imagen fuera desplazada por elementos complementarios a ella.

Por lo tanto, se considera esta aportación no solo dirigida a la empresa **Africam Safari**, sino también para el estado de Puebla, ya que estamos hablando de uno de los centros recreativos más importantes del estado en cuanto a su interés turístico y económico dentro y fuera de nuestra Angelópolis.

Sin dejar pasar por alto también, el hecho de dar su justo lugar a una imagen, que significa veinticuatro años de esfuerzo, investigación y consolidación, que comenzó con el sueño de un solo hombre.

Agradecimientos

Nuestro más sincero agradecimiento a la empresa **Africam Safari**, por toda la ayuda recibida y sin la cual esta tesis no hubiera podido ser.

De igual forma, nuestro reconocimiento por su sincera preocupación en brindar apoyo a la gente joven.

En especial queremos agradecer a las siguientes personas:

Amy Camacho Wardle
Directora General **Africam Safari**

Frank Carlos Camacho Wardle
Director de Zootecnia **Africam Safari**

Lic. Rogelio Carrera Hernández
Director Departamento de Ventas, Mercadotecnia y Publicidad

L.D.G. Gabriela Jiménez Minutti
Directora Departamento de Diseño Gráfico

Biólogo Arturo Galicia Zamora
AZCARM

Eloy Piñeiro

Departamento de Ventas

L.D.G Gustavo Grayeb

Sousa

Catedrático Escuela de Diseño
Gráfico UPAEP

Por todo el apoyo brindado durante
el desarrollo de esta tesis.

Arq. Miguel Angel Balandra

Jara

Director de la división de Arte y
Arquitectura UPAEP

L.D.G. Juan Manuel Bada

Dosal

Director de la Escuela de Diseño
Gráfico UPAEP

L.D.G Luis Limón Zambrano

Catedrático Escuela de Diseño
Gráfico UPAEP

Glosario

Adaptaciones. Diferentes versiones de un solo anuncio, que se ha alterado para ajustarse a las distintas medidas disponibles en diversas publicaciones, pero que mantienen el estilo del anuncio original.

Altas. Letras mayúsculas del alfabeto

Altas y Bajas. Ambas letras del alfabeto simultáneamente.

Bajas. Letras minúsculas del alfabeto.

Campaña. Un esfuerzo específico de publicidad en beneficio de un producto o servicio particular. Se extiende durante un lapso de tiempo especificado.

Colores Institucionales. Son los colores que dan fuerza a la imagen institucional.

Composición. Disposición de los elementos de diseño dentro del área de trabajo.

Desarrollo. Proceso de añadir algo a, o avanzar en, un apunte o dibujo inicial hasta lograr el efecto deseado.

Encuesta. Una enumeración que usualmente se refiere a opiniones de muestra, actitudes y creencias.

Familias. Término general que describe los diferentes estilos de letras que ofrece la composición tipográfica.

Folleto. Publicación breve, se emplea principalmente con fines publicitarios.

Formato. El tamaño, forma, estilo y apariencia de un libro o una publicación.

Grabado. Impresión en bajo o en altorrelieve, con o sin tinta, de cualquier elemento gráfico.

Grafismos de vehículos y uniformes de empresa. Grafismos distintivos usados y aplicados a los medios de transporte, uniformes, etc., para representar la imagen corporativa de una empresa, por lo general son una extensión de las imágenes utilizadas en el logotipo y en el papel de escribir de la empresa.

Identidad. Es la conjunción de elementos políticos, conceptuales normativos, gráficos y de comunicación que distinguen a una empresa.

Imagen. Tema o asunto visual de una ilustración, diseño o fotografía.

Imagen Corporativa. Diseño que adopta una compañía para crear cierta continuidad entre sus productos y que su nombre se reconozca al instante.

Logotipo. Es la fusión del símbolo y la tipografía institucional, es en sí, la imagen gráfica de la empresa, basado en caracteres gráficos distintivos de los mismos.

Maqueta Tridimensional (Dum-mie). Prototipo que muestra cómo será un objeto acabado, como un libro o un paquete, y emplea los mismos materiales del producto final, aunque no necesariamente todos los gráficos.

