

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO**

**TEMA:
DESARROLLO DE PAPELERÍA Y SEÑALÉTICA EN LAS
INSTALACIONES DE LA ORGANIZACIÓN EL FARO
DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS**

**AUTORES:
WLADIMIR SAMUEL TAPIA CRIOLLO
DORIS CAROLINA POVEDA REINOSO
ISAAC GABRIEL JARAMILLO BAZÁN**

**DIRECTOR(A)
MSC. ANDREA YULIANA CORRAL RUIZ**

**AÑO
2012**

AGRADECIMIENTOS

Agradezco de manera especial a mi madre, padre y hermana, que en todo momento me brindaron su confianza, comprensión y apoyo para la culminación de mi carrera profesional.

Y mi profundo agradecimiento a la Directora de Tesis, MSC. Yuliana Corral. Mi más sincero reconocimiento a la Srta. Melina Campoverde, por su paciencia y calidad humana para dirigirnos en el proceso de nuestra tesis

Doris Carolina Poveda Reinoso

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de seguir adelante y llegar a una meta más en mi vida. Un agradecimiento en especial a mis padres y a todos mis allegados por darme su apoyo incondicional para lograr finalizar esta etapa más de mi vida.

Mis más sinceros agradecimientos con la directora de Tesis, MSC. Yuliana Corral, así como a la Srta. Melina Campoverde por su paciencia y calidad humana en orientarnos y enseñarnos como lograr finalizar esta etapa más y lograr conseguir la gran meta de todo estudiante de la ESPOL, terminar la carrera universitaria con los mejores deseos y logros, así como la satisfacción de haber concluido los estudios superiores y ser todo un profesional en el Ecuador.

Gabriel Isaac Jaramillo Bazán

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios ante todo por darme fortaleza para continuar adelante y darle las fuerzas a mis padres para que puedan entregarme todo su apoyo incondicional en todo momento.

Wladimir Samuel Tapia Criollo

DEDICATORIA

Dedico todo mi esfuerzo y sacrificio puesto en este trabajo a Dios, a mi madre, que nos apoyó con la investigación de campo; a mi padre y hermana, que han sido un apoyo fundamental en todos los aspectos de mi vida, quienes con su ejemplo, confianza y amor me han sabido brindar las mejores condiciones para culminar todas mis metas y objetivos.

Doris Carolina Poveda Reinoso

DEDICATORIA

Les dedico este trabajo a Dios y a mis padres.

Wladimir Samuel Tapia Criollo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres y aquellas personas que estuvieron siempre a mi lado escuchando y dando su apoyo incondicional, durante la realización de este trabajo de tesis.

Un agradecimiento especial para Dios, con el cual nunca se podría haber realizado este proyecto de Tesis, tanto en su desarrollo como en su presentación.

Gabriel Isaac Jaramillo Bazán

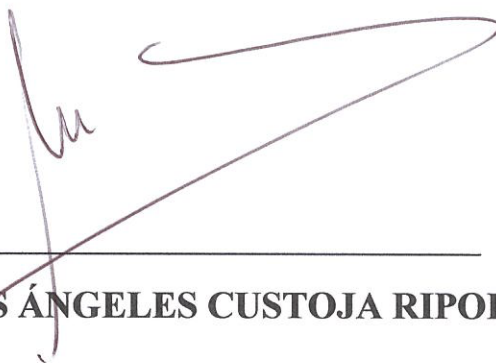
DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral

FIRMAS DEL DIRECTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Yuliana Corral.

MSC. ANDREA YULIANA CORRAL RUIZ
PROFESORA DE LA MATERIA DE GRADUACIÓN

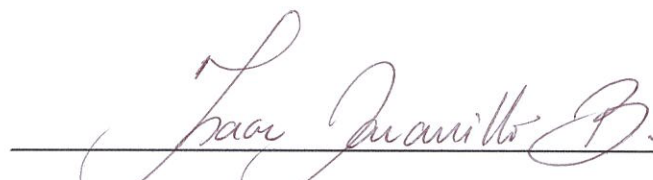
A handwritten signature in dark ink, consisting of a large, sweeping loop followed by a smaller, more intricate flourish.

MSC. MARÍA DE LOS ÁNGELES CUSTOJA RIPOLL
DELEGADO

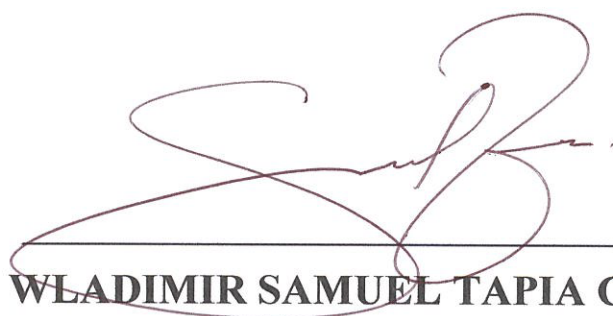
**FIRMAS DE LOS AUTORES DEL INFORME DE LA MATERIA DE
GRADUACIÓN**



DORIS CAROLINA POVEDA REINOSO



GABRIEL ISAAC JARAMILLO BAZÁN



WLADIMIR SAMUEL TAPIA CRIOLLO

RESUMEN

El proyecto se sitúa geográficamente entre las ciudades de General Villamil Playas y Guayaquil y abarca el desarrollo de la identidad gráfica del Campamento El Faro de la Esperanza, sitio de retiros y convivencias perteneciente a la organización no gubernamental Centro Cristiano Faro de la Esperanza. Dicho Campamento sufre de graves problemas de señalización que dificulta el correcto uso de sus espacios.

Adicional a este problema, la organización Centro Cristiano Faro de la Esperanza tampoco cuenta con un logo institucional que permita identificarlo por sus colaboradores y demás personas en contacto con ella. La falta de información por parte de fundaciones es un tema recurrente en nuestro medio y les impide desarrollarse correctamente, por lo que uno de los temas claves en el presente proyecto es el establecimiento de una identidad gráfica definida.

Por medio de herramientas de investigación cualitativa se desarrollará un manual de señalización que cuente con íconos de fácil reconocimiento para los visitantes del campamento, los cuales corresponden a niños y niñas de entre 6 y 8 años pertenecientes a familias de escasos recursos de los suburbios de Guayaquil.

Otro enfoque importante en el presente trabajo es la señalización llevada a cabo con materiales propios de la zona del Cantón General Villamil Playas, lugar donde se emplaza el Campamento El Faro. Para esto se investigaron materiales comunes, económicos, vistosos y funcionales que pudieran servir como soportes para los diseños realizados. Todo esto para garantizar la continuidad del proyecto, ya que el Centro Cristiano Faro de la Esperanza no cuenta con los recursos económicos para solventar grandes gastos en señalización del campamento.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1

1	GENERALIDADES	2
1.1	INTRODUCCIÓN.....	2
1.2	PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA	3
1.3	JUSTIFICACIÓN DE TESIS	5
1.4	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.5	OBJETIVOS.....	6

CAPÍTULO 2

2	ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	8
2.1	COMUNICACIÓN	8
2.2	COMUNICACIÓN GRÁFICA	8
2.3	SEMIÓTICA	8
2.4	LA SEMIÓTICA Y LA COMUNICACIÓN.....	9
2.5	IDENTIDAD GRÁFICA – IDENTIDAD INSTITUCIONAL	9
2.6	DISEÑO DE SEÑALÉTICA	11
2.6.1	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA SEÑALÉTICA	12
2.7	CLASIFICACIÓN DE LAS SEÑALES DE ACUERDO A SU OBJETIVO	12
2.8	SOPORTES PARA SEÑALÉTICA	13
2.9	MATERIALES COMÚNMENTE UTILIZADOS EN SEÑALÉTICA.....	13
2.10	MATERIALES DE LA ZONA APTOS PARA SU USO EN SEÑALÉTICA.....	14
2.10.1	MUYUYO.....	15
2.10.2	ÁRBOL DE ALGARROBO	15
2.11	DISEÑO SOCIAL	15
2.11.1	CONCEPTO DE DISEÑO SOCIAL	16
2.12	DISEÑO SOCIAL: CASOS DE ESTUDIOS.....	17
2.12.1	MANUAL DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA DE PERÚ	17
2.12.2	DISEÑO DE SEÑALÉTICA DEL HOSPITAL DEL NIÑO JESÚS DE LA CIUDAD SAN MIGUEL DE TUCUMÁN	19
2.12.3	DISEÑO DE SEÑALÉTICA PARA ÁREAS PROTEGIDAS DE PANAMÁ	21
2.12.4	MANUAL DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA ARAGÓN	23
2.12.5	RESULTADOS DE LOS CASOS	24

CAPÍTULO 3

3	METODOLOGÍA	27
3.1	HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN	27
3.2	FUENTES PRIMARIAS.....	27
3.3	FUENTES SECUNDARIAS.....	27
3.4	DISEÑO DEL GRUPO FOCAL.....	28
3.5	UNIVERSO/POBLACIÓN.....	28
3.6	SELECCIÓN DE MUESTRA	29
3.7	PERFIL DE MUESTRA	29

CAPÍTULO 4

4 ANTECEDENTES DE LA FUNDACIÓN	31
4.1.1 MISIÓN	32
4.1.2 VISIÓN	32
4.2 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.....	32
4.3 PRESENTACIÓN DEL RESULTADO DEL GRUPO FOCAL REALIZADO PARA CAMPAMENTO EL FARO	32

CAPÍTULO 5

5 FINANCIAMIENTO	51
5.1 COTIZACIONES	51
5.2 ANÁLISIS DEL GASTO DE LA GRÁFICA.....	53
5.3 GASTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN.....	53
5.4 ANÁLISIS DE GASTO DE LA INSTALACIÓN.....	53
5.5 COSTO TOTAL DE LA OPERACIÓN.....	54
5.6 ANÁLISIS DEL TOTAL DE GASTOS.....	54
5.7 FINANCIACIÓN	54

CAPÍTULO 6

6 GRUPO OBJETIVO.....	56
6.1 MODELO DE EMPATÍA	56
6.2 OBJETIVO DE COMUNICACIÓN	57
6.3 PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN	57
6.3.1 ¿CÓMO REALIZAR LA ESTRATEGIA?	57
6.3.2 ¿CÓMO SE MEDIRÁ LA ESTRATEGIA?.....	58
6.4 MODELO TOUCH POINT	59
6.5 CONCEPTO INICIAL.....	59
6.6 MANUAL DE SEÑALÉTICA.....	60
6.7 PROCESO DE REALIZACIÓN DE ARTES PARA DISEÑO DE LOGO INSTITUCIONAL	99
6.8 MANUAL INSTITUCIONAL “CENTRO CRISTIANO FARO DE LA ESPERANZA”	101

CAPÍTULO 7

7 CONCLUSIONES.....	112
7.1 RECOMENDACIONES.....	112

BIBLIOGRAFÍA.....	114
-------------------	-----

ANEXOS	116
--------------	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO 1

FIGURA 1. 1 - INGRESO AL CAMPAMENTO EL FARO.....	3
FIGURA 1. 2 - INSTALACIONES DEL CAMPAMENTO EL FARO.....	3
FIGURA 1. 3 - INGRESO A LAS HABITACIONES PRINCIPALES.....	5
FIGURA 1. 4 - HABITACIONES DEL CAMPAMENTO EL FARO.....	5

CAPÍTULO 2

FIGURA 2. 1 - POSICIÓN DE LA SEÑALÉTICA DEL PROYECTO TURÍSTICO PERÚ, LADO IZQUIERDO UBICACIÓN EN ÁRBOLES. LADO DERECHO UBICACIÓN EN MUSEO Y EDIFICIOS TURÍSTICOS.....	18
FIGURA 2. 2 - PICTOGRAMAS SISTEMA DE SEÑALÉTICA HOSPITAL DEL NIÑO JESÚS – TUCUMÁN.....	20
FIGURA 2. 3 - DISEÑO DE ICONOGRAFÍA A USARSE EN LAS ÁREAS PROTEGIDAS NATURALES EN PANAMÁ.	21
FIGURA 2. 4 - PRESENTACIÓN DE MONTAJE, MEDIDAS Y DISEÑO DE SEÑALÉTICA INFORMATIVA E INDICATIVA DEL PARQUE NACIONAL, LOS SOPORTES SON EN MADERA PINOTEA.....	22
FIGURA 2. 5 - DISEÑOS PRELIMINARES CON INDICACIONES DE LA SEÑALÉTICA USADA EN LAS ZONAS TURÍSTICAS DE ARAGÓN.....	24
FIGURA 2. 6 - SEÑALES TURÍSTICAS DE ARAGÓN CON LA TÉCNICA DE TALLADO DE LAS LETRAS E ICONOS SEÑALÉTICOS.....	24

CAPÍTULO 4

FIGURA 4. 1 - INSTALACIONES DEL CAMPAMENTO.....	31
FIGURA 4. 2 - ESPACIOS DEL CAMPAMENTO.....	31
FIGURA 4. 3 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “ESTACIONAMIENTO”.....	33
FIGURA 4. 4 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “BAÑOS”.....	34
FIGURA 4. 5 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “DORMITORIOS”.....	34
FIGURA 4. 6 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “COCINA”.....	35
FIGURA 4. 7 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “SILLA DE RUEDAS”.....	36
FIGURA 4. 8 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “ÁREA DE JUEGOS”.....	36
FIGURA 4. 9 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “CAMINO A LA PLAYA”.....	37
FIGURA 4. 10 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “NO PASAR”.....	38
FIGURA 4. 11 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “BAR”.....	39
FIGURA 4. 12 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “COMEDOR”.....	39
FIGURA 4. 13 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “RECEPCIÓN”.....	40
FIGURA 4. 14 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “ESTACIONAMIENTO”.....	41
FIGURA 4. 15 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “BAÑOS”.....	42
FIGURA 4. 16 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “DORMITORIOS”.....	43
FIGURA 4. 17 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “COCINA”.....	43
FIGURA 4. 18 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “SILLA DE RUEDAS”.....	44
FIGURA 4. 19 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “ÁREA DE JUEGOS”.....	45
FIGURA 4. 20 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “CAMINO A LA PLAYA”.....	46
FIGURA 4. 21 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “NO PASAR”.....	46
FIGURA 4. 22 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “BAR”.....	47
FIGURA 4. 23 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “COMEDOR”.....	48

