

31
2ej.



ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO
QUE PRESENTA

ROSALBA QUIJANO CRUZ

Nº CTA. 8132292-1

TEMA "SEÑALETICA"

PROYECTO:

SISTEMA SEÑALETICO PARA LA EMPRESA HOUSE OF FULLER

DIRECTORA DE TESIS:

MARIA ELENA MARTINEZ DURAN

ASESOR:

JULIAN LOPEZ HUERTA

MARZO/AGOSTO DE 1993



SECRETARIA
ACADEMICA
Escuela Nacional de
Artes Plásticas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



UNAM – Dirección General de Bibliotecas 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 imágenes, 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 donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

▶ **AGRADECIMIENTOS**

● **GRACIAS**

A mis padres por el impulso y cariño
que determinó en mí
la realización de este trabajo.

● A ustedes, que de alguna manera se compartio algo de este proyecto

pero lo más importante su amistad

GRACIAS : Leo, Angeles, Chela, Gaby.

● Para mi amiga Alex, por todo su apoyo
siempre en los momentos más difíciles de la carrera
esta promesa es un hecho.

GRACIAS

● Por todos aquellos que en su momento me brindarán toda su ayuda
maestros, compañeros y a "FULLER" por darme la oportunidad
de haber realizado esta investigación.

GRACIAS

INDICE

| | |
|--|---------|
| INTRODUCCION | pag.1 |
| ANTECEDENTE | pag. 4 |
| | |
| CAPITULO 1 | |
| Fundamentos Teóricos | |
| 1 Semiótica | pag. 7 |
| 1.1 Señalización | pag. 11 |
| 1.2 Señalética | pag. 12 |
| | |
| CAPITULO 2 | |
| Marco Teórico | |
| 2 Identificación de áreas | pag. 16 |
| 2.1 Gráfica de visitantes | pag. 26 |
| 2.2 Toma fotográfica de áreas | pag. 27 |
| 2.3 Clasificación de señales | pag. 30 |
| 2.4 Integración de estilo y lenguaje gráfico | pag.34 |
| 2.5 Sistema pictografico | pag. 37 |
| | |
| CAPITULO 3 | |
| 3 Aplicación gráfica | pag. 49 |
| 3.1 Ubicación e implementación de señales | pag. 52 |
| 3.2 Propuesta de materiales | pag. 56 |
| | |
| CONCLUSIONES | pag. 57 |
| BIBLIOGRAFIA | pag. 59 |

House of Fuller es una empresa de capital extranjero dedicada a la producción y comercialización de artículos de belleza, higiene personal y cuidado del hogar.

Desde sus inicios, ha presentado un crecimiento ininterrumpido en todos sus ámbitos: productivo, económico, urbano y laboral; se ha caracterizado por una constante preocupación por competir con otras compañías de su mismo nivel, para su desarrollo y fortalecimiento.

Las empresas como House of Fuller no sólo se perciben a través de sus productos, su publicidad, sus ventas o los años de permanencia en el mercado, sino también por su aspecto físico, su compatibilidad arquitectónica y ambiental, que conforman parte importante de la percepción que la gente se forma de cada una de ellas.

Las instalaciones de la empresa House of Fuller han crecido con ella, pero en forma desordenada, adaptando los espacios existentes a los nuevos requerimientos; lo que ha dado por resultado un asentamiento irregular de las áreas que integran la organización.

Dadas las características de esta empresa, sus instalaciones presentan un tráfico intenso de personas ajenas a la situación interna de la compañía (como vendedoras, proveedores, clientes, etc.) además de una gran población flotante, integrada por personal de reciente ingreso*, por lo que a los visitantes, como a los mismos integrantes de la organización, les resulta sumamente difícil localizar las oficinas a donde desean dirigirse dentro del edificio principal.

*De acuerdo con datos obtenidos del Departamento de Selección de Personal, el 50% del personal administrativo de House of Fuller, es renovado en un lapso menor a dos años.



Esta dinámica es la que marca la necesidad de ubicar a las personas en un entorno determinado por medio de un sistema señalético, como ya se está aplicando en algunas empresas relacionadas directamente con servicios (Bancos, Autoservicios, Aeropuertos, etc.)

En este caso, se ha propuesto un sistema señalético para el edificio principal en House of Fuller con el fin de dar solución al problema de ubicación de los usuarios de las diversas instalaciones, y que a su vez informe, oriente y regule la afluencia de visitantes, comunicando una imagen profesional y reforzando la identidad de la compañía como una empresa sólida, en ascenso, dándole un carácter distintivo por medio de este sistema señalético.

En México, la aplicación de un sistema señalético resulta una tarea difícil, ya que para mucha gente esta materia es nueva, por lo que enfrenta muchos factores adversos, dadas las condiciones de arquitectura y planificación de las áreas.

El análisis y el tiempo que requiere una propuesta total del sistema para una empresa, resulta poco práctico para los fines de este trabajo, por lo que se determinó utilizar un área específica de las oficinas administrativas para ejemplificar claramente cuáles serían las funciones de las señales que integran el sistema, complementándolo cada vez más a las necesidades reales del espacio.

En este trabajo se plantean los pasos sintetizados para la aplicación de un sistema señalético, presentando en el primer capítulo las bases teóricas que fundamentan la realización gráfica, retomando materias como la semiótica y la señalética.

En el segundo capítulo se mencionan cuáles son los conceptos en que se apoya el trabajo el desarrollo de la relación de los signos con el usuario y la señalética.

Dándose las bases para diferenciar cuáles son las características de los signos para aplicarlos correctamente.



En el tercero se desarrolla el aspecto gráfico donde se determina en base a una recopilación de datos proporcionados por los usuarios de las diferentes áreas, que muestran las necesidades de comunicación en base a aceptación de las señales ya establecidas y estudiadas para cada fin propuestas en este trabajo, terminando con una propuesta de materiales y costos.

Por último se mencionan las conclusiones las cuales se hacen patentes la diferenciación lógica de áreas como las viceprecidencias con un aspecto más cómodo para laborar y las áreas administrativas en donde la señalética se adecua a cada espacio.



Antecedentes

House of Fuller es una empresa que desde su llegada a México en 1966 se ha dedicado a la venta directa (de puerta en puerta) de una serie de productos para el hogar y de consumo personal que ella misma crea, produce y comercializa, teniendo como resultado un desarrollo con gran estabilidad, manteniéndose como una empresa dinámica y vanguardista.

Su desarrollo se ha manifestado en diversas ocasiones. En 1972 se constituyó como una sociedad anónima de capital variable y dada la expansión que continuaba en ritmo ascendente se hizo indispensable en el año 1973, cambiar las instalaciones a una planta en Xochimilco. En 1985, se trasladaron las oficinas administrativas y de ventas, así como las áreas de surtido y distribución a las nuevas instalaciones ubicadas en Tepepan, quedando toda la planta productora en Xochimilco.

En 1993 debido al constante crecimiento de algunas áreas, se trasladan los departamentos de distribución y operaciones a las nuevas instalaciones de Xochimilco, atrás de la planta productora. La empresa House of Fuller se divide en 5 áreas, distribuída en 2 plantas:

4 áreas: Mercadotecnia, Ventas, Finanzas y Recursos Humanos, en las instalaciones de Tepepan,

1 área: Operaciones, instalada en las nuevas instalaciones de Xochimilco.



La expansión acelerada de House of Fuller se ha manifestado a niveles físicos y administrativos acentuando el problema ya existente del usuario y el visitante, el no identificar las áreas de servicio teniendo por resultado confusión y pérdida de tiempo.

El desarrollo y crecimiento de la propia empresa reduce el espacio de las diferentes áreas al tiempo que surge la necesidad de improvisar las áreas acrecentando cada vez más el problema de identificación de los servicios.

La inestabilidad de la población interna de la empresa refleja un problema de otra índole el cual no es objeto de estudio en este trabajo y que anteriormente ya se había mencionado porque refleja en algunos resultados que en su mayoría la gente no permanece más de dos años dificultando la identificación de las áreas y una relación laboral más adecuada.

El área de ventas es parte importante de toda empresa y en Fuller no es la excepción, por consiguiente en ella se encuentra la gran mayoría de personal, aunque éste no se encuentre dentro de las instalaciones, pues como ya se indica son vendedoras y su trabajo está ubicado al campo.

Nuestro estudio se dirige a una gran variedad de personas que laboran para la empresa en su mayoría amas de casa de diverso nivel y cultura social, pero en general mantenidas dentro de un nivel económico medio-bajo, de las familias mexicanas.

Visualizando lo anterior, nuestro estudio estará dirigido a utilizar la semiótica que nos dará elementos de análisis y estudio de nuestro sistema visual (señales, pictogramas y/o directorios, etc.), la señalética como punto principal que utilizará para realizar y aplicar signos así como textos legibles para la mayor efectividad del sistema.



En resumen, el sistema señáletico solucionará el tráfico de usuarios y visitantes, mejorando la relación e identificación de las diversas áreas ofreciendo un mejor servicio, más rápido y sin pérdidas de tiempo.

▶ Así como en nuestros días el desarrollo que ha tenido la humanidad se debe en gran parte a la comunicación y esta satisface la necesidad que tiene el hombre de relacionarse por medio de signos y con requisitos que cada vez son más precisos y con mayor contenido informativo en sus mensajes.

Los elementos que debe llevar el proyecto en su requerimiento de transmitir mensajes de una forma sencilla y más efectiva esta basada en el area de estudio de la semiótica, tomando en cuenta que el problema es la ubicación del personal dentro de una empresa como en este caso, House of Fuller y que se necesita incorporar a un sistema de signos apoyados a la Señalética.

En este caso, se hablará de las bases de la Semiótica y de la que el autor Charles Morris menciona antecedentes y Pierce tiene una gran influencia sobre la materia y de la cual nos apoyaremos como punto de partida para el análisis de la Semiótica.

(1) "La palabra Semiótica se remonta a la tradición griega, para la cual era una de las tres ramas de la medicina y comprendía el diagnóstico y el pronóstico, por medio de los signos. Los Estoicos concedieron a la Semiótica la dignidad de una división básica de la filosofía, coordinada con la física y la ética, e incluyeron en ella la lógica y la teoría del conocimiento...

