



**UNIVERSIDAD DON VASCO A. C.**

Incorporada a la Universidad Nacional  
Autónoma de México  
Clave 8727/31

Escuela de Diseño y Comunicación Visual

# Imagen Corporativa y Señalización

para centros turísticos

## PROPUESTA PARA LAS CABAÑAS DEL VOLCÁN PARÍKUTIN



tesis profesional  
que para obtener el título de

LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Presenta:

**MIRIAM QUESADA PADILLA**

Asesor: Lic. KENNETH LUIS TREVIÑO CASSILLY

URUJAPAN, MICHOACÁN ENERO 2009



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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 esta 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.



# Dedicatoria

A mi esposo Jorgue Izaguirre Mediano quien con su fortaleza y su apoyo incondicional fue parte de la experiencia en la realización de esta tesis.

A mi hija Estefanía que siendo una niña de 6 años tiene la inocencia que no logra entender el tiempo que yo dedico a este trabajo.

A mi hijo por darme la fuerza de realizar una meta más en mi vida.



# Agradecimientos

A Dios por guiarme en los momentos mas difíciles de mi vida para mi superación personal.

A mis padres por haberme dado la vida y el apoyo moral en todas mis decisiones.

A mis tíos que han sido como mis padres ya que han visto por mi desde mis primeros pasos.

A mi hermana Emma que es como una amiga, que esta en todo momento de mi vida, y por darme la oportunidad de realizar la meta más deseada de mi vida.

A mis 9 hermanos que me motivaron para salir adelante, y de alguna manera tuvieron que ver con la culminación de mis estudios.

A mis amigos que son parte de mi existencia, Alberto, Omar, Ángeles, marina, Lisseth, Tulais Georgina, Angélica, Y EL Chino.

A mis asesores Kenneth Treviño, Arturo Ávila, Minerva Galván y Araceli Herrera, quienes con su experiencia supieron guiar este proyecto.

Y a todas aquellas personas que tuvieron que ver para la realización de este proyecto, GRACIAS.

# Índice

## INTRODUCCION

### CAPITULO 1

|  |    |
|--|----|
| Planteamiento del problema y objetivos ..... | 23 |
| Objetivos .....                              | 27 |

### CAPITULO 2

#### **SAN SALVADOR K'UMBUZIO, HOY CALTZONTZIN**

|  |    |
|--|----|
| Antecedentes históricos del pueblo de Jauaneto, K'umbutzio ..... | 31 |
| Fundación del nuevo pueblo de K'umbutzio .....                   | 34 |
| Erupción del Volcán Parícutin .....                              | 36 |
| Caltzontzin .....  | 38 |

### CAPITULO 3

#### **PROYECTO DE TURISMO Y ECOTURISMO PARÍKUTIN**

|  |    |
|--|----|
| Inicio del proyecto .....                        | 41 |
| Plano general .....                              | 44 |
| Planta arquitectónica en general .....           | 45 |
| Programa arquitectónico .....                    | 46 |
| Primera etapa del proyecto .....                 | 48 |
| Beneficios para la comunidad de Caltzonzin ..... | 49 |

### CAPITULO 4

#### **AREAS DEL DISEÑO**

|  |    |
|--|----|
| Antecedentes históricos .....          | 53 |
| Diseño y Comunicación visual .....     | 54 |
| Imagen corporativa .....               | 57 |
| Semiótica .....                        | 59 |
| Señalética .....                       | 60 |
| Señalización .....                     | 61 |
| Colores de seguridad y contraste ..... | 64 |
| Metodología del diseño .....           | 65 |
| Marcas y logotipos .....               | 66 |
| Medios de impresión .....              | 68 |

|  |    |
|--|----|
| CAPITULO 5                             |    |
| ANALISIS DE LA NECESIDAD (BRIEF) ..... | 73 |

CAPITULO 6  
PROPUESTA DE SOLUCION

|   |     |
|---|-----|
| 1. Introducción .....                             | 77  |
| 2. Proceso de diseño .....                        | 79  |
| 2.1 Primeros pasos de la señalización .....       | 87  |
| 3. Manual de Identidad Corporativa .....          | 93  |
| Elementos básicos de la imagen gráfica .....      | 96  |
| 3.1 Logotipo .....                                | 97  |
| 3.2 Colores institucionales .....                 | 98  |
| 3.3 Tipografía institucional .....                | 99  |
| 3.4 Tipografía complementaria .....               | 100 |
| 3.5 Guía de trazo .....                           | 101 |
| 3.6 Reducción Mínima .....                        | 102 |
| 3.7 Área de protección .....                      | 103 |
| 3.8 Variantes de color .....                      | 104 |
| 3.9 Variantes de color negativo .....             | 105 |
| 3.10 Usos incorrectos .....                       | 106 |
| 3.2 Aplicaciones                                  |     |
| 3.2.1 Impresos hoja membretada tamaño carta ..... | 108 |
| 3.2.2 Impresos sobre tamaño oficio .....          | 109 |
| 3.2.3 Impresos en hojas de registro .....         | 110 |
| 3.2.4 Impresos tarjeta de presentación .....      | 111 |
| 3.2.5 Impresos gafetes y boletos .....            | 112 |



|   |     |
|---|-----|
| 3.3.1 Señalética .....                        | 113 |
| 3.3.2 Señalización externa .....              | 115 |
| 3.3.3 Señalización interna .....              | 118 |
| 3.3.4 Iconos .....                            | 120 |
| 3.4.1 Otras aplicaciones                      |     |
| 3.4.2 Uniformes .....                         | 123 |
| 3.4.3 Artículos Promocionales .....           | 124 |
| 3.4.4 Elementos decorativos .....             | 127 |
| 3.4.5 Vehículos .....                         | 128 |
| 3.5.1 Material de reproducción                |     |
| 3.5.2 Material de reproducción a color .....  | 130 |
| 3.5.3 Material de reproducción en negro ..... | 131 |
| 3.5.4 Material de reproducción pantone .....  | 132 |
| Conclusion .....                              | 133 |
| Glosario .....                                | 134 |
| Presupuesto .....                             | 135 |
| Bibliografía .....                            | 137 |
| CD manual .....                               | 139 |

# Introducción

El proyecto Ecoturismo, concebido por el Gobierno del Estado de Michoacán, tiene la finalidad de distribuir, promover, proyectar, construir y administrar centros para el descanso, diversión y turismo para el trabajador, recreación familiar y para el pueblo en general. Incluye centros vacacionales michoacanos y albergues turísticos así como instalaciones de servicios básicos para ecoturismo y turismo alternativo en el Estado de Michoacán. En el año 2003, en la comunidad de calzonzin, surgió la idea por parte de un grupo de personas de realizar unas cabañas en el poblado de San Salvador K'umbutzio, hoy Parícutin. Teniendo esta idea en mente se buscaron las posibilidades para la rea-

lización del Proyecto, apoyados en su organización y ejecución por Fomento Turístico de Michoacán, que propuso realizarlo en tres etapas: las cuales son: la primera etapa consta de dos módulos, sanitarios y regaderas, estacionamientos, caseta de control y vigilancia, recolectores de basura, reforestación, dos torres de seguridad, faro, enfermería, paquetería restaurante, plaza social, tienda de víveres, pista de bicicross, zona de campismo, 3 cabañas de 88 m (trojes), albergue para 48 personas, trailer park (8), comandos juveniles, caballerizas, espejo de agua, 6 cenadores, snack bar, digestor. La segunda etapa consta de módulo de sanitarios y regaderas, plaza gastronómica, locales gastronómicos y de

artesanías, aula rural y administración, tienda de, vívere fuente de sodas, área deportiva, 2 cabañas de 54 m (trojes), venadario, comando infantil, renta de bicicletas, chapoteaderos y vestidores, 3 cenadores, temascal grupal, reforestación, caseta de control y vigilancia, espejo de agua. La etapa tercera consta de lo siguiente: aula multiusos, teatro al aire libre, vivero granja interactiva, 2 cenadores, obra exterior (senderos, nivelación, etc.), malla perimetral. Este Proyecto será construido en el lugar llamado Tiporucuaró, sobre una planicie con suelo de acumulación y ceniza volcánica, a una altitud cercana a los 2580 msnm, para disfrutar del lugar y sobre todo los paisajes que se encuentran alrededor del

Imagen corporativa de las cabañas que se realizarán en el sitio de Tiporucuaró, para su identificación en cualquier parte de la región, en el Estado y a nivel nacional. También se realizará el trabajo de la señalización, con el propósito de guiar, ubicar e informar a los turistas de los distintos servicios que ofrece el lugar cuando se desplacen en él. Cabe mencionar que el objetivo del trabajo es guiar de una manera más fácil a las personas que visiten el lugar para que su andar sea fluido y sin contratiempo y puedan aprovechar y disfrutar de su estancia. Con la imagen corporativa se realizará el logotipo de las cabañas y los servicios que ésta ofrece, por tanto se pretende su reconocimiento visual, y la retención mental de los turistas en la existencia del lugar. Debido a la importancia de este proyecto he decidido realizar su imagen corporativa y, concretamente, la señalización de las cabañas del volcán Parícutin.

\* El nombre de la población puede ser escrito como Paricutín y Parícutin. En este texto se empleará la forma Parícutin.



# Capítulo 1

**Problemática y objetivos**

# Planteamiento del problema



*Inicio de la erupción del Volcán Parícutin*

El pueblo de caltzontzin, antes de la erupción del Volcán Parícutin, se llamaba San Salvador K'umbutzio. Tras la aparición del fenómeno, los habitantes de este poblado fueron reubicados en un lugar que hoy conocemos como caltzontzin, a unos cuantos kilómetros de la ciudad de Uruapan; ahí se establecieron con sus costumbres y tradiciones. Sin embargo, mantuvieron bajo su

control las tierras en donde había estado su comunidad. El volcán duró 10 años activo y, pensando en una nueva activación, se dejó pasar 60 años para descartar la posibilidad de que entrara en erupción nuevamente; en la actualidad, los científicos han realizado estudios y notificado que el volcán no es una amenaza para las personas que lo quieran visitar. Luego entonces, el pueblo de Caltzontzin se ha organizado para aprovechar lo interesante y misterioso de él. El propósito es obtener ingresos económicos para la comunidad y, concretamente, para sus habitantes y así producir un cambio favorable en ellos.

Por lo tanto, el problema que nos planteamos en este trabajo de investigación parte de la desorga-

nización de los habitantes de Caltzontzin, por el poco interés mostrado en el aprovechamiento de sus recursos naturales, específicamente del Volcán del Parícutin. En el transcurso del tiempo, el Municipio de Nuevo San Juan Parangaricutiro, lugar turístico por su Santuario cristiano, ha aprovechado esta coyuntura y se ha organizado para darle promoción al volcán y sus alrededores, haciendo creer a los visitantes que toda la promoción turística que realizarán es de su propiedad; inclusive, la Secretaría de Turismo del Estado entendía que el Parícutin pertenece a San Juan Nuevo, a tal grado que sus habitantes se han adjudicado toda la historia y parte de las tierras donde ocurrió el fenómeno, y son los que se



*Parícutin, 1949. Oleo de Alfredo Zalce.*

han beneficiado directamente.

Por otra parte, los habitantes de Angahuan también obtienen provecho con los turistas que llegan de diferentes lugares de nuestro país. Ante esta situación, el pueblo de caltzontzin se organizó para realizar un proyecto de turismo rural y ecoturismo volcánico, en el que se construirán unas cabañas ubicadas en el paraje llamado Tiporukuaro, so-

bre una planicie con suelos de acumulación y cenizas volcánicas. Conforme el proyecto se vaya realizando, se necesitará una serie de pasos que sólo un diseñador gráfico podrá realizar, como es la elaboración de logotipos, señalización, señalética, identidad corporativa, propaganda, información y publicidad. Todos estos puntos son parte del trabajo que se puede encontrar en un proyecto



*Tiporukuaro*

# Señalización

como el que se está plan-teando.

El volcán Parícutin ha sido un centro de atracción para los turistas que lo visitan en diferentes fechas del año. Son 3 los caminos que llevan al volcán; por la sierra de Tancitaro, por Angahuan y por San Juan Nuevo. La única señalización que se encuentra en forma es la que está ubicada sobre la carretera de la entrada a Angahuan.



*Señalamiento a la entrada de angahuan*

Al paso del camino se encuentran muy pocos señalamientos, los cuales, no son confiables, y son desagradables, no constan con una uniformidad que debe tener un proyecto como el que se llevará a cabo.



*Señalamientos que guían el camino del Volcán*

Llegando a los terrenos de la comunidad de San Salvador Combutzio, hoy Caltzontzin se encuentra esta señalización que esta sostenida sobre la punta de un pino y pasa desapercibida, no llama la atención y no cumple con el objetivo de informar al visitante. La gente se extravía frecuentemente y esto causa un descontrol.



Señalamiento del volcán Parícutin



Modulo de información Parícutin

Esta cabaña se encuentra dentro de los terrenos del volcán Parícutin y sirve como un modulo de información y vigilancia para guiar a las personas que visitan los diferentes lugares del Parícutin, como son: la escondida, la piedra del horno, el Volcán y sus cabañas. Como se observa, no cuenta con una uniformidad en la señalización y sobre todo no es lo más adecuado, la manta no es la mejor opción para dar la bienvenida al turista.



---

# Objetivos

## **GENERAL**

El objetivo general es que las cabañas del Volcán Parícutin cuenten con un manual de identidad corporativa y una señalización que facilite, guíe y conduzca a los turistas a los distintos servicios que ofrece el lugar durante su estancia o permanencia.

## **ESPECIFICO**

Dar a conocer la imagen del lugar por medio de una identidad corporativa y promover los servicios que ofrece.

Realizar la señalización adecuada para el lugar y que guíe a los turistas al lugar deseado.



**San Salvador K'umbutzio,  
hoy Caltzontzin**

# Antecedentes históricos del pueblo de Jauaneto, K'umbutzio o Parícutin

Antes de 1599 el hombre de Parícutin vivía cómodamente en Jauaneto, lugar ubicado cerca de Uruapan, Michoacán, ahí tenía bajo su dominio un territorio urbano y rural; en el primero edificó una hermosa iakata de regular tamaño que le servía de observatorio del medio ambiente, así como para ejecutar actos civiles y militares y también para comunicarse con los demás pueblos vecinos mediante el uso del humo del fuego. En el segundo territorio obtenía los recursos necesarios para su subsistencia, tales como madera para el fuego y para edificar casa habitación. Podía contar la madera mediante el instrumento llamado tokua, hacha, sembraba los campos de maíz, frijol, chayote, chia, tabaco, calabaza, chilacayote, etc.

Para estas labores usaba el azadón, tekatsekua, que podía ser de madera o de metal. Para la caza del venado usaba el arco y la flecha con punta de pedernal, kanikutakua ka pitakua; para cazar aves usaba trampas, nitarakua, como k'uihipu nitarakua. Manejaba perfectamente el garrote de tres cuartas, que fabricaba de madera de encino dorado, matsijtukurakua, este instrumento le servía para su defensa y para atacar al enemigo que pretendía privarle de sus intereses económicos. El hombre de jauaneto podía hacer fuego mediante el uso de dos piedras blancas, Ch'ujpiri petarakua, y una sustancia comburente denominada iesikua que se obtenía del corazón de encinas y también de algunas plantas. Se chocaban las

dos piedras para que sacaran chispas que al caer en dicha sustancia, encendían el fuego. A principios de cada año se acostumbraba sembrar semilla de chayote (2 de febrero) y para lo cual se sacaba al chayote el tu-pu, semilla; la envolvía en algodón y la sepultaba en el suelo para que creciera. En igual forma barría toda la casa, el patio, los caminos y los solares para recibir el año nuevo. Para moler los cereales usaba el metate sin patas conocido con el nombre de t'ikuichi, con el humo del tabaco podía ver la dirección del aire para poder cazar venados, para lo cual usaba pipas de barro cocido de distintos tamaños y figuras, bien adornadas. El jaualletense era de mediana estatura, color trigueño pelo largo, negro y lacio,

vestía con telas de algodón o de cuero de venado o de algún otro animal silvestre; los calzones le llegan hasta la rodilla, usaba huaraches tejidos de cuero de figura de tela de araña, sombrero de palma o de pino. La mujer vestía con telas de algodón de color negro, delantal, enagua, uanengo; usaba aretes de plata o de oro con forma de media luna; collar de coral o de algún otro material. Se cuenta que el hombre y la mujer se hacían trenzas mutuamente debido a que ambos tenían el pelo largo. El alimento que le servía de sustento que le daba color a su vida estaba hecha de cereales, leguminosas y frutas que se producían en la región, así como de carne de venado, conejo, aves, atoles de distintas clases y hongos.

Así es como se relacionaba el hombre de Jauaneto con la madre tierra. ¿Cómo convivía con sus semejantes?, según la tradición existente convivían mediante el trabajo, el matrimonio y el idioma, así como la existencia de una autoridad política local. No todos los hombres tenían la misma habilidad y gusto para desempeñar un trabajo;



*Tomas Aguilar Chávez*

por tal razón, existían grupos de trabajadores, tales como labradores, comerciantes, cazadores, médicos, músicos, astrónomos, matemáticos, danzantes, magos, cuidadores de montes.