FIGURA 4. 24 - REPRESENTACIÓN PORCENTUAL “RECEPCIÓN”	48
--	----

CAPÍTULO 6

FIGURA 6. 1 - MODELO DE EMPATÍA DEL G.O.	56
FIGURA 6. 2 - ESQUEMA OBJETIVO DE COMUNICACIÓN (1).	57
FIGURA 6. 3 - ESQUEMA OBJETIVO DE COMUNICACIÓN (2).	58
FIGURA 6. 4 - MODELO TOUCH POINT.	59
FIGURA 6. 5 - PRIMEROS BOCETOS.	99
FIGURA 6. 6 - BOCETOS Y SU APLICACIÓN CROMÁTICA.	100
FIGURA 6. 7 - LOGOTIPO INSTITUCIONAL.	100

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO 3

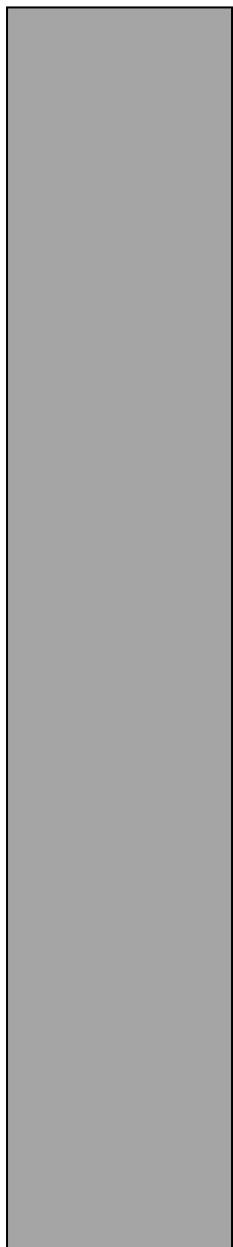
TABLA 3. 1 - TABLA DISEÑO GRUPO FOCAL	28
TABLA 3. 2 - PERFIL DE MUESTRA.	29

CAPÍTULO 4

TABLA 4. 1 - TABLA “ESTACIONAMIENTO”	33
TABLA 4. 2 - TABLA “BAÑOS”	34
TABLA 4. 3 - TABLA “DORMITORIOS”	35
TABLA 4. 4 - TABLA “COCINA”	35
TABLA 4. 5 - TABLA “SILLA DE RUEDAS”	36
TABLA 4. 6 - TABLA “ÁREA DE JUEGOS”	37
TABLA 4. 7 - TABLA “CAMINO A LA PLAYA”	37
TABLA 4. 8 - TABLA “NO PASAR”	38
TABLA 4. 9 - TABLA “BAR”	39
TABLA 4. 10 - TABLA “COMEDOR”	40
TABLA 4. 11 - TABLA “RECEPCIÓN”	40
TABLA 4. 12 - TABLA “ESTACIONAMIENTO”	41
TABLA 4. 13 - TABLA “BAÑOS”	42
TABLA 4. 14 - TABLA “DORMITORIOS”	43
TABLA 4. 15 - TABLA “COCINA”	44
TABLA 4. 16 - TABLA “SILLA DE RUEDAS”	44
TABLA 4. 17 - TABLA “ÁREA DE JUEGOS”	45
TABLA 4. 18 - TABLA “CAMINO A LA PLAYA”	46
TABLA 4. 19 - TABLA “NO PASAR”	47
TABLA 4. 20 - TABLA “BAR”	47
TABLA 4. 21 - TABLA “COMEDOR”	48
TABLA 4. 22 - TABLA “RECEPCIÓN”	49

CAPÍTULO 5

TABLA 5. 1 - COTIZACIÓN 1.	51
TABLA 5. 2 - COTIZACIÓN 2.	52
TABLA 5. 3 - COTIZACIÓN 3.	52
TABLA 5. 4 - COTIZACIÓN 4.	53
TABLA 5. 5 - TABLA TOTAL DE GASTOS.	54



CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1 GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo abarca el desarrollo de la identidad gráfica del establecimiento de camping: “Campamento El Faro”, enfocándose en el diseño de la señalética elaborada con materiales de la zona para el mejor aprovechamiento de sus instalaciones. La presente toma lugar en la Parroquia El Arenal, Km 5 ½ Vía Data Posorja, Cantón Gral. Villamil Playas.

Actualmente el campamento cuenta con serios problemas de identidad gráfica, los cuales son especialmente notorios en la falta de una señalización adecuada que delimite los usos y propósitos de las instalaciones del campamento. El proyecto busca la realización de una mejora en la identidad gráfica del campamento para brindar una mejor experiencia a sus visitantes, los cuales están representados principalmente por niños y niñas de escasos recursos que habitan las zonas marginales del norte de Guayaquil.

Se utilizarán métodos investigativos para conocer cuáles imágenes o íconos son de más fácil comprensión para los usuarios del campamento en la elaboración de la señalética. Los resultados del estudio ayudarán a la elaboración de señalética de fácil comprensión para los niños. Adicionalmente, en las visitas al campamento se observó que existen en la zona diversos materiales que pueden ser utilizados para la elaboración de los soportes gráficos. Al ser el Centro Cristiano Faro de la Esperanza una institución sin fines de lucro y sustentarse sólo a base de donaciones, se decidió elaborar la señalética del campamento con estos materiales, ya que se caracterizan por su bajo costo, accesibilidad y fácil reposición. Al mismo tiempo poseen una identificación con la cultura y el entorno local y lograrán vincular a los visitantes del Campamento El Faro con la zona geográfica de en la que se encuentra emplazado.

Finalmente, se mejorará la imagen corporativa institucional de la organización sin fines de lucro Centro Cristiano Faro de la Esperanza, organismo que administra el “Campamento El Faro” y el cual también presenta problemas de imagen al no contar con un logo que transmita los valores de la institución.

Bajo estos parámetros el desarrollo de este trabajo se basará en el desarrollo de la identidad institucional del “Centro Cristiano Faro de la Esperanza” y del “Campamento el Faro”, así como la señalética de este último.

1.2 PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA

El Campamento El Faro es un establecimiento perteneciente a la organización sin fines de lucro Centro Cristiano Faro de la Esperanza, constituido legalmente en el Ecuador mediante acuerdo ministerial N° 0144 del 11 de septiembre del 2009. Su objetivo principal es la organización de campamentos cristianos gratuitos dirigidos a niños de escasos recursos que habitan en los barrios marginales del norte de Guayaquil. Sin embargo, el Ministerio también alquila sus instalaciones para la realización de eventos por parte de organizaciones externas, siendo sus clientes más importantes La Iglesia Evangélica La Alborada y El Ministerio Operación Movilización (OM).

Las instalaciones se encuentran ubicadas en el Km. 5 ½ de la Vía Data Posorja en el Recinto El Arenal-Cantón General Villamil Playas y está conformado por 4 cabañas con capacidad para 48 personas cada una, cocina, comedor-sala de conferencias, área deportiva y acceso directo a la playa; pudiendo albergar dentro de sus instalaciones a un máximo de 192 personas.



Figura 1. 2 - Instalaciones del Campamento el Faro.



Figura 1. 1 - Ingreso al Campamento el Faro.

Lastimosamente, pese a que el lugar es uno de los establecimientos mejor equipados en comparación a otros de su misma índole, el Campamento El Faro, no posee un manejo adecuado de su identidad gráfica, tanto de la marca como de la comunicación visual, en especial, la señalética del establecimiento.

Los problemas específicos a ser tratados son:

- **Falta de identidad gráfica:** Esta se puede constatar en la falta de utilización de los colores institucionales, falta de uso y exhibición de marca, y falta de implementación de símbolos que distingan a los voluntarios de los visitantes del lugar.
- **Conflicto de marca:** El Campamento El Faro renovó recientemente su logotipo. Sin embargo, sigue exhibiendo dentro de sus instalaciones un logotipo anterior. Esta situación causa confusión en los visitantes, ya que la marca nueva también se exhibe por medio de otros canales de comunicación (página web, papelería, materiales publicitarios, etc.).
- **Falta de logotipo institucional:** Pese a que el Campamento El Faro cuenta con un logotipo recién renovado, la ONG que lo administra: el Centro Cristiano Faro de la Esperanza, no posee un identificador propio ni papelería institucional para enviar notificaciones legales, cartas, invitaciones, memorandos, etc.
- **Falta de Señalética:** El Campamento no cuenta con la señalética necesaria para diferenciar los usos y propósitos de cada una de sus áreas. No hay señalización para indicar el lugar de los baños, la cocina y otras áreas del local. Ninguna de las cabañas cuenta con distinción entre ellas. Adicionalmente, el letrero de la entrada principal no tiene visibilidad a largas distancias, lo cual dificulta la localización del establecimiento.

El presente proyecto buscará desarrollar una línea gráfica unificada para mejorar la experiencia de los visitantes y fortalecer la identidad de la institución.



Figura 1. 4 - Habitaciones del Campamento el Faro.



Figura 1. 3 - Ingreso a las habitaciones principales.

1.3 JUSTIFICACIÓN DE TESIS

El Campamento El Faro, parte del Ministerio El Faro de la Esperanza, el mismo que presta sus instalaciones para realizar actividades en servicio a la sociedad como campamentos, capacitaciones, retiros y seminarios. Lastimosamente, en la actualidad la institución no cuenta con herramientas gráficas que reflejen los valores institucionales y que faciliten a los usuarios el uso adecuado y ordenado de su espacio físico.

El presente proyecto busca dar solución a estos problemas mediante la creación de una identidad gráfica unificada que se refleje dentro y fuera de las instalaciones del campamento y permita posicionar en los colaboradores y visitantes los valores básicos de la institución al mismo tiempo que facilite a los usuarios el uso ordenado de sus instalaciones.

1.4 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación se limita geográficamente al recinto del Arenal, ubicado a 5 km. del cantón Gral. Villamil Playas en la provincia del Guayas y se llevó a cabo en el marco de tiempo correspondiente entre el 01 de Marzo del 2012 hasta el 30 de Mayo del 2012.

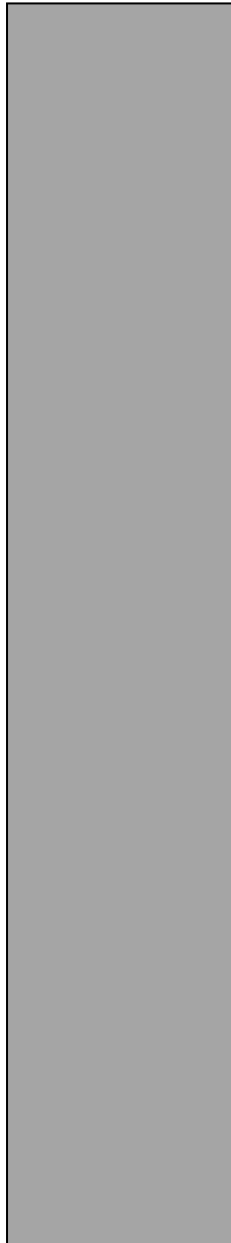
El desarrollo de la señalética se basará en los resultados obtenidos de la aplicación de las técnicas de recopilación de datos aplicadas a los usuarios del campamento, los cuales se conforman principalmente de niños y adolescentes que habitan en las zonas suburbanas del norte de la ciudad de Guayaquil y donde realizan actividades el Ministerio El Faro de la Esperanza.

1.5 OBJETIVOS

Objetivo General – Desarrollo de la identidad gráfica del “Centro Cristiano Faro de la Esperanza” mediante la creación de logotipo institucional, papelería y diseño de señalética de las instalaciones del Campamento El Faro.

Objetivos Específicos

- Utilizar soportes con materiales de la zona (madera y mano de obra del sector).
- Implementar un diseño de señalética adecuada y entendible, amigable para los usuarios y tomando en cuenta el entorno socio-cultural de la zona.
- Elaborar los presupuestos necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Establecer parámetros para el uso del identificador en las instalaciones del Campamento el Faro.



CAPÍTULO 2

ESTADO DE LA CUESTIÓN

2 ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 COMUNICACIÓN

La comunicación se define como el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. A través de la historia el ser humano ha producido un sin número de elementos que le ayuden a expresar sus ideas, sentimientos y pensamientos debido a la necesidad de ser escuchados. Siendo un acto de relación entre dos a más personas mediante el cual se evoca un significado en común. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido. Un código es un conjunto de símbolos y signos los cuales deben ser compartidos por los protagonistas del proceso. Por ende, la comunicación es el proceso de intercambio de información entre dos o más entidades y se da a través de distintos medios o canales los cuales buscan transmitir el mensaje que se proporciona a través de la interacción entre los individuos.

2.2 COMUNICACIÓN GRÁFICA

Trumbull Baird define la comunicación gráfica como *"El proceso por el cual transmiten mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente son en una superficie plana."*¹

Es decir, que la comunicación gráfica implica el uso de símbolos, jeroglíficos, pictogramas (escritura ideográfica) e ideogramas (ideas mediante símbolos), para transmitir una idea o mensaje, esto es el caso de la señalética con el uso de sus íconos y símbolos universales que toda persona de cualquier ámbito social y/o cultural pueda identificar y reconocer en cualquier lugar del mundo donde se encuentre.

2.3 SEMIÓTICA

Según la Real Academia Española, la semiótica se define como: *"la teoría general de los signos y el estudio de los mismos en la vida social."* La semiótica nos enseña acerca de los signos, su estructura y la relación entre el significante y el concepto de significado. El significante es la imagen acústica, es decir puede ser una imagen visual o un sonido que despierte un significado en el subconsciente, mientras que el

¹ González, M. (comp.). Teoría conceptual del Diseño. México: Universidad de Londres. Disponible en internet: http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/teoria_conceptual.pdf

significado, es la idea que se tiene con respecto a una palabra, símbolo o signo, tomando en cuenta también las interpretaciones visuales.

El estudio de la semiótica dentro del medio gráfico tiene que ver más allá de solo signos y símbolos, se basa también en el estudio de lo que interpreta, se conoce y se entiende de dichos elementos en la mente de la sociedad y no de unos cuantos individuos. Se puede decir que la semiótica va de la mano con el diseño y estudio contemporáneo del diseño.