...Charles Pierce aprovechó todo el análisis histórico y filosófico sobre signos, para ejercer a su vez una influencia decisiva sobre la discusión contemporánea. "Es importante comprender lo que entiendo por semiosis, toda acción dinámica, o acción de fuerza bruta, física o psíquica, o bien tiene lugar entre dos sujetos, o al menos es una resultante de tales acciones entre pares.

Pero, por "semiosis" entiendo, por el contrario, una acción o influencia que es, o que implica, la cooperación de tres sujetos, a saber, un signo, su objeto y su interpretante, influencia ternaria que no puede en manera alguna resolver en acciones entre pares... mi definición confiere a toda cosa que así actúe el título de "signo"

(1) Charles Morris - Signo, lenguaje y conducta. Pag.32

Es importante retomar este punto de vista para tener una idea del cuál será el planteamiento en cuanto a nuestro trabajo y como se abarcará. Estudiando al usuario en el problema de ubicación, la simbología (señales, símbolos, pictogramas.) y su significado que en este caso es lo que se plantea como una solución gráfica.

La semiótica determina como se estudia un signo definiendo éste como la representación de algo creado por el hombre mismo y sólo es comprendido en función del uso que el hombre haga de el, y de donde pertenezca, sea un código o sistema de organización de signos.

El autor John Fiske define:

El signo es algo físico perceptible por nuestros sentidos; se refiere a algo diferente de sí mismo; y debe ser reconocido por sus usuarios como signo."

Esta creación de signos que contengan un significado, es importante para el proceso de comunicación por serle útil al hombre al darse a entender en un determinado lugar en un determinado tiempo y tener esa relación triádica que menciona Pierce entre el signo, el intérprete y el objeto.

(2) "En términos generales los signos sirven para regir la conducta de manera como lo haría alguna otra cosa si estuviera presente. Para lograr sus objetivos, el organismo debe tener en cuenta el ambiente en que opera, seleccionar su propósito ciertos rasgos de dicho ambiente, reaccionar con series de respuestas que logren un ambiente adecuado para sus necesidades y organizar sus respuestas probadas por signos dentro de un molde o de otro.



Los signos pueden ser empleados en consecuencia para informar al organismo acerca de algo, para ayudarlo en su selección preferencial de objetos, para provocar series de respuestas de cierta familia de conducta, y para organizar la conducta emanada de signos, dentro de un todo determinado*.

(*) Charles Morris - Signos, lenguaje y conducta, Pág. 109

Respecto al signo, se define en tres categorías:

a) ICONO: es el signo que se parece de alguna manera a su objeto (foto)

b) INDICE: existe una relación directa entre el signo y su objeto.

c) EL SIMBOLO: no existe un parecido entre el signo y el objeto, sino que este representa algo en donde un grupo de personas tienen la misma forma de ver las cosas y determinan su significado, de acuerdo a su cultura e ideología.

En este caso, cuando se está realizando un trabajo donde existe una estructura empresarial que necesita identificar sus áreas de trabajo, nuestro problema es cómo resolver esa relación de nuestras áreas de estudio y su usuario, para lograr el mejor funcionamiento e interrelación de éstas. Es aquí cuando logramos identificar que necesitamos un signo que nos permita identificar las áreas administrativas para relacionarlas con sus usuarios.



Explicaremos a continuación las categorías o dimensiones que estudian las relaciones de los signos con los objetos y que son las siguientes:

1) Pragmática que es la relación de los signos con sus interpretantes.

(3) la pragmática es la parte de la semiótica que trata del origen, usos y efectos de los signos dentro de la conducta en que se hacen presente."

2) La semántica, que es el significado del signo, lo que quiere decir, contempla la relación del soporte gráfico y el concepto comunicacional al que se refiere.

3) Sintáctica, es la que contempla la relación de congruencia con los demás signos, que contengan una armonía-contigüidad, es la integración de un conjunto.

(3) "Charles Morris" Signo, lenguaje y conducta, pág. 240

Se ha visto que la relación del signo con el objeto, está dada por una serie de condiciones particulares y a veces un poco complejas. Esta relación está en función de un contexto geográfico, ideológico, cultural y socioeconómico del individuo al cual se dirige el signo.

Se determinará cuales serán nuestros elementos gráficos para su utilización correcta, y partiendo de eso diferenciaremos lo que es un signo, una señal y un símbolo.

- Signo ya definido anteriormente, es la representación de algo.
- Señal es algo que nos indica realizar o modificar una acción.
- Símbolo es la representación de una ideología dentro de un contexto determinado.

Este análisis del signo con respecto a su relación con los objetos, es la pauta que determinará el tipo de diseño que aplicaremos en un sistema señalético.



Explicaremos el ¿por qué? vamos a tomar una materia como Señalética y no Señalización para resolver un problema de identificación de espacios, tomando en cuenta las características de ambas, el autor de Señalética, Joan Costa menciona:

SEÑALIZACION

(4) "La Señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior.

- Es un sistema determinante de conductas.
- El sistema es universal y está ya creado como tal, íntegramente.
- La señales preexisten a los problemas itinerarios.
- El código de lectura es conocido a priori.
- La señales son materialmente normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria.
- Es indiferente a las características del entorno.
- Aporta al entorno factores de uniformidad.
- No influye en la imagen del entorno.

SEÑALETICA

- 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).
- Es un sistema más optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema.
- El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular.
- La señales y las informaciones escritas, son consecuencia de los problemas precisos.
- El código de lectura es parcialmente conocido.
- Las señales deben ser normalizadas, homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.
- Se supedita a las características del entorno.
- Aporta factores de identidad y diferenciación.
- Refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones.
- Se prolonga en los programas de identidad corporativa, o deriva de ellos. *

(4) Joan Costa - Señalética, pág. 120

Es importante entender las funciones de los signos que intervienen en el sistema señalético aplicado a nuestro trabajo, que a continuación explicaremos.

Un signo dentro de un sistema señalético en este caso, produce estímulos breves que inciden en la sensación inmediata, esto da como resultado obtener un comportamiento, un sentido, una respuesta a la necesidad que en este caso es de orientación en un espacio determinado.

La función de la señal dentro del sistema señalético ⁽⁵⁾ "A diferencia de los otros signos cabe a la señal una función menos pasiva en cuanto a comunicación e información, pues su objeto tiene el sentido de una indicación, una orden, advertencia, prohibición o instrucción, no tanto de carácter comunicativo sino convocador más bien de una reacción inmediata por parte del observador. En su aspecto externo, sea en forma de tablero de anuncios o bien como inscripción, la señal se introduce en el campo de visión del individuo casi en contra de la voluntad de éste. El texto impreso, en cambio, puede ser ignorado o apreciado por el lector conforme a sus deseos, es decir, alejándolo o incorporándolo a su campo de visión, y así, a su mente. La señal materializada ha pasado a formar parte esencial de la imagen del entorno, del espacio vital que ocupamos, donde apenas podemos, por tanto, esquivarla... también depende de las propias características de mensaje, sean prohibitivas, informativas o instructivas, correspondientes a su envolvente ya determinados para su uso, que constituye un orador de información puntual, conciso y rápidamente identificable." ⁽⁵⁾ "pág. 270 *Adrian Frutiger, Signos, símbolos, marcas, señales*".



La función principal del pictograma trata de resolver problemas de comunicación de diferentes grupos humanos provenientes de diversos contextos, tratando de dar información por medio de signos que como imágenes naturalistas, principalmente en forma de siluetas, no dejan lugar a duda en cuanto a su significado para el observador, cualquiera que sea la lengua y las costumbres de éste.

A cerca de los signos fonéticos y monogramas retomaremos lo que Adrian Frutiger menciona:

(6) * El desarrollo de la escritura occidental había progresado en la antigua Grecia hasta la simplificación última de los signos fonéticos, para cada consonante y para cada vocal se había hallado ahora un signo individual específico, de modo que mediante su reunión se podía reproducir toda palabra o frase...

...en el sentido de verdadera fijación de lo pensado y hablado procede valorar la escritura, en primer lugar, desde el momento en que dibujos y signos se hallan en relación directa con sílabas, palabras o conceptos vocalmente expresados...

Con todo, hay analogías irrefutables entre signos elementales, por lo menos en lo que hace a la representación figurativa de objetos que deben haber sido comunes en todos los pueblos. Pensemos, así, en la reproducción de figuras humanas y animales...

Una de las más importantes etapas de desarrollo hacia la fijación propiamente dicha de la lengua la representa el empleo de un signo figurativo para reproducir un fonema, y no ya sólo para dejar establecido un concepto. El pictograma se convierte en fonograma.

Así, de signos pictográficos e ideográficos surgieron los fonogramas; no sólo el sentido de un escrito, sino también su expresión verbal quedó fijada para siempre POR ESCRITO.

(6) Adrian Frutiger. Signo, símbolo, marca, señal



En conclusión determinamos que todos los signos tienen la necesidad de satisfacer las diferentes dimensiones que de las cuales se relaciona el signo, su objeto y su interpretante:

La semántica debe reflejar ideas claras, tratando de que la gente comprenda el mensaje que denota el símbolo, el aspecto sintáctico sería la correcta relación de una imagen visual con otra, como se relacionan las partes del símbolo con otra y el aspecto pragmático que contiene todo símbolo en este caso nos ayudará a ver si nuestro sistema de signos está dentro de condiciones ambientales o físicas óptimas, como luz, ángulos adecuados para reconocer los pictogramas o alguna forma de distracción visual, si recopila conceptos como expresividad, constructividad, durabilidad, funcionalidad, etc.

Con las características mencionadas de la señalética podemos resolver las exigencias de las funciones informativas de cada departamento de House of Fuller, que su objetivo como sistema de señales visuales o mensajes en determinado lugar ayudan al comportamiento y acción de un individuo, obteniendo la instantaneidad informativa y la unificación de los signos comprendidos en un contexto determinado.



Para la aplicación del sistema señáletico en el edificio principal de House of Fuller se tomó en consideración la relación que tiene el receptor con el espacio físico de las áreas tanto laborales como de servicio y en donde se requiere una mejor comunicación entre usuarios. La imagen que tiene Fuller es de una empresa dinámica y creciente, competidora de otras grandes empresas del ramo.