Medio Tono. Imagen de tono continuo que se ha dividido en una serie de puntos mediante una trama de líneas cruzadas.

Pantone Matching System (PMS). Sistema Internacional de clasificación de colores para la obtención de tintas, a partir de la combinación de los colores de tintas básicos.

Retícula. Red geométrica que sirve de base para la construcción del logotipo y facilita el trazo para su reproducción.

Símbolo. Es el elemento gráfico diseñado expresamente para representar e identificar una empresa.

Tintas planas (no degradado). Plasta de color donde la tinta se aplica uniformemente, es decir, sin pantalla.

Tipografía. El arte, diseño general y aspecto de un documento impreso con tipos de imprenta.

Tipografía Complementaria. Conjunto de alfabetos seleccionados para reforzar y apoyar uniformemente la imagen gráfica.

Tipografía Institucional. Es el estilo de letra que identifica en forma escrita el nombre de la empresa.

Tono. Los diferentes matices de un mismo color.

Tono/Color degradado. Término que alude al fenómeno que se produce cuando un color o tono se mezcla suavemente con otro de manera casi imperceptible.

Trabajar a escala. Ampliar o reducir una imagen para que encaje en el espacio que le ha sido asignado.

Bibliografía

Identidad Corporativa

Wally Olins

Manual de Imagen Corporativa

Eugeni Rosell

La Sintaxis de la Imagen

Introducción al alfabeto visual

D. A. Dondis

Ediciones GG

Barcelona 1990

Bases del Diseño Gráfico

Alan Swann

Ediciones G. Gili, S.A. de C.V.