2.4 LA SEMIÓTICA Y LA COMUNICACIÓN

La comunicación puede describirse como el proceso de intercambio de información:

Un signo producido por un emisor, que es interpretado luego por un receptor. Esto nos indica que para entender un signo hay que tener un conocimiento previo. Este conocimiento previo permite que el mensaje sea entendido de forma óptima, este fenómeno semiótico es un traspaso de información mediante un signo o símbolo.

Un ejemplo muy claro de este proceso de comunicación es cuando se conduce por una calle o carretera y divisamos una señal de alto, pero en sí no leemos la señal de alto, sino su significante que son el color y la forma del símbolo. Este ejemplo ilustra este fenómeno de forma tan puntual, que toda persona que reconoce el color rojo como un signo de peligro tomará precauciones antes de rebasar a velocidad la señal, al igual que por la forma que es divisada desde lo lejos, ya anuncia el tomar precauciones.

En todo caso el estudio de los signos y símbolos a través de la semiótica, permite a los diseñadores implementar de la mejor forma dichos elementos para transmitir de forma directa y entendible el mensaje a la sociedad, la semiótica es el pilar principal para el desarrollo de la señalética en el Campamento El Faro.

2.5 IDENTIDAD GRÁFICA – IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Uno de los principales problemas del Centro Cristiano Faro de la Esperanza está dado por la falta de identidad gráfica que refleje los objetivos del establecimiento. La identidad gráfica es la traducción simbólica de la identidad de una organización, concretada en un manual que marca normas de uso para su aplicación correcta. Sirve

para identificar y diferenciarse de otras entidades mediante normas de diseño visual rígidas en su aplicación, pero no en su reelaboración continua.²

Según Joan Costa³, los signos de la identidad institucional son:

- **Lingüística:** La lingüística estudia la comunicación entre los seres humanos y cómo estos se expresan por medio de un sistema de signos y símbolos llamados lenguaje, los cuales provienen de las distintas culturas⁴. En la identidad institucional es el elemento de designación verbal que el diseñador convierte en una grafía exclusiva llamada logotipo.
- **Cromática:** Consiste en el color o colores que la organización adopta como distintivo emblemático.
- **Iconica:** La iconicidad es el grado de referencia que tiene un elemento con una imagen o idea. Es decir es la relación que hay entre la imagen y el significado que representa.

La identidad de una corporación, empresa o persona equivale a sus actos. En el caso de una empresa se forma gracias a sus atributos, tomando en cuenta su trayectoria dentro del mercado, sus proyectos y su cultura institucional, esta última no es más que la filosofía institucional representada en su misión y visión.

La identidad institucional del Centro Cristiano Faro de la Esperanza no está definida, lo que ocasiona problemas en la percepción de la institución por parte de las personas. La identidad que se maneja actualmente no ayuda mucho a su identificación dentro del mercado; es por esto que este proyecto de tesis, se direcciona al manejo de una mejor identidad, utilizando un rediseño de papelería institucional, al igual que una señalética y un identificador que transmitan la cultura institucional de la organización.

² Mut, Magdalena & Breva, Eva, De la Identidad Institucional a la Identidad Visual un camino necesario. Universitat Jaume I, España. Pág. 3-4. Disponible online en <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi9/publ/5.pdf>

³ Costa, Joan. Identidad gráfica. Pág. 42,47. Los signos de identidad e Integración de los signos de identidad y rendimiento de la comunicación.

⁴ Coseriu, Eugenio. Introducción a la lingüística. 1983. (Consultado el 25 de Marzo del 2012). Disponible online en www.artnovela.com.ar

Para entender mejor los alcances que una identidad gráfica definida tendría en el Campamento El Faro es necesario comprender los propósitos de la misma, los cuales según Joan Costa⁵ son:

- Definir el sentido de la cultura organizacional.
- Construir y reflejar la personalidad institucional.
- Reforzar el espíritu de pertenencia y liderazgo.
- Generar opinión pública favorable.

2.6 DISEÑO DE SEÑALÉTICA

La señalética nace junto con la necesidad del hombre de referenciar aquello que se encontraba a su alrededor. A medida que la disciplina fue avanzando en el tiempo se comenzó a establecer un lenguaje de símbolos que debieran ser captados de manera instantánea por sus observadores. De esta manera se comienzan a globalizar dichos símbolos y normaliza la referencia de los espacios.

Actualmente la simbología de señales es prácticamente universal y está conformada de un conjunto de gráficas o tipografías que guían al usuario a lo largo de un trayecto o señalan un lugar determinado. Dichas composiciones deben de contener valores informativos que puedan expresarse de manera instantánea por sí mismos, ya que de ser confusos pueden contener exceso de información y el mensaje será ignorado.

Por este motivo, el diseño de señalética, debe de cumplir una serie de condiciones funcionales, las cuales le permitirán relacionar los símbolos y señales con el entorno; estas son:

- *El individuo como centro:* Está todo desarrollado para él.
- *Hacer legible el espacio de acción:* Condicionar el espacio para facilitar la expedición del usuario.
- *Adaptación de la señalética al medio:* Relación al medio y universo.

⁵ Costa, Joan. Identidad gráfica. Pág. 42,47. Los signos de identidad e Integración de los signos de identidad y rendimiento de la comunicación.

- *Imagen de marca:* La creación de una señalética sistémica, con carácter, pero sobre todo como sistema de identidad; es decir, que sea posteriormente identificable.
- *Información Lingüística:* Incorporación de texto en algunas imágenes.
- *Economía Generalizada:* Proporcionar la máxima información con los mínimos elementos.

2.6.1 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA SEÑALÉTICA⁶

Existe un variado cúmulo de formas y figuras que pueden ser asociadas con la señalética, cuyas principales características son:

- Utilizar símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos a través de un diseño previamente elaborado.
- Identificar, regular y facilitar los servicios requeridos por los individuos.
- Los sistemas de señalética son creados o adaptados particularmente.
- Utilizar códigos de lectura conocidos por los usuarios ya sea globales como locales.
- Las señales son unificadas y se atienen a las características del entorno.
- Reforzar la imagen pública o de marca.

2.7 CLASIFICACIÓN DE LAS SEÑALES DE ACUERDO A SU OBJETIVO

Existen varias clasificaciones en las que se puede caracterizar a la señalética, sin embargo, en el presente trabajo tomaremos como referencia únicamente aquellas que categorizan de acuerdo al propósito del símbolo o señal. Todas estas coexisten en diferentes medios de señalización que tomaremos en cuenta para la creación de una señalética completa.

⁶ Quintana, R. Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética. México: Universidad de Londres. Disponible en internet: <http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/senaletica.pdf>

Para cada forma hay que tener en cuenta la relación de utilidad/usabilidad y comprensión/tiempo. La señalética tiene que ser precisa y rápida, donde el lector realiza una lectura con total entendimiento. Los símbolos gráficos son utilizados en la comunicación visual por ser simplificaciones de una realidad, logrando una lectura más rápida y universal.

En este respecto, la señalética puede clasificarse en:

- Orientadoras: Sirven para situar a los usuarios en un entorno (mapas, planos, vistas esquemáticas, etc.).
- Informativas: Tienen la simple función de informar.
- Direccionales: Especifican una acción direccional (izquierda, derecha, atrás, adelante, etc.).
- Identificativas: Sirve para el reconocimiento de un ícono y su deducible acción.
- Ornamentales: Se clasifican en: Reguladoras, Restrictivas, Prohibitivas.

2.8 SOPORTES PARA SEÑALÉTICA

Entre los soportes comúnmente utilizados para soporte de señalética se encuentran:

- Soportes tensores tanto para publicidad y señalética.
- Soporte para señalética en altura.
- Soporte adosado en muro o pilar.
- Placa con distanciadores.
- Placa con grabado láser.
- Placas metálicas.
- Letras metálicas en acero inoxidable tipo espejo.

2.9 MATERIALES COMÚNMENTE UTILIZADOS EN SEÑALÉTICA

- Madera.

- Plásticos.
- Acetato de Celulosa – plástico en forma de fibra, componente en algún adhesivo, usado en las monturas de gafas mayormente.
- PVC – policloruro de vinilo, polímero por adición.
- Polietileno.
- Termoplásticos.
- Termofijos.
- Policarbonato.
- Polipropileno.
- Vidrio Acrílico.
- Metales.
- Cerámicas.
- Otros (vidrio, laminados, dibond, foam board, alucobond).

Su sistema de sujeción puede ser:

- *Adosada*: Se une a un soporte (pared, tubos, etc.), mediante tornillos o unidas con adhesivos a una superficie.
- *Bandera*: Se sujeta indirectamente de una superficie, con el uso de ángulos, perfil o ranuras.
- *De banda*: Similar a la de bandera, con la diferencia que está va sujeta permanentemente al techo.
- *Auto soportante*: Usa soportes propios fijados al suelo, suelen ser tubos cilíndricos o en otros casos el soporte mismo es la señalética.

2.10 MATERIALES DE LA ZONA APTOS PARA SU USO EN SEÑALÉTICA

Para resolver el problema de la falta de señalética del Campamento El Faro se ha decidido su elaboración con materiales originarios de la zona; los cuales sean de fácil

adquisición lo que facilite su sostenibilidad y futuras reparaciones y tengan una representación en la cultura local, que identifique a los usuarios con su entorno.

2.10.1 MUYUYO⁷

El Muyuyo es una de las plantas nativas de la península, la cual ha sido utilizada de forma artesanal por varios años, en diferentes productos. La flexibilidad de esta madera hace que sea ideal para realizar varios productos, como lámparas, muebles, sillas, etc.

El *cordia lutea* (Muyuyo, nombre originario de la zona litoral del Ecuador); está dentro de los arbustos que usualmente florecen en condiciones normales en zonas de clima cálido. Es decir, aquellas zonas con inviernos más o menos suaves, libres de frío y de vientos salinos.

2.10.2 ÁRBOL DE ALGARROBO

El Algarrobo *Prosopis pallida* se encuentra ampliamente difundido en los trópicos áridos y semiáridos del continente americano. El origen de esta especie no está bien determinado; algunos autores lo creen oriundo del próximo oriente, mientras que para otros es espontáneo en todo el Mediterráneo meridional. Lo cierto es que existe en esta última región desde tiempos antiquísimos.

En el Ecuador es uno de los principales representantes del bosque seco, ecosistema predominante en la costa ecuatoriana. A pesar que el algarrobo proporciona la mayor fuente de nitrógeno en las zonas áridas y que a los diversos componentes de su fruto se le atribuye propiedades nutritivas y medicinales, por la variedad de aminoácidos, vitaminas (principalmente C y E) y minerales (potasio), además de su alto contenido de azúcar (sacarosa).

2.11 DISEÑO SOCIAL

“El diseño social está basado en la creación de nuevas plataformas de comunicación, interacción, intercambio y desarrollo, que huyen de la simple protesta para buscar soluciones a través del diseño.”⁸

⁷ Rivas, Fernando et al. (2005). *Geobotánica del Ecuador: áreas protegidas*. Quito: Escuela Politécnica del Ejército. Disponible en internet: <http://www.monografias.com/trabajos20/geobotanica-ecuador/geobotanica-ecuador.shtml>

⁸ En Positivo: Comunicación & Diseño social para ONG. Disponible online en: <http://disenosocial.org/enpositivo/>

Esta frase puede considerarse un pequeño concepto del diseño social, pero no lo abarca en su totalidad, esto porque el diseño social es una plataforma de todo un proceso previo de búsqueda de soluciones a las problemáticas sociales mediante acciones concretas que aporten beneficios a la sociedad.

A medida que van sucediendo situaciones que marcan la historia de la sociedad y el mundo, tanto económicas, políticas y sociales, el diseño cumple un rol importante dentro de estos, sea creando soluciones, como diseños industriales o simplemente reflejando e inspirándose en la situación actual en el que se desarrolla, que puede ser para concientizar a la sociedad o para motivar un cambio positivo dentro de la mente de la misma: A esto se le denomina diseño social.

Según Víctor Margolin (2011), *“El diseñador contribuye al desarrollo del diseño social con aquellas actividades productivas que intenta desarrollar el capital humano y social al mismo tiempo que productos y procesos provechosos; así el diseñador debe prever y dar forma a productos y materiales que puedan resolver problemas humanos en amplia escala y contribuir al bienestar social”*.⁹

2.11.1 CONCEPTO DE DISEÑO SOCIAL

Para hablar de diseño social es necesario definir los conceptos de responsabilidad en el diseño. El diseñador gráfico no sólo dibuja, sino que transmite nociones mediante el mensaje direccionado a las masas o a un grupo objetivo, por lo cual es necesario conocer la gran responsabilidad que esto conlleva.

Según lo que indica Jorge Frascara existen al menos cuatro tipos de responsabilidades:¹⁰

- **Responsabilidad Profesional:** El papel del diseñador será cumplido cuando sea capaz de crear mensajes directos, atractivos y persuasivos.
- **Responsabilidad Ética:** Los valores humanos estarán siempre presentes en los mensajes.

⁹ Proaño R. & Miton M. (2011). Diseño inclusivo como intervención socio - cultural. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en internet: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/269.pdf

¹⁰ Guerra, D. (2009). Responsabilidad Social del Diseño Gráfico enfocado al P.F.Q. Señalética para personas con capacidades especiales en el sistema de transporte Metrobus Q. y su estrategia de implementación. Quito: Universidad Israel.

- **Responsabilidad Social:** El contenido de los mensajes en lo posible deberán tener una carga positiva, o por lo menos no evoquen algo negativo a la sociedad.
- **Responsabilidad Cultural:** El mensaje visual que se maneje deberá en lo posible tener aportes hacia la cultura.

Todo diseñador que desea publicitar debe basarse en estos pilares de responsabilidad para generar diseños que funcionen como fuente de soluciones a diversos problemas sociales.

El diseñador debe conocer qué desea transmitir con su diseño, qué cultura va a tomar de base para diseñar de forma efectiva una solución a la problemática sin olvidar el manejo de la ética laboral, profesional, cultural y personal; ya que cada diseño que se haga conlleva una parte esencial de la personalidad, criterio y forma de pensar del diseñador.