La función del sistema señáletico es obtener beneficios tanto de imagen como de funcionalidad, siendo así una empresa con personalidad, interesada en brindar un mejor servicio y lograr una mayor comunicación entre todas sus áreas.



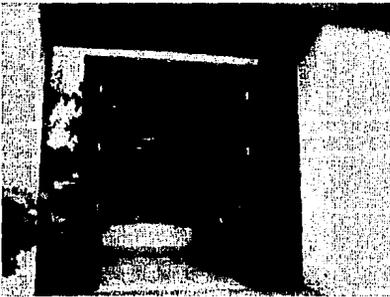
La mayor parte de las áreas administrativas se encuentran en las instalaciones de Tepepan teniendo como fachada en congruencia con los requisitos de la zona una apariencia de casa convencional del lugar, ésta consta de dos entradas, la principal y la trasera o caseta.



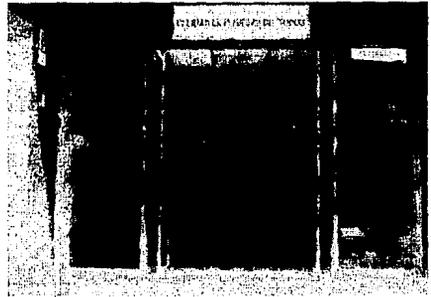
Esta construcción consta de 4 áreas, las cuales conforman nuestro objeto de estudio para la aplicación de nuestro sistema señáletico.

◀ Edificio principal

El edificio se divide en tres plantas como a continuación se ilustra, cuando la empresa decidió establecerse en ella la distribución de la empresa se fue determinando por etapas y necesidades. Existen dos accesos, el que da hacia la avenida principal en la que está orientada la entrada del edificio principal y en la cual entra personal como vicepresidentes y coordinadoras de ventas, siendo que el acceso de todo trabajador administrativo es entran por la parte trasera del área de Fuller que corresponde a la caseta de vigilancia, también siendo el acceso de diversos proveedores.



▲ Entrada frontal



▲ Entrada trasera

El acceso por la caseta de vigilancia nos permite la entrada directamente al patio que conecta a las 4 áreas de la empresa. Su organización interna está distribuida actualmente en 4 áreas : Mercadotecnia, Finanzas, Ventas y Recursos Humanos.

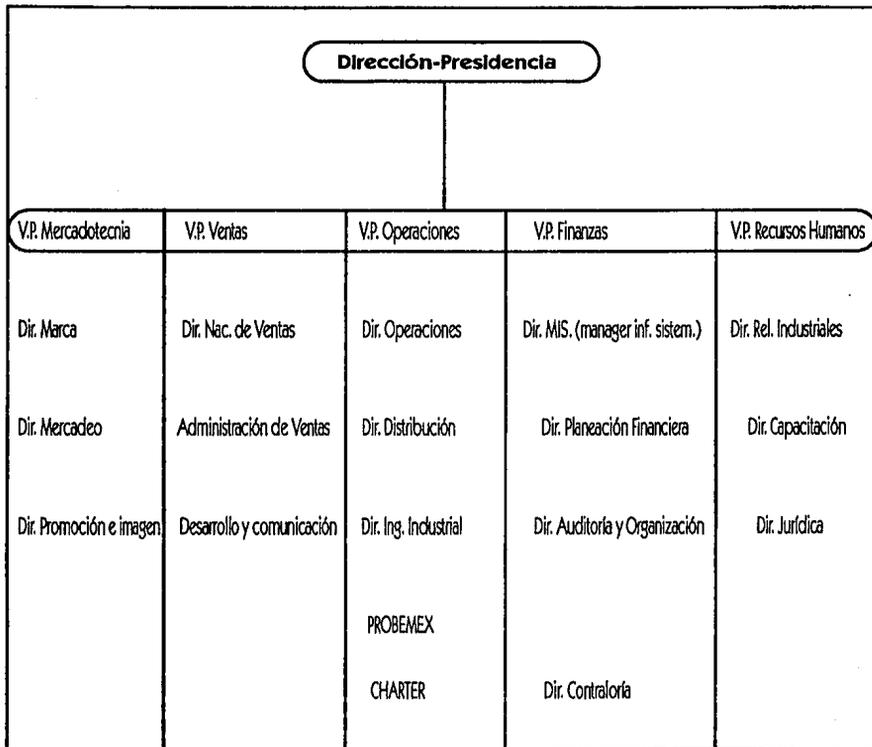
En sus características arquitectónicas predominan los colores blancos y cubículos de vidrio muy segmentados, separación de áreas con planchas de madera comprimida, dejando una altura adecuada para compensar el espacio.



▲ Planta Baja
Area de Finanzas

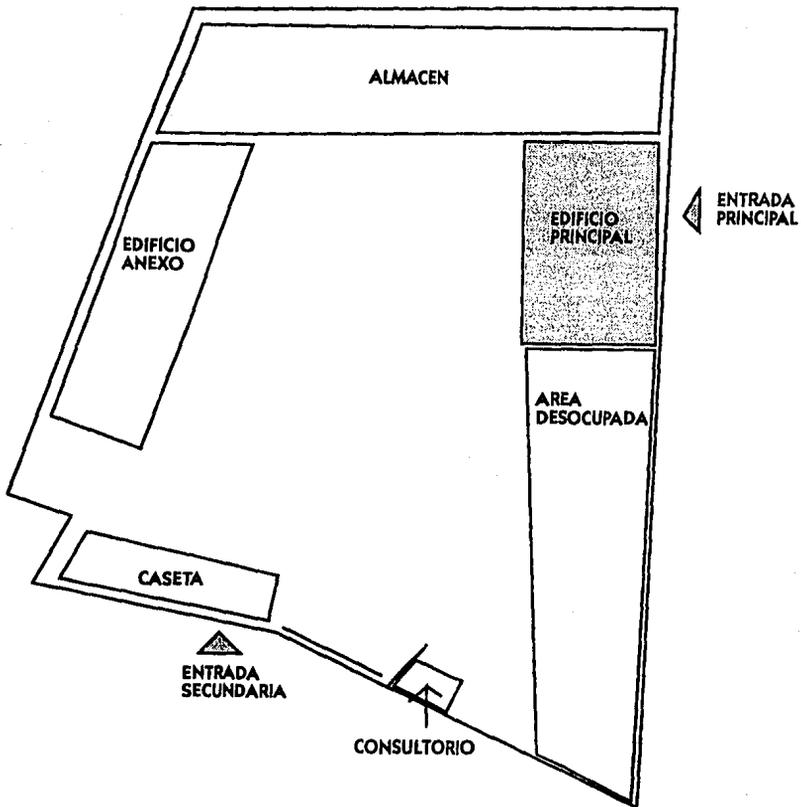


El organigrama se construye de la siguiente manera:



**PLANO GENERAL
OFICINAS ADMINISTRATIVAS
DE HOUSE OF FULLER
UBICADAS EN TEPEPAN MEXICO, D.F.**

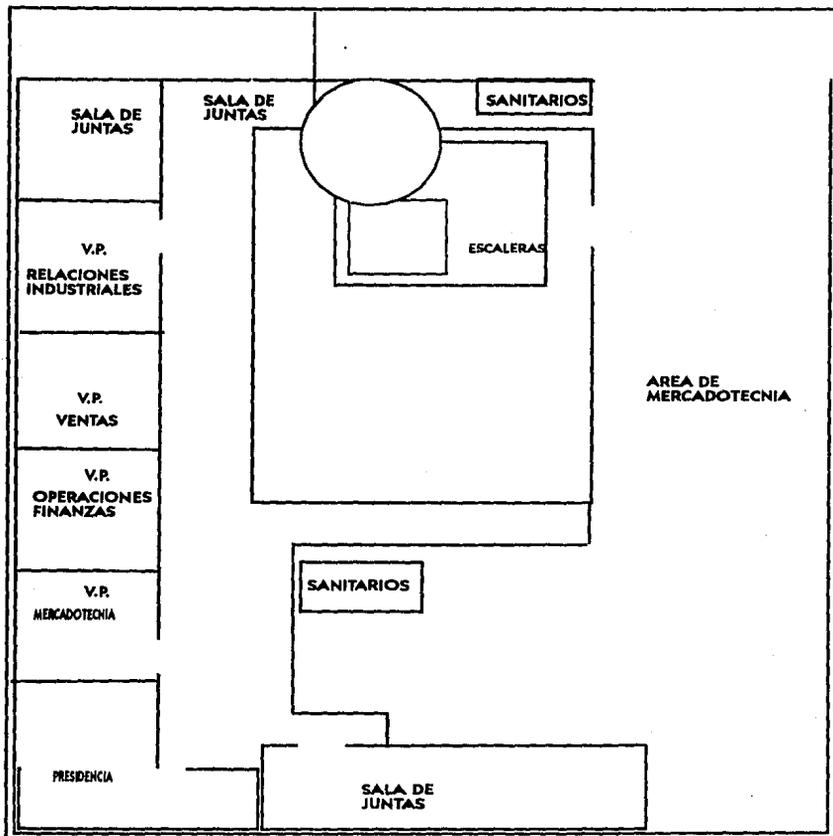
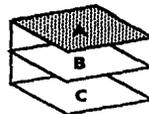
**EDF. PRINCIPAL
APLICACION DEL
SISTEMA SENALETICO**



PLANO GENERAL

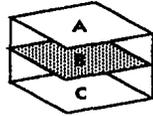
**MERCADOTECNIA
VICEPRESIDENCIAS
TERCER PISO
PLANO - A**