Publicidad

Otto Kleppner's

9a. Edición

Prentice Hall

Técnicas de presentación para el

Artista Gráfico

Jenny Mulherin

Manuales de Diseño

Señalética

Joan Costa

Enciclopedia del Diseño

Diccionario Básico de Comunicación

Kats

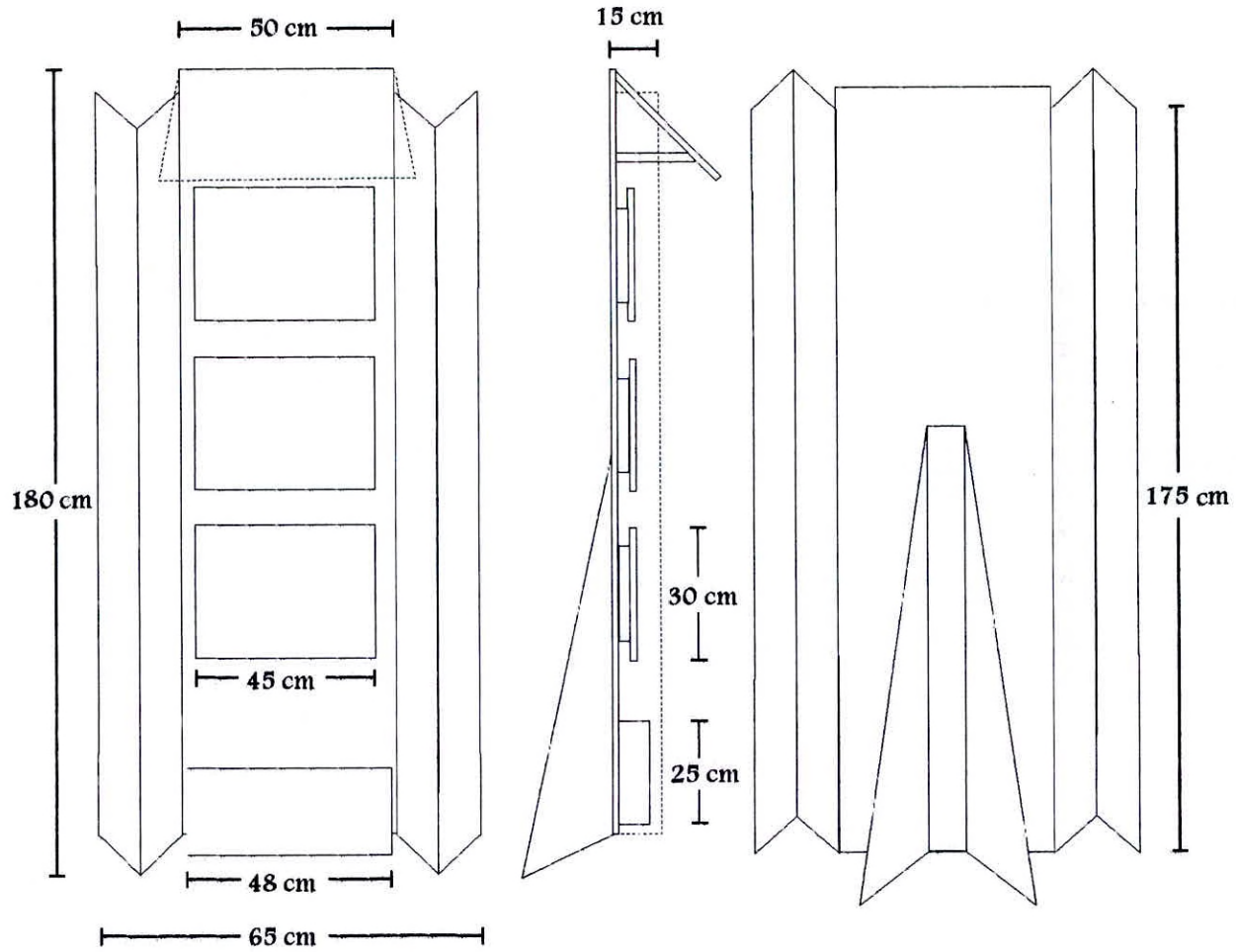
Editorial Nueva Imagen

Apuntes de la Materia de Semiótica
Curso de Comunicación Visual
Primavera, 1995

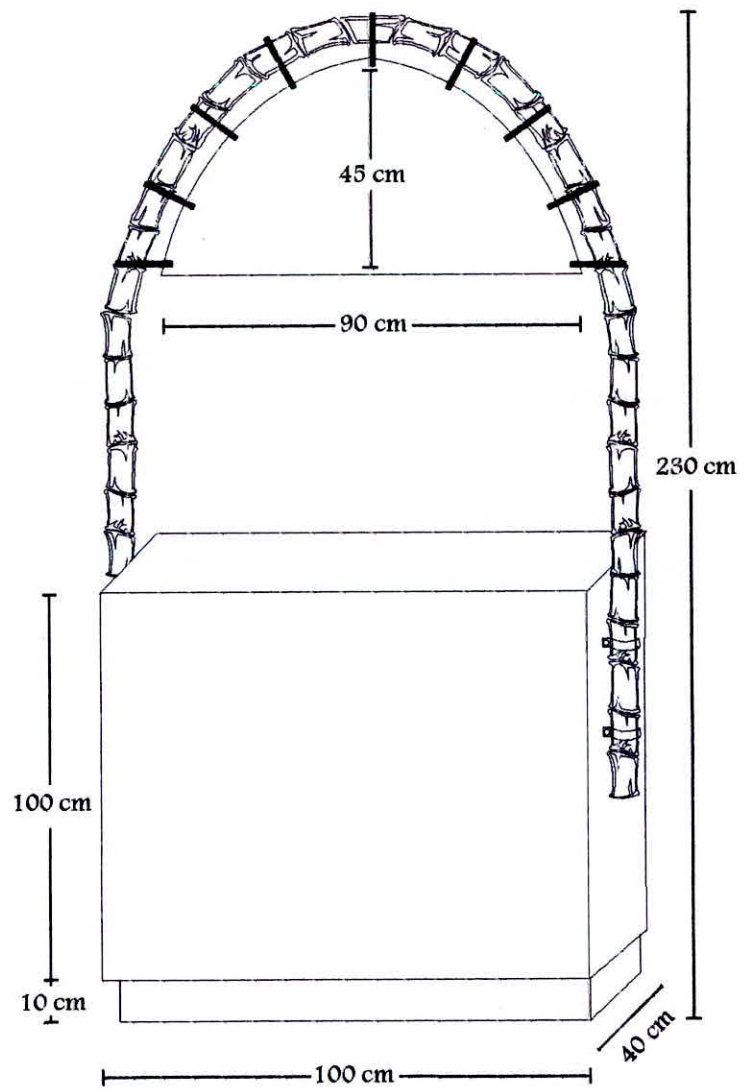
Manual de Identidad Corporativa
Primer imagen Africam Safari