2.12 DISEÑO SOCIAL: CASOS DE ESTUDIOS

En esta sección del capítulo presentamos casos de estudio que nos permitieron obtener una base e idea primaria para el desarrollo de este proyecto,

Para investigar casos acordes con nuestra temática se buscaron proyectos desarrollados de forma similar como el caso de los manuales de señalética turística del Perú, de las áreas protegidas de Panamá y el manual turístico de la región de Aragón, España. También tomamos en cuenta el caso del diseño de señalética del Hospital del Niño Jesús de la ciudad San Miguel de Tucumán en Argentina. Cada uno de estos casos ayudará a encontrar una excelente solución para el desarrollo de un manual efectivo para el Campamento El Faro.

2.12.1 MANUAL DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA DE PERÚ

Este caso de estudio de señalética, el cual tomamos como ejemplo, se lo incluye en el ámbito social, por cumplir con los principios básicos del diseño social cultural *“El mensaje visual que se maneje deberá en lo posible tener aportes hacia la cultura”*.

Se llegó a esta conclusión ya que el material encontrado sobre este proyecto se basa en implementar un diseño completo (señalización vial, de áreas turísticas y recreativas)

dentro una extensa área turística del Perú manejada por la Comisión de Promoción del Perú en el año 2003 durante el mes de Noviembre. El desarrollo del mismo no sólo se basó en la utilización de íconos visuales comunes del país, sino a nivel mundial, permitiendo así una mejor adaptación de los iconos a utilizarse.

Dentro de este material, lo que más nos ayuda a materializar nuestra idea para el proyecto de señalética del Campamento el Faro, fue la utilización de materiales de madera como soporte de los elemento visuales para la señalización de las zonas tanto dentro y fuera de locaciones físicas como monumentos, museos o glorietas turísticas. Para la implementación de dichos elementos dentro de los varios ambientes se tomó en cuenta el clima, locación y su entorno poblacional, ya que varias zonas donde se implementaría la señalización se encuentran muy habitadas, poco o casi nada habitadas.

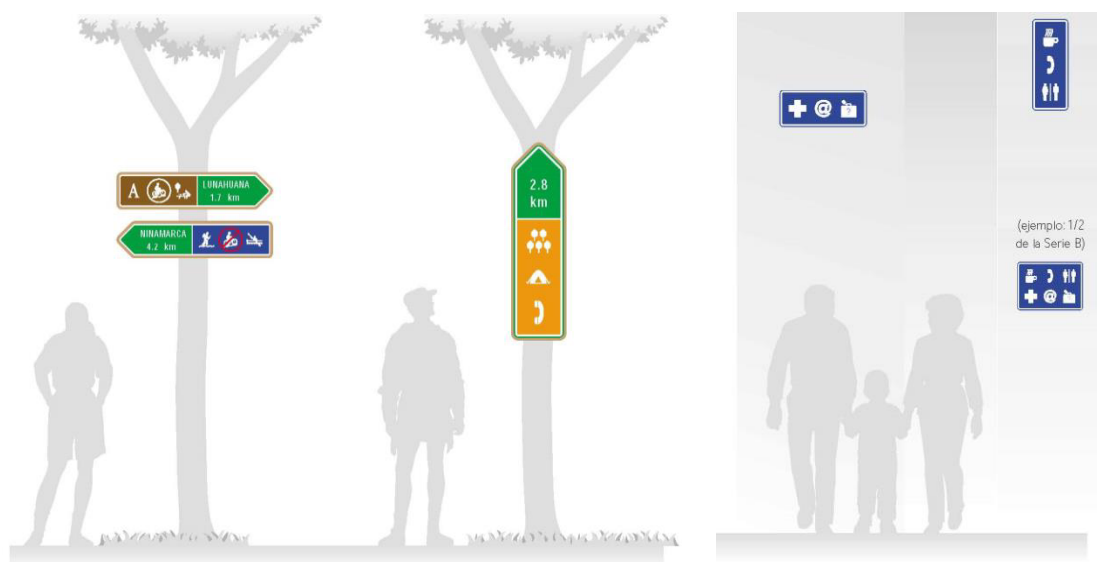


Figura 2. 1 - Posición de la señalética del proyecto turístico Perú, lado izquierdo ubicación en árboles. Lado derecho ubicación en museo y edificios turísticos.

Además de hacer uso de su entorno, al usar árboles robustos como soporte para ubicar la señalética para el caso de los sitios arqueológicos dentro bosques o lugares donde no se puede irrumpir con la estética del espacio, logrando así una armonía entre los elementos externos como la señalética y los elementos propios de la zona como son los árboles.

En resumen, este proyecto de señalética buscó desarrollar señales que estén acorde con las zonas turísticas donde las señales se ubicarán, usando como soporte maderas fijadas al suelo y en otros casos usando su entorno al usar como soporte fijo los árboles de la zona.

• **ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO**

El caso de estudio que aquí se detalla, se basó en la realización de una señalética para las áreas turísticas nacionales del Perú. En el análisis del caso desde su principio se habla de una restructuración de la señalética existente en las locaciones turísticas del Perú, con este nuevo rediseño se ayudaron a explorar nuevas ideas como la implementación de áreas para uso exclusivo de la señalética.

Este proyecto tuvo buenos resultados, algunos de los cuales se expondrán a continuación:

- Un aumento notorio en el reconocimiento de las áreas turísticas, así como las actividades que se pueden realizar dentro de las mismas.
- Aceptación por parte de los visitantes de dichas zonas, sean nacionales como extranjeros, dando como finalidad acceso a una gran red de información nacional.
- Permitir al visitante conocer más de todas las zonas turísticas del Perú.

2.12.2 DISEÑO DE SEÑALÉTICA DEL HOSPITAL DEL NIÑO JESÚS DE LA CIUDAD SAN MIGUEL DE TUCUMÁN¹¹

Un caso de estudio de diseño social, el cual tomamos como ejemplo, es el caso del diseño de señalética institucional para el Hospital de Niños de Tucumán en Argentina, el cual se llevó a cabo aproximadamente entre 2004 y 2005, su implementación dentro del hospital se logró a partir de Noviembre del 2005. El estudio se basó bajo la premisa de que la señalética se convertiría en una herramienta para potenciar la calidad de la salud en el caso en que los niños percibiesen al hospital como un entorno propio, pensado para ellos, modificando así la relación entre el paciente y el entorno hospitalario al igual que amortiguando el trauma de los niños al mantener una estancia menos estresante dentro de las instalaciones.

También se pretendió mejorar la experiencia de los usuarios adultos colocando señalización que ayudase a los visitantes a orientarse dentro del hospital. De esta

¹¹ Castro, E. & Rosé, C. El diseño en función social: Sistema señalético del Hospital del Niño Jesús de la Ciudad de San Miguel de Tucumán. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo.

manera se logró un mejor aprovechamiento de los espacios del edificio, se redujo la incertidumbre y se contribuyó al reconocimiento y comprensión de las especialidades del hospital por parte de padres y pacientes. En conclusión, este proyecto se basó en tres ejes principales: orientar, comunicar especialidades y amenizar el espacio arquitectónico hospitalario. Además de implementar de manera eficaz íconos que sean amigables tanto con los niños que se encuentren en las instalaciones del hospital, como con las personas adultas sin sentirse que están en un ambiente muy infantil.

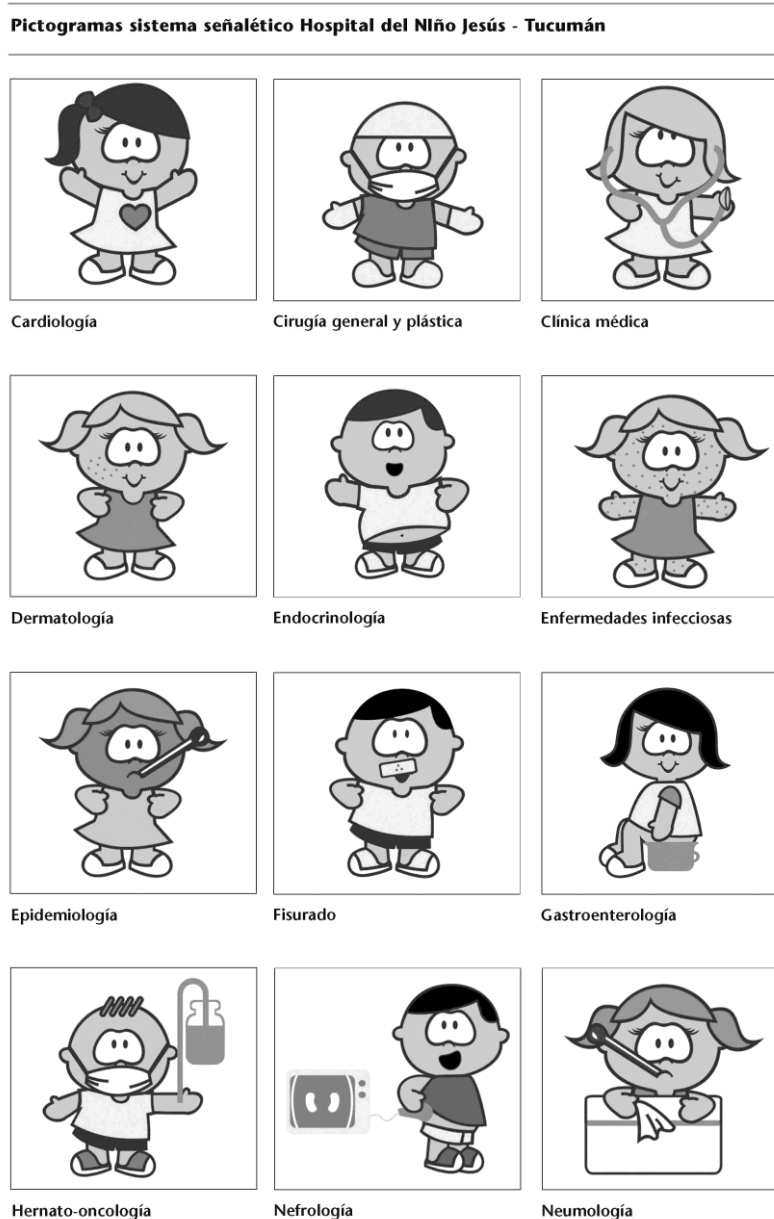


Figura 2. 2 - Pictogramas sistema de señalética Hospital del Niño Jesús – Tucumán.

• **ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO**

El caso de estudio que aquí se detalla, se basó en la realización de una señalética para el hospital de niños en Tucumán. Por todo lo leído en el documento, se encontró que dentro del hospital la iconografía existente anteriormente no iba acorde con los usuarios que utilizaban sus instalaciones. La aceptación que se ganó al implementar esta nueva señalética fue tal que no solo se disminuyó la negativa directa que presentaban los visitantes infantiles a las instalaciones, sino que la aceptación vino también de los padres de familia quienes tampoco percibían la señalética como infantil o acorde con los infantes. El desarrollo de la señalética encontró el equilibrio psicológico visual tanto para niños como para adultos.

2.12.3 DISEÑO DE SEÑALÉTICA PARA ÁREAS PROTEGIDAS DE PANAMÁ¹²

En el año 2009 el Gobierno de la República de Panamá decidió desarrollar un manual de señalización para estandarizar la identidad gráfica de las áreas protegidas pertenecientes al Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas (SINAP) del país. Uno de los objetivos principales para la elaboración de este manual fue la de orientar al visitante mediante la regularización del territorio de las áreas protegidas. También se pretendió controlar el flujo de visitantes y evitar el acceso a determinadas zonas de especial fragilidad.



Figura 2. 3 - Diseño de iconografía a usarse en las áreas protegidas naturales en Panamá.

¹² Manual de Señalización de áreas protegidas de Panamá. (2009). SINAP Sistema Nacional Áreas Protegidas de Panamá. Autoridad Nacional del Ambiente. Disponible en internet: <http://pymeparquechagres.org/planm/msp.pdf>

Adicionalmente se estandarizaron los materiales para la construcción de los soportes de la señalética. El material escogido fue en un 70% la madera de pinotea de explotación sostenible y con tratamiento de fungicidas y contra xilófagos. Todo para mantener el soporte en buenas condiciones durante un tiempo aproximado de 10 años. También se utilizan soportes metálicos, impresiones y tornillerías para sostener los elementos gráficos en los postes de madera que estarían clavados en la tierra.



Figura 2. 4 - Presentación de montaje, medidas y diseño de señalética informativa e indicativa del Parque Nacional, los soportes son en madera Pinotea.

• ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO

El caso de estudio que aquí se detalla, se basó en la realización de una señalética para las áreas protegidas nacionales de Panamá. Se buscó que la señalética no generara un mayor contraste visual con el entorno, más bien una integración con el paisaje natural que la rodeaba, permitiendo que la señalética no se perciba como un elemento invasor. Este tipo de usos es el que se busca para el proyecto del campamento el Faro, donde su señalética no se presente de forma intrusiva, sino de una forma sutil, que demuestre que está presente en las áreas, sin denotar una intromisión en el entorno y obtenga resultados positivos como los obtenidos en el caso de estudio:

- Aceptación en las personas que visitan las áreas turísticas, sin percibir de manera agresiva o invasiva la utilización de la señalética dentro de las zonas.
- Se logró evitar que los visitantes ingresaran a zonas de especial conservación y cuya entrada se encontraba prohibida.
- Mejoró la experiencia de visita del usuario, quienes a su vez prestaron mayor atención a las normas y reglamentos de las áreas protegidas.

2.12.4 MANUAL DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA ARAGÓN

Tomamos como referencia también el proyecto señalético de Aragón, la cual es una comunicada autónoma de España con 1'346.293 habitantes aproximadamente.

Este proyecto se basó en la utilización de madera para crear las señaléticas así como punto de información, mesas de interpretación, panorámicas y flechas para peatones. Lo principal del desarrollo del este trabajo es la utilización de tallado y stencil en las placas de madera en ciertos elementos de la señalética como las flechas para peatones y de ubicación. El soporte de los elementos usados en este proyecto fueron postes de madera especialmente diseñados para mantener una armonía con el ambiente circundante.

Gracias a la investigación de este manual, adjuntamos a nuestro proyecto de señalética el uso de madera y stencil, para dar lugar a los íconos de señalización.