EDIFICIO PRINCIPAL

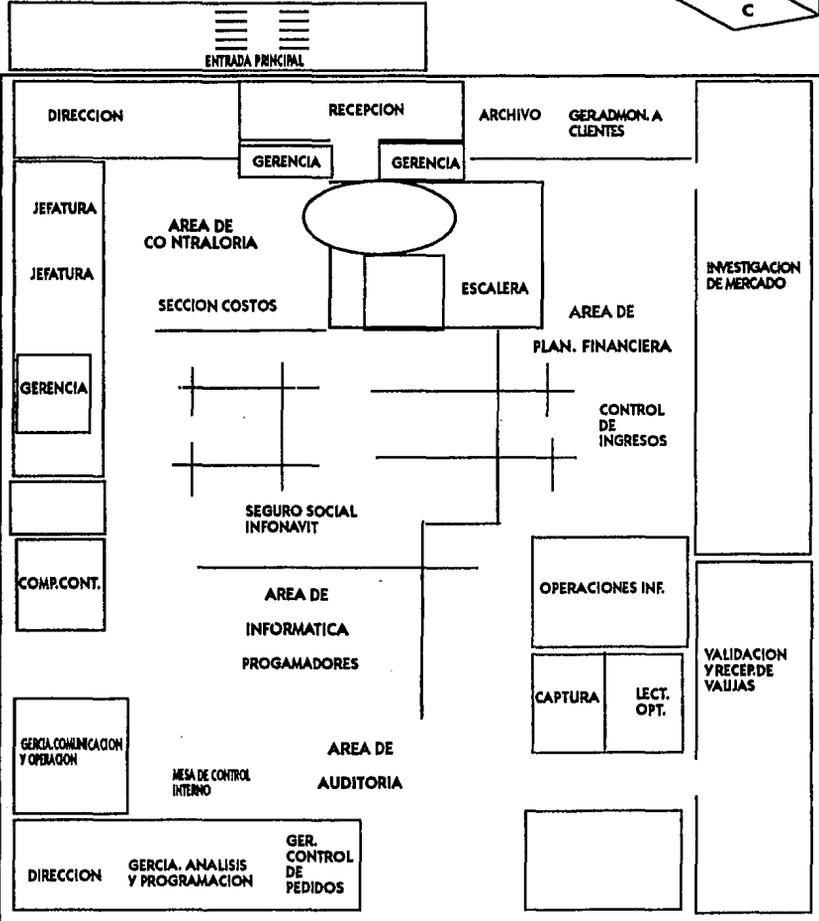


PLANO A

EDIFICIO PRINCIPAL



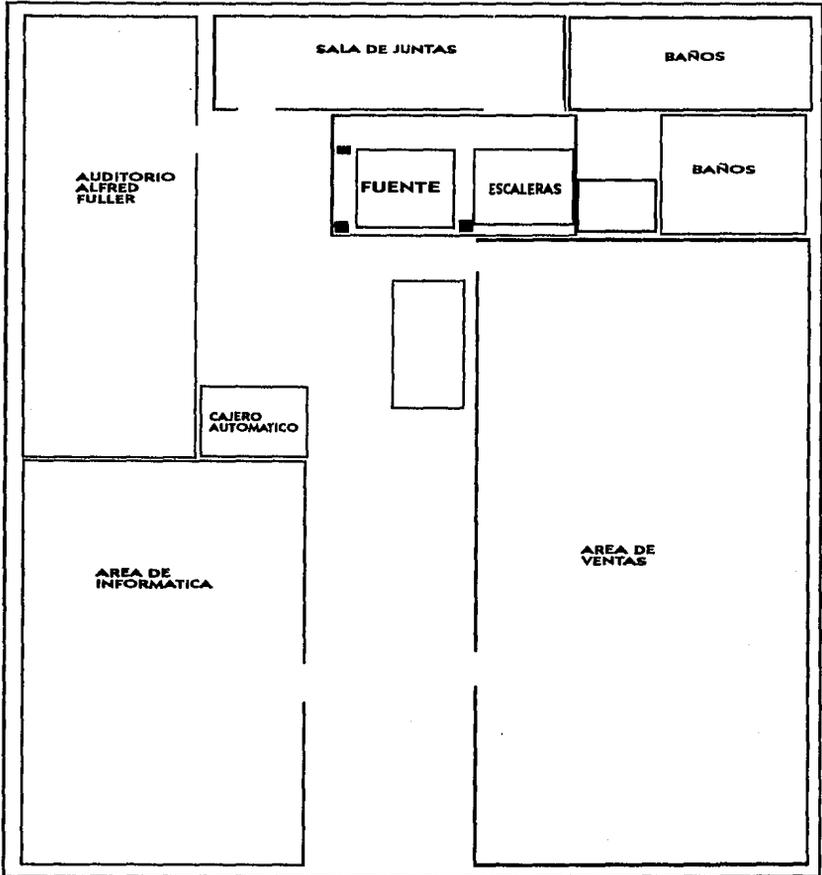
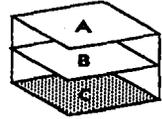
AREA DE FINANZAS
PLANO - B



PLANO B

PLANO - C

**PLANTA BAJA
AREA DE VENTAS
AREA DE INFORMATICA**



PLANO C

A continuación, se describen los objetivos de las diferentes áreas de Fuller ubicadas en Tepepan.

1) MERCADOTECNIA

Su objetivo es ofrecer y comercializar a un precio adecuado productos de belleza, cuidado personal, etc. a través de un sistema de ventas de persona a persona, en un mercado altamente competido. Desarrolla productos de gran calidad ofreciendo variedad y precios accesibles, los cuales se muestran por medio de un folleto de ventas, con ofertas y novedades.

2) VENTAS

Tener resultados reflejados en el número de pedidos -ventas apoyadas por área de mercadotecnia, logrando las ventas estimadas, dando apoyo al campo, proporcionando herramientas como información impresa o asesoría para las vendedoras y coordinadoras.

3) FINANZAS

Organiza y administra todos los asuntos contables de la empresa. Proporciona la información necesaria para la operación y toma de decisiones de las diferentes áreas de la compañía. Son los titulares del control interno de la empresa y los custodios de sus bienes materiales, así como de su registro pormenorizado, con la tarea primordial de vigilar el uso correcto de los recursos financieros y sobre todo de optimizarlos.

4) RECURSOS HUMANOS

Proporciona los elementos necesarios para su desarrollo laboral, capacitando, observando y dirigiendo el factor humano de la empresa, logrando un ambiente laboral sano e incrementando la calidad del trabajo para satisfacer las necesidades de clientes, proveedores y miembros en general de la organización.

Por cambios administrativos esta área ya está separada y reubicada en Xochimilco.



5) OPERACIONES

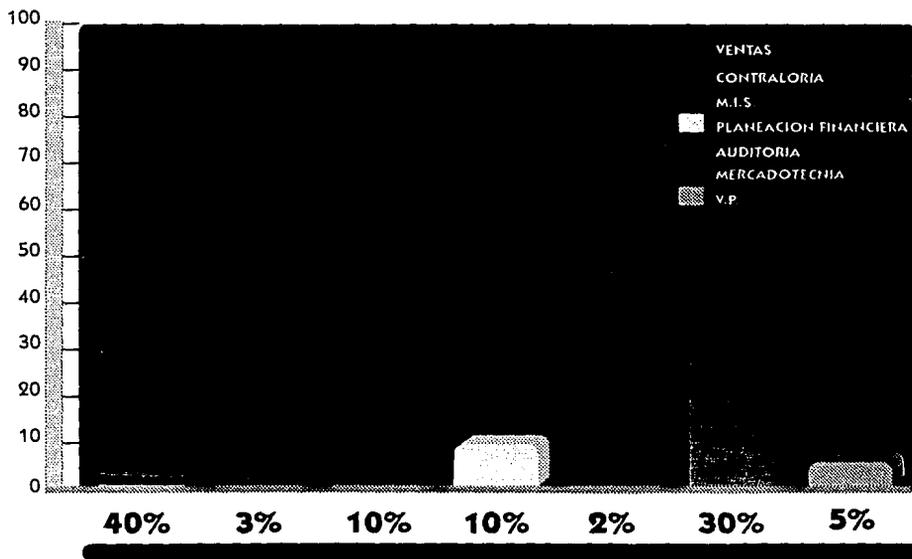
Optimiza el servicio a la fuerza de ventas a través de la planeación, dirección, surtido y distribución de los pedidos y material de ventas necesario, así como los premios por promoción de acuerdo a los requerimientos de cada campaña, para brindar el mejor servicio.



A continuación explicaremos cuales son las etapas de nuestro trabajo así como las características formales de los signos y señales, para su aplicación.

Se detectaron las áreas más frecuentadas por los visitantes y usuarios, por medio de la recopilación de datos arrojados por los libros de visitantes que se encuentran en la recepción, obteniendo así los puntos claves que se requieren para la aplicación de las señales.

GRAFICA DE VISITANTES



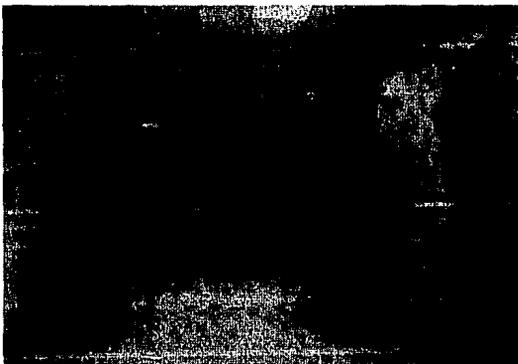
NOTA: Resultados obtenidos durante los meses Enero, Febrero, Marzo, de 1993.

M.I.S. Manager Informatic System.

Del análisis anterior se establecieron algunas áreas para ejemplificar la óptima funcionalidad de las señales y establecer en los puntos detectados, las condiciones arquitectónicas que contiene el lugar, como son la altura, lugares abiertos o de uso público, así como los privados, recorridos inevitables, condiciones de iluminación etc.

Las áreas fotografiadas a continuación, dan una idea más exacta de lo que son los espacios que se utilizaron para la aplicación de las señales.

- 1) Primer piso (recepción, área de finanzas).
- 2) Planta baja (ventas, auditorio, pasillos, entrada trasera).
- 3) Segundo piso (vicepresidencias).