La danza mas antigua y tradicional de los Jauanetos es la de los curpites, está integrada por un viejo, una maringuilla y varios curpites.



*Viejo*



*Maringuilla*



*Curpites*

Todos en determinada época del año, celebraban una fiesta denominada: «ch'ananskua o ch'anapantskua». Esta fiesta servía para enseñar a la juventud el amor al trabajo y la amistad. ¿Cómo se repartía la riqueza producida por los diferentes grupos de trabajadores? Había una institución económica denominada: «Mojtakukua» cambio o trueque de productos. Otra famosa institución denominada: «P'itsetperakua» que consiste en préstamo de productos con la obligación de devolver lo recibido de la misma calidad y cantidad, y sin pago de ningún interés. De esta manera circulaban los productos en el mercado entre los productores y público en general.

También la sal de Colima o de algún otro lugar servía como moneda para adquirir productos. Ma kunujkurha-kua, un puño de sal, era la medida más usada para el intercambio de productos. Majapu juparanskua, un chikuiyite, era la medida para el pago de un día de trabajo en la cosecha de maíz. Los trabajadores eran dueños de los instrumentos de trabajo; pero la tierra era de la comunidad, no de la persona individual, así como el bosque, el agua, el zacate, los minerales y animales silvestres, aunque virtualmente se consideraba al cazador como dueño de los animales del campo, pues a éste se quejaban los tarhericha, agricultores, cuando el venado o el coyote y los animales que causaban daño a las sementeras del agricultor. No existió herencia de inmuebles, sólo de muebles, instrumentos de trabajo, vestido, útiles de cocina. El autor de la he-

rencia repartía sus bienes muebles entre sus parientes más próximos; pero si no tenía parientes, los bienes se distribuían entre extraños y, en ocasiones era sepultado con todos sus bienes, como ropas, alhajas, instrumentos de trabajo, etc.

#### **Matrimonio**

Por medio del matrimonio (tembuchakua), el hombre de Jauaneto se convertía en inmortal y se creaba una relación de parentesco consanguíneo: Najambujperakua y un parentesco político: Tajrenchejperakua tembuchakuarhu anapu; los miembros de cada familia, genst:clan, pensaba que descendían de un antepasado común denominado Tata Kuerauajperi, el Señor Creador y lo festejaban en un día del año que correspondía al día 6 de Agosto del calendario gregoriano. Le danzaban la danza de los Ch'inch'ili, la danza del

Tekomate o del Sirián, la Danza del Jarhumu Ariatsi (Danza de la Libélula). Los miembros de una familia o gens, no podían contraer matrimonio entre sí; el varón tenía que casarse con la mujer de otra familia; se decía que el matrimonio entre parientes traía consigo defectos físicos y psicológicos. Esta regla sigue en vigor en la actualidad.

#### **El idioma**

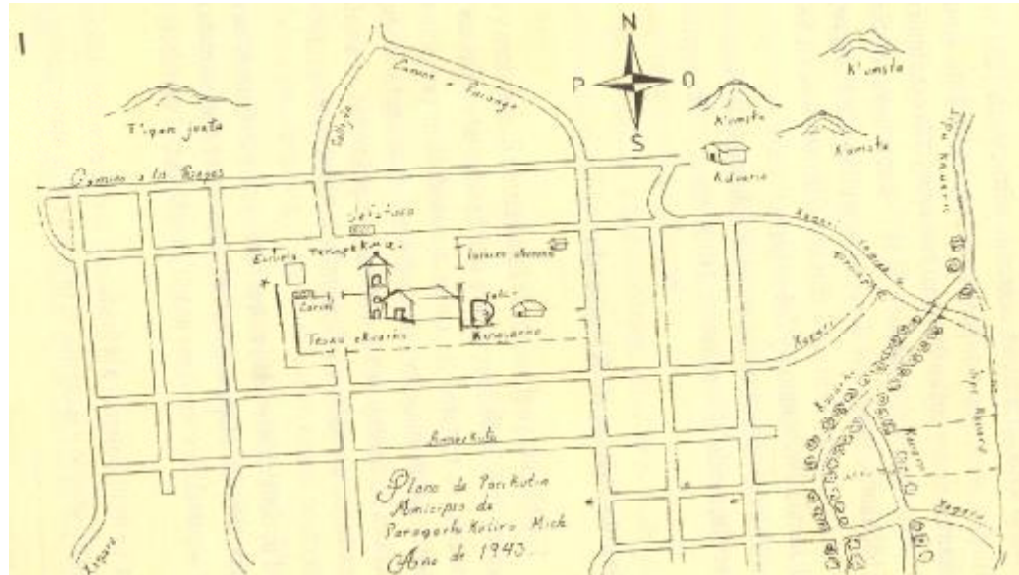
La lengua de Michoacán sirvió de medio de comunicación a los habitantes de Jauaneto. Esta lengua se conoce también con el nombre de Lengua de Tsintsuntsan, pues el actual pueblo Tsintsuntsan, antiguamente se llamaba Michoacá.

Esta información se obtuvo del libro Parícutin, el autor es Felipe Chávez Cervantes.

# Fundación del nuevo pueblo de K'umbutzio

K'unendaro indica el país de los montículos y al pie de los tres cerros descritos, se estableció el pueblo de K'umbutzio el día 17 de junio de 1599 y para asegurar la posesión y propiedad de las tierras ocupadas por los hombres, mujeres y niños procedentes de Jauaneto, el gobierno virreinal dictó el siguiente acuerdo: «Mando se amparen a los de estas zonas, pueblos que en particular nombró en las tierras y sitios que dejasen por la congregación por que no se les entrasen en ellos españoles ni otras personas». Se refiere a las tierras que la comunidad de Jauaneto dejaba para ir a vivir a K'unendaro y se les dotaba además las que ocuparon por la congregación, es decir, eran poseedores de dos

grandes fracciones de tierras. El documento, dice en la parte conducente: «que Marcos Pagaste, hijo del Rey Valiente (Ts'iueri Acha), Francisco Pagaste, Andrés Sebastián, Nicolás Chora y otros más viejos recibieron el título primordial de las tierras que se deslindaron para fundar el nuevo pueblo y que fueron testigos del acto de entrega de las tierras y documentos, los Señores Bernabé y Francisco Juan de Angouen; Mateo Kuirucho de Sirosto; Marcos Situni, Antonio Martínez, Francisco Chonde y Rivera Marcos de Tascan. Y según las leyes que se aplicaron para la congregación, no podía surgir un pueblo si no se reunieran 10 municipios de manera que llamaban pueblo a la congregación y plebeyos a los congregados, y éstos, según la glosa, han de pasar de el número de diez, a lo menos no faltar de esta cantidad y números.



*Plano del pueblo Paricutin.*

---

A partir de la fecha de la congregación al pueblo, los hombres de Jauaneto, entraron a la etapa histórica propiamente y no dejaron las tierras que poseían en Jauaneto, comunicándose con ellas y su pueblo por medio de un camino que partía de Jauaneto pasando por Pitsi'ndekuarho, joya de Jaribay, Teruto, Urik, Los tiro, Tsakapurho, Panaksi', Anajtsi'kutiro y K'unendaro. ¿De dónde procedían las órdenes para reconcentrar a los hombres de los pueblos? A este respecto, podemos decir que, después de la invasión de los españoles a las tierras michoacanas, algunos frailes franciscanos y dominicos pidieron a Carlos V, Rey de España, que los indios fueran reducidos a pueblos y la Corona, los obispos y autoridades civiles de la época aprobaron esta peti-

ción y se dieron instrucciones a Nicolás de Ovando para ejecutar las ordenes dadas en 1503, y al fundar nuevos pueblos, fundara también iglesias, cabildos y regidores en cada comunidad. El 28 de Septiembre de 1534, se divulgó una cédula en la que se decía que los indios de Michoacán se congregaban en un solo pueblo. Esta orden se repitió el 23 de Agosto de 1538, así como en los años de 1550 y 1570. en efecto, muchos pueblos de Michoacán fueron reducidos a pueblos y trasladados del lugar de su origen a otro lugar distinto con el propósito de debilitarlos y sujetarlos a un nuevo gobierno, privándoles de su propio gobierno. En acatamiento a dichas órdenes, los señores de jauaneto fueron trasladados a K'unendaro en la fecha ya indicada.

# Erupción del Volcán Parícutin

En la edad de los treinta, el volcán de Colima produjo una gran explosión que fue percibida por los habitantes de Parícutin y otros lugares, al mismo tiempo, se encontró en el subsuelo del llano de Tosco un sonido muy fuerte semejante al que produce el agua cuando choca con las paredes de un recipiente. Recordamos que la llamada de Tosco se encuentra colindando con la llanura de Cullaciyo, sitio en donde nació el Volcán Parícutin pocos años después del estruendo. Fue considerable el aumento de temperatura ambiente a partir del año de 1939 en los lugares próximos al claro de Kuiuusiro. En la primavera del año 1941 las tierras michoacanas fueron sacudidas, por un temblor muy fuerte. El 9 de Febrero de 1943 entre las 4 y 5 de la madrugada los habitantes de Parícutin,

Parangarhikutiro, Sirosto, Tascan y otros pueblos fueron despertados por los intensos temblores de tierras, cuyos movimientos fueron horizontales, verticales y algunos ondulatorios, tales movimientos duraron 9 noches, se oían ruidos bajo la tierra semejante al que produce el fuego cuando se arroja agua sobre él, se abrían grietas sobre la superficie de la tierra unas eran anchas, otras angostas y tenían distintas direcciones. El movimiento de la tierra no cesó sino hasta el 20 de febrero de 1943 donde finalmente se formó e hizo erupción el Volcán Parícutin, el lugar donde está el Volcán (Kuiuusiro) colindaba al oriente con el predio denominado Tzakupuro, al sur con Tiporukuarro, al poniente con Kaninjuata y al norte con el predio denominado Lámina, el cual era un llano como de



*Volcán Parícutin.*

50 hectáreas de extensión superficial rodeado de pinos, encinos y se cultivaba el maíz. Ningún geólogo ni científico fue capaz de señalar la fecha en que dejaría de activarse el volcán. Al principio opinaban que duraría 15 días o meses cuando más, después afirmaron que no podía pasar más de 90 días, cuando se cumplió la fecha vieron que no se extinguía y optaron por callar. En ese lapso de tiempo se abrió otro cráter por el lado oriente del primer cráter, mismo que envió la corriente de lava para el norte sepultando al pueblo de Parícutin y lugares circunvecinos.



La lava que emanó del cráter grande, corrió por el viento oriente del volcán, dando vuelta hacia el norte y sepultando a su paso lugares denominados: Tzacapurho, Eric Lastimo, Lurhendi, Ramiro, Turhimbero, Strapa y toda la parte oriental de Capatsen y Jarhatiro, cubriendo de lava el poblado de Parando para luego juntarse con la lava que provenía del Volcán chico que ocupó el llano de titisto.

Puente grande, puente chico, después de sepultar a Parícutin y Parango, dos pueblos cercanos al volcán fueron los más afectados, por la escasa o nula vegetación y fauna, así como las tierras llenas de lava y arena tapando también los pozos y manantiales de agua, indispensables para subsistir. Todo esto



*Ruinas de San Juan de las Colchas, hoy San Juan Nuevo.*

provocó la necesidad de cambiarse, recayendo en el pueblo de Parícutin, Sirosto y Parangarhicutiro. Ante la gravedad del problema éste fue conocido por las autoridades estatales, federales y extranjeras gracias a los

medios masivos de comunicación como la radio y el periódico de esa época, quienes se preocuparon y realizaron las gestiones y acciones requeridas para dar solución al problema.

# Caltzontzin

El 5 de enero de 1944 el gobierno del Estado de Michoacán compra para la comunidad de Perikutin a los Sres. Julio Murguía Calvillo, Aurora Sánchez de Murguía, Julio Murguía Sánchez Y Salvador Quezada Cortés, la propiedad donde se encuentra ubicada actualmente el pueblo de Caltzontzin.

El 9 de Junio de 1944 por disposición de las autoridades estatales y federales llegaron las primeras 10 familias, el día 10 de Junio fué establecida en forma legal el nuevo pueblo de Parikutin y posteriormente fueron llegando más familias. En los días sucesivos se fabricaron grandes galeras de madera para vivir en forma provisional mientras se construían casas de adobe para habitarlas más cómodamente y así comenzó la organización y ubicación lo que sería co-



*Parroquia de Caltzontzin.*

nocido como el pueblo de Caltzontzin. Esta palabra proviene de Calli, casa y tzon, 400, es particular reverencial se concluye que tal palabra indica; el excelentísimo señor que gobierna las 400 casas, ó familias, clanes ó tribus. El motivo por el cual, se denomina Caltzontzin a la unidad agrícola de Caltzontzin fue debido a la familia del último gran gobernante del Estado de Michoacán «Tanaxuan» era la que gobernaba a las familias, clanes o tribus que habitaban en esta tierra, siendo la propiedad de los terrenos de la tribu y no del gobernante que se llamó Caltzontzin. Además cerca del edificio donde esta la hacienda, existió una Jakata, que fue destruida por personas que vivían en rededor de K'unendaro indica el país de los montículos y al pie de los tres cerros descritos, se estableció el pueblo de K'umbutzio el día 17 de Junio de

1599 y para asegurar la posesión y propiedad de las tierras ocupadas por los hombres, mujeres y niños procedentes de jau-aneto, el gobierno virreinal dictó el siguiente acuerdo: «Mando se amparen a los de estas zonas, pueblos que en particular nombró en las tierras y sitios que dejasen por la congregación por que no se les entrasen en ellos españoles ni otras personas «Se refieren a las tierras que la comunidad de Jauaneto dejaba para ir a vivir a K'unendaro y se les dotaba además las que ocuparon por la congregación, es decir, eran poseedores de dos grandes fracciones de tierras. El documento de fecha 17 de Junio de 1599, dice en la parte conducente: «que Marcos Pagasta, hijo del Rey Valiente, Francisco Pagasta, Andrés Sebastián, Nicolás Chora y otros más viejos recibieron el título primordial de las tierras que se deslindaron para fundar el pueblo.



# Capítulo 3

**Proyecto de turismo rural  
y ecoturismo Parícutin**

# Inicio del proyecto

## Localización

Este proyecto se encuentra en el Estado de Michoacán en la región de Uruapan, Mich., México.



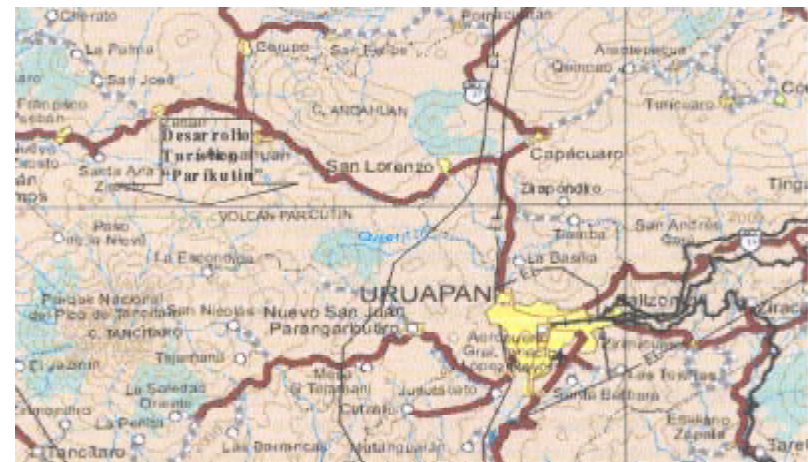
## Macrolocalización

Descripción del sistema ambiental y señalamiento de la problemática ambiental detectada en el área de influencia del proyecto.  
Delimitación de área de estudio y su área de influencia.

El proyecto ecoturismo Volcánico Parícutin, se localiza en terrenos de la comunidad indígena de San Salvador K'umbutzio (parícutin), mismos que fueron abandonados debido a la destrucción del poblado por la erupción del Volcán Parícutin, nacido, a principios de los años cuarenta.

Este proyecto es propuesto por la comunidad de Caltzontzin, (hoy ubicada a 3 Km., de la ciudad de Uruapan) como parte de un plan para aprovechar los recursos naturales del área que posee la comunidad, pero no usufructúa adecuadamente.

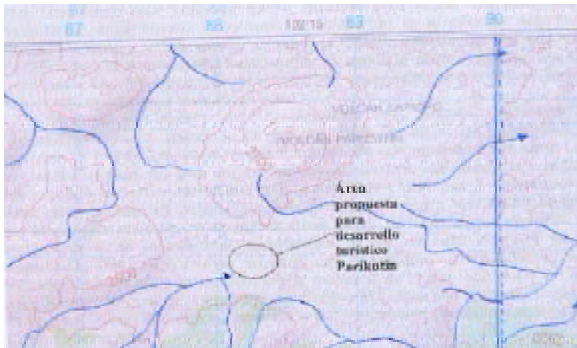
El municipio de Uruapan se sitúa en el oeste del estado (19° 25' latitud norte 101° 03' longitud oeste), a una altitud promedio de 1620 msnm. Su extensión es de 954.17 Km. (el 1.62% de la superficie de Michoacán). El municipio de Uruapan limita al noroeste con Charapan, Paracho y Nahuatzen, al este con Tingambato, Ziracuaretiro y Taretan, al sur con Gabriel Zamora y al oeste con Nuevo Parangaricutiro, Peribán y Los Reyes. La cabecera municipal, Uruapan, dista 120 Km. de la capital del Estado.