Manual de Imagen Corporativa
Imagen actual Africam Safari

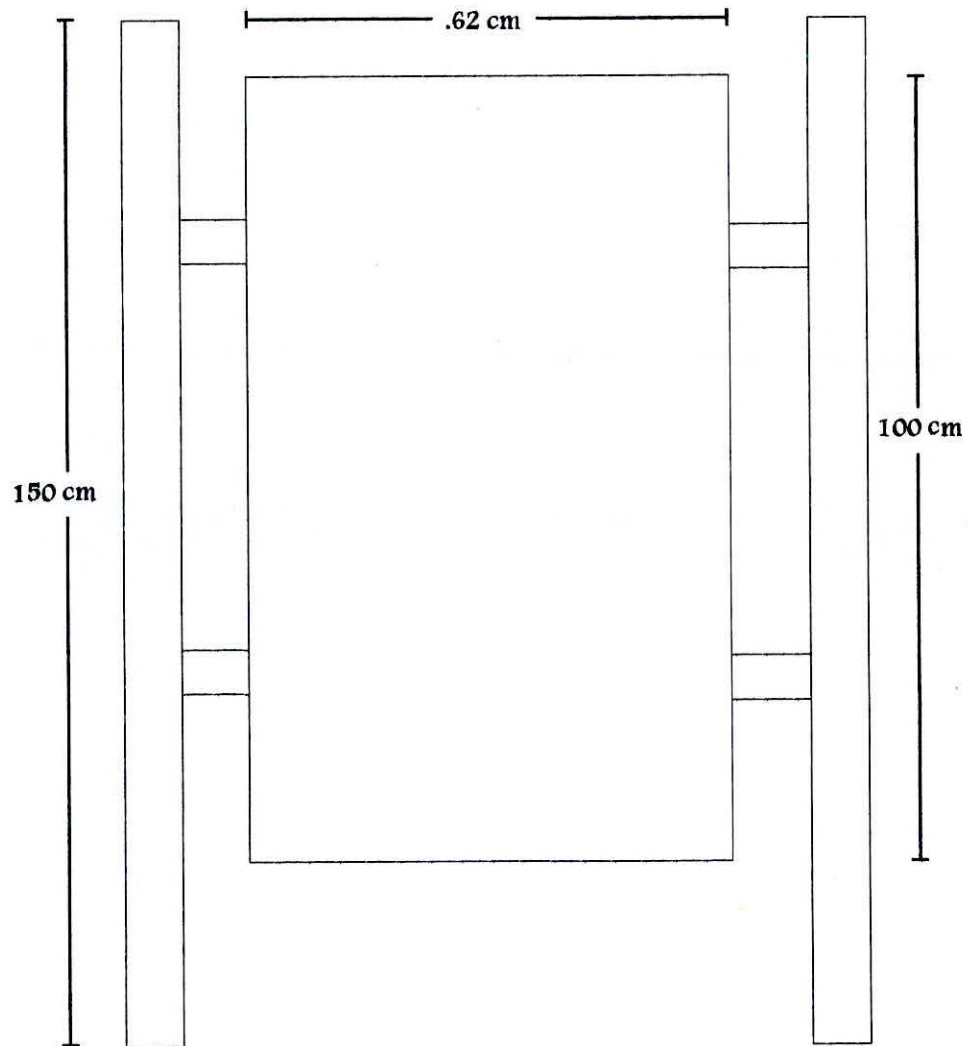
Tesis Verano del 96 UPAEP
Bases para determinar la necesidad de
creación de una Imagen Corporativa