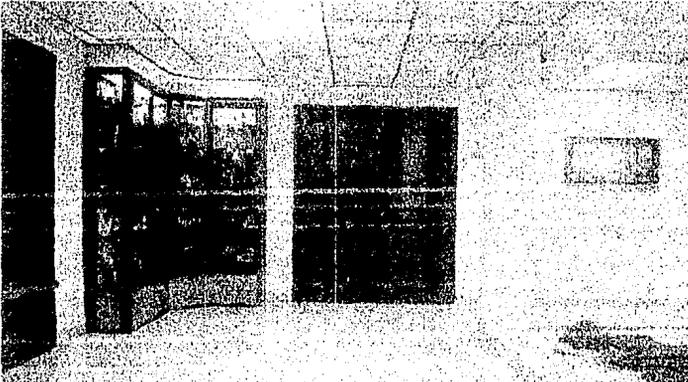


▲ **Recepción**

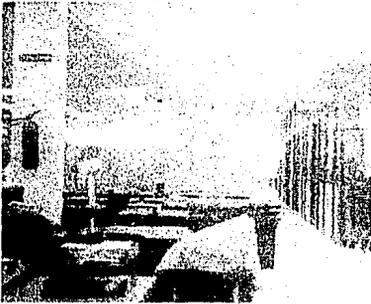




▲ Ventas

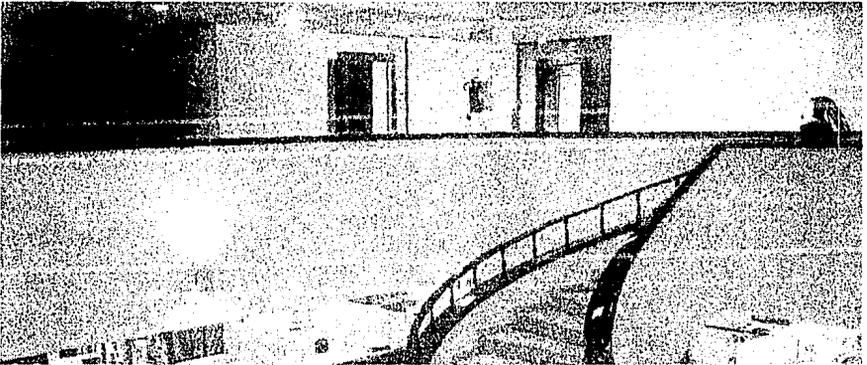


◀ Auditorio



▲ Informatica

▼ Vicepresidencias



Clasificación de señales para la construcción del sistema señáletico.

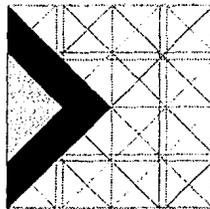
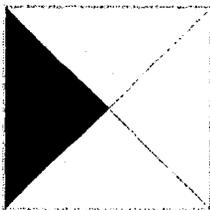
Para determinar cada una de las señales que integran el trabajo señáletico, fue importante tomar en cuenta el aspecto físico y psicológico de las áreas a las cuales se aplicarían, y definir toda una serie de características propias para las señales, manteniendo su uniformidad y estilo propio de la empresa.

Las señales están estructuradas a partir de la siguiente clasificación.

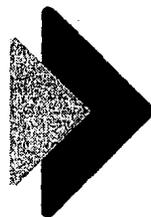
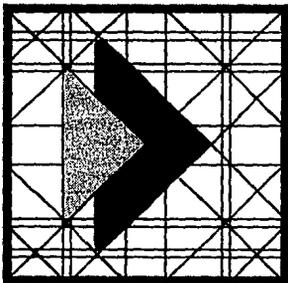
A) Las señales Direccionales:

Estas señales son instrumentos explícitos de circulación, para la realización de las primeras imágenes como señales direccionales.

Se generaron formas dentro de una matriz para indicar o simplificar lo que es una flecha, que es el concepto más claro de dirección, sintetizado por medio de un triángulo



Desarrollando la forma de la flecha direccional por medio de un triángulo dándole un tratamiento a los ángulos con remates curvos y generada dentro de una matriz, integrándole al mismo un triángulo más pequeño en proporción al original, desfasándolo en la matriz en la misma dirección para darle mayor movimiento y dirección retomando así la idea que maneja Fuller en su identidad corporativa, utilizando dos planos diferenciando estos por medio de los colores (azul y gris).



Este elemento como señal direccional es parte complementaria de otras señales, que veremos ejemplificadas más adelante.



B) Las señales Reguladoras.

Exhiben normas de orden para la conducción o para la prohibición de actividades preescritas en las cuales se incluyeron algunos pictogramas.

En este punto fue importante definir la forma, estilo, etc. del soporte gráfico, y en base a la información que anteriormente se habla recopilado sobre las necesidades de comunicación de cada área, se propusieron imágenes que reunieran las características adecuadas para la empresa tanto en su aspecto físico como psicológico.

Se creó un tabulador en el cual por medio de entrevistas refleja la aceptación e identificación de usuarios y visitantes con estas imágenes que en la figura (1) aparecen.

Explicando cada uno de los conceptos que se manejarán para poder entender la relación de el usuario y las señales propuestas en cuanto a su imagen.

A) ORIGINALIDAD: Se relaciona a aquella imagen que es novedosa, que en sus características no ha sido utilizada anteriormente.

B) IMPACTO: Se entiende lo que produce en el espectador un interés inmediato una llamada de atención.

C) MEMORIA GRÁFICA: Se explicó como el reconocimiento de el concepto, la idea que se quiere decir, si no es complicada y es fácil de recordar.

D) MODUBILIDAD: Si en base a cada señal dentro de sus características envolvente, tamaño etc. tienen posibilidad de como formar parte del sistema señalético.

E) UNIDAD: Se refiere a la integración del al ambiente físico - arquitectónico de la empresa.



| | ORIGINALIDAD | IMPACTO | MEMORIA GRAFICA | MODIBILIDAD | UNIDAD |
|---|--------------|---------|-----------------|-------------|--------|
|  | + | + | + | + | + |
|  | + | + | + / - | - | + / - |
|  | - | + / - | + | + | + / - |
|  | + | + / - | + / - | + / - | + / - |
|  | + | + | - | - | - |
|  | - | + / - | + / - | + | + |

Figura (1)

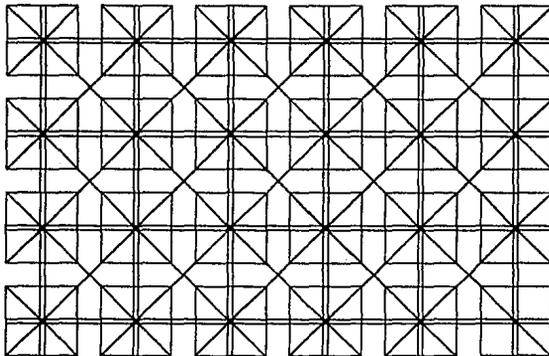
Después de haber obtenido los resultados por medio de entrevistas por las diferentes áreas del edificio principal de Fuller, la gente calificó a las imágenes en base a conceptos básicos de relación del usuario con la señal (imagen), como son conceptos de originalidad, impacto, etc.

Este se presentó por medio de un tabulador de una forma sintetizada y gráfica para así obtener los resultados.

A partir de estas imágenes la aceptación e identificación del usuario con las señales, se creó un estilo del cual se hicieron modificaciones, se afinaron detalles de la señal retomando la imagen que obtuvo mejor relación y aceptación del usuario generando el módulo en el cual se soportan las señales.

Se estableció un módulo que conforme todo el sistema, tomando en cuenta la distribución de los elementos textuales, icónicos y comáticos.

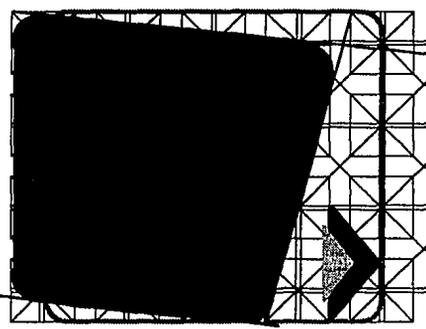
Este módulo como lo menciona "Joan Costa pag 134", Es una especie de gabarit o matriz para la distribución sistemática de los elementos informacionales dentro del espacio de cada señal. Sobre esta matriz se establecerá la composición para cada una de las señales que integran el programa de acuerdo con el estilo global del mismo*.



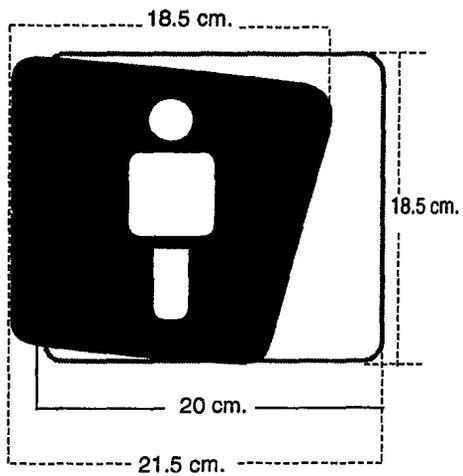
Así como Fuller utiliza en su identidad la relación de formas desfasadas, tipografía, color, etc. y el análisis que nos permitió observar los resultados de la relación que el usuario y visitantes tubo con las propuestas de imagen para las señales, todo esto nos permite reunir las características adecuadas para definir los lineamientos de estilo gráfico e ideológico que tendrá todo el sistema señalético.

A partir de esto se definen ya las características generales:

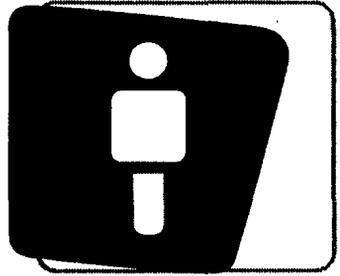
- La forma como ya se ha visto se generó en base a esta matriz para justificar los trazos afinando las características a partir de un consenso por medio de tabuladores que permitieron adaptar la imagen al gusto y funcionalidad de las señales.



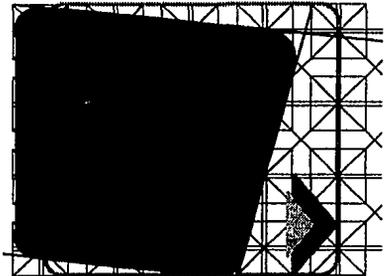
- El tamaño se definió según las necesidades de información y comunicación de las señales, proponiendo las medidas siguientes para el formato de pictogramas.