Macrolocalización del sitio de estudio

### Microlocalización

El área propuesta para el desarrollo de un proyecto de turismo rural alternativo, campismo y ecoturismo volcánico, se ubica en el paraje llamado Tiporucuar, sobre una planicie con suelos de acumulación y ceniza volcánica, a una altitud cercana a los 2580 msnm y abarca una zona con derrames de lava irregular que asciende hasta las laderas arenosas del Volcán Parícutin. Al sur y suroeste hay laderas con vegetación de bosque mixto templado.



*Microlocalización del sitio de estudio.*

Las líneas más pronunciadas con formas curvas representan el límite del derrame de lava del Volcán Parícutin, de relieve irregular (malpaís). Las áreas punteadas representan suelos arenosos. Se observa el escurrimiento intermitente al sitio de estudio desde las laderas al oeste del área o líneas punteadas con flechas indicando la dirección). Fuente: Detalle de INEGI.

Los usos turísticos actuales son como acceso al cráter del Volcán Parícutin para quienes a pesar de carecer de señalamiento, acceso fácil y servicios lleguen al lugar con la intención de ascender a pie por sus laderas y como lugar de reunión familiar al aire libre.

Este proyecto pretende cubrir las actuales deficiencias en la infraestructura turística y aumentar el atractivo del turismo con una orientación de respeto a la naturaleza y la tradición cultural y con la participación de la comunidad indígena de Caltzontzin. Además el asentar este desarrollo turístico permitirá a la comunidad manejar más cercanamente los recursos de los terrenos del antiguo San Salvador K'umbutzio, Parícutin, incluyendo los recursos forestales, hidráulicos y del paisaje.

Esta zona de importancia para la recarga de acuíferos por su capacidad de captación de agua que vierte en las cuencas de los ríos Cupatitzio e Itzicuar. Los factores del paisaje local, que responde aún en forma de procesos geomorfológicos (procesos que dan forma al paisaje) al efecto devastado de la erupción del volcán, deben tomarse en cuenta. En particular, los suelos arenosos con ceniza producto de la acumulación en áreas planas, o confinadas por el relieve, son frágiles debido a su susceptibilidad a la erosión debida al escurrimiento lo cual obliga a tomar medidas para ubicar las estructuras, disminuir el escurrimiento y aumentar la infiltración en el sitio del desarrollo planteado.

---

Otros puntos relevantes para el manejo sustentable del proyecto Parícutin son la acumulación incontrolada de residuos sólidos dejados por visitantes y las deficiencias en el manejo del agua, mismas que deben recibir atención para encontrar soluciones adecuadas.

Por último, deben ser considerados los factores culturales y socioeconómicos en relación a los paisajes naturales objeto de interpretación, propiedad y manejo por parte de las comunidades que recurren en la zona.

Los recursos naturales del área son considerables, como lo demuestra la empresa maderera de la vecina comunidad indígena de

Nuevo San Juan Parangaricutiro. Pero como también es claro según este ejemplo, el manejo sustentable basado en el análisis científico y la participación activa de una buena parte de la comunidad y de instituciones académicas es un requisito obligado de la superación.

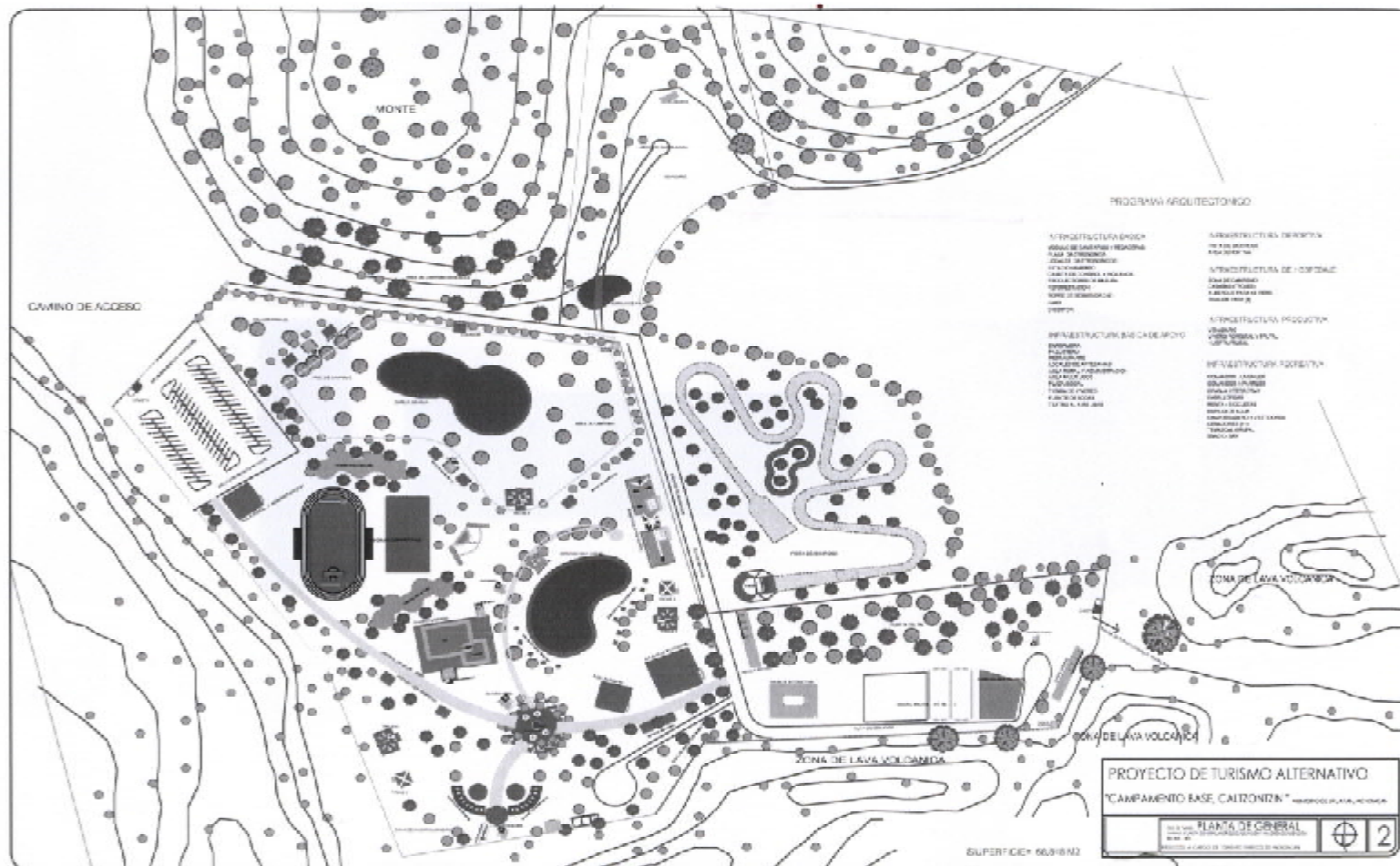
Pero también, los recursos, aún manejados científicamente, son limitados. Así, el éxito de la comunidad indígena de Nuevo San Juan es una experiencia útil para la comunidad de Caltzontzin, mas aún por que comparte límites con Nuevo San Juan y debe enfrentar una relativa desventaja económica y de infraestructura. Hay antecedentes de conflictos agrar-

rios entre las comunidades de Caltzontzin (en tonces San Salvador Kumbutzio o Parícutin) y San Juan Parangaricutiro o San Juan de las Colchas que llevaron al enfrentamiento de la comunidad de San Juan con el General Lázaro Cárdenas, hasta la reconciliación mediante la dotación del Nuevo San Juan, y hay conflictos actuales en forma de la explotación irregular de bosques. La venta del bosque, la falta de vigilancia y otros efectos de la falta de manejo controlado de los terrenos del antiguo San Salvador Combutzio.

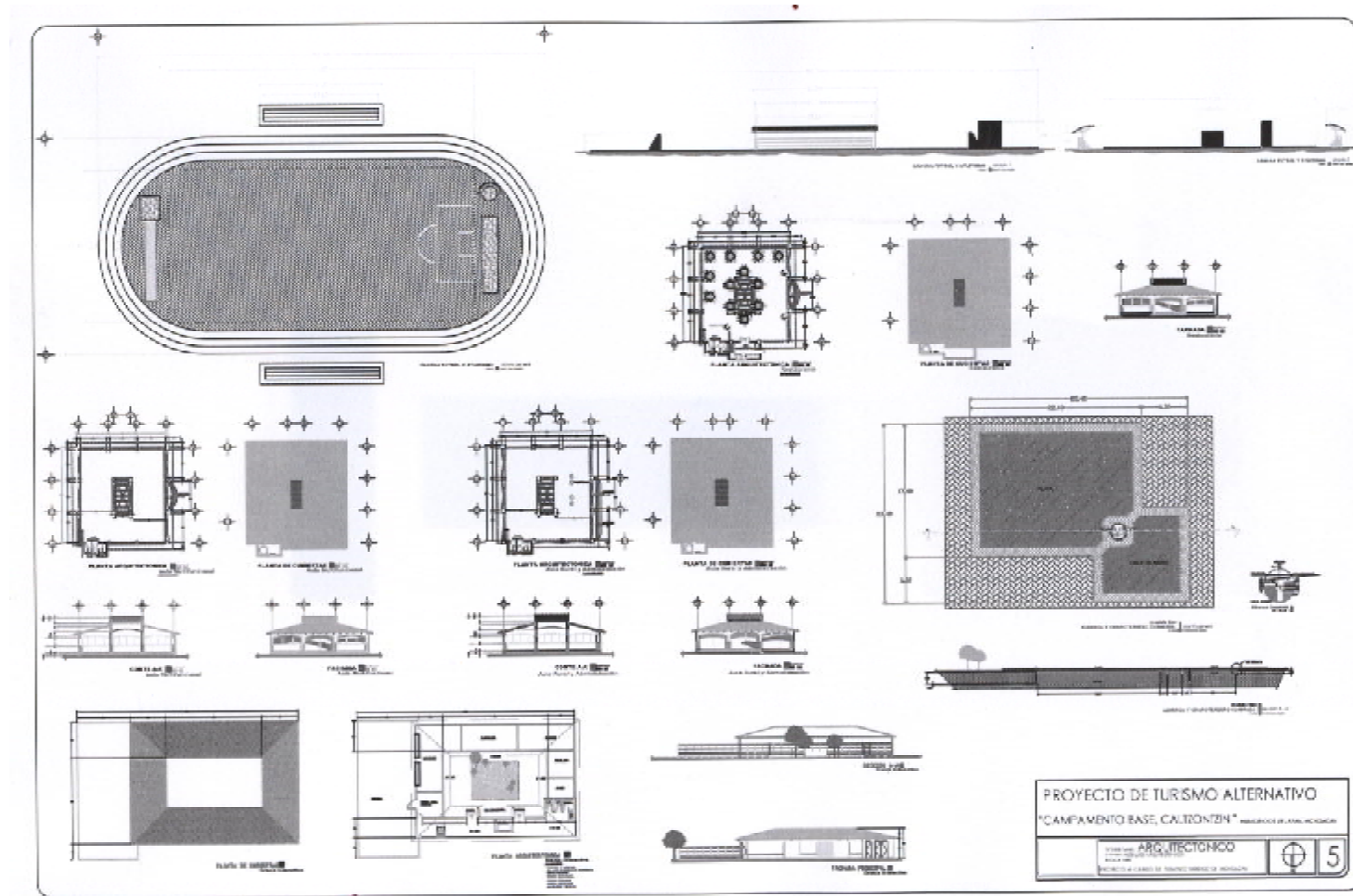
Ante esta perspectiva, la organización participativa entre ambas comunidades con la misma cultura indígena se destaca

como el aspecto fundamental para diseñar planes y reglamentos de manejo, compartir experiencias, atraer intereses académicos y económicos y otros fines comunes. La localización del proyecto entre los límites del Parque Nacional Pico de Tancitaro y la comunidad indígena Nuevo San Juan Parangaricutiro acota elementos normativos que pueden proyectarse para alcanzar un manejo dirigido por el ordenamiento ecológico participativo, y ser una promesa de éxito para alcanzar los fines que sustentan al proyecto turístico en esos terrenos: coadyuvar a fortalecer las tradiciones indígenas y el aprovechamiento de los recursos naturales de sus paisajes tradicionales.

# Plano general



# Planta arquitectónica en general





# Programa arquitectónico

## INFRAESTRUCTURA BÁSICA



*Plaza Gastronómica*

Modulo de sanitario y regaderas, locales, faro, gastronómicos, estacionamientos, caseta de control y vigilancia, recolectores de basura, reforestación, torre de seguridad (2), digestor.

## INFRAESTRUCTURA BÁSICA DE APOYO

Enfermería, paquetería, restaurante, locales de artesanías, aula rural y administración, aula multiusos, plaza social, tienda de víveres, fuente de sodas, teatro al aire libre.

## INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA

Pista de bicicross y área deportiva

## INFRAESTRUCTURA DE HOSPEDAJE

Zona de campismo, cabañas (trojes), albergue para 48 personas, trailer park (8).

## INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA

Comandos juveniles, comandos infantiles, granja interactiva, caballerizas, renta de bicicletas, espejo de agua (2), chapoteadero y vestidores, cenadores (1), temascal grupal, snack-bar.



*Granja interactiva*

### PRIMERA ETAPA

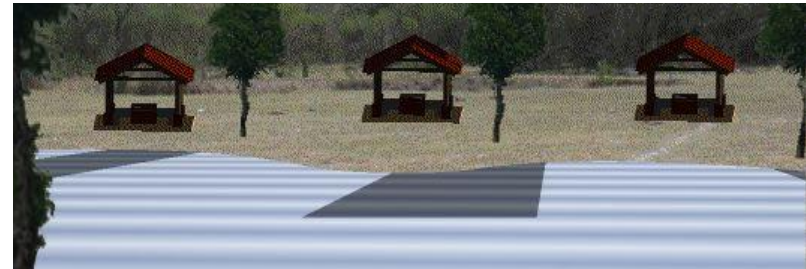
Dos módulos de sanitarios y regaderas, estacionamiento, caseta de control y vigilancia, recolectores de basura, reforestación, dos torres de seguridad, faro, enfermería, paquetería restaurante, plaza social, digestor, tienda de víveres, pista de bicicross, zona de campismo, 3 cabañas de 88 m (trojes) albergue para 48 personas, trailer park (8) comandos juveniles; caballerizas, espejo de agua, 6 cenadores, snack bar.



*Snack bar*

### SEGUNDA ETAPA

Módulo de sanitarios y regaderas, plaza gastronómica, locales gastronómicos, locales de artesanías, aula rural y administración, tienda de víveres, fuente de sodas, área deportiva, 2 cabañas de 54 m (trojes), venadario, comando infantil, renta de bicicletas, chapoteadero y vestidores, 3 cenadores, temascal grupal, reforestación, caseta de control y vigilancia, espejo de agua.



*Espejo de agua*

### TERCERA ETAPA

Aula multiusos, teatro al Aire libre, vivero, granja interactiva, 2 cenadores, obra exterior, (senadores, nivelación), malla perimetral.



*Teatro al aire libre*

### EMPLEOS GENERADOS

Empleos directos 130, empleos indirectos 221, empleos temporales de obra 80, empleos totales 431.

Después de la erupción del volcán Parícutin en 1943; el Señor Feliciano Gutiérrez Chávez dejó abandonadas sus tierras. Sin saber qué hacer con ellas en un lapso; al platicar con un grupo de personas empezaron a imaginar ¿Qué podría hacer con dicho terreno?. Del grupo salió la idea de hacer unas cabañas. Al paso del tiempo fueron incorporando a más personas que se interesaron por el proyecto. Así mismo personas del grupo fueron abriendo paso a la realización del mismo, a tal grado de llegar con la Secretaría de Fomento Turístico de Michoacán.

A la Secretaría le interesó la propuesta que las personas de la comunidad indígena de Caltzontzin plantearon; fue tanto el interés que hicieron una investigación de campo y se encontraron con las personas de San Juan Nuevo, las cuales aseguraban que el terreno donde nació el volcán les pertenecía. Existiendo este conflicto se vieron en la necesidad de llegar a la verdad y saber realmente a quien le pertenecen los terrenos.

Por parte de Fomento Turístico de Michoacán se convocó a una reunión donde estuvieron presentes las dos comunidades, a las cuales se pidió que presentaran los planos de sus comunidades. Después de varias horas se llegó a la conclusión de que el volcán le pertenece a la comunidad de Caltzontzin. Cuando se llegó a este acuerdo, los de fomento turístico de Michoacán se dirigieron con el grupo de personas de Caltzontzin para iniciar las investigaciones necesarias para la realización del proyecto, a la que acudieron especialistas en la materia como vulcanólogos y geólogos, quienes investigaron la hidrología, aspectos bióticos, vegetación fauna, aspecto socioeconómico, etc.