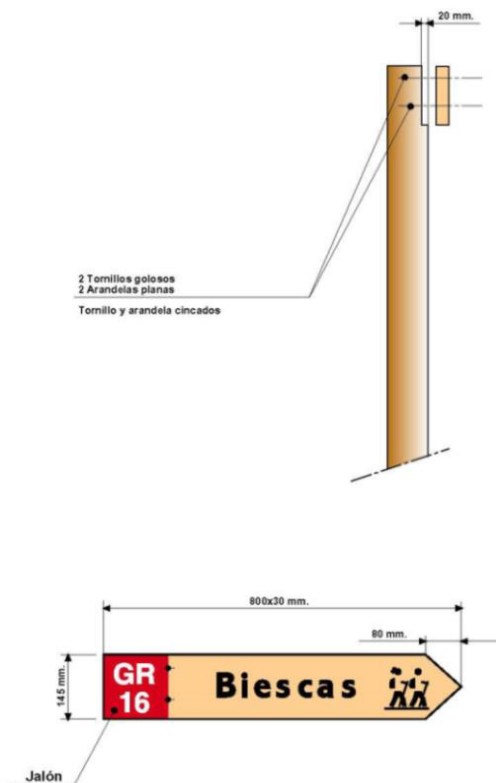


Figura 2. 5 - Diseños preliminares con indicaciones de la señalética usada en las zonas turísticas de Aragón.



Figura 2. 6 - Señales turísticas de Aragón con la técnica de tallado de las letras e iconos señaléticos.

2.12.5 RESULTADOS DE LOS CASOS

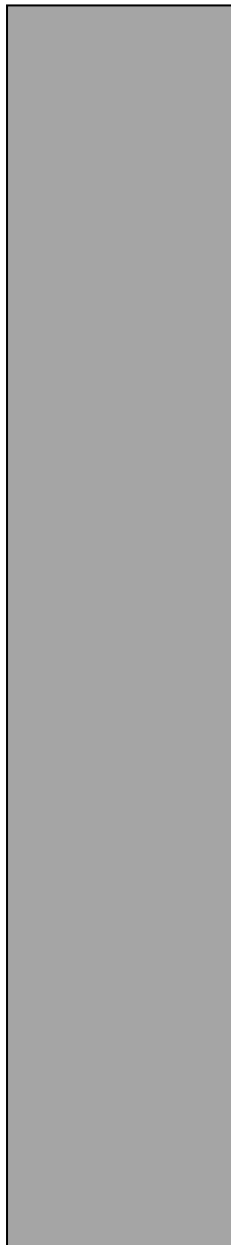
Cada caso estudiado y revisado como parte de la investigación preliminar para desarrollar una idea más clara para solucionar el problema de la señalética del Campamento el Faro, nos aporta una gran ayuda y abre las puertas a una solución oportuna y que cumpla con los puntos de un diseño social.

Como se pudo apreciar en el caso de la señalética para las zonas turísticas de Aragón, se utilizó la madera como elemento de soporte para todos los elementos gráficos, en unos casos con el tallado de texto e íconos, para las flechas peatonales o de ubicación y en otros casos, el uso de placas de aluminio con stencil.

Una gran inspiración para el desarrollo de una solución efectiva para el campamento, es el caso del Hospital del Niño Jesús en Tucumán, este caso se trabajaron elementos de señalización para niños de entre los meses de edad hasta la juventud.

El desarrollo del proyecto se basó en conocer de forma profunda como los niños interactúan con su entorno, esto es un gran punto a favor para el desarrollo de soluciones oportunas.

Como parte adicional y reforzando así el análisis de los casos aquí presentados; llegamos a la conclusión que la mejor forma de encontrar una solución efectiva socialmente es el desarrollo de una señalética basada en el estudio de los sentimientos, emociones e interacciones que mantienen los infantes que acuden a las instalaciones así como el mantener en lo mínimo el contraste entre la naturaleza y los elementos gráficos visuales de la señalética no solo en la iconografía, sino también en su soporte.



CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

3 METODOLOGÍA

Para el desarrollo de los objetivos expuestos, se utilizará el método investigativo empírico-analítico, el cual nos permitirá solucionar la problemática de forma efectiva, este método investigativo se basa en el estudio de la sociedad y de los hechos que acontecen en el momento.

3.1 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizó el grupo focal, como técnica de recolección cualitativa de datos. Se realizó un grupo focalizado a tres grupos de 10 niños y niñas de entre 6 y 8 años usuarios del Campamento El Faro.

Los grupos focales se llevaron a cabo en la Escuela Esperanza de Bastión Popular ubicada en el Km. 6 Vía Daule en el mes de Septiembre del 2012. En total 30 niños participaron en los grupos.

3.2 FUENTES PRIMARIAS

Se realizó un grupo focalizado a tres grupos de aproximadamente 10 niños usuarios del Campamento El Faro, pertenecientes al Centro Cristiano El Faro de la Esperanza. Para medir sus percepciones en cuanto a la señalética más apropiada.

3.3 FUENTES SECUNDARIAS

Este trabajo de investigación se apoyará en proyectos realizados por entidades gubernamentales e instituciones universitarias que tengan como temática el diseño social, diseño de señalética y demás documentación que sea de aporte en el tema escogido.

3.4 DISEÑO DEL GRUPO FOCAL

Un aspecto muy importante para el diseño de los grupos fue el número de participantes que integrarían cada uno. Según autores como Krueger e Ibáñez, el número recomendable para llevar a cabo un focus group es de aproximadamente 10 personas.¹³

El diseño de los grupos focales fue el siguiente:

Diseño del Grupo Focal			
Segmentación	Nivel socioeconómico bajo		
Moderador	Daniel Lucas		
Grupo	1	2	3
Número de Sesiones	1		
Número de niños	10	10	10
Género	Femenino	Masculino	Femenino (6) /Masculino (4)
Edad	6-8 años	6-8 años	6-8 años
Lugar	Escuela Esperanza de Bastión Popular		
Duración	1 hora	1 hora	1 hora

Tabla 3. 1 - Tabla Diseño Grupo Focal.

3.5 UNIVERSO/POBLACIÓN

Demográfico: La población objetivo son los niños pertenecientes a familias guayaquileñas de escasos recursos que viven en el sector de Bastión Popular y donde la organización Centro Cristiano Faro de la Esperanza realiza sus actividades con los niños.

Psicográfico: Niños con formación cristiana evangélica, con altos valores morales, cordiales, trabajadores y de fácil desenvolvimiento en entorno familiar y social.

Socioeconómico: Clase social media-baja y baja.

¹³ Bernal, R. & Morales, M. (2005). Propuesta de una estrategia de campaña para el lanzamiento del té de Jamaica Hierba Real. México: Universidad de las Américas Puebla. Disponible en internet http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/bernal_c_r/

3.6 SELECCIÓN DE MUESTRA

La muestra seleccionada para fines de estudio será una muestra no probabilística por conveniencia. El muestreo es no probabilístico porque la selección de cada elemento se basó en el criterio del investigador.

Existen tres tipos de muestras no probabilísticas: por conveniencia, por juicios y por prorratio. Para fines de esta investigación se ha utilizado un muestreo por conveniencia para los grupos focales, ya que los elementos se han seleccionado debido a su disponibilidad.

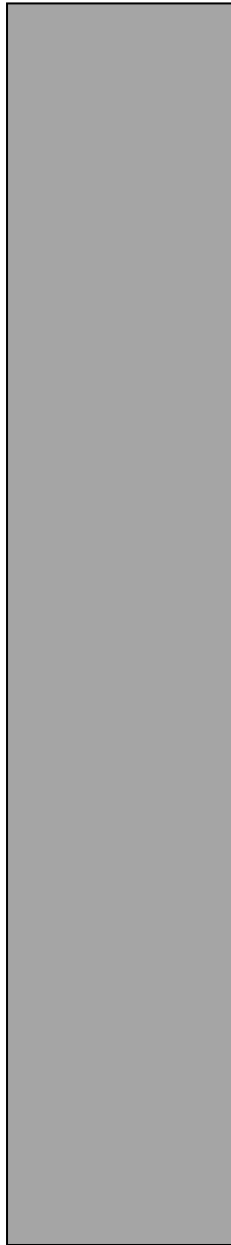
Según Kinnear y Taylor¹⁴: *“Cerca del 53% de las empresas utiliza el muestreo por conveniencia”*.

3.7 PERFIL DE MUESTRA

GÉNERO	EDADES	CLASE SOCIAL	NIVEL SOCIOCULTURAL
Hombres y Mujeres (niños y niñas)	Entre 6-8 años	Baja Media-Baja	Medio Medio-Bajo

Tabla 3. 2 - Perfil de Muestra.

¹⁴ Loredo, A. & Ovalle, C. Propuesta de un plan de ventas directas por multiniveles. 2003. Universidad de las Américas Puebla. México. Pág 51-53.



CAPÍTULO 4

ANÁLISIS Y DESARROLLO

4 ANTECEDENTES DE LA FUNDACIÓN

El Campamento El Faro es un establecimiento perteneciente a la organización sin fines de lucro Centro Cristiano Faro de la Esperanza, constituido legalmente en el Ecuador mediante acuerdo ministerial N° 0144 del 11 de septiembre del 2009. Su objetivo principal es la organización de campamentos cristianos gratuitos dirigidos a niños de escasos recursos que habitan en los barrios marginales del norte de Guayaquil. Sin embargo, el Ministerio también alquila sus instalaciones para la realización de eventos por parte de organizaciones externas, siendo sus clientes más importantes La Iglesia Evangélica La Alborada y El Ministerio Operación Movilización (OM).

El campamento tuvo su inicio en la visión de tres canadienses quienes habían estado rentando otras instalaciones para realizar programas de retiros con jóvenes. Ellos vieron el gran trabajo que Dios estaba realizando en la vida de los que participaban en los retiros y decidieron orar que Dios proveyera para que este ministerio de campamento creciera. En el año 2006, con la colaboración de iglesias de Canadá y Estados Unidos, conjuntamente con hermanos ecuatorianos el campamento fue construido. Así en el 2007 “Campamento el Faro” abrió sus puertas y se ha desarrollado para ubicarse entre uno de los más destacados campamentos cristianos del Ecuador.

El local se encuentra ubicado en el Km. 5 ½ de la Vía Data Posorja en el Recinto El Arenal-Cantón General Villamil Playas y está conformado por 4 cabañas con capacidad para 48 personas cada una, cocina, comedor-sala de conferencias, área deportiva y acceso directo a la playa; pudiendo albergar dentro de sus instalaciones a un máximo de 192 personas.



Figura 4. 2 - Espacios del Campamento.



Figura 4. 1 - Instalaciones del Campamento.

4.1.1 MISIÓN

Extender el evangelio de Cristo a toda criatura basados en el mandato del Señor de (Marcos 16:15). Para ello, estamos comprometidos en alcanzar con éste ministerio a la niñez, adolescencia, juventud, adultos, ancianos, matrimonios, sin distinción de sexo, cultura, raza, etnia, posición social, con una necesidad imperiosa de hacer un alto en sus vidas, en un lugar adecuado y apartado, para ser acercados al amor de Dios.

4.1.2 VISIÓN

Promover actividades en servicio a la Iglesia, que fomenten la devoción a Dios, la fraternidad y la instrucción bíblica, por medio de campamentos, retiros, seminarios, y recursos de capacitación cristiana entre las Iglesias de Cristo y sus miembros.

4.2 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Se realizó una profunda investigación que abarcó temas de interés para trabajar con el campamento; por ello se analizó el entorno y lugar de El Faro, fijándose en su entorno, los materiales que tienen, los elementos naturales que complementan, connotando lo divertido y dulce para apelar al lado emocional de los niños.

4.3 PRESENTACIÓN DEL RESULTADO DEL GRUPO FOCAL REALIZADO PARA CAMPAMENTO EL FARO

A continuación se detallarán los dibujos realizados por los tres grupos de niños durante el grupo focal. Para conocer con qué imágenes asocian los niños las palabras a expresarse en la señalética se elaboró un análisis de los dibujos realizados por los estudiantes separándolos por temáticas (objetos más dibujados). Las temáticas más utilizadas por los niños serán las escogidas para representar la señalética del Campamento El Faro en este trabajo. También se realizó un análisis de color.

Durante el grupo focal se entregó a los estudiantes una guía de preguntas, la cual se componía de la siguiente manera:

Pregunta 1.- Formas: ¿Cómo imaginas las señales para representar estos lugares?
Dibuja una señal para cada lugar.



Figura 4. 3 - Representación Porcentual “Estacionamiento”.

“Estacionamiento”	
Bus	73%
Disco pare	3%
Señal “E”	3%
Carro	7%
Portón principal del Campamento	10%
Nulo	3%

Tabla 4. 1 - Tabla “Estacionamiento”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que 22 de los 30 niños consultados escogieron representar a la señalética “Estacionamiento” con un bus, esto equivale al 73% de los consultados. Otras representaciones utilizadas fueron: “Disco Pare” 3%, “Señal E” 3%, “Automóvil” 7%, “Portón” 10% y finalmente el 3% de los niños dejó esa casilla en blanco.

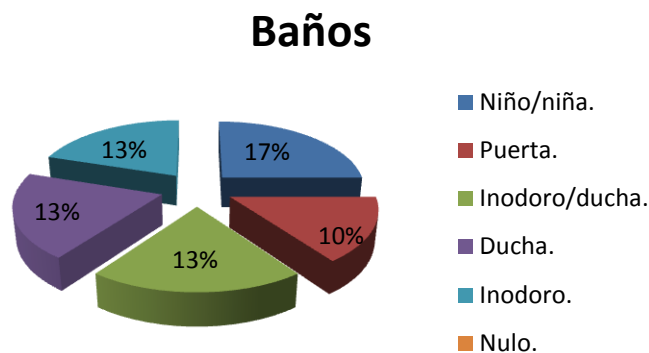


Figura 4. 4 - Representación Porcentual “Baños”.

“Baños”	
Hombre / mujer	17%
Puerta	10%
Inodoro	13%
Ducha	13%
Inodoro / ducha	13%

Tabla 4. 2 - Tabla “Baños”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que el 17% de los niños consultados escogieron representar a la señalética “Baños” con la clásica imagen de hombre/mujer. Otras representaciones utilizadas fueron: “Inodoro” 13%, y “Ducha” también con el 13%.