• Para conseguir un impacto visual de acuerdo a su imagen corporativa, se utilizó el color azul como base y el blanco para la imagen interna, buscando un mejor contraste y al mismo tiempo reforzar la identidad que maneja Fuller complementandolo con el color gris para algunos otros elementos como el caso de la flecha.

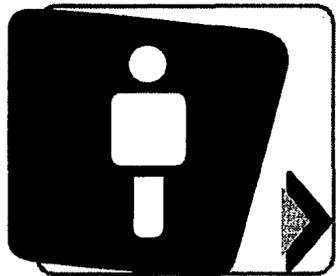


Con esta matriz se respetarán los trazos para justificar la colocación de la flecha dentro del módulo.

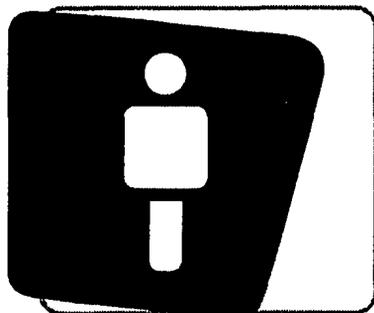
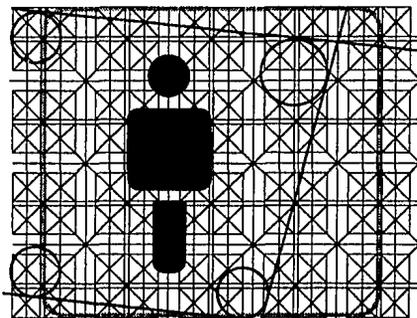
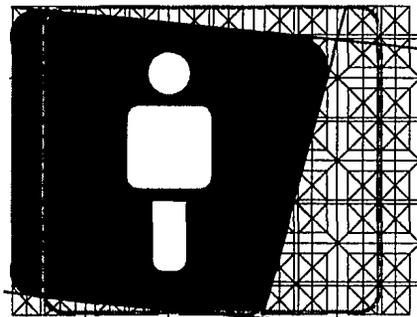


En esta forma se ajustarán todos los elementos que conforman las señales reguladoras.

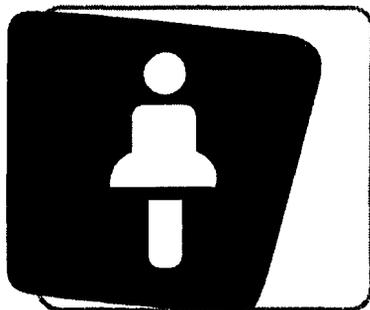
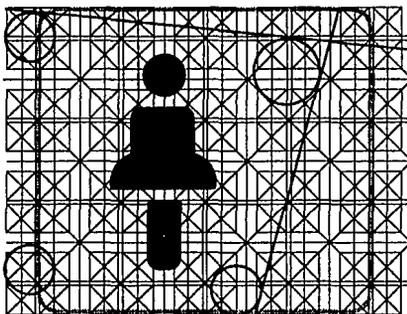
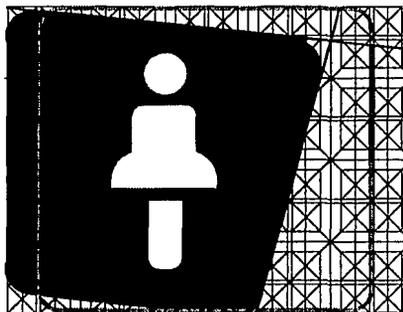
A continuación, se mostrará una serie de pictogramas que reúnen algunas señales del sistema señalético.



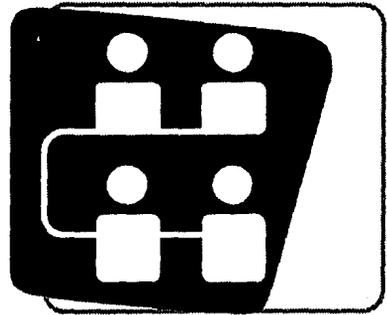
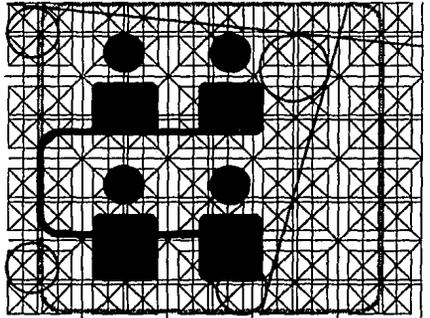
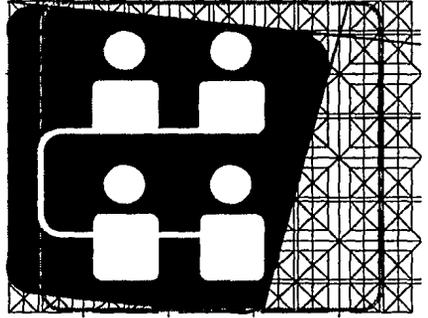
**BAÑO
HOMBRE**



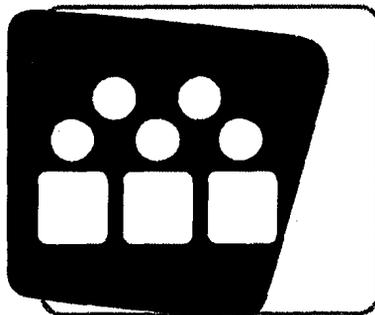
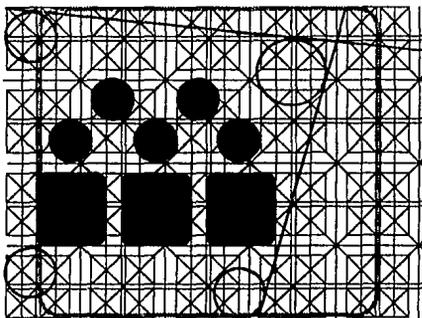
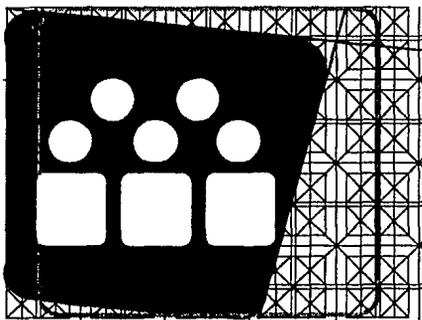
BAÑO MUJERES



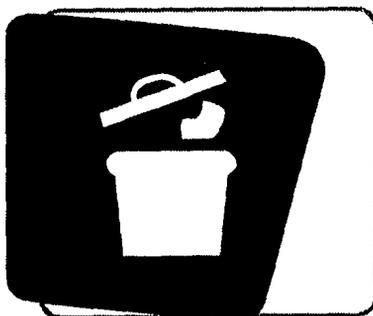
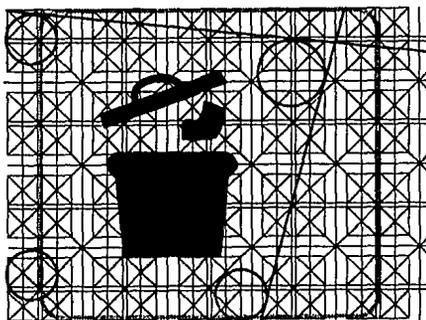
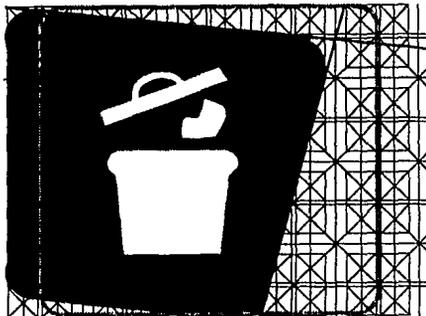
SALA DE JUNTAS



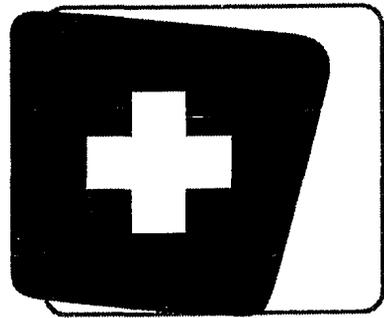
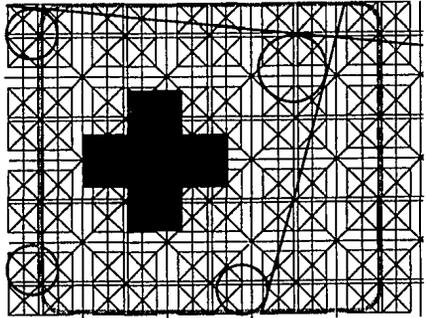
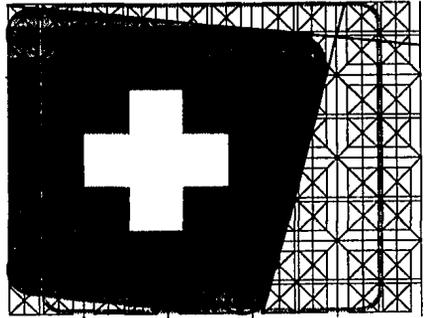
AUDITORIO



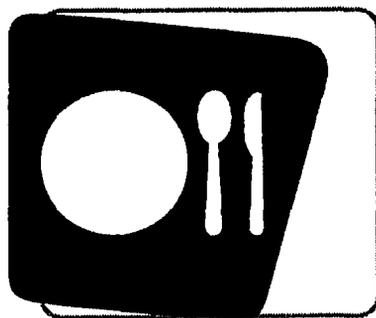
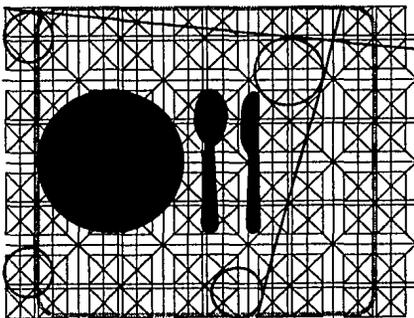
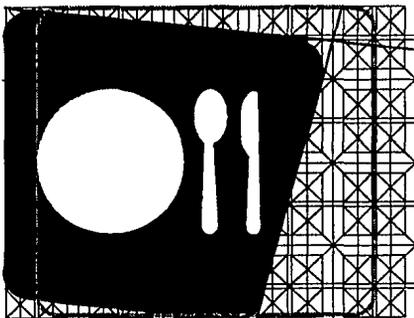
BASURERO