Toda esta información permitió el desarrollo del proyecto de infraestructura y proyecto turístico, que es formalmente documentado para generar la planeación financiera y el desarrollo de la obra.



*Grupo de personas interesadas por el proyecto.*

---

# Beneficios para la comunidad de Caltzontzin

Los beneficios fundamentales del proyecto son el incremento de la infraestructura turística del Estado para atraer y retener al turismo, y el beneficio social directo que incluye 45 empleos directos, 76 empleos indirectos y 35 temporales de obra; además de unos 15,000 ciudadanos en el radio de influencia del desarrollo que se beneficiarán disfrutando los servicios del centro turístico en cuestión.

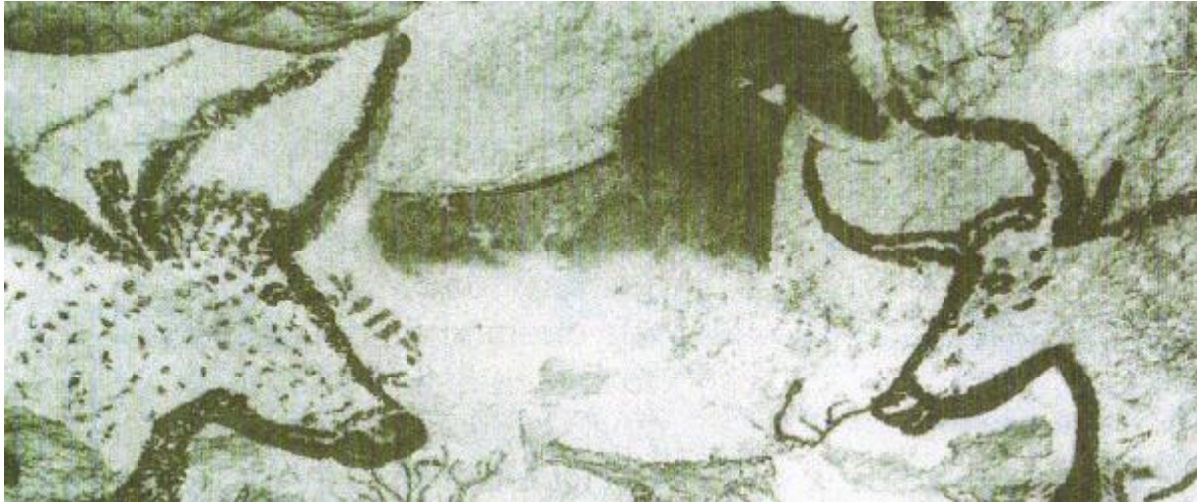




# Capítulo 4

**Áreas del diseño**

# Antecedentes históricos



*Pintura de la cueva de Lascaux, ca. 15 000-10 000 a. C.*

Aunque el término diseño Gráfico, fue empleado por primera vez en 1922; por el diseñador de libros y tipógrafo norteamericano William Addison, es un hecho que en la historia del hombre ha estado presente desde los inicios. Primero en las pinturas rupestres que representaban gráficamente escenas de cacería a base de pigmentos mez-

clados con grasa, conocidas como pictogramas y que marcaron los inicios de la comunicación visual; después, en las diferentes culturas que idearon formas primitivas de escritura era asentar gráficamente el lenguaje hablado (la escritura cuneiforme, los jeroglíficos egipcios y la caligrafía china). Hasta la aparición del alfabeto jeroglífico quien

tuvo su mayor contribución. Después estuvo en manos de artesanos, y miembros de gremios de pintores y rotulistas que durante la Edad Media produjeron los manuscritos iluminados en el Renacimiento. Por su parte, fue importante la intervención de Gutenberg, con su imprenta mecánica de tipos móviles metálicos; a mediados

del S. XV, lo cual favoreció el aumento en los tirajes de libros y folletos en grandes cantidades. Pero fue hasta el siglo XIX cuando tuvo un avance; considerable la tecnología de la impresión gracias a la revolución industrial y a la aparición de la litografía, integrándose el Diseño Gráfico en las áreas de empaques, presentación, exposición y publicidad, además, de la impresión a color y de establecerse el Diseño Gráfico como una profesión. La participación de Henri Toulouse Lautrec, influyó notablemente en la elaboración del cartel moderno. Y en 1884 el arte y oficios fundado por V Morris y del cual se dice proviene el Diseño Gráfico actual, determinó la aplicación de sus ideas en la impresión de libros, mobiliario, papel tapiz y telas.

# Diseño y comunicación visual

## EL DISEÑO

Es la descripción hecha con palabras por medio de un trazo, dibujo, o delineación de un objeto, o edificio.

Este es relacionado por medio de una computadora y un programa.

Así puede ser una actividad cuyo fin es la delineación artística de productos destinados a ser producidos en serie. El diseño se toma como una innovación, creación; es la capacidad y habilidad que tiene el ser humano para relacionar las experiencias con el fin de dar una solución adecuada y funcional a un problema.

El diseño es una creación artística que se da con la finalidad de resolver un problema.

## COMUNICACIÓN

Es la acción y el efecto de comunicar, es el trato correspondiente entre persona y oficio o escrito en que se comunica algo. Cualquier medio de enlace como: caminos, canales, vías, etc.

La orientación de la comunicación existen en diferentes orientaciones de la comunicación. La orientación es la intencionalidad fundamental del emisor en relación con los efectos esperados. La orientación es de hecho un vector. La orientación es de carácter general; de ella derivan o adaptan las diferentes estrategias, lenguajes, medios y técnicas.

## LA COMUNICACIÓN INJUNTIVA

Esta ejemplificada por la orden que dicta el jerarca a sus subordinados, la apelación perentoria que impone la acción de obediencia, de ser cumplida sin dilación ni discusión (la Autoridad: administrativa, policial, militar, paterna, moral y legal).



*Un mensaje es una increpación y una acusación apelando a las inconciencias: "Y tu ¿que has hecho por la victoria?" (Cartel de la guerra civil española, 1937).*

## LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA

Cuyos ejemplos más evidentes son la propaganda, la publicidad y la seducción amorosa; en la comunicación persuasiva hay ciertamente una participación más o menos voluntaria, o una convivencia, entre quienes se comunican, a diferencia de la relación injuntiva o de poder y subordinación. En la comunicación persuasiva siempre se halla oculto el factor carismático, estético y emocional y la estrategia de la fascinación.

*La comunicación persuasiva toma a menudo la retórica del erotismo y la sensualidad de la imagen como uno de los recursos principales de la atracción publicitaria.*



## LA COMUNICACIÓN DISTRACTIVA

Que llena los tiempos de ocio o simplemente las pausas en que la atención se relaja; es el caso del espectáculo. Y el entretenimiento ofrecidos por los concursos radiofónicos y televisuales, los cuentos, chistes y relatos intrascendentes que a menudo abundan en las reuniones mundanas y en los espectáculos.



*La comunicación distractiva es otra de sus orientaciones predominantes, de la cual se encuentra infinidad de ejemplos a través del cómic, la fotonovela, el cine cómico y de aventuras, las comedias, etc. y de muchos programas televisivos.*

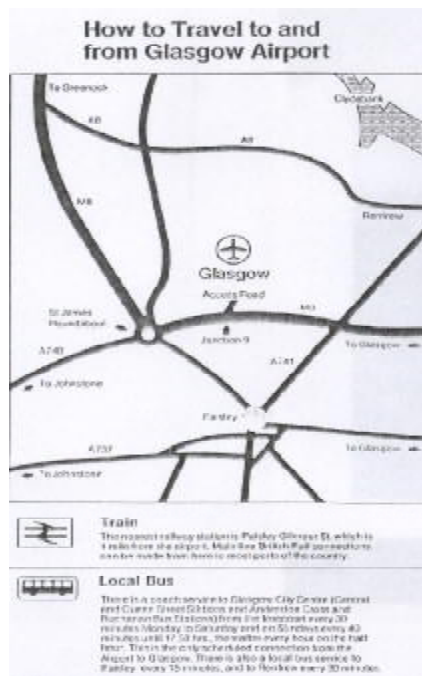
## LA COMUNICACIÓN PEDAGÓGICA

Cuyo fin es la transmisión de elementos de conocimiento por medio de la lectura, la demostración, el razonamiento, el discurso didáctico, el documento y los esquemas e ilustraciones.



## LA COMUNICACIÓN INFORMATIVA

Esta presente, al menos teóricamente, en todas las formas de la comunicación aporta datos utilitarios de la praxis, de conocimiento de novedades, noticias, advertencias e indicaciones.



*La comunicación informativa transmite datos utilitarios para el conocimiento y la acción. La combinación de la imagen más o menos esquemática o literal y el texto, refuerza la comprensión por implicar el registro visual y el proceso intelectual.*

## LA COMUNICACIÓN IDENTIFICATIVA

Cuyo fin principal es el reconocimiento de aquello que se transmite; el retrato, el documento fotográfico policial, así como los signos de identidad en el campo individual: la foto de identidad, la firma, la huella digital. (En el mundo comercial, las marcas, enseñas y signos de identidad corporativa, implican una orientación intencionadamente persuasiva),

## LA COMUNICACIÓN AUTODIDACTICA

Es más exactamente una reacción del receptor frente a datos de carácter informativo. Mientras que la didáctica es una intención del emisor de mensajes, la autodidaxia depende del individuo y su capacidad por extraer datos de conocimiento (experiencias, significados, informaciones). Pero hay mensajes de sentido totalitario y mensajes que se basan en conseguir la convicción o la seducción; otros dejan un margen más o menos notable a la libertad de interpretación y también de decisión de los receptores: por ejemplo, el arte, y en el otro extremo, la señalética (ejemplos de gratuidad y funcionalidad).

---

# Imagen corporativa

## LA IMAGEN

Es el manejo explícito de la forma con que se perciben las actividades de una compañía. Comprende cuatro aspectos principales: El producto, cuando se refiere a este y a su desempeño lo que influye en la forma en que se percibe la organización; el ambiente, se refiere al diseño arquitectónico y de interiores que hablan por la empresa; la comunicación; cuando la identidad de la empresa deriva de los envases de sus productos, de la publicidad, de la comunicación gráfica y de otros aspectos que la rodean.

El comportamiento es cuando la influencia básica de la identidad esta dada por el comportamiento de las personas que trabajan en compañías que ofrecen un servicio. Por lo tanto, la imagen corporativa abarca

entre otras disciplinas lo que es el Diseño Industrial de productos, el Diseño de Interiores y arquitectónico, y el Diseño Gráfico. Además de estar fuertemente relacionada con la mercadotecnia, la publicidad, las relaciones públicas y el desarrollo de recursos humanos.

En cuanto a la comunicación gráfica; la identidad abarca dos áreas de los negocios: la estructura y el estilo. En términos de estructura, la Imagen Corporativa juega un papel importante en la redefinición y la demostración de cómo es la organización de una campaña. Estas son:

**Monolítica.-** Cuando la organización utiliza un sólo nombre y un mismo sistema visual.

**Grupal.-** Cuando una organización que adquirió diversas compañías, desea conservar algunos de sus

nombres en un sistema visual único.

Por marcas comerciales.- cuando las compañías mantienen sus imágenes corporativas como compañías separadas y diferenciadas de las marcas comerciales que venden. Desde el punto de vista del estilo, la Imagen Corporativa busca proyectar visualmente una idea clara de la personalidad, de la organización. Es decir, si vende productos caros o baratos, si valora la tecnología más que la mercadotecnia o si le interesa mas la gente que el proceso. La identidad visual de una organización debe representar con claridad, que tipo de compañía es. Por otra parte, el Diseño de una Imagen Corporativa se desarrolla en cuatro etapas, estas son:

## ETAPA 1

Investigación, análisis y recomendaciones que conducen a un proyecto de diseño. El diseñador debe saber donde, cuándo, cómo y con qué propósito se aplicará el nombre y la identidad visual de la compañía, con el fin de determinar qué tipo de estructura y que clase de estilo visual requiere la Identidad de la organización. Así mismo implica observar y después recopilar material visual como una muestra realmente representativa del producto, del ambiente y la comunicación de la organización para, finalmente, en un anteproyecto indicar a qué negocios se deriva la compañía, su posición dentro de la industria, su personalidad. Y cómo debe proyectarse ésta, y finalmente qué estructura adoptará la organización.

## ETAPA 2

Desarrollo del concepto de diseño. Consiste en conferir al nombre o nombres de la organización un significado y un sentimiento especial, de forma que siempre que surja el nombre, se perciban inmediatamente sus asociaciones.

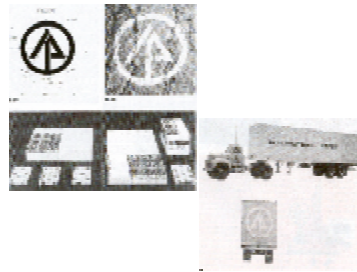
## ETAPA 3

Refinamiento del diseño. Cuando se aprueba el concepto de diseño, se debe desarrollar hasta llegar a la ilustración final.

## ETAPA 4

Aplicaciones. Consiste en contemplar la efectividad y flexibilidad de los lugares en que será reproducida la Imagen. Finalmente, en el manual de Identidad Corporativa, el diseñador establece todas

las aplicaciones convenientes de la Imagen Corporativa. Por lo tanto, no es más que un registro de las aplicaciones de la Imagen y una guía sobre cómo deberá aplicarse la imagen en el futuro. Por ello es conveniente que lo posean todas aquellas personas responsables de utilizar la identidad, desde los proveedores hasta los impresores, agencias de publicidad, arquitectos, diseñadores de lugares de exhibición, diseñadores de interiores, diseñadores de productos, etc.



Lester Beall, marca registrada de la internacional paper company, 1960.



Paul Rand, marca registrada de la compañía IBM, 1956. El diseño original se muestra con las versiones en silueta y las versiones de ocho y trece franjas que se usan actualmente

Por último, podemos decir que un programa de imagen Corporativa es el medio por el cual la organización pone en claro su estrategia, estructura y personalidad, por lo que el diseñador de imágenes corporativas tiene una inmensa responsabilidad que debe desempeñar con el rigor apropiado, teniendo en mente que la identidad diseñada, no es un proyecto personal sino el proyecto estructurado para una organización que podría usarla por muchos años.

La semiótica es la ciencia que estudia las diferentes clases de signos, así como las reglas que gobiernan su generación, producción, transmisión, recepción e interpretación. La semiótica se vincula con la comunicación y la significación.

Dentro de la semiótica nos encontramos con el cuadrado que sirve para buscar contraste en el ambiente, y ayudando a unificar y dar fuerza. El triángulo este nos ayuda a indicar peligro. El círculo ayuda a indicar señales de prohibición. La flecha sirve para indicar dirección.

### SIGNO

El signo lo podemos definir como el objeto que representa de manera convencional o natural una idea, marca una acción para la que ya se está condicionada en sí mismo: una paloma significa la paz por sí misma, en otro contexto puede simbolizar algo diferente. Dentro del signo encontramos el significado y el significante, el significado es la imagen de la cosa y el significante es la parte del signo, es el concepto máximo al de expresión.



*Paloma de la paz de Picasso.*

# Semiótica

### SIMBOLO

Es una imagen o figura con que material o verbalmente se representa un concepto moral o intelectual por alguna semejanza o correspondencia que el entendimiento percibe entre concepto e imagen.

El símbolo es por definición un elemento material que esta en el lugar de otras cosas y a las cuales representa por convención, se trata de representar cosas que no son directamente ni físicamente perceptibles.



*Alabama Blues del siglo xx*

En el diseño de identidad corporativa interviene el símbolo en el sentido psicológico, que se representa por una forma icónica y el símbolo de la marca que se representa en el logotipo.

# Señalética

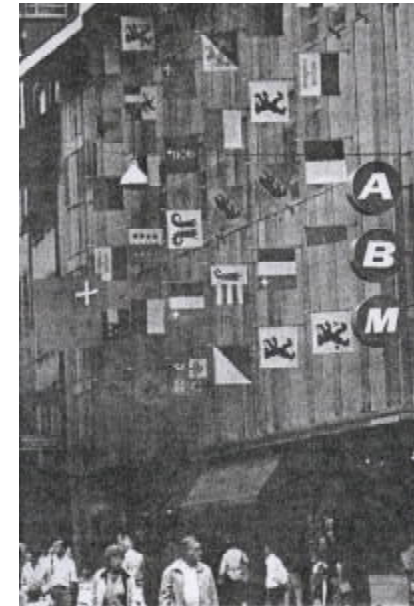
La señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales que existen entre los signos que ayudan a orientar a los individuos en el espacio y los comportamientos de los mismos, al mismo tiempo ayuda, organiza y regulariza estas relaciones.

La señalética nace de la ciencia de la comunicación social y la semiótica, que es la encargada estudiar los diferentes signos y símbolos. La señalética nos informa y nos orienta, está al servicio de la gente, ayudando a ordenar y mejorar la seguridad en los desplazamientos, además de tener mayor accesibilidad a los servicios requeridos.