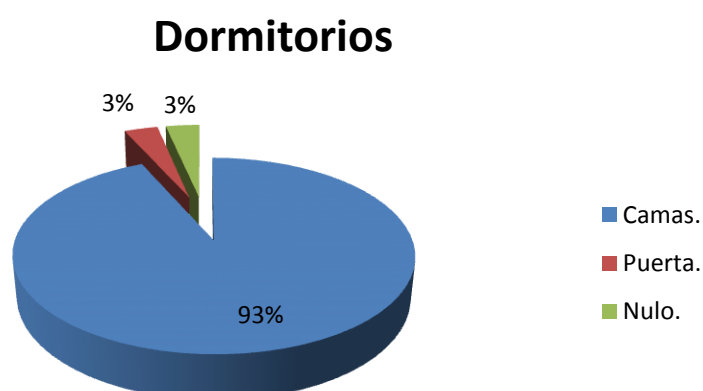


Figura 4. 5 - Representación Porcentual “Dormitorios”.

“Dormitorios”

Camas	93%
Puerta	3%
Nulo	3%

Tabla 4. 3 - Tabla “Dormitorios”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que 28 de los 30 niños consultados escogieron representar a la señalética “Dormitorios” con la imagen de camas, esto equivale al 93% de los consultados. Otra representación utilizada fue: “Puerta” con el 3% y finalmente el 3% restante de los niños dejó esa casilla en blanco.

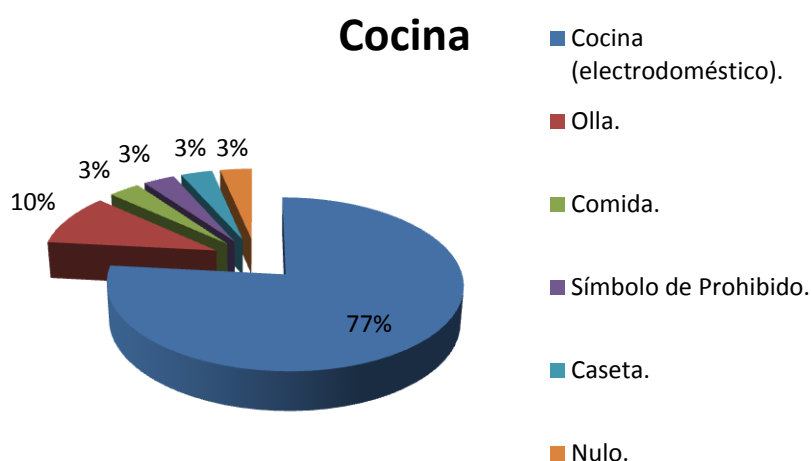


Figura 4. 6 - Representación Porcentual “Cocina”.

“Cocina”

Electrodoméstico	77%
Olla	10%
Comida	3%
Símbolo de prohibido	3%
Caseta	3%
Nulo	3%

Tabla 4. 4 - Tabla “Cocina”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que 23 de los 30 niños consultados escogieron representar a la señalética “Cocina” con una cocina (electrodoméstico), esto equivale al 77% de los consultados. Otras representaciones utilizadas fueron: “Olla”

10%, “Comida” 3%, “Símbolo de Prohibido” 3%, “Caseta” 3% y finalmente el 3% de los niños restantes dejó esa casilla en blanco.

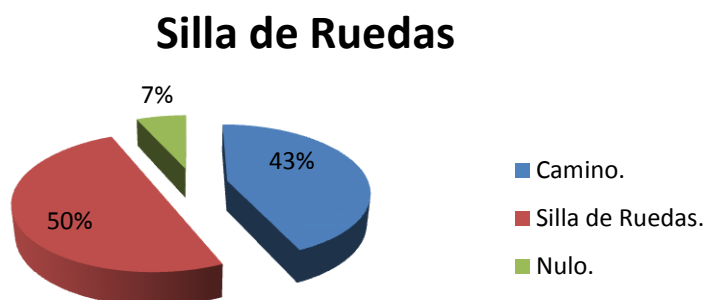


Figura 4. 7 - Representación Porcentual “Silla de Ruedas”.

“Silla de Ruedas”	
Camino	43%
Silla de ruedas	50%
Nulo	7%

Tabla 4. 5 - Tabla “Silla de Ruedas”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que 15 de los 30 niños consultados escogieron representar a la señalética “Silla de Ruedas” con una silla de ruedas, esto equivale al 50% de los consultados. Otra representación utilizada fue: un “Camino” con el 43% y finalmente el 3% de los niños dejó esa casilla en blanco.



Figura 4. 8 - Representación Porcentual “Área de Juegos”.

“Área de Juegos”

Cancha de deportes	70%
Juegos de mesa	3%
Columpio / Resbaladera	20%
Playa	3%
Nulo	3%

Tabla 4. 6 - Tabla “Área de Juegos”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que 21 de los 30 niños consultados escogieron representar a la señalética “Área de juegos” con un cancha de deportes, esto equivale al 71% de los consultados. Otras representaciones utilizadas fueron: “Columpio/Resbaladera” con el 20%, “Juegos de mesa” 3%, “Playa” 3% y finalmente el 3% de los niños dejó esa casilla en blanco.

Camino a la Playa

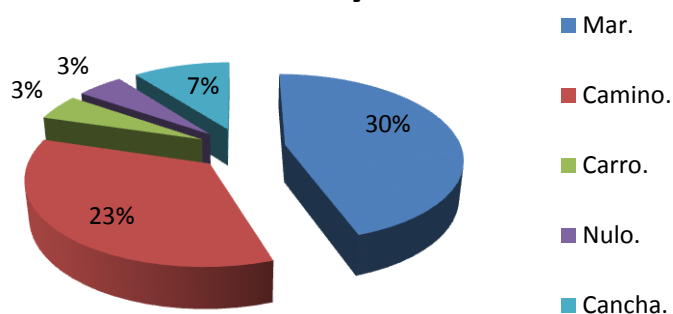


Figura 4. 9 - Representación Porcentual “Camino a la Playa”.

“Camino a la Playa”

Cancha de deportes	7%
Mar	30%
Camino	23%
Carro	3%
Nulo	3%

Tabla 4. 7 - Tabla “Camino a la Playa”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que 9 de los 30 niños consultados escogieron representar a la señalética “Camino a la Playa” con un “Mar”, esto equivale al 30% de los consultados. Otras representaciones utilizadas fueron: “Camino” 23%, “Cancha de Deportes” 7%, “Automóvil viajando” 3%, y finalmente el 3% de los niños dejó esa casilla en blanco.

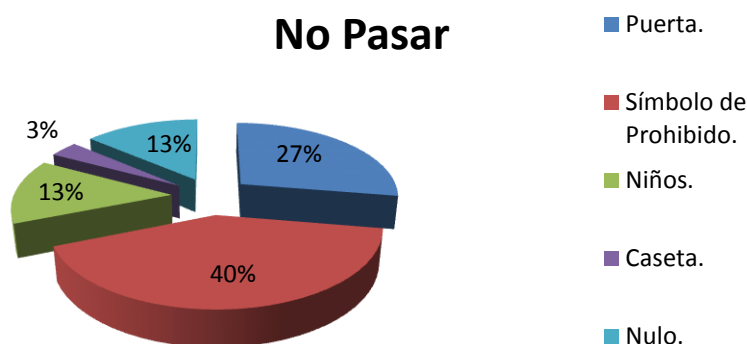


Figura 4. 10 - Representación Porcentual “No pasar”.

“No Pasar”	
Puerta	27%
Símbolo Prohibido	40%
Niños	13%
Caseta	3%
Nulo	13%

Tabla 4. 8 - Tabla “No Pasar”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que 12 de los 30 niños consultados escogieron representar a la señalética “No Pasar” con un símbolo de prohibición, esto equivale al 40% de los consultados. Otras representaciones utilizadas fueron: una “Puerta” con el 27%, “Niños” 13%, “Caseta” 3%, y finalmente el 13% de los niños dejaron esa casilla en blanco.

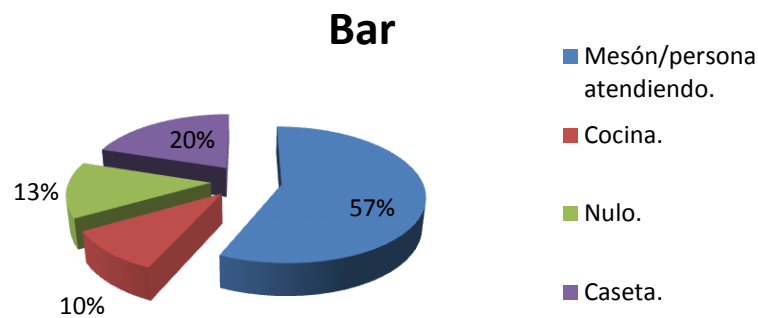


Figura 4. 11 - Representación Porcentual “Bar”.

“Bar”

Mesón/Persona Atendiendo	57%
Caseta	20%
Cocina	13%
Nulo	13%

Tabla 4. 9 - Tabla “Bar”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que 17 de los 30 niños consultados escogieron representar a la señalética “Bar” con un “Mesón/Persona Atendiendo”, esto equivale al 57% de los consultados. Otras representaciones utilizadas fueron: “Caseta” con el 20%, “Cocina” 13%, finalmente el 13% de los niños dejaron esa casilla en blanco.

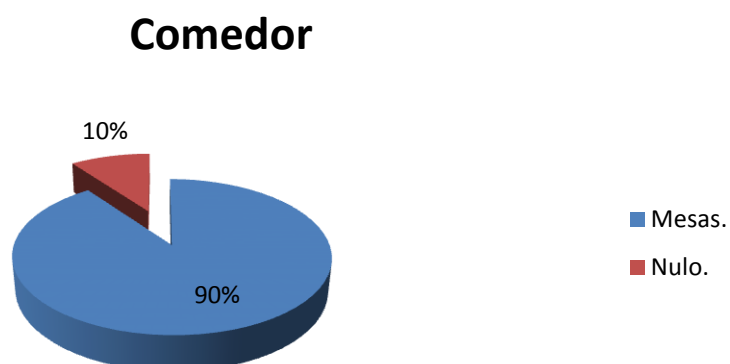


Figura 4. 12 - Representación Porcentual “Comedor”.

“Comedor”

Mesas	90%
Nulo	10%

Tabla 4. 10 - Tabla “Comedor”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que 27 de los 30 niños consultados escogieron representar a la señalética “Comedor” con “Mesas”, esto equivale al 90% de los consultados. En este caso la elección fue casi unánime a excepción de 2 niños (10%) que decidieron dejar esta opción en blanco.

Recepción

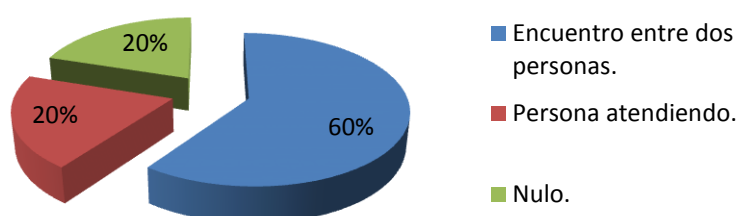


Figura 4. 13 - Representación Porcentual “Recepción”.

“Recepción”

Encuentro 2 personas	60%
Persona atendiendo	20%
Nulo	20%

Tabla 4. 11 - Tabla “Recepción”.

Los resultados de los tres grupos focales muestran que 18 de los 30 niños consultados escogieron representar a la señalética “Recepción” como el “Encuentro entre dos personas”, esto equivale al 60% de los consultados. Otra representación utilizada fueron: “Persona atendiendo” 20%, y finalmente el 20% de los niños dejaron esa casilla en blanco.

Pregunta 2.- Colores: ¿De qué color imaginas cada lugar? Pinta el recuadro del color que piensas mejor representa cada lugar.

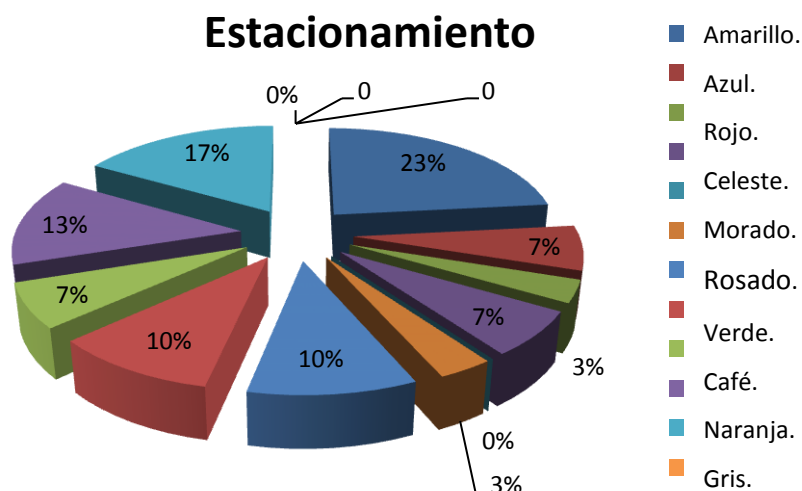


Figura 4. 14 - Representación Porcentual “Estacionamiento”.

“Estacionamiento”	
Amarillo	23%
Negro	17%
Gris	13%

Tabla 4. 12 - Tabla “Estacionamiento”.

Los colores mayormente escogidos en esta categoría son: Amarillo 23%, Negro 17% y Gris 13%.

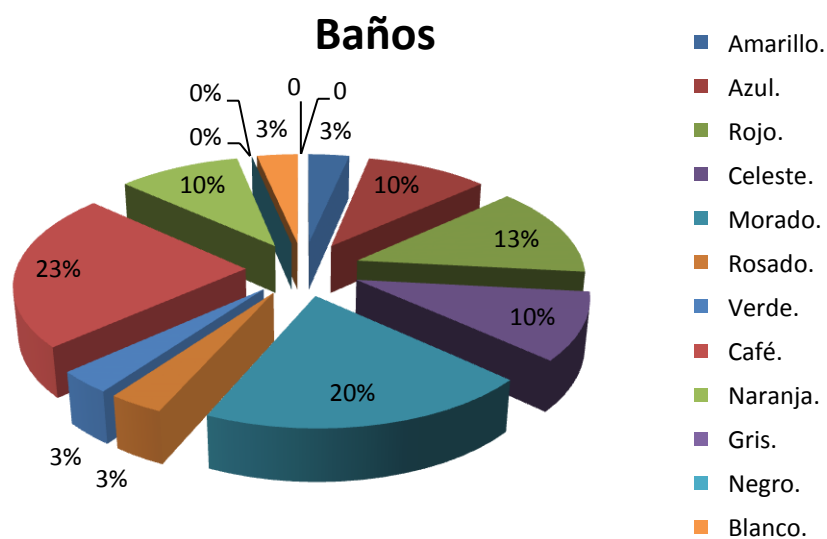


Figura 4. 15 - Representación Porcentual “Baños”.