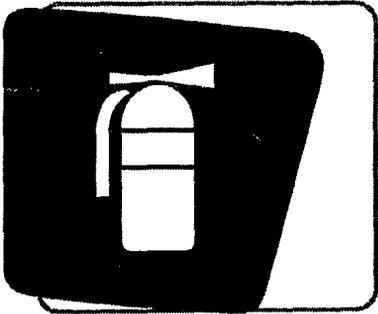
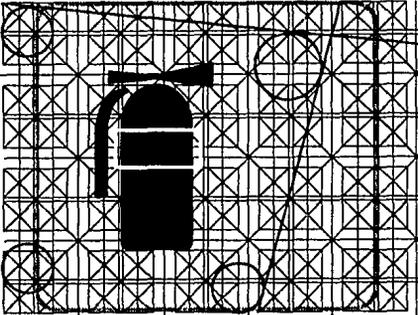
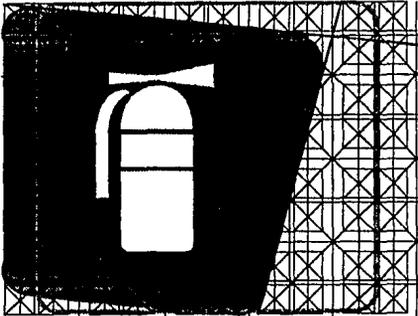
ENFERMERIA



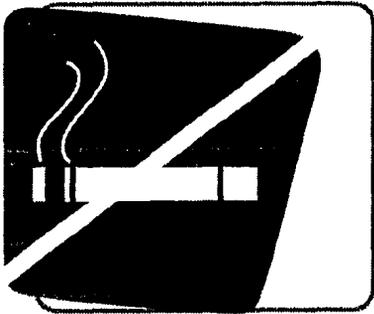
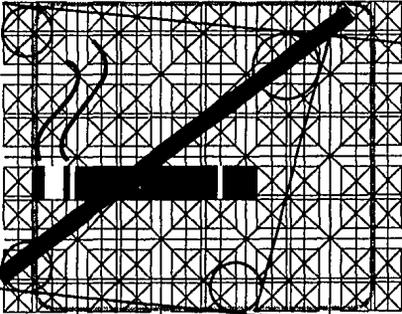
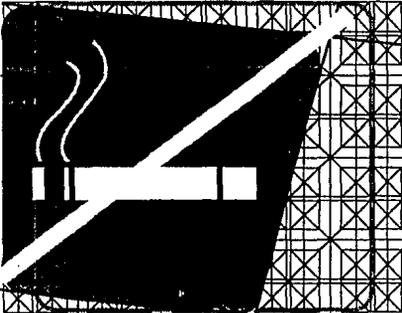
COMEDOR



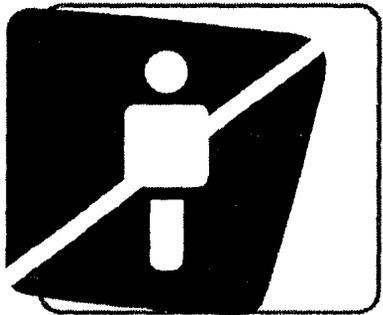
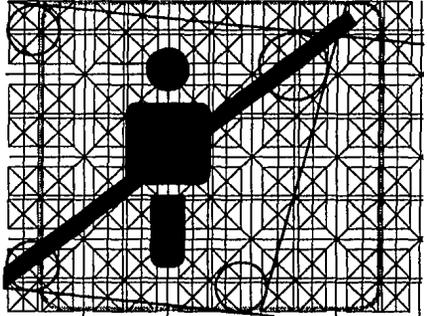
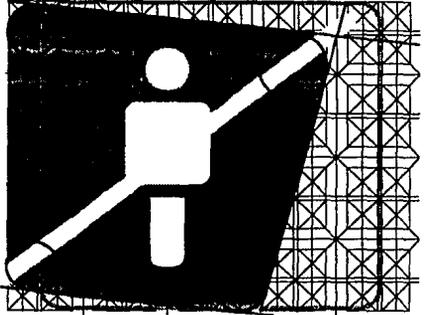
EXTINGUIDOR



NO FUMAR



**NO
PASAR**



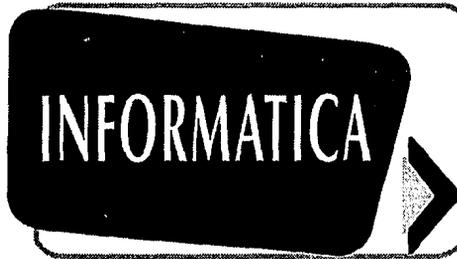
3) Las señales de identificación:

Son esencialmente instrumentos de designación que confirman destinos o establecen el reconocimiento de una ubicación concreta.

Se utiliza siempre para determinar el módulo y la composición de las señales, retomando el estilo, las formas, el color, modificando el tamaño, tomando en cuenta la información que se requiere para cada área.

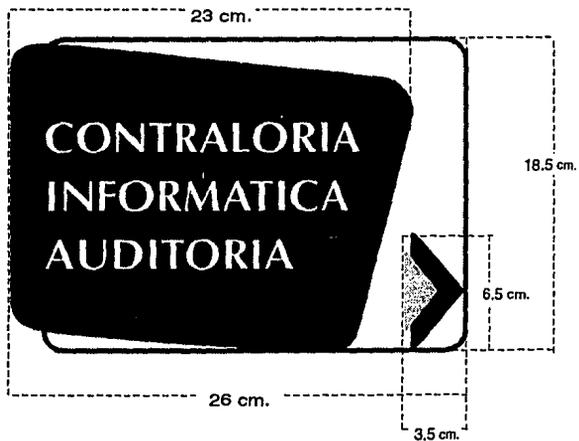
Comenzando por determinar la familia tipográfica Optima, que es utilizada en la identidad de Fuller y así reforzar su imagen.

Se ejemplificara a continuación algunas de las señales de identificación.



Como se había mencionado antes la matriz determina la composición de las señales, complementando en caso determinado la aplicación de la flecha en la señal.

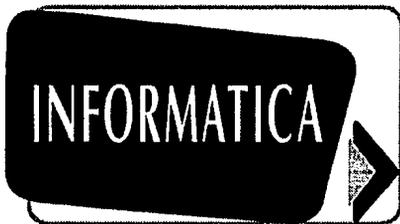
Para este tipo de señal se definieron las medidas que a continuación aparecen:



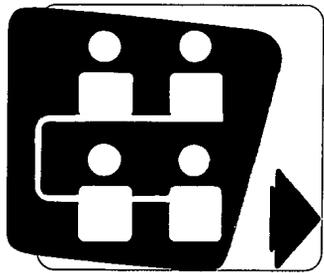
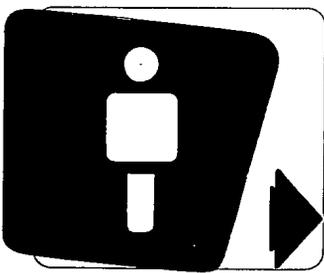
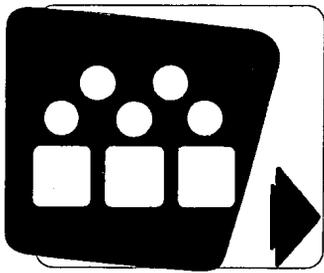
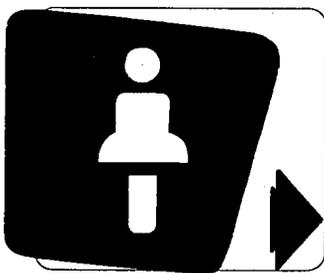
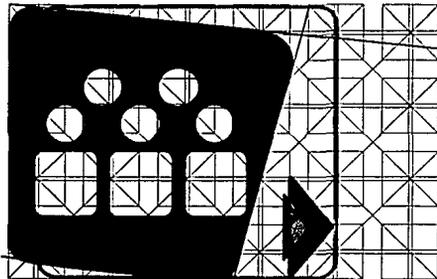
Tras haber visualizado anteriormente un problema de identificación en oficinas administrativas, se desarrolló un sistema señalético en base a una clasificación de señales y pictogramas anteriormente mencionadas, ya definidas en su construcción y unificadas en su estilo gráfico se mantuvo esta relación y se dirigió a cada una de las necesidades que requería cada lugar tanto en su contenido informativo como en su proporción y tamaño conservando entre sí cada señal una unidad que conformara el sistema señalético de House of Fuller.

Ha partir de este capítulo se mostrara globalmente la estructura práctica que contiene el proyecto.

Ya establecidas las necesidades de uso ejemplificaremos algunas señales



Aqui se muestra como los pictogramas pueden ser aplicados como señales de identificación siendo otra opción para señalar sin utilizar texto ya que estos son de los signos aplicables al espacio de las oficinas en House of Fuller.



Una vez definida cada señal, mostraremos en general el sistema de señales a utilizar en lugares claves por medio de planos.

Se definirá como identificar las señales.