Las características de la comunicación señalética son las siguientes:

La finalidad de la señalética es informar de manera inequívoca e instantánea. Su sistema comunicacional se compone de un código universal de señales y signos como son símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos. Su estrategia de comunicación es distribuir mensajes lógicos, fijos o estáticos, dispuestos a la atención voluntaria del público. La señalética tiene como presencia silenciosa y discreta, sus disciplinas y técnicas son el diseño gráfico de programas, la ergonomía, el entorno o el medio ambiente.

|  |  |
|--|--|
| <b>Finalidad</b><br>funcional y organizativa     | <b>Presencia</b><br>discreta<br>puntual              |
| <b>Orientación</b><br>informativo y didáctica    | <b>Percepción</b><br>selectiva                       |
| <b>Procedimiento</b><br>visual                   | <b>Funcionamiento</b><br>automático e instantáneo    |
| <b>Código</b><br>signos simbólicos               | <b>Espacialidad</b><br>secuencial, discontinua       |
| <b>Lenguaje icónico</b><br>Universal             | <b>Persistencia memorial</b><br>extinción istantanea |
| <b>Estrategia del contacto</b><br>mensajes fijos |  |



Fotos de Antonio Blanco

# Señalización

La señalización es un sistema de mensaje que desencadena actos, generalmente voluntarios o relativos a acciones voluntarias, es un modo técnico de comunicación, un lenguaje predominante visual y constituye una puntuación en el espacio.

La señalización vial incorpora elementos que por ser estandarizados crea un aspecto uniforme, indiferente, impersonalizado desde el punto de vista de la identidad de imagen de la ciudad.

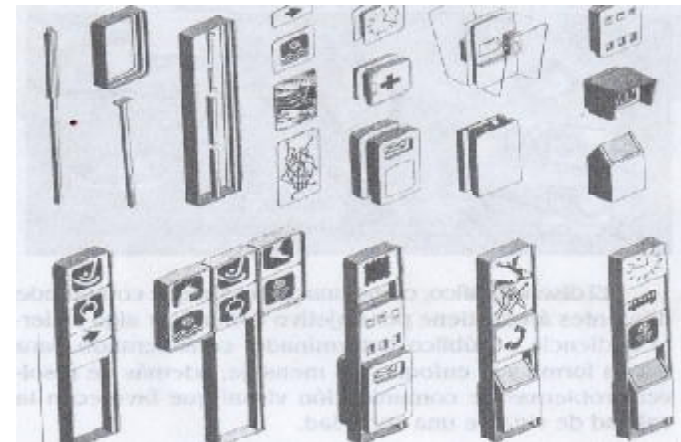
La señalización vial da funcionalidad, orientación y seguridad.



Hablando de los materiales para una señalización se pueden tomar en cuenta los siguientes: plástico, metales, vidrio, trovisel y madera etc. Cada uno de estos elementos mencionados puede servir para realizar una se-

ñalización adecuada para cada lugar, ya que cada espacio a señalar cuenta con distintos climas, espacios pequeños o grandes. Los materiales dan una mejor solución al lugar de señalización. Las señales de madera dan un aspecto tradicional y son agradables y funcionales, las señales de fierro dan otro aspecto agradable pero son utilizados para ciudades.

|                 | Tiene color | Doblar | Cortar | Atornillar<br>Clavar | Rotular | Pintar |
|-----------------|-------------|--------|--------|----------------------|---------|--------|
| <i>Acrílico</i> |             |        | *      |                      |         | *      |
| <i>Estireno</i> | *           | *      | *      | *                    |         | *      |
| <i>Trovicel</i> | *           |        | *      |                      | *       | *      |
| <i>Aluminio</i> |             | *      | *      | *                    |         |        |
| <i>Fierro</i>   | *           | *      | *      |                      | *       |        |
| <i>Madera</i>   | *           |        | *      | *                    | *       | *      |
| <i>Vidrio</i>   | *           |        | *      | *                    | *       | *      |





---

Las señales de reglamentación colocadas al lado o en la vertical de una señal que indique el nombre del poblado significan que la reglamentación se aplica a todo el poblado, excepto si en éste se indicara otra reglamentación distinta mediante otras señales en ciertos tramos de la vía. Las obligaciones, limitaciones o prohibiciones especiales establecidas por las señales de reglamentación regirán a partir de la sección transversal donde estén colocadas dichas señales, salvo que mediante un panel complementario colocado debajo de ellas se indique la distancia a la sección donde empiecen a regir las citadas señales. (Artículo 150 del Reglamento General de Circulación).

### SEÑALES DE PRIORIDAD

Las señales de prioridad están destinadas a poner en conocimiento de los usuarios de la vía las reglas específicas de prioridad en las intersecciones o en los pasos estrechos.



*(Artículo 151.1 del Reglamento General de Circulación)*

### LA FUNCION DE LOS COLORES

La función de los colores y las señales de seguridad es atraer la atención sobre lugares, objetos o situaciones que puedan provocar accidentes u originar riesgos a la salud, así como indicar la ubicación de dispositivos o equipos que tengan importancia desde el punto de vista de la seguridad.

La normalización de señales y colores de seguridad sirve para evitar, en la medida de lo posible, el uso de palabras en la señalización de seguridad. Esto es necesario debido al comercio internacional, así como a la aparición de grupos de trabajo que no tienen un lenguaje en común o que se trasladan de un establecimiento a otro.

Por tal motivo en nuestro país se utiliza la norma IRAM 10005., cuyo objeto fundamenta y es establecer los colores de seguridad y las formas y colores de las señales de seguridad a emplear para identificar lugares, objetos, o situaciones que puedan provocar accidentes u originar riesgos a la salud.



# Colores de Seguridad y contraste

| Color de Seguridad | Significado   | Aplicación  | Formato y color de la señal                                      | Color del símbolo | Color de contraste |
|--------------------|---|---|--|-------------------|--------------------|
| Rojo               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pararse</li> <li>Prohibición</li> <li>Elementos contra incendio</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Señales de detención</li> <li>Dispositivos de parada de emergencia</li> <li>Señales de prohibición</li> </ul>    | Corona circular con una barra transversal superpuesta al símbolo | Negro             | Blanco             |
| Amarillo           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Precaución</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Indicación de riesgos ( incendio, explosión, radiación ionizante)</li> </ul>                                     | Triángulo de contorno negro                                      | Negro             | Amarillo           |
|                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Advertencia</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Indicación de desniveles, pasos bajos, obstáculos, etc.</li> </ul>   | Banda de amarillo combinado con bandas de color negro            |                   |                    |
| Verde              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Condición segura</li> <li>Señal informativa</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Indicación de rutas de escape. Salida de emergencia. Estación de rescate o de Primeros Auxilios, etc.</li> </ul> | Cuadrado o rectángulo sin contorno                               | Blanco            | Verde              |
| Azul               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Obligatoriedad</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Obligatoriedad de usar equipos de protección personal</li> </ul>   | Círculo de color azul sin contorno                               | Blanco            | Azul               |

# Metodología del diseño

La metodología es una disciplina que requiere todo trabajo profesional.

Esta consta de varios pasos los cuales van desde la idea original hasta la realización del mismo.

Los pasos pueden variar según el diseño o el diseñador pero en la mayor parte del proceso es el mismo como se mostrará enseguida:

1.- Se tiene una entrevista con el cliente para saber cual es el problema y saber cuales son sus necesidades como también el diseñador puede sugerir al cliente, una solución al problema.

2.- El segundo paso será recopilar la información referente a la solución del problema, tomando en consideración la competencia y el público al que va dirigido.

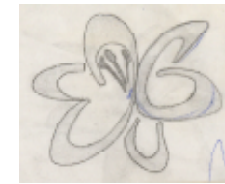
3.- Tener un concepto claro.

4.- Empezar con la lluvia de ideas y bajarlas al papel.

5.- Selección de 3 opciones de bocetos más funcionales al problema y presentarlas al cliente para que él elija uno.

6.- Una vez que el cliente ya eligió se le presentará la elaboración del original con 3 propuestas a color, para que el pueda elegir una. Una vez que sea autorizada ya no se podrá cambiar.

7.- Una vez que se a pasado por estos pasos viene la responsabilidad y supervisión del diseñador para checar los detalles de la reproducción y evitar fallas que después no se puedan solucionar.



*Diseño final*

# Marcas y Logotipos

## TIPOS DE MARCAS Y LOGOTIPOS

El diseño de marcas y logotipos dispone de una gran variedad de estilos que van, desde simples representaciones gráficas del nombre, hasta símbolos completamente abstractos en combinación con el nombre corporativo o con el nombre del producto o evento. Además, no todos los estilos de logotipos funcionan para todo tipo de situaciones, siendo necesario para ello, una previa investigación.

### 1) LOGOTIPOS SOLO CON EL NOMBRE



Su antecedente inmediato fue la firma del propietario como indicador de calidad, valor y origen. Esta clase de logotipos transmiten un mensaje inequívoco y directo al público. Son recomendados cuando el nombre es relativamente breve y fácil de utilizar.

## LOGOTIPOS CON NOMBRES Y SIMBOLOS



En estos se trata al nombre con un estilo tipográfico característico, siendo además corta y situándolo dentro o de lado del símbolo visual: (un círculo, ovalo o cuadrado) para enfatizarlo. Se utilizan varios elementos, formas y colores.

### LOGOTIPO CON INICIALES



Se considera un diseño relativamente puro, y es propio para empresas o sociedades que adoptan nombres considerablemente largos, utilizando para ello las iniciales con caracteres distintivos.

---

### LOGOTIPOS CON EL NOMBRE EN VERSION PICTÓRICA



En éstos el nombre del producto o evento es un elemento destacado e importante del logotipo, formando un estilo global distintivo que fácilmente queda grabado en la mente del observador.

### LOGOTIPOS ALUSIVOS



Aquí no existe una conexión directa entre el nombre y el logotipo resultando incomprendible para la mayoría del público que no conoce el significado de la empresa.

### LOGOTIPOS ASOCIATIVOS



Estos logotipos gozan de libertad, habitualmente incluyen el nombre, producto, de la empresa o evento, pero se asocian con él y con las actividades que realiza. Son fáciles de comprender, llegan a ser un recurso gráfico abstracto.

### 7) LOGOTIPOS ABSTRACTOS



En este tipo de logotipos, el diseñador tiene la libertad de crear formas estructurales que eviten una ilusión óptica variada, sin que necesariamente exista un núcleo auténtico de significados.

---

# Medios de impresión

## **XILOGRAFIA**

Es el arte de grabar en madera sus raíces latinas xilo: madera y grafía: grabado; impresión tipográfica hecha con planchas de madera grabadas no sólo para la ilustración, sino también para el texto.

## **CALCOGRAFIA**

Antiguo sistema de impresión descubierto de un modo casual. El grabado manual de planchas de cobre con el buril (instrumento cortante utilizado para el grabado) era una práctica artística bastante difundida a principios del siglo XIX, el grabado, para que fuera visible, se rellenaba con barniz negro.

La costumbre de poner un paño sobre la plancha para preservarla del polvo hizo que alguien no-

tará en algún momento que el paño absorbía el barniz y reproducía sobre la imagen invertida. De ahí a la idea de repartir diversas veces la misma operación, el paso fue breve. Pero de la calcografía deriva otro importante paso. La plancha nueva de cobre fue recubierta sucesivamente con una cera de color negro, resistente a los ácidos. El grabado manual se hacía sobre la cera, con evidentes ventajas: se podía trabajar sobre un soporte más blando y sobre todo era posible en todo caso corregir el error en el grabado en caso de que lo hubiera. Después de la cual la plancha era sumergida en soluciones ácidas que grababan el cobre.

## **LITOGRAFÍA-OFFSET**

En este sistema se

para lograr una verdadera reproducción. Los papeles litográficos son más duros y tersos y las presiones a que se imprime en la litografía son inferiores a las de la litografía.

Por otra parte, la litografía no usa grabados ni relieves de ninguna clase, por lo que es posible obtener puntos muy finos, en retículas muy cerradas, sin el peligro de emplastamientos ni mutilación de los valores claroscuro. La litografía permite la reproducción de medios tonos muy delicados, en gama de claroscuro muy extensa, y la mayor nitidez en los más pequeños detalles, lo que ofrece al artista publicitario la oportunidad de emplear originales más ricos en luz y color. En cuanto a los textos el offset no tiene problema, ya que si es capaz de imprimir punto de

retículas de 300 líneas, con más razón podrá imprimir el grueso de los rasgos de cualquier tipo de letra. El registro de colores es muy preciso en la litografía, lo que permite la reproducción fiel de cualquier policromía si se usan tintas de colores bien balanceados.

## **HUECOGRABADO**

Este método consiste en hacer incisiones en una plancha metálica de cobre, acero o zinc; se entinta toda la plancha y después se limpia, de modo que solo queda tinta en el interior de las líneas grabadas. La impresión se hace con una presión fuerte para que el papel entre en contacto con los surcos entintados. Durante la impresión las celdillas se rellenan de tinta y se imprimen sobre el soporte. Esta característica

---

es la que diferencia la matriz de este sistema de impresión de la matriz tipográfica (en relieve) y de la matriz offset (en plano). La retícula del huecograbado está formada por pequeños cuadros armados en líneas paralelas, lo que da a las celdillas del cilindro la forma de pequeños recipientes. Si se imprime una línea diagonal a la longitud del cilindro, quedará impresa una línea quebrada, semejante a una escalera. Esta es una limitación del huecograbado, dificulta la reproducción de dibujos lineales y de textos, sobre todo cuando los caracteres son muy claros.

Es por eso que el sistema ideal para la impresión de revistas profusamente ilustradas, como son las de arte, que aprovechan la suavidad, la profundidad

y la textura de sus terminaciones y no requieren de mucho texto.

### **SERIGRAFÍA**

Significa «impresión con seda» o «mediante sedade hecho», la matriz para la impresión en serigrafía está formada por un bastidor de madera o metal sobre el que se extiende y se fija una tela. Sobre la tela se extiende una capa de gelatina sensible a la luz.

La gelatina que impregna la tela, por lo general es azul o roja a cada color le corresponde una distinta capacidad de recibir a la luz que será expuesto, la exposición se realizará en un ambiente con luz amarilla, a la que la gelatina no reacciona sobre el bastidor seco se coloca después la película fotográfica que lle-

va los elementos que se van a imprimir. Dicha película es un positivo, lo que significa que si se mira el positivo por el lado de la emulsión, los rótulos y las imágenes se ven al derecho. El bastidor, junto a la película unida, se coloca en una prensa neumática, en 10 o 15 seg. El vacío neumático hace que la película se adhiera perfectamente a la gelatina del bastidor. Después de esto la prensa se orienta hacia una potente lámpara halógena. La gelatina del bastidor no protegida por las partes opacas de la película fotográfica quedará impresionada por la luz, que la hará insoluble al agua, por el contrario, las zonas protegidas por la luz, permanecerán solubles.



# Capítulo 5

**Análisis de la necesidad (brief)**

---

# Análisis de la necesidad (BRIEF)

## LA NECESIDAD

La identidad corporativa de una empresa o un centro turístico es importante para su desarrollo y crecimiento adecuado. Hablando de un centro recreativo turístico es una necesidad que no puede pasar desapercibida, la imagen corporativa y su señalización adecuada para guiar a las personas al lugar deseado.

## OBJETIVO

\*Desarrollar una identidad corporativa de el proyecto de las cabañas del Volcán Parícutin para su conocimiento a los Turistas del Estado.

\*Realizar una señalización adecuada para el lugar a fin de guiar al visitante.

## PERFIL DEL PÚBLICO META

\*Público meta son personas de los 10 años a los 50 años que les gusta la convivencia, la aventura y el deporte.

\*Este lugar lo visitan también grupos numerosos.

## RECURSOS HUMANOS

El trabajo necesita de un diseñador, serigrafista, el apoyo de las personas que obtienen la información del proyecto, como el arquitecto Jerónimo Martín, el Representante de Bienes Comunes de Caltzontzin y el grupo participativo del proyecto.

## RECURSOS MATERIALES

Se requiere de un equipo de computo y una cámara fotográfica para tener un banco de imágenes, elementos y materiales para bocetar.

## RECURSOS DE DISEÑO

Se manejarán los conceptos de diseño, los cuales son: funcionalidad, estética, durabilidad sencillez, y capacidad simbólica. También se utilizará la identidad corporativa y señalización; todo esto ayudará a dar solución adecuada al proyecto.

## ENFOQUE CONCEPTUAL

Los conceptos a manejar son: el clima que es frío, familiaridad, seguridad, naturaleza, juventud y diversión. Estos conceptos serán realizados para la proyección del lugar.



---

### **ENFOQUE EXPRESIVO**

Se diseñará la identidad corporativa y su señalización de las cabañas del Volcán Parícutin, donde se representará la naturaleza del lugar, el clima frío y el ambiente cálido, esto se realizará con los colores más característicos como son: el azul y blanco que denota frescura, y el color naranja el calor.

### **ENFOQUE FUNCIONAL**

El logotipo debe funcionar para cualquier aplicación necesaria para la reproducción del mismo.

La identidad corporativa debe tener los más mínimos detalles para la mejor funcionalidad del proyecto. La señalización que sea original, funcional y adecuada al entorno.

### **DESCRIPCION PARA LA SOLUCIÓN**

Se diseñará un logotipo, el cual será parte de la identidad corporativa, este logotipo denotará el frío y calor, para la atracción de los jóvenes y personas que no sepan del lugar y así cumplir con las características del lugar.