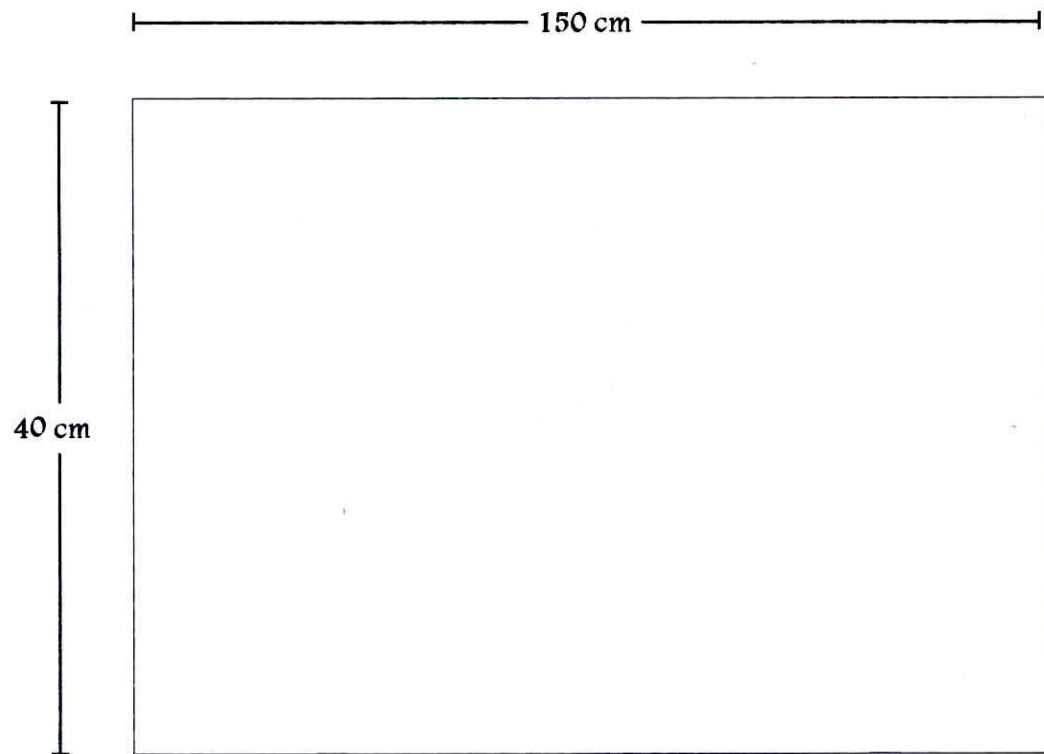
Display



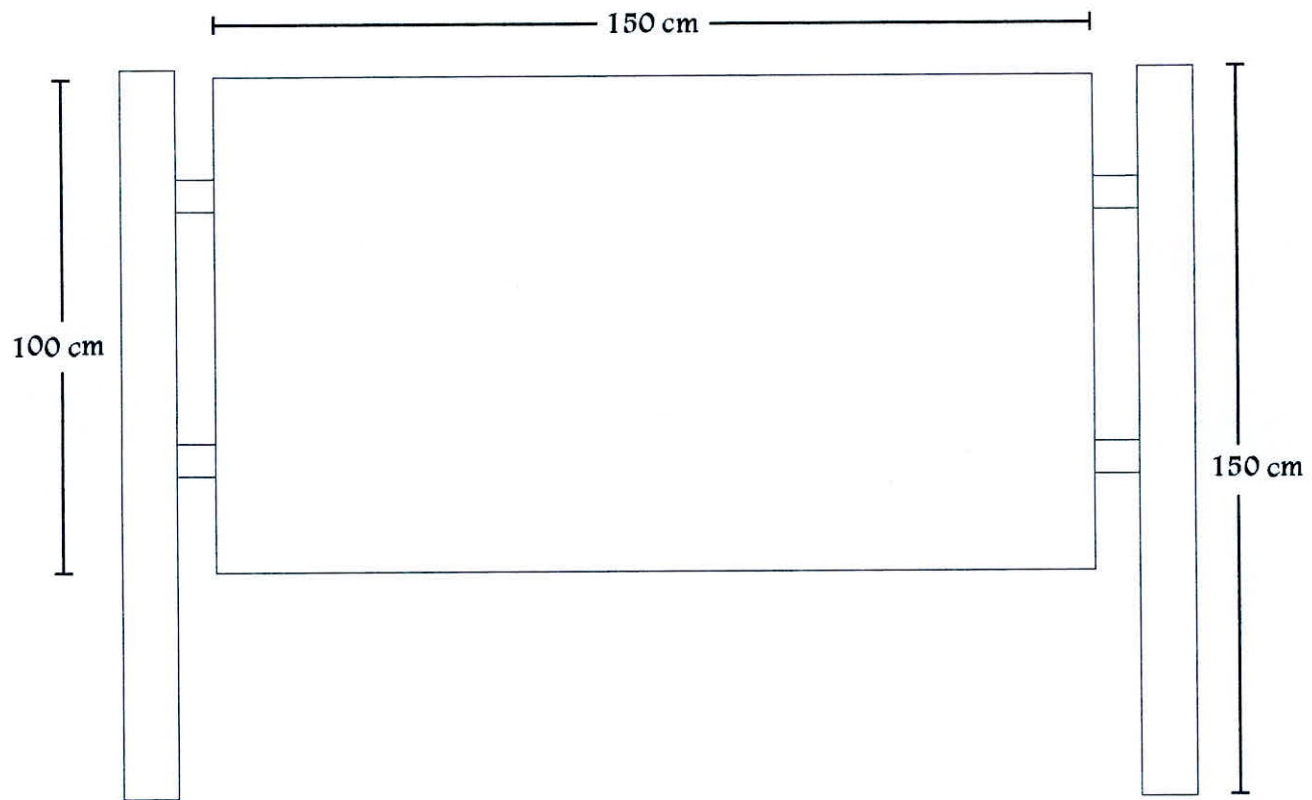
Módulo de Información



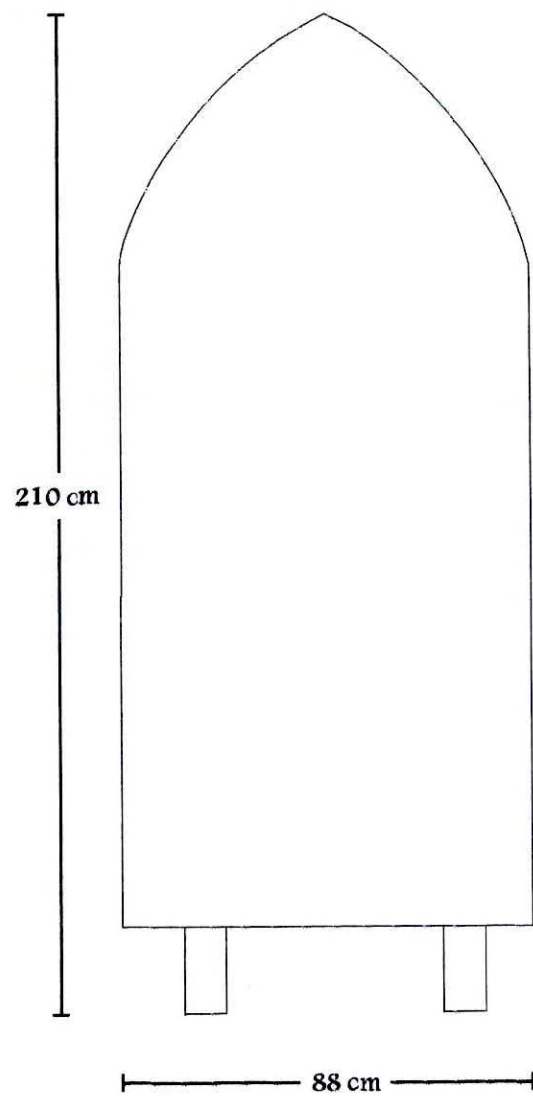
Placa Informativa



Placa Descritiva



Mapa Interno



Panel Direccional

Diseño editorial (Justificación)

El formato está delimitado en un espacio de 21.5 X 23 centímetros, siendo éste un tamaño fácil de manejar.

De acuerdo a su diseño editorial, éste se encuentra delimitado por dos columnas, con un medianil de 0.8 centímetros.

Las columnas se encuentran recargadas hacia la derecha, teniendo como márgenes espaciales las siguientes medidas:

Margen izquierdo 7 cm
Margen derecho 4 cm
Margen superior 3 cm
Margen inferior 3 cm

15.5 Centímetros

0.8 Centímetros

5.5 Centímetros