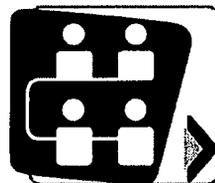
IDENTIFICACION



señal # 1



señal # 2



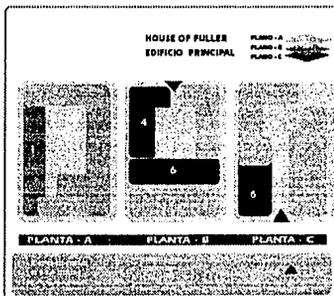
señal # 3

REGULADORAS



NOTA:

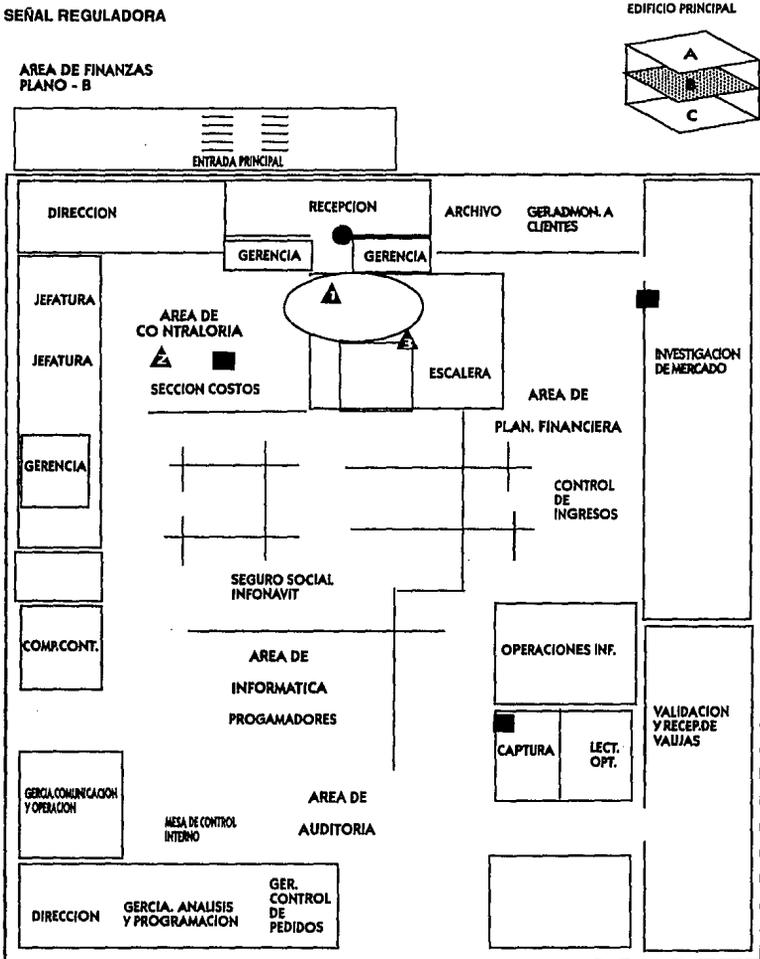
ORIENTADORAS: Son las que ubican a los usuarios en el entorno, complementando al sistema señalético, definiendolo como plano general.

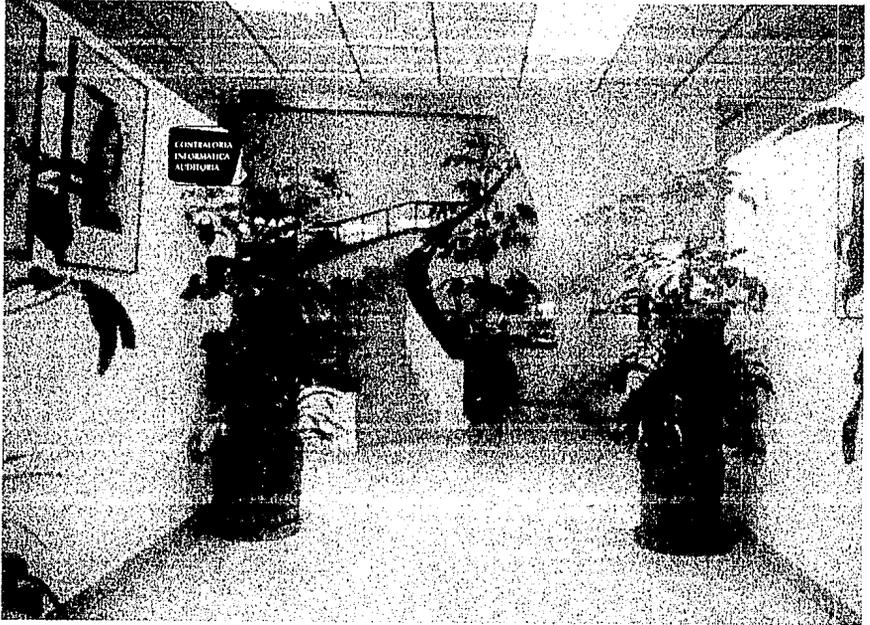


En este plano se muestra como las señales se ubican en las áreas de servicio.

Identificando las señales en los planos por medio de números y figuras geométricas que determinan la posición de las señales en las áreas que se necesitan.

- SEÑAL ORIENTADORA
- ▲ SEÑAL IDENTIFICACION
- SEÑAL REGULADORA



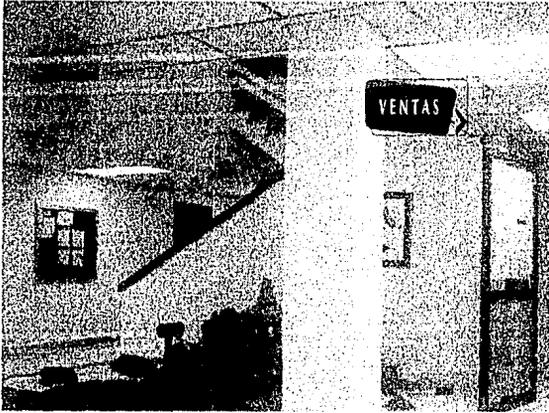


▲ SEÑAL IDENTIFICACION



■ SEÑAL IDENTIFICACION





▲ SEÑALES DE IDENTIFICACION



Habiendo visualizado algunos casos aplicando las señales en áreas que necesitan información rápida y efectiva entraremos a la propuesta de materiales.



Propuesta de Material

Se propuso para el soporte de cada señal perteneciente al sistema señalético el material que consiste de una placa de acrílico transparente con un recorte en la forma propuesta anteriormente de limitando la figura color azul de un material plástico autoadherible en el acrílico con el mismo material pero de color blanco para las letras, las figuras internas de los pictogramas y el fondo que delimita toda la señal.

Se maneja en el acrílico también del mismo material plástico autoadherible la complementación de la flecha en los colores gris y azul.

Teniendo en cuenta que la cotización de todo el material se puede sacar en partes y que proponer una serie de señales pilotos para su aplicación sería lo más adecuado para probar la funcionalidad de las señales. Se presenta a continuación la cotización por paquete de una serie de pictogramas.



CONCLUSIONES

La Señalética es el reflejo no sólo de la evolución que tiene el diseño sino del desarrollo y las necesidades reales de una empresa percibiéndose claramente en el caso de House of Fuller concluyendo que este trabajo realizado en las instalaciones del edificio principal sera un gran apoyo para la aplicación de todo el conjunto de señales propuestas, estableciendo así las bases suficientes que sustenten una forma real de el sistema señalético.

Durante estos 25 años dentro de las instalaciones de House of Fuller nunca se propuso ni hubo algo similar a una señalización ni mucho menos a una señalética que resolviera un problema que ha crecido conforme al desarrollo de las áreas dentro de Fuller, por esto mismo llega el momento en que es necesario una propuesta que hasta hoy se presenta con este trabajo teniendo en cuenta las ventajas de retomar conceptos de Imagen que maneja la empresa, como son los colores corporativos aplicados a las señales tomando en cuenta que existen diferencias arquitectónicas en el sentido que algunas áreas como las que ocupan los vicepresidentes son espacios más cómodos y amplios, siendo que los administrativos llegan a ser más reducidos, en todo el proceso se unifico la idea o la aceptación de estas imagenes haciendo participe a la gente que utiliza estos espacios que desde la primera etapa de solución gráfica se sintiera identificada.

Utilizar la señalética nos permitió detectar lugares claves para resolver problemas especificos analizando de mejor manera si la señal tendría que ser tipográfica o pictográfica en el estudio propuesto se muestra una forma sintetizada, con lineamientos a seguir sencillos, comprensibles para que en determinado caso se retomen para seguir estableciendo el sistema donde haga falta o renovándolo continuamente, sin perder el estilo y lo más importante establecer un metodo de trabajo para aplicar las señales en los puntos claves de el área elegida.



Es importante mencionar que esté es un trabajo en donde intervino mucho la investigación de campo ir a los lugares recopilar información en libros de visitantes entrevistar, observar y sacar conclusiones y que todo esto se plantea en un trabajo presentado para un seminario de tesis tomando en cuenta todos los medios para desarrollarla y así a provechar en este caso específico la realización de las señales por medio de la computadora para aplicarlo en este trabajo.

Es importante tomar en cuenta, que el edificio principal de House of Fuller, no tiene una uniformidad arquitectónica, por lo cual, se encuentra una gran diferencia en los diversos niveles ejecutivos, con los administrativos.

Esto se hace notar por medio de la distribución de espacio, tipo de decoración, acabados, etc. más aún las áreas superiores como las vicepresidencias, están en mejores condiciones, como la iluminación, privacidad, lujos, etc.

Así pues, los lugares donde se encuentran los trabajadores administrativos, son muy inferiores, y bajo estas circunstancias el determinar una altura estandarizada no es funcional para los fines requeridos.

Por esa razón sólo se muestran algunos ejemplos específicos de las áreas en conflicto.

Basado en el desarrollo que tiene Fuller como empresa, se pretende implementar adecuadamente este sistema en función de futuras necesidades de ésta empresa.

Finalizando con Joan Costa en donde menciona que un sistema de signos e imágenes, tiene la capacidad de autodirigir gracias a un lenguaje pictográfico universal en un mundo cada vez más complejo, abarrotado de estímulos fuertes y agresivos que no siempre proponen una forma utilitaria, de relación con los individuos, en los espacios cada vez más complejos de la vida cotidiana.



BIBLIOGRAFIA

Autor: MITZI SIMS

Título: Gráfica del entorno

Autor: DAVID E. CARTER

Título: American Corporate Identity - 7

Autor: ARNHEIM, RUDOLF

Título: Símbolos signos y representaciones

Autor: JOAN COSTA

Título: Imagen global

Autor: A.I.G.A.

Título: Símbolos de Señalización

Autor: ADRIAN FRUTIGER

Título: Signos, símbolos, marcas y señales.

Autor: HARALD KUPPERS

Título: Fundamentos de la teoría de los colores

Autor: JOAN COSTA

Título: Señalética

Autor: D. A. DONDIS

Título: La sintaxis de la Imagen

Autor: JOHN FISKE

Título: Introducción al estudio de la comunicación

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