La identidad corporativa será muy útil para la uniformidad del logotipo y su señalización interna y externa, que informe los lugares deseados al turista.



# Capítulo 6

**Propuesta de la solución**

---

# Introducción

De acuerdo con la investigación realizada en los capítulos anteriores, se observó que el proyecto ecoturismo alternativo Parícutin carece de una identidad corporativa y una señalización.

El diseño gráfico y la comunicación visual, es la disciplina que se encarga de dar solución a este problema, ya que es un campo de acción muy amplio, y la identidad corporativa y la señalética son uno de ellos.

El cual ayuda a resolver varios problemas y necesidades de la sociedad. El proyecto abarca dos grandes áreas, como son: la identidad corporativa y su señalización. Estos dos puntos irán dirigidos al público en general con un estilo que vaya de acuerdo

---

# Proceso de diseño

Para finalizar las características del proyecto a realizar es necesario seguir una metodología, que nos lleve a considerar los siguientes puntos:

La imagen gráfica de las cabañas del Volcán Parícutin será la realización de un logotipo, el cual esta dentro de la imagen corporativa junto con su señalización. Se mostrará el logotipo para darlo a conocer en su señalización.

Este proyecto se manejará a nivel mundial mediante el apoyo de fomento turístico de Michoacán, el cual se encargará de su difusión y su publicidad. El objetivo general consiste en que el proyecto sea parte de la motivación de los turistas nacionales y extranjeros y fomentar el desarrollo económico y social del pueblo de San Salvador K'umbutzio, hoy Caltzontzin.

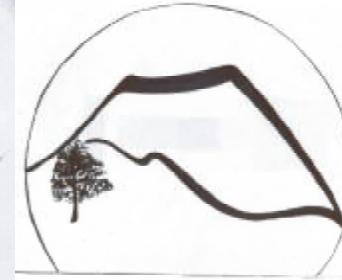
La imagen gráfica promocional debe cumplir con las características de un buen logotipo:

- 1.- Funcional.
- 2.- Estético.
- 3.- Durable
- 4.- Sencillo
- 5.- Simbólico.

Todo esto con la finalidad de que sea comprendido y agradable para el turista, donde se denote y connote la naturaleza del volcán y sobre todo que motive e



# Lluvia de ideas



Después de definir los conceptos con los que se van a trabajar, se realizará una lluvia de ideas buscando el grado de estilización del Volcán y las cabañas; donde se pueda representar el lugar de una forma que sea sencilla y agradable a la vista.

Estos son los primeros bocetos donde se llegó a jugar con la imagen de las cabañas y el volcán.

# Bocetos preliminares

Después de tener clara la idea con lo que se va a trabajar, se realizará una lluvia de ideas buscando el grado de estilización, para representar el lugar de una forma que sea sencilla y agradable a la vista.



En este diseño se empleó la tipografía Aldine 721 BT y para las cabañas se empleó la tipografía CharterBT que se emplean en los siguientes bocetos finales. Se buscó jugar con el círculo para connotar el universo de aventura que ofrece el lugar.



En este segundo logotipo se utilizaron los mismos elementos que en el anterior pero a diferencia se empleó un cuadro con líneas más artesanales para connotar un aspecto turístico del lugar.



En la tercera opción, se eligió trabajar con la disposición de los elementos tanto en positivo como en negativo, para resaltar el volcán y las cabañas.

---

# Bocetos finales



Para esta cuarta propuesta se mantuvo la misma tipografía, jugando con los elementos empleados.



Para una composición diferente de los elementos se mantuvo el volcán y las cabañas, pero se sustituyó el escudo por el fondo cuadrado. Para la mayoría de los encuestados que conforman el Comité de las Cabañas de la Comunidad de Caltzontzin ésta fue la mejor porque resulta más agradable y cumple con el objetivo planteado.



# Diseño final



Una vez que se obtuvo la composición definitiva, que permitía apreciar rápidamente el lugar turístico que se está proporcionando y que denote lo que se observa en el momento de la llegada a las cabañas del Parícutin, el volcán y la naturaleza que rodea el lugar.

El resultado final que se logró con este logotipo es la composición de la estilización del volcán, junto con las cabañas y su nombre Parícutin y el tamaño de la tipografía es proporcional a la estilización.

Gracias a la opción y al análisis de la propuesta anterior se optó por dejar la última propuesta. Para este diseño final se empleó la tipografía para las cabañas Charter BT, Parícutin Aldine 721 BT, no antes de hacer los siguientes ajustes:

1.- La plasta en negro, se cambió por un degradado por que con eso nos denota el cielo.

2.- Se justificó la tipografía al margen derecho del símbolo.

3.- La estilización de las cabañas con un volumen en otro tono.

4.- La tipografía se justificó a ambos lados, finalmente el logotipo está integrado por varios elementos que anteriormente ya se habían explicado.

a) Recuadro en degradado que connote el cielo.

b) El volcán estilizado atracción principal del lugar.

c) las cabañas representativas de la infraestructura del lugar.

d) La tipografía se utilizó Aldine721BT y CharterBT.

---

# Color

Los colores nos ayudan a comunicar ideas y conceptos en este caso se empleó el azul pantone 3005, por que nos ayuda a reforzar el ambiente del lugar por su frescura, tranquilidad, libertad y esparcimiento; el color naranja pantone 165 simboliza el trato, la calidez y el folklore del lugar.

Este logotipo está resuelto con dos colores, estos colores dan el significado de lo que se está representando en el logotipo.

Considerando el aspecto turístico, que se pretende llame la atención e invite a los turistas a visitar el lugar, se propone el logotipo a dos tintas para la mayor captación.





# Primeros pasos de la señalización

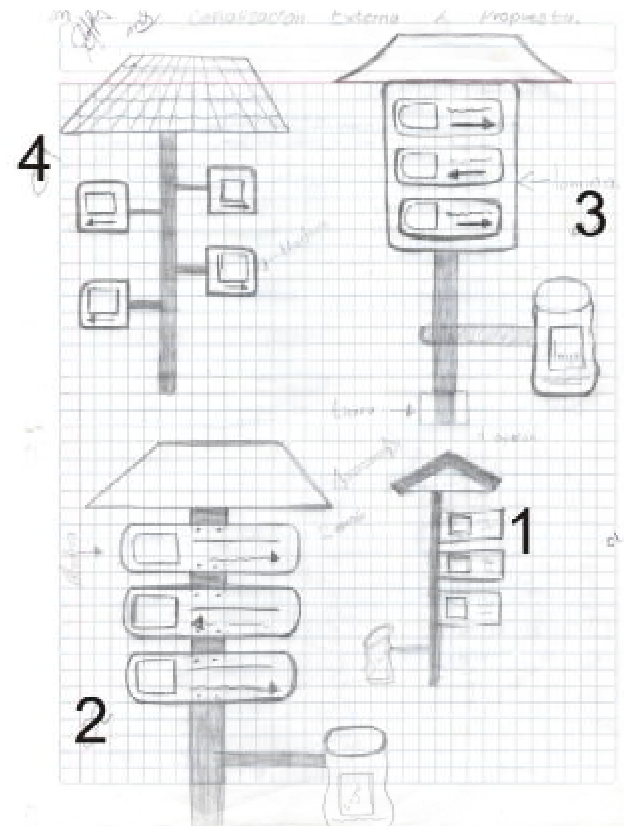
Características: originalidad, funcionalidad, durabilidad y práctica; estos puntos se deben cumplir para obtener la señalización de este proyecto. También debe cumplir con los siguientes pasos ya establecidos en la guía de señalética para áreas en donde se practican actividades de turismo alternativo. Buscando siempre una originalidad de su señalización. la imagen debe ser agradable a los ojos de las personas que visiten el lugar.

Teniendo el concepto de la señalización, se procedió a generar una lluvia de ideas buscando la originalidad con formas y figuras que denoten y connoten la esencia del lugar.

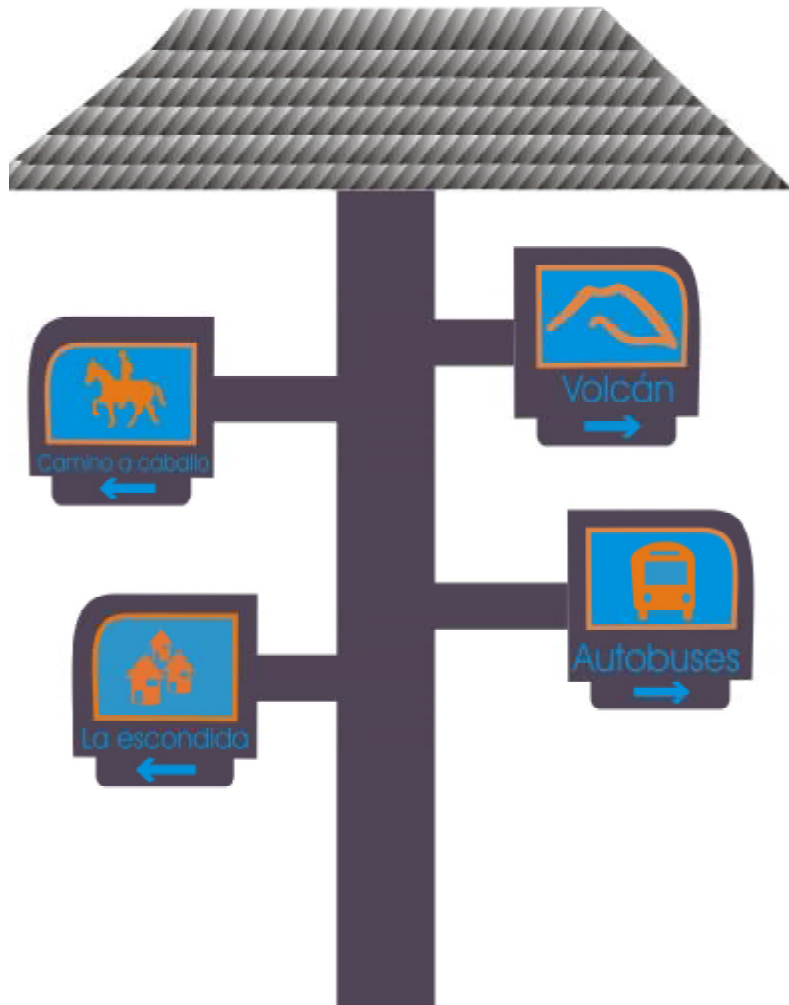
Como se puede ver en el número 1 se buscaba una señalización de un solo lado, ya sea el derecho o el izquierdo para ver la posibilidad del acomodo de un bote de basura.

El segundo se buscaba que la señalética se mostrara por la parte central de la estructura, eso para aprovechar la mayor parte de la estructura y mayor protección del medio ambiente.

La cuarta estructura cumple con las características siguientes: originalidad, funcionalidad, durabilidad y práctica, quedando ésta para el diseño



# Diseño Final



## SEÑALIZACIÓN EXTERNA

El diseño final de esta señalización se propone de la siguiente manera; el techo será de tejamanil tratado con aceite quemado, esto para mayor durabilidad y su mejor apariencia.

La estructura y el tejamanil serán de madera tratada, para su mayor durabilidad.

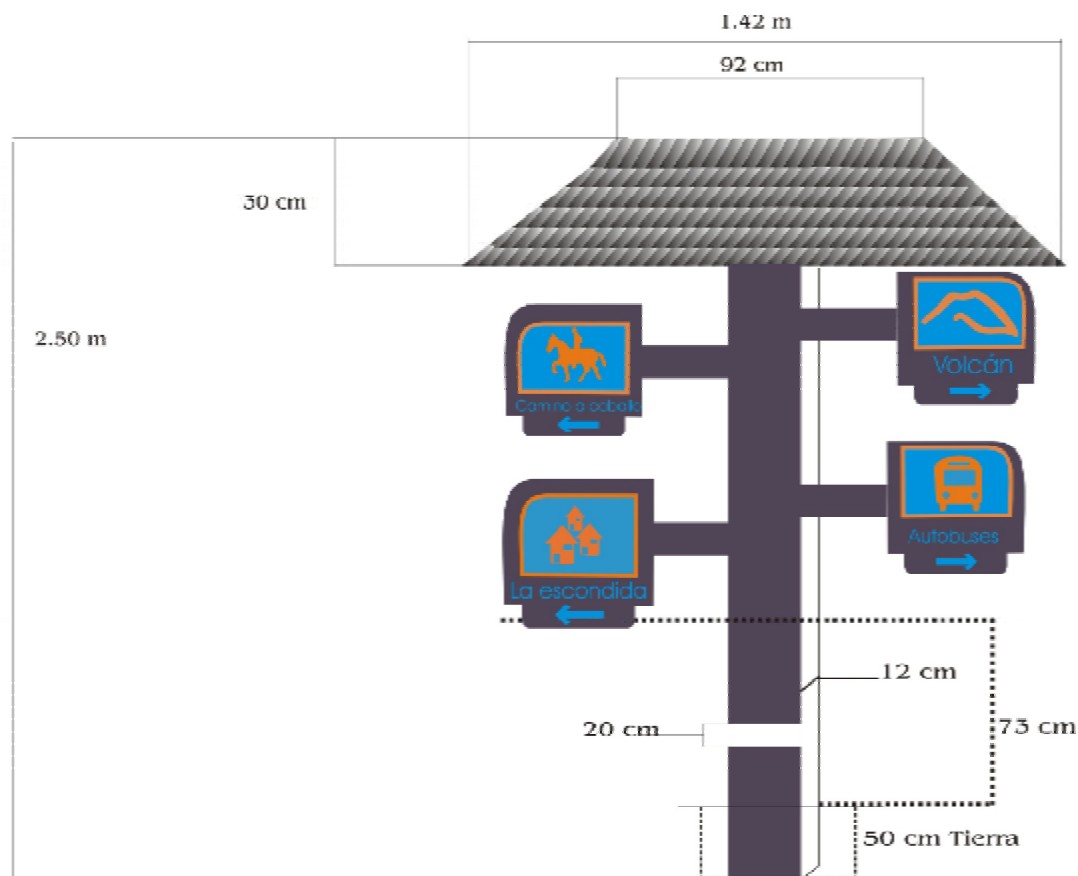
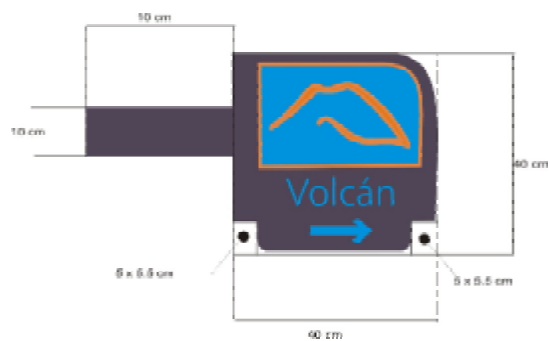
Los iconos se realizarán a dos tintas; azul y naranja, en serigrafía la tinta que se debe utilizar es la serilustre ya que esta tinta soporta las condiciones del clima.

El nombre del lugar será en color azul junto con la flecha y la tipografía es Avant Garde BK BT en altas, bajas y en negritas.

## MEDIDAS

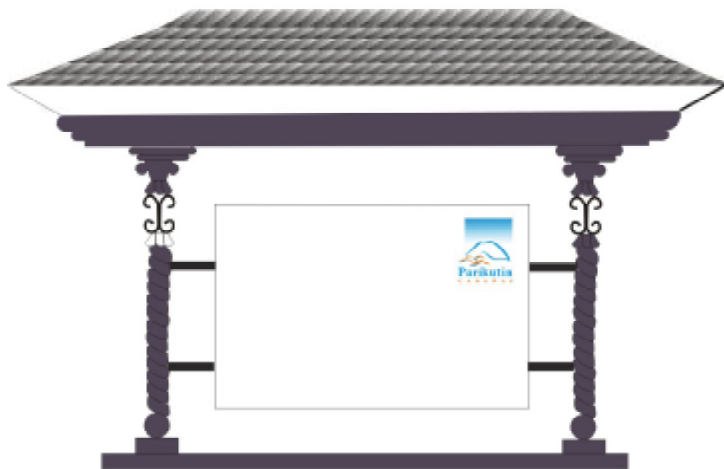
Estas son las medidas de la señalización, las cuales no se deben cambiar para no distorsionar la forma.

Estas medidas son reales para este proyecto, por lo tanto se deben mantener respetando las indicadas y anotadas en cada una de sus partes.



---

# Display



El display se propone ubicarlo donde empiezan los terrenos del volcán Parícutin para los turistas que visitan los diferentes lugares de San Salvador K'umbutzio, hoy Caltzontzin, y les ayude a ubicarse dentro del lugar.