“Baños”	
Café	23%
Morado	20%
Celeste	10%
Naranja	10%
Azul	10%

Tabla 4. 13 - Tabla “Baños”.

Los colores mayormente escogidos por los niños en esta categoría son: Café 23%, Morado 20%, Celeste, Naranja y Azul 10%.

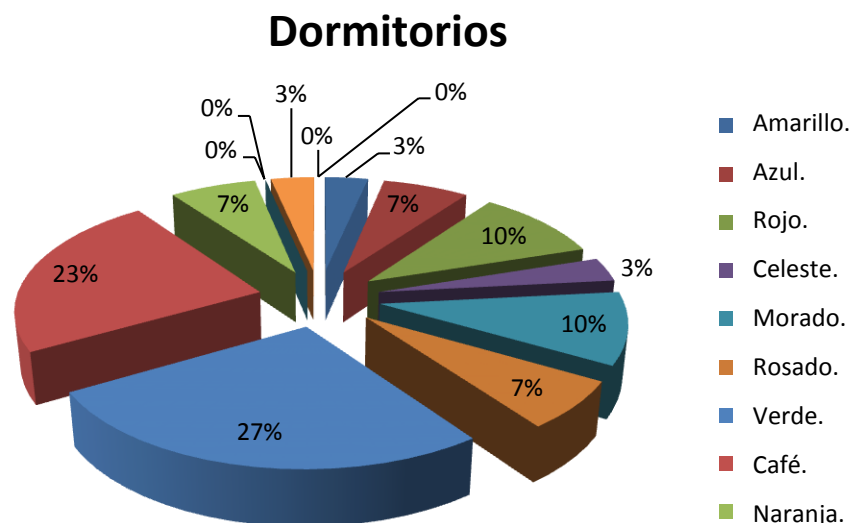


Figura 4. 16 - Representación Porcentual “Dormitorios”.

“Dormitorios”	
Verde	27%
Café	23%

Tabla 4. 14 - Tabla “Dormitorios”.

Los colores mayormente escogidos en esta categoría son: Verde 27% y Café 23%.

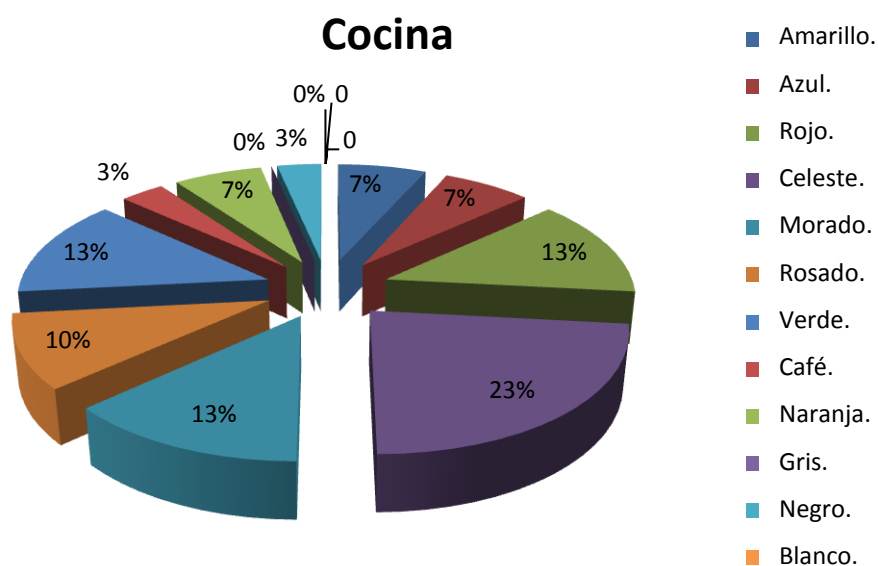


Figura 4. 17 - Representación Porcentual “Cocina”.

“Cocina”

Celeste	23%
Rojo	13%
Morado	13%
verde	13%

Tabla 4. 15 - Tabla “Cocina”.

Los colores mayormente escogidos en esta categoría son: Celeste 23%, Rojo 13%, Morado 13% y Verde 13%.

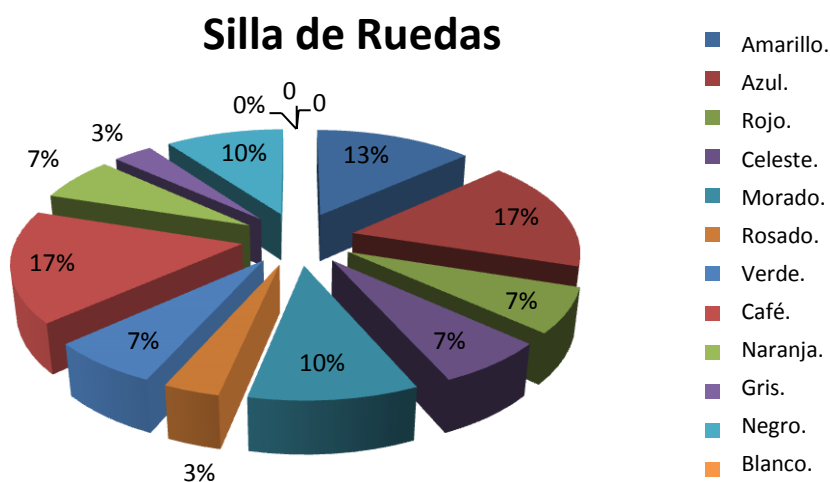


Figura 4. 18 - Representación Porcentual “Silla de Ruedas”.

“Silla de Ruedas”

Azul	17%
Café	17%
Amarillo	13%

Tabla 4. 16 - Tabla “Silla de Ruedas”.

Los colores mayormente escogidos en esta categoría son: Azul y Café 17%; y Amarillo 13%.

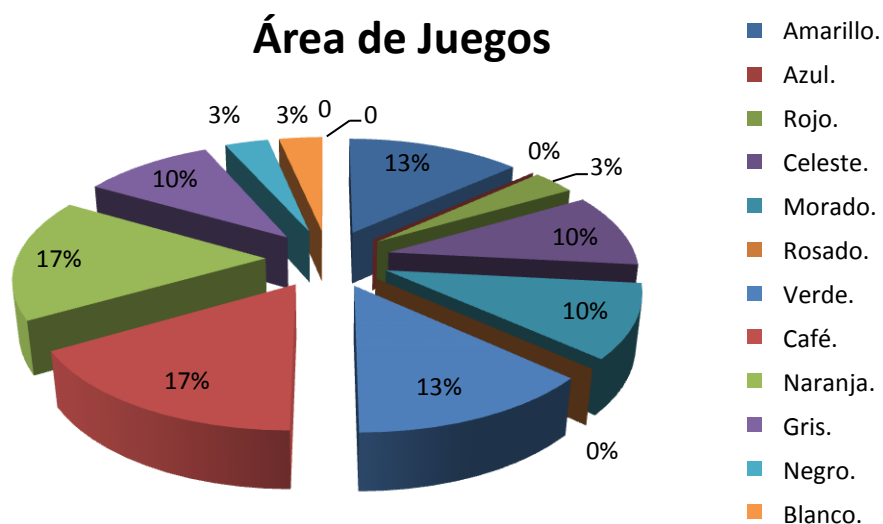


Figura 4. 19 - Representación Porcentual "Área de Juegos".

"Área de Juegos"	
Naranja	17%
Café	17%
Amarillo	13%
Verde	13%

Tabla 4. 17 - Tabla "Área de Juegos".

Los colores mayormente escogidos en esta categoría son: Café y Naranja 17%; y Verde y Amarillo 13%.

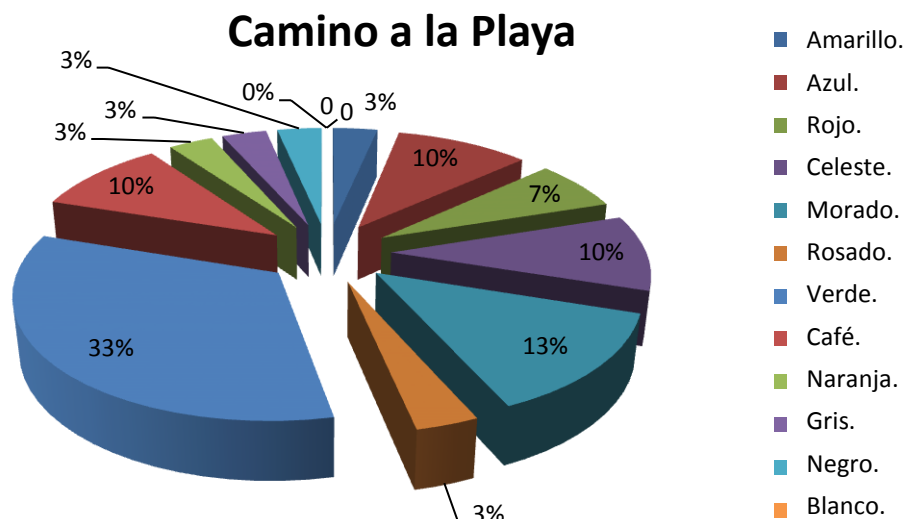


Figura 4. 20 - Representación Porcentual “Camino a la Playa”.

“Camino a la Playa”	
Verde	33%
Morado	13%
Azul	10%
Café	10%
Celeste	10%

Tabla 4. 18 - Tabla “Camino a la Playa”.

Los colores mayormente escogidos en esta categoría son: Verde 33%, Morado 13%, Azul, Café y Celeste 10%.

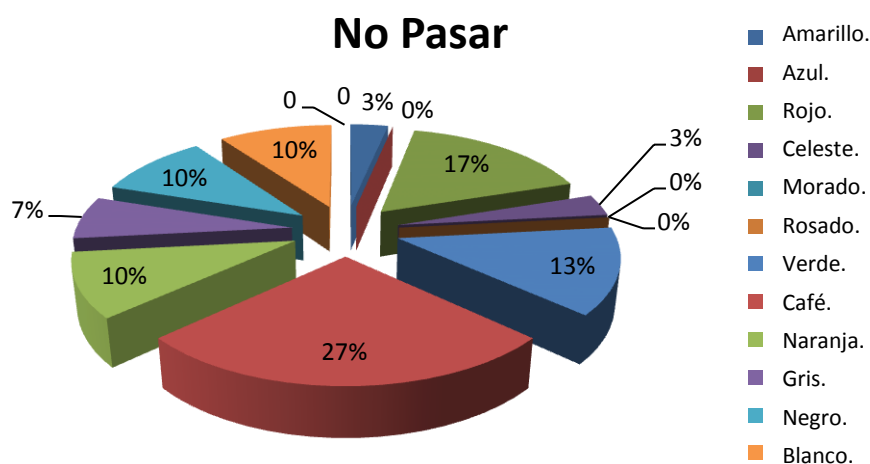


Figura 4. 21 - Representación Porcentual “No Pasar”.

“No Pasar”

Café	27%
Rojo	17%
Verde	13%

Tabla 4. 19 - Tabla “No Pasar”.

Los colores mayormente escogidos en esta categoría son: Café 27%, Rojo 17% y Verde 13%.

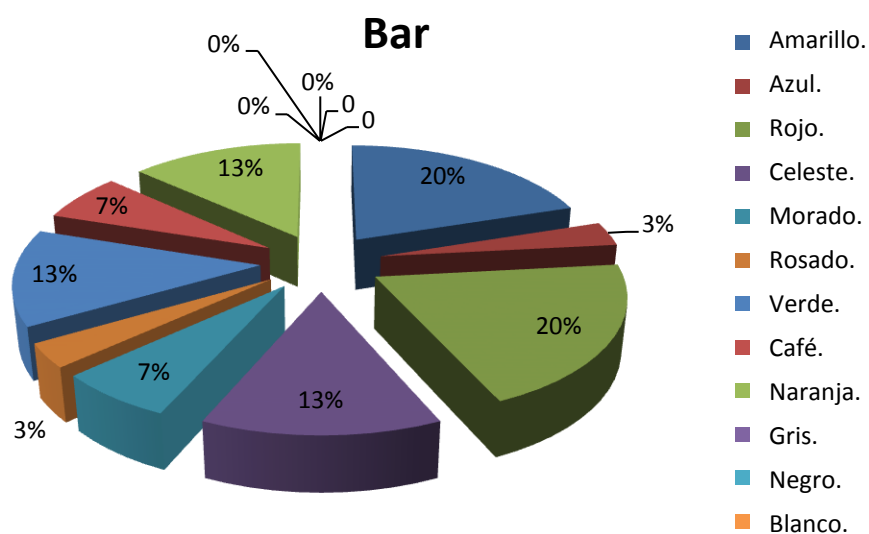


Figura 4. 22 - Representación Porcentual “Bar”.

“Bar”

Amarillo / Rojo	20%
Naranja	13%
Celeste / Verde	13%

Tabla 4. 20 - Tabla “Bar”.

Los colores mayormente escogidos en esta categoría son: Amarillo y Rojo 20%, Naranja 13%, Celeste 13% y Verde 13%.