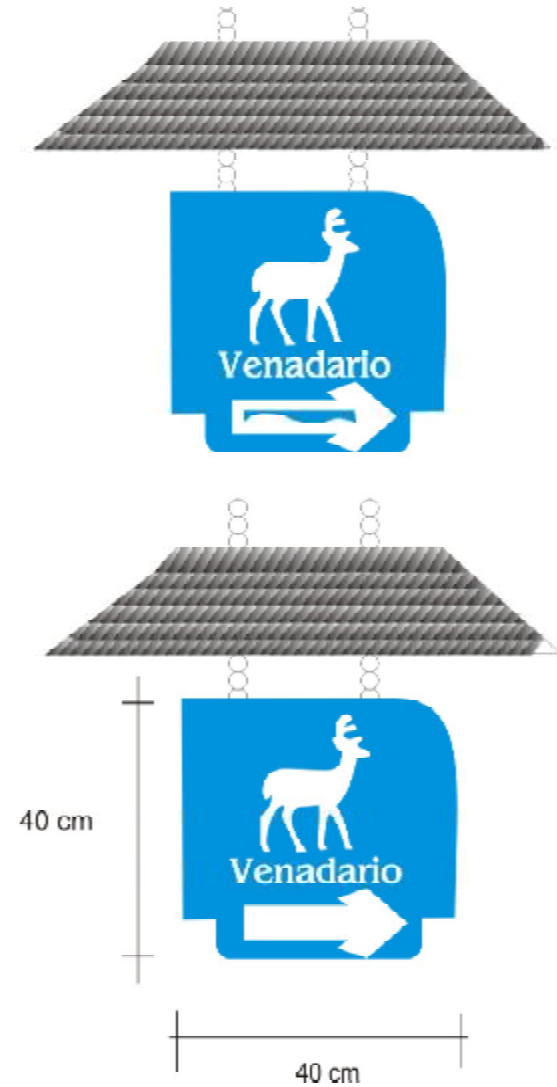
El segundo se propone al inicio del territorio del proyecto de las cabañas del volcán Parícutin, éste mostrará todos los servicios que ofrecen el lugar y su localización.

La estructura será de madera y el techo de tejamanil; el display será de lámina y su alrededor de fierro.

Las medidas son las siguientes: de largo mide tres metros y medio por dos metros de ancho.

La lámina que tendrá la información estará tratada para su mayor duración y será rotulada con pintura de

# Señalización Interna





# Bocetos de íconos



Estos bocetos se buscaron de la guía de señalética para áreas en donde se practican actividades de turismo alternativo, buscando una uniformidad y su actualización para el proyecto de las cabañas del volcán

*Manual de  
Identidad  
Corporativa*



---

## Indice

---

Introducción

1. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA IMAGEN GRÁFICA

Logotipo (Elementos que lo componen)

Colores Institucionales

Tipografía Institucional

Tipografías Complementarias

Guía de trazo

Reducción mínima

Área de protección

Colores complementarios

Variantes de color

Usos incorrectos

2. APLICACIONES

Impresos. Hoja membretada t/c

Impresos. Sobre t/o

Impresos. Tarjeta de presentación

Impresos. Hojas de registro

Impresos. Gafetes

3. SEÑALÉTICA

Señalética Exterior

Señalética Interior

4. OTRAS APLICACIONES

Uniformes

Artículos promocionales

Elementos decorativos

Vehículos

5. MATERIAL DE REPRODUCCIÓN



## INTRODUCCIÓN

Un manual de imagen corporativa corresponde la necesidad de asegurar la correcta aplicación de los elementos de la Identidad Visual Corporativa de una entidad. Se desarrolla tras un programa de diseño estudiado y planificado, para traducir la personalidad de Centro Turístico Cabañas de Paricutin, dotándola de una imagen visual propia y bien diferenciada.

Este manual proporciona información, normas detalladas, instrucciones y muestras que permitirán traducir los elementos de la Identidad Visual de las Cabañas de Paricutin, por lo que se sugiere leer detalladamente todo el manual y seguir al pie de la letra las observaciones que se indican. Es muy conveniente considerar algunos puntos importantes en el momento de poner en práctica las indicaciones adelante detalladas:

- Ante todo, si surge alguna duda, por favor, dirijase al autor de este manual.
- No cambie ninguna de las proporciones establecidas en la imagen.

Con el adecuado uso de sus elementos se logrará un alto impacto y un aumento del grado de recordación, es esencial aplicarlos fielmente para reforzar las labores de mercadeo y las aplicaciones publicitarias. El uso adecuado del logotipo en todas las piezas de comunicación es fundamental para crear una imagen fuerte y duradera.



---



*1. ELEMENTOS BÁSICOS  
DE LA IMAGEN GRÁFICA*

# 1

## Logotipo (Elementos que lo componen)

EL VOLCÁN Y LAS CABAÑAS: son la imagen principal en torno a la cual gira el nombre del lugar: PARÍKUTIN CABAÑAS. En un estilo simple que sugiere tranquilidad, esparcimiento, y contacto con la naturaleza.

Un recuadro, que nos sugiere el cielo y nos invita a conocer el paisaje natural.



Los Colores son:  
El AZUL: sugiere tranquilidad, descanso, y un clima frío.  
EL NARANJA: sugiere calidez

Nombre. Se forma escribiendo Parícutín con la tipografía Aldine 721 BT en altas y bajas, ya que por sus trazos nos sugiere un lugar rústico. Cabañas, está escrito con tipografía Carter BT en altas, para contrastar en forma y tamaño con el nombre del lugar.

1

Colores Institucionales



C 100 Y 0 M 0 K0  
PANTONE 2925 CVC



C 0 Y 60 M 100 K0  
PANTONE 1585 CVC

Los colores básicamente identificativos del centro recreativo Cabañas de Parícutin son:  
PANTONE 1585 CVC para el naranja  
PANTONE 2925 CVC para el azul  
Se muestra a demás sus porcentajes para cuatricomía

# 1

## Tipografía Institucional



Aldine 721 BT **Parícutin**

A B C D E F G H I J K L  
M N Ñ O P Q R S T U V W X Y  
Z a b c d e f g h i j k l m n ñ  
o p q r s t u v w x y z . , 1 2  
3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ¡ # \$ % & ( )

Charter BT **C A B A Ñ A S**

A B C D E F G H I J K L M  
N Ñ O P Q R S T U V W X Y  
Z a b c d e f g h i j k l m n ñ  
o p q r s t u v w x y z . , 1 2  
3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ¡ # \$ % & ( )

Son dos las tipografías institucionales utilizadas en el nombre del lugar:

La Aldine 721 BT (negrita) con una separación entre caracteres de 19.639 % y la Charter BT (negrita), con una separación entre caracteres de 323.41 %.



# 1

## Tipografías Complementarias

### CG OMEGA

A B C D E F G H I J K L  
M N Ñ O P Q R S T U V W X Y  
Z a b c d e f g h i j k l m n ñ  
o p q r s t u v w x y z . , 1 2  
3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ¡ # \$ % & ( )

### CG TIMES

A B C D E F G H I J K L  
M N Ñ O P Q R S T U V W X Y  
Z a b c d e f g h i j k l m n ñ  
o p q r s t u v w x y z . , 1 2  
3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ¡ # \$ % & ( )

### HUMNST 777

A B C D E F G H I J K L  
M N Ñ O P Q R S T U V W X Y  
Z a b c d e f g h i j k l m n ñ  
o p q r s t u v w x y z . , 1 2  
3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ¡ # \$ % & ( )

### HUMNST SLAB 712 BLK BT

A B C D E F G H I J K L  
M N Ñ O P Q R S T U V W X Y  
Z a b c d e f g h i j k l m n ñ  
o p q r s t u v w x y z . , 1 2  
3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ¡ # \$ % & ( )

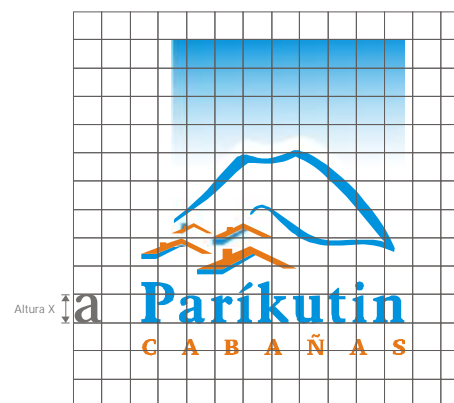
### BINNER D

A B C D E F G H I J K L  
M N Ñ O P Q R S T U V W X Y  
Z a b c d e f g h i j k l m n ñ  
o p q r s t u v w x y z . , 1 2  
3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ¡ # \$ % & ( )

Se sugiere usar las siguientes fuentes complementarias, para cuerpos de textos u otras publicaciones que necesitan una letra clara y fuerte para una cómoda lectura y mejor comprensión.

# 1

## Guía de Trazo



Aquí se muestra la construcción de los elementos del logotipo sobre una trama modular, que llamamos retícula o rejilla, a fin de asegurar la fidelidad en las proporciones y trazado de los elementos cuando sea preciso reproducir el conjunto a gran tamaño, y dicha aplicación no pueda ser realizada fotomecánicamente o fotográficamente.

El módulo se define como un cuadrado de medida X, donde X corresponde a la altura de la letra "a".

# 1

Tamaño mínimo de reproducción



Para la reducción del logotipo, se tomará en cuenta la medida base (ancho). Se recomienda que esta medida no sea menor a 1.5 cm. Para no desvirtuar las características de identidad y evitar que el diseño se perciba de manera confusa.

1

Área de protección



El área de protección es un elemento de gran importancia, ya que protege la imagen corporativa del lugar. Por tanto, este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujo, etc.

El área queda definida por los márgenes mínimo expuestos en el ejemplo.

El tamaño mínimo ha de ser de 1P, siendo P la altura de la letra que compone el nombre.

# 1

## Variantes de color



El logotipo, siempre que sea posible, deberá ser representado a dos tinta, tal como se muestra en el ejemplo, utilizando los colores corporativos, Pantone 2925 CVC para el azul, y Pantone 1585 CVC para el naranja.



Cuando por limitaciones de cualquier tipo, no sea posible el uso de dos tintas, se aplicará a la totalidad del logotipo ya sea el Pantone 2925 CVC o bien el Pantone 1585 CVC.



La versión en negro, la más simple y ordinaria, se utilizará para todos los trabajos que no permitan más que el negro en la impresión fueren los motivos que fueren.

# 1

## Variantes de color (Negativo)



La versión en negativo se aplica en aquellos casos en los que el fondo del logotipo sea tan oscuro que no se identifiquen los elementos básicos de la imagen visual o éstos se confundan por falta de contraste.



La versión en una tinta sobre fondo oscuro se soluciona mediante la aplicación del logotipo calado en blanco, como se muestra en los siguientes ejemplos.



# 1

## Usos incorrectos

A lo largo de los apartados anteriores se han explicado las normas para la correcta representación del logotipo. Cualquier cambio en estos conceptos gráficos podría suponer el principio de una pérdida total de identificación visual para este centro recreativo.

Debe evitarse, por tanto, cualquier variación en la disposición gráfica, medidas, proporciones, colores o tipografía normativa del manual de identidad visual corporativa, para no dar lugar a confusiones que deterioren el valor identificativo de los elementos base corporativos.

A Continuación se exponen algunos casos de Usos Incorrectos del logotipo más comunes, que deberán evitarse imperiosamente.



---

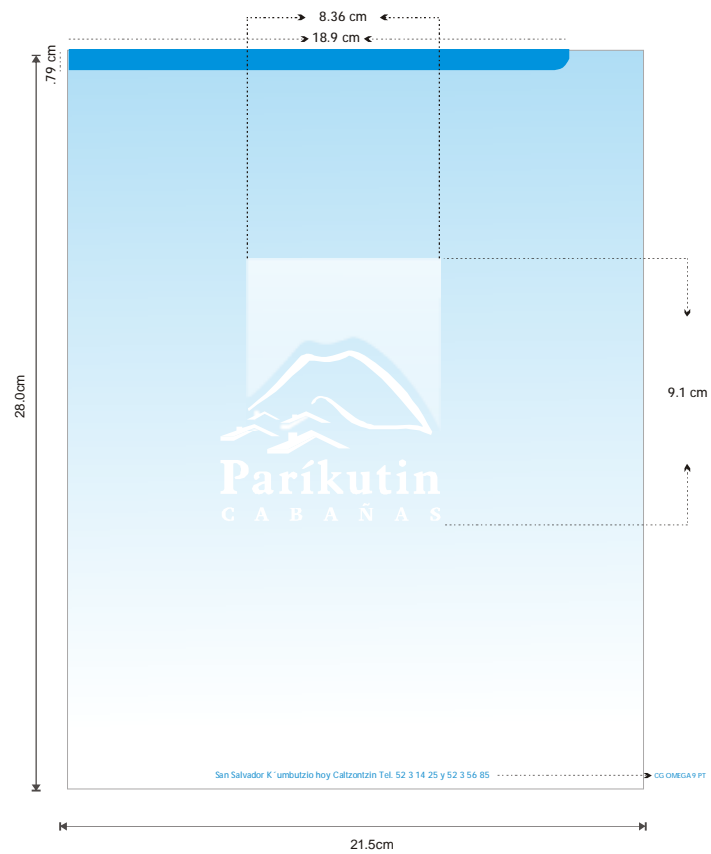


## *2. APLICACIONES*



2

Hoja membretada T/C





# 2

## Hoja de registro y T. de Presentación

13.8 cm

**Hoja de registro**

 FOLIO:

| Fecha de Ingreso     | Fecha de Retiro      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Día                  | Mes                  | Año                  | Hora                 | Día                  | Mes                  | Año                  | Hora                 |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

FECHA DE INGRESO:

FECHA DE RETIRO:

NOMBRE: \_\_\_\_\_ R.F.C. \_\_\_\_\_  
DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_ COLONIA: \_\_\_\_\_  
CIUDAD: \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_

| NOMBRE               | No. DE CABAÑA        | No. DE ALBERQUE      |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

OBSERVACIONES:  IMPORTE:

21.8 cm

# 2

## Tarjeta de Presentación



5 cm

9 cm



5 cm

9 cm

2

Gafetes y Boletos



### 3. SEÑALÉTICA

# 3

## Señalética

El objetivo de la señalética es el de localizar un sitio determinado. La señalización incluye el trayecto donde se involucran veredas, caminos y recorridos como son la naturaleza, deportivos y culturales. El objetivo principal del manual de señalización es lograr que la identidad gráfica, las normas y criterios sean utilizados adecuadamente en este proyecto.

El cual ofrece señalamientos claros y funcionales como también la existencia de señales restrictivas y medidas de prevención que eviten la posibilidad de accidentes y cubran la necesidad de los visitantes.

Así unificar la identificación de cualquier espacio del Centro Recreativo Cabañas del Parícutin, sea un estacionamiento, un área de campismo, caballerizas, etc. Se van a unificar criterios, estéticos, funcionales y coherentes con la imagen del lugar.

En este manual se elaboró los íconos preventivos y restrictivos más necesarios para la realización de la primera etapa del proyecto.

# 3

## Señalética externa

### Señalización externa

Volcán, la escondida, autobuses, Camino a caballo

### Señalización interna

Sanitarios, regaderas, estacionamiento, caseta de control y vigilancia, recolectores de basura, reforestación, tores de seguridad, faro, enfermería, paquetería, restaurante, plaza social, tienda de víveres, pista de bicicross, zona de campismo, 3 cabañas, albergue, trailer park, comandos juveniles, caballerizas, espejo de agua, cenadores, snack bar, digestor.

### Íconos restrictivos

No tirar basura, no bicicletas, no cortar flores, no fogatas, no cazar, no pasar, no fumar,

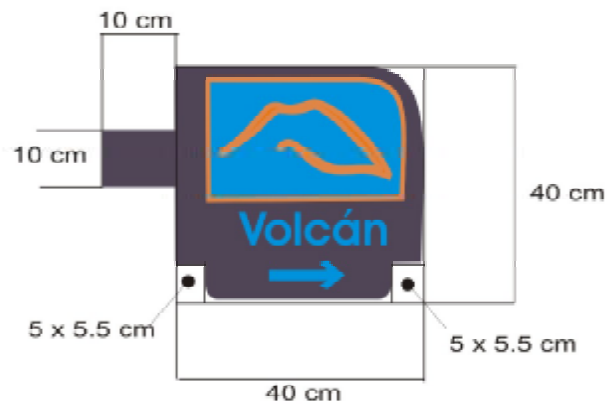
### Íconos informativos

Fogatas, población, auditorio, regaderas, primeros auxilios, lavabos, caballeros, damas, restaurante, albergue, deposito de bascas, juegos infantiles, paseo a caballo, caseta de cobro, remolque.



# 3

## Señalización Externa

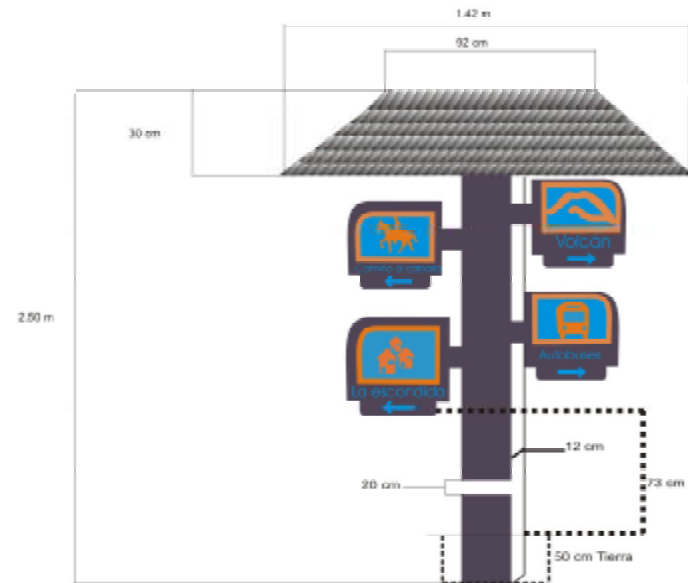


Las medidas de la señalización de este manual no deberán ser modificadas por ningún motivo la tipografía AvantGarde BK BT en negritas, altas y bajas, ya que por sus trazos nos facilita la vista a una larga distancia

El material de esta señalización es de madera lijada y tratada con aceite quemado ya que el tiempo de duración con este material es de 10 años. Los iconos se realizaran a dos tintas en serigrafía la tinta que se debe utilizar es la de serilustre ya que soporta las condiciones del clima, el techo es de tejamanil.

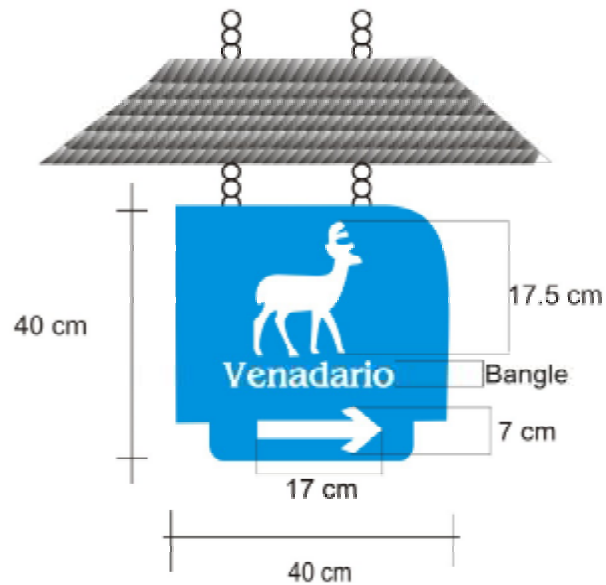
# 3

## Señalización Externa



3

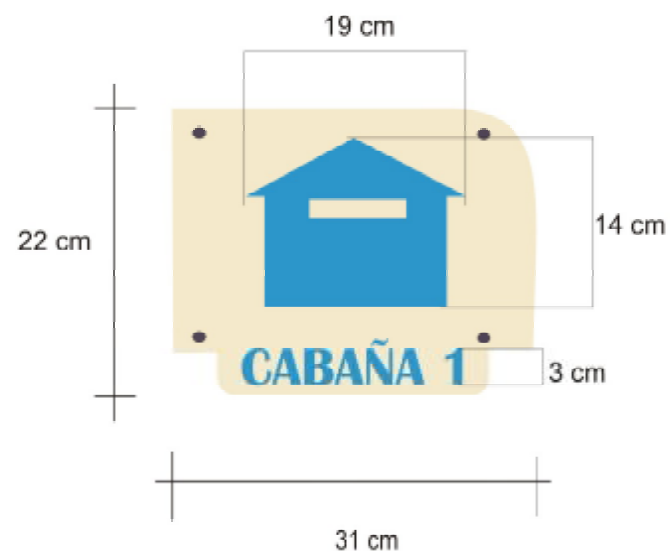
Señalización Interna



Esta señalización está diseñada para los lugares internos del proyecto. Serán colgado, y la base es de madera tratada, la imagen es a una tinta en serigrafía, el techo es de tejamanil la tipografía es la bangle en negrita, altas y bajas su medida es de 3cm.

# 3

## Señalización Interna



Esta señalización está diseñada para colocarla al lado derecho de la entrada de las cabañas indicando el número de cada una para evitar confusiones. Está realizada a una tinta en serigrafía y la madera es tratada con esmalte claro. La tipografía Britannic Bold en altas y bajas en negritas.

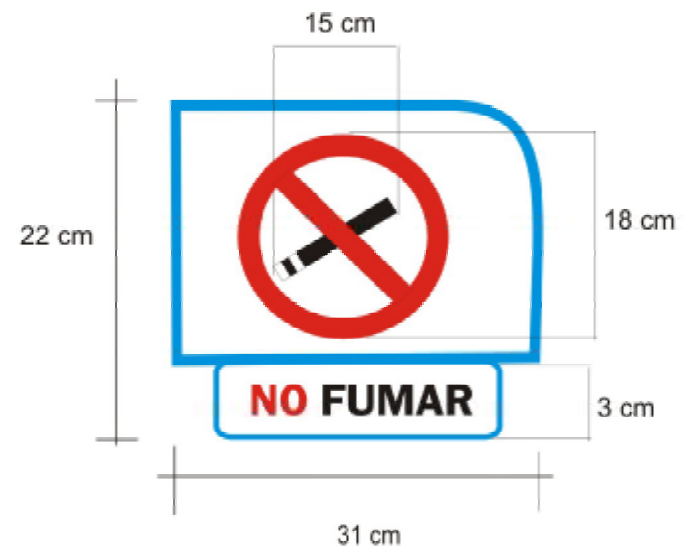
# 3

## Íconos Informativos



3

Iconos Prohibitivos



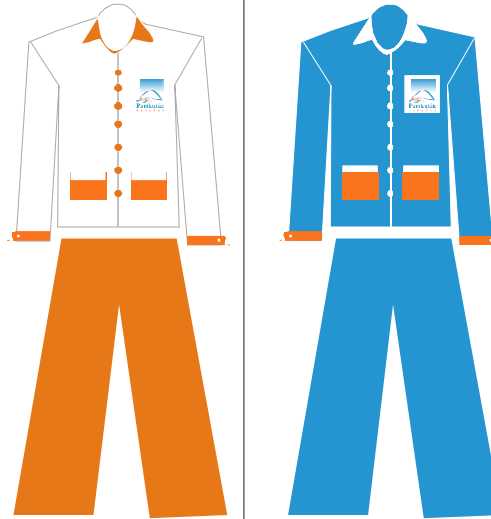
---



*4. OTRAS  
APLICACIONES*

4

Uniformes





4

Artículos Promocionales



# 4

## Tazas

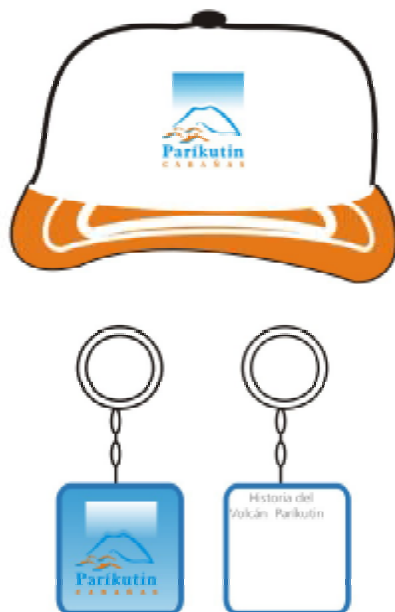
En los artículos promocionales utilizados para promover el las Cabañas del Parícutin, se muestra la aplicación del logotipo en los colores y disposiciones autorizadas.



# 4

## Gorra llavero

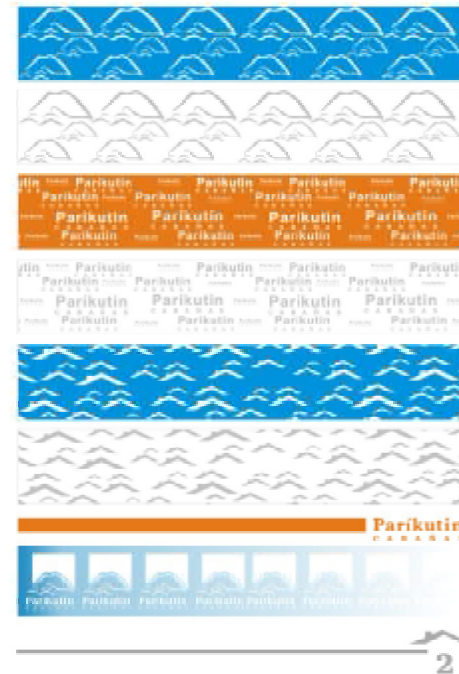
En los artículos promocionales utilizados para promover el las Cabañas del Parícutin, se muestra la aplicación del logotipo en los colores y disposiciones autorizadas.



# 4

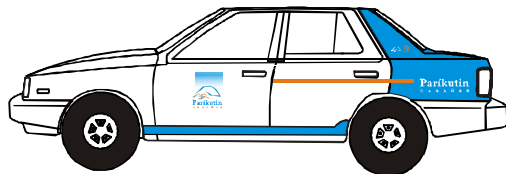
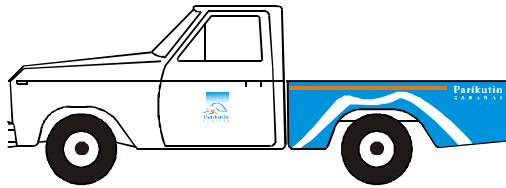
## Elementos decorativos

Los elementos decorativos como placas, grecas y texturas que aquí se presentan, sirven como auxiliares del logotipo en algunas aplicaciones. Para ello se ha tomado como base un rasgo distintivo del logotipo, o bien, alguno de sus colores.



4

Vehículos



---



*5. MATERIAL DE  
REPRODUCCIÓN*

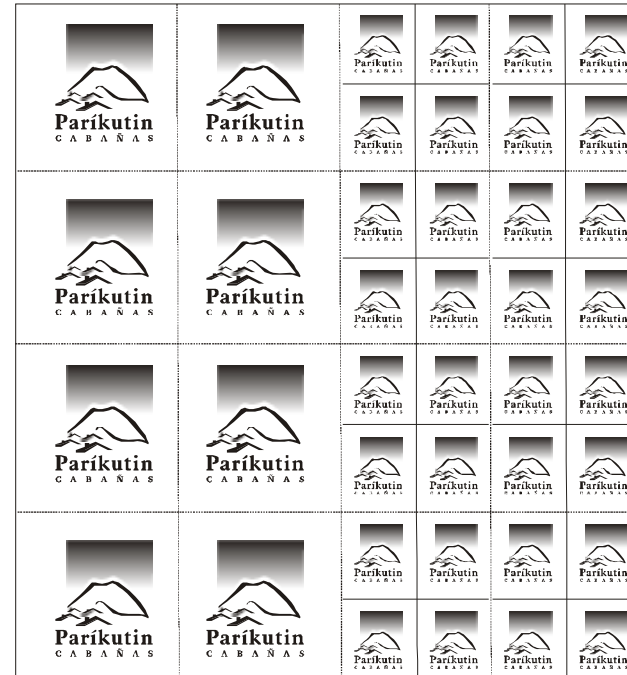
# 5

## Material de Reproducción



# 4

## Material de Reproducción





# 4

## Material de Reproducción

|  |   |  |   |  |   |
|--|---|--|---|--|---|
| <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5   | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0   | <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5   | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0   | <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5   | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0   |
| <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5   | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0   | <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5   | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0   | <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5   | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0   |
| <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5   | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0   | <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5   | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0   | <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5   | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0   |
| <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5 | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0 | <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5 | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0 | <br>Pantone 3005 cvc<br>C: 86 M: 26 Y: 0 K: 5 | <br>Pantone 165 cvc<br>C: 0 M: 53 Y: 89 K: 0 |

# CONCLUSION

Las cabañas del volcán Parícutin se darán a conocer nacional e internacionalmente de acuerdo al proyecto establecido.

El propósito de su difusión es el ofrecimiento del lugar, su conocimiento y reconocimiento como centro turístico y la atracción de un gran número de personas para visitarlo.

Mi aportación a este proyecto es la imagen corporativa y señalización para el centro turístico.

Primero; para darle una imagen diseñe el logotipo, ya que nos sirve para identificar el lugar.

La señalización se divide en interna y en externa, la externa nos sirve para llegar al lugar y la señalización interna es la que nos va a guiar a cada uno de los diferentes lugares y servicios que se encuentran dentro de la zona turística.

Los artículos promocionales como son: playeras, gorras, llaveros, tazas y calcomanías para autos es para recordar la estancia y visita al centro turístico.

El diseño es un beneficio para dar soluciones y contribuir con una buena información a los problemas que se presentan dentro de una sociedad.

El diseño se soluciona con trazos, dibujos o por medio de un delineado se da solución con la computadora por medio de un programa, para esto es necesario darse cuenta que tan importante es el diseño gráfico como una disciplina.

Por lo anterior, es importante que el proyecto sea realizable, y con la propuesta será más fácil conocer el lugar considerando como una opción más de estancia, convivencia y encuentro con la naturaleza entre familiares, amigos o personas que decidan visitarlo y a pocos metros de distancia se encuentra el volcán Parícutin como una de las atracciones principales de exploración y excursión que pueden realizar las personas que visitan el Centro Turístico.

---

# Glosario

Activación.- F. Fis. parte de energía de un sistema atómico.

Señalización.- Tr. Colocar señales indicadoras en las carreteras y otras vías de comunicación.

Estrategia.- F. Arte de dirigir las operaciones militares. Arte de coordinar todo tipo de acciones para la conclusión de una guerra o la defensa de un país. Fig. arte, traza para dirigir un asunto estratégico. C.A.

Dilación.- F. retardación de una cosa.

Praxis.-F. Práctica, en oposición a teoría o teórica. Termino introducido por Marx para designar el proceso de cambio y transformación en la realidad objetiva por la actividad humana, entendido el hombre como ser histórico y social.

Corporativa.- M. Sistema de organización social basado en organismos públicos, cuya característica es la de englobar a los ciudadanos por profesiones, corporativos.

Semiótica.- F. Parte de la medicina que trata de los signos de las enfermedades. Semiología. Teoría general de los signos.

Señalética.- Señal marca o nota de las cosas para distinguir las de otras. Signo o medio que se emplea

para luego acordarse de algo.  
Signo, cosa que evoca la idea de otra.

Metodología.- F. Ciencia del método. Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

Logotipo.- Grupo de letras fundidas en un solo bloque para facilitar la composición tipográfica. Diseño que distingue una marca, un nombre de empresa o producto.

Marca.- Instrumento con que se marca una cosa para diferenciarla de otras o para indicar su calidad, peso o tamaño.

Abstracto.- Alguna cualidad con exclusión del sujeto. De las obras de arte que prescinden de todo tema o motivo anecdótico.

Xilografía.- Arte de grabar en madera.

Huecograbado.- Art. Graf. Procedimiento para obtener fotografados en hueco que puedan tirarse en máquinas rotativas.

Conceptual.- Movimiento que propone la desmaterialización del arte.

---

# Presupuesto

|  |  |   |
|--|--|---|
| Hoja membretada<br>Un millar en offset<br>\$ 540. <sup>oo</sup>        | Llavero<br>\$ 7.50 <sup>oo</sup><br>c/u  | Presupuesto total<br>\$ 57.300 <sup>oo</sup>          |
| Sobres membretados<br>\$ 680. <sup>oo</sup>                            | Señalización externa<br>\$ 1.300 <sup>oo</sup> c/u<br>1300 x 30 = 39.000 <sup>oo</sup>   | Display<br>\$ 5.000 <sup>oo</sup> c/u                 |
| Boletos<br>Offset, en papel bond<br>Un millar<br>\$ 120. <sup>oo</sup> | Señalización interna<br>Colgante<br>\$ 400. <sup>oo</sup> x 15 = 6.000 <sup>oo</sup>   | Este presupuesto<br>fue cotizado en<br>junio del 2006 |
| Gafetes<br>Offset<br>500 unidades<br>\$ 250. <sup>oo</sup>             | Señalización interna<br>Para la pared<br>En serigrafía a 2 tintas<br>\$ 200 c/u<br>200. <sup>oo</sup> x 4 = 800. <sup>oo</sup> |   |
| Taza<br>Serigrafía<br>A una tinta<br>\$ 20. <sup>oo</sup> c/u          | Íconos prohibitivos<br>para la pared<br>a dos tintas<br>\$ 150. <sup>oo</sup> c/u<br>150 x 10 = 1500. <sup>oo</sup>            |   |

---

# Bibliografía

Áreas recreativas  
[www.conabio.gob.mx](http://www.conabio.gob.mx)

Colores de la seguridad  
[http://www.mtas.es/inshtm/practice/g\\_senal.htm](http://www.mtas.es/inshtm/practice/g_senal.htm)

[www.Sector.gob.mx](http://www.Sector.gob.mx)

[www.woolleysoft.com.uk](http://www.woolleysoft.com.uk)

Expediente técnico  
Proyecto de turismo rural y eco turismo Parícutin  
Agosto de 2004

Historia del diseño gráfico  
Meggs, Philip B.  
México Tillas, 1992

Imagen global  
Costa, JOAN  
Barcelona: CEAC, 1989

Monografía del pueblo Kumbutzio,  
San Salvador Kumbutzio Parícutin.  
Espiridión Chavez Toral.

Parícutin  
Felipe Chávez Toral.

Guía de señalética para Áreas en donde se  
Practican actividades de Turismo alternativo  
Lizette Rolland Lombera

Guía turística de Michoacán  
Gobierno del Estado,  
1990.

Señalética  
Costa, Joan  
Barcelona: CEAC,  
1989



---

# CD del Manual