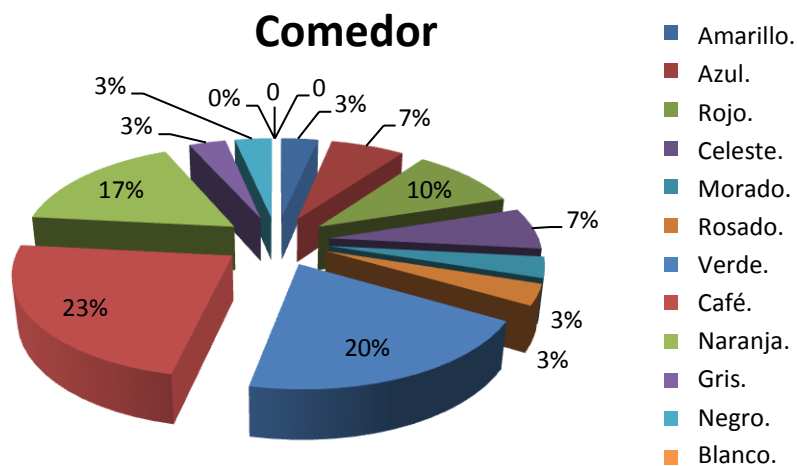


Figura 4. 23 - Representación Porcentual “Comedor”.

“Comedor”	
Café	23%
Verde	20%
Naranja	17%

Tabla 4. 21 - Tabla “Comedor”.

Los colores mayormente escogidos en esta categoría son: Café 23%, Verde 20% y Naranja 17%.

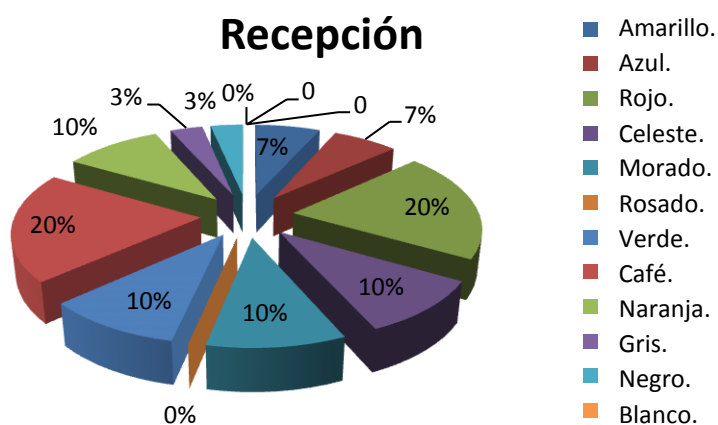


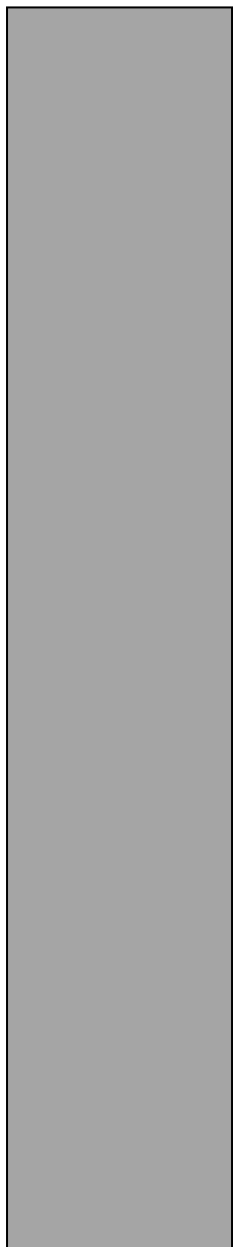
Figura 4. 24 - Representación Porcentual “Recepción”.

“Recepción”	
Café	20%
Rojo	20%

Tabla 4. 22 - Tabla “Recepción”.

Los colores mayormente escogidos en esta categoría son: Café 20% y Rojo 20%.

Los colores seleccionados, casi como un lenguaje codificado que muy pocos lo pueden llegar a entender, nos indican que los infantes son nobles, extrovertidos, llenos de amor y alegría, han representado al Campamento el Faro como un lugar de convivencia en el cual crean vínculos con su entorno y donde pueden juntarse con su parte espiritual y religiosa, desean colores que representen mucho sus sentimientos y emociones más profundas; como se puede conocer en base a los colores rojo, café, celeste y naranja que demuestran mayoritariamente una asociación entre los infantes y sus sentimientos hacia los demás, creados durante las convivencias en las instalaciones del campamento.



CAPÍTULO 5

FINANCIAMIENTO

5 FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo físico de la señalética institucional del campamento el Faro, se necesita un presupuesto para la elaboración de la misma. El presupuesto para este desarrollo se conoce gracias a un análisis previo de todos los elementos a usarse para la implementación de las señales y en la fabricación de la misma, así como la mano de obra de los maestros de la zona de Playas.

5.1 COTIZACIONES

Las cotizaciones que aquí se presentan se realizaron con cuatro artesanos: Whilper Chalén, José Yagual, “El Rey del Muyuyo” y José Sotomayor.

WHILPER CHALÉN

FECHA:	04-feb-13	
NOMBRE	CAMPAMENTO "EL FARO"	
CANTIDAD	CONCEPTO	TOTAL
1	Señalética 55,5 x 78,8 más poste de algarrobo de 2mts (bus)	55
1	Señalética 55,5 x 78,8 más poste de algarrobo de 2mts (ingreso al faro)	55
1	Señalética 100x 60 más postes de algarrobo de 2mts (bienvenido) op1	70
	TOTAL	180
Opcional	Señalética 100x 160 (bienvenido) op2	85

Tabla 5. 1 - Cotización 1.

JOSÉ YAGUAL

FECHA:	04-feb-13	
NOMBRE	CAMPAMENTO "EL FARO"	
CANTIDAD	CONCEPTO	TOTAL
1	Señalética 55,5 x 78,8 más poste de algarrobo de 2mts (bus)	45
1	Señalética 55,5 x 78,8 más poste de algarrobo de 2mts (ingreso al faro)	45
1	Señalética 100x 60 más postes de algarrobo de 2mts (bienvenido) op1	50
	TOTAL	140
Opcional	Señalética 100x 160 (bienvenido) op2	80

Tabla 5. 2 - Cotización 2.

EL REY DEL MUYUYO

FECHA:	30-ene-12	
NOMBRE	CAMPAMENTO "EL FARO"	
CANTIDAD	CONCEPTO	TOTAL
1	Señalética 55,5 x 78,8 más poste de algarrobo de 2mts (bus)	30
1	Señalética 55,5 x 78,8 más poste de algarrobo de 2mts (ingreso al faro)	30
1	Señalética 100x 60 más postes de algarrobo de 2mts (bienvenido) op1	30
	TOTAL	90
Opcional	Señalética 100x 160 (bienvenido) op2	30

Tabla 5. 3 - Cotización 3.

JOSÉ SOTOMAYOR

FECHA:	15-ene-13	
NOMBRE	CAMPAMENTO "EL FARO"	
CANTIDAD		
	CONCEPTO	TOTAL
11	Señalética 46 x 60 más poste de algarrobo de 2mts	165
1	Señalética 55,5 x 78,8 más poste de algarrobo de 2mts (ingreso al faro por la playa)	40
1	Señalética 100x 60 más postes de algarrobo de 2mts (bienvenido) op1	60
	TOTAL	265

Tabla 5. 4 - Cotización 4.

5.2 ANÁLISIS DEL GASTO DE LA GRÁFICA

Tomando en cuenta los valores, se trabajará con el artesano de Javier Sotomayor, ya que los precios que él ofrece son los más convenientes para el campamento.

5.3 GASTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN

La siguiente lista tiene los gastos que conlleva implementar la señalética:

- Transporte: \$50 → 1 camioneta.
- Cemento para fijar los poste: \$50→ 7 sacos.
- Mano de obra: \$50 → 2 personas.

5.4 ANÁLISIS DE GASTO DE LA INSTALACIÓN

Los materiales que se presentan serán comprados en la ferretería Disensa de Playas, en este caso solo el cemento.

5.5 COSTO TOTAL DE LA OPERACIÓN

A continuación se mostrará los costos de ejecución, incluyendo los gastos necesarios para la realización de la señalética en físico.

Elaboración de la señalética \$270

<i>Transportación</i>	\$50
<i>Cemento</i>	\$50
<i>Mano de obra</i>	\$50

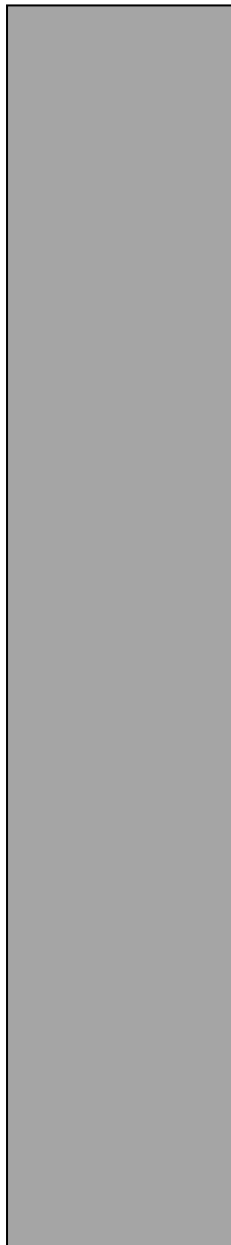
Tabla 5. 5 - Tabla total de gastos.

5.6 ANÁLISIS DEL TOTAL DE GASTOS

El total de los gastos es de \$420, con el que se realizará la elaboración e instalación de la señalética.

5.7 FINANCIACIÓN

La realización de proyecto correrá por gastos del campamento, en conversaciones con ellos, nos dijeron que tienen previsto realizarlo a finales de la temporada de vacaciones que es cuando cuentan con dinero por concepto del alquiler de las instalaciones del Campamento el Faro.



CAPÍTULO 6

DESARROLLO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

6 GRUPO OBJETIVO

Nuestra estrategia comunicacional se direcciona a los usuarios internos y externos del campamento El Faro. Los internos son los colaboradores y trabajadores de la institución, los usuarios externos son los niños, jóvenes y adultos tanto nacionales como extranjeros que asisten a las instalaciones del campamento.

6.1 MODELO DE EMPATÍA



Figura 6. 1 - Modelo de Empatía del G.O.

El modelo de empatía es una herramienta útil que ayudará a obtener de manera clara los pensamientos y conocimientos sólidos del grupo objetivo, para poder entender sus visiones, opiniones y necesidades.

6.2 OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

El principal objetivo de comunicación es desarrollar una línea gráfica institucional para la fundación, que pueda ser adaptada y utilizada para futuros medios y soportes, aplicaciones internas, tales como la papelería y señalética.

El proyecto busca la realización de una mejora en la identidad gráfica del campamento, especialmente en el diseño de un manual de señalética e imagen institucional que permita mejorar la experiencia del grupo objetivo.

6.3 PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN

6.3.1 ¿CÓMO REALIZAR LA ESTRATEGIA?

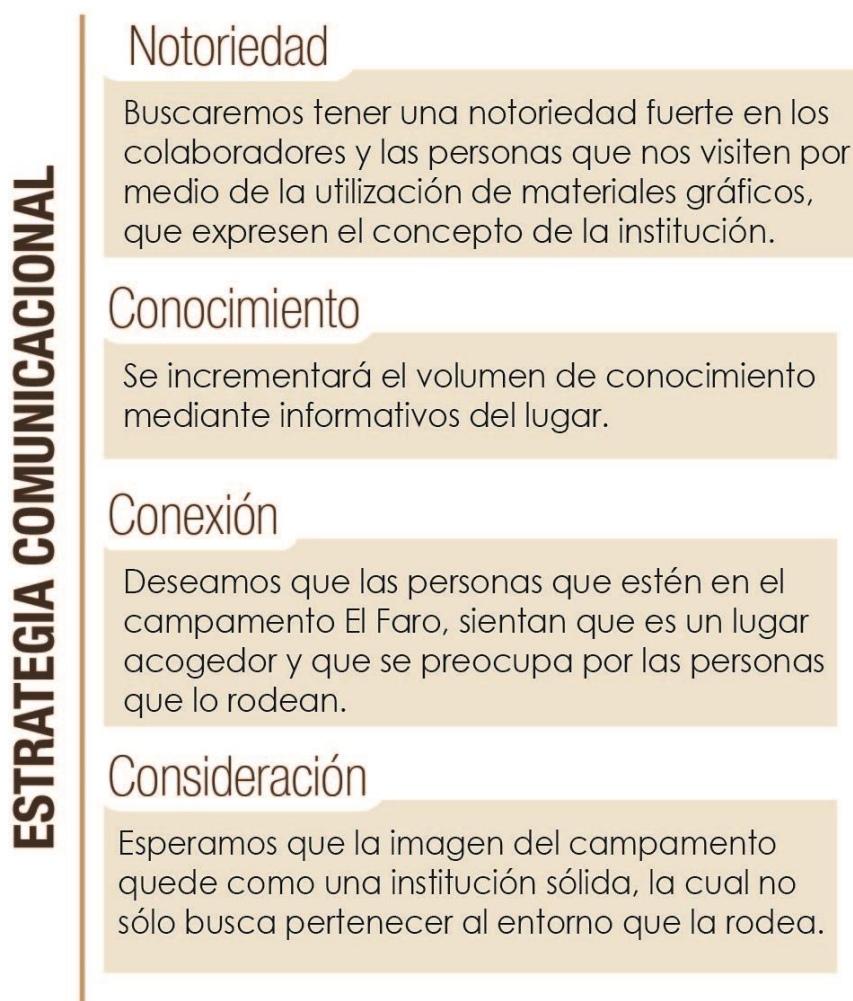


Figura 6. 2 - Esquema Objetivo de Comunicación (1).

6.3.2 ¿CÓMO SE MEDIRÁ LA ESTRATEGIA?

ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Notoriedad

Con la implementación de la señalética los visitantes como los colaboradores tendrán una mayor facilidad del uso de las instalaciones y vean la identidad gráfica del campamento.

Conocimiento

Se instalarán gráficos donde los usuarios conocerán donde queda cada área del campamento.

Conexión

En la fácil ubicación de las instalaciones se podrá medir la aceptación y fácil distinción de la señalética por parte de los niños.

Consideración

La buena orientación en el campamento es el objetivo de este proyecto, así que se espera que los niños se orienten por las distintas áreas del mismo.

Figura 6.3 - Esquema Objetivo de Comunicación (2).

6.4 MODELO TOUCH POINT

Lo que se espera después de la estrategia de comunicación es que el modelo de touch point quede de la siguiente manera:

- Pagado: Papelería, señalética.
- Propio: Papelería, señalética.
- Ganado: Nueva imagen institucional, reconocimiento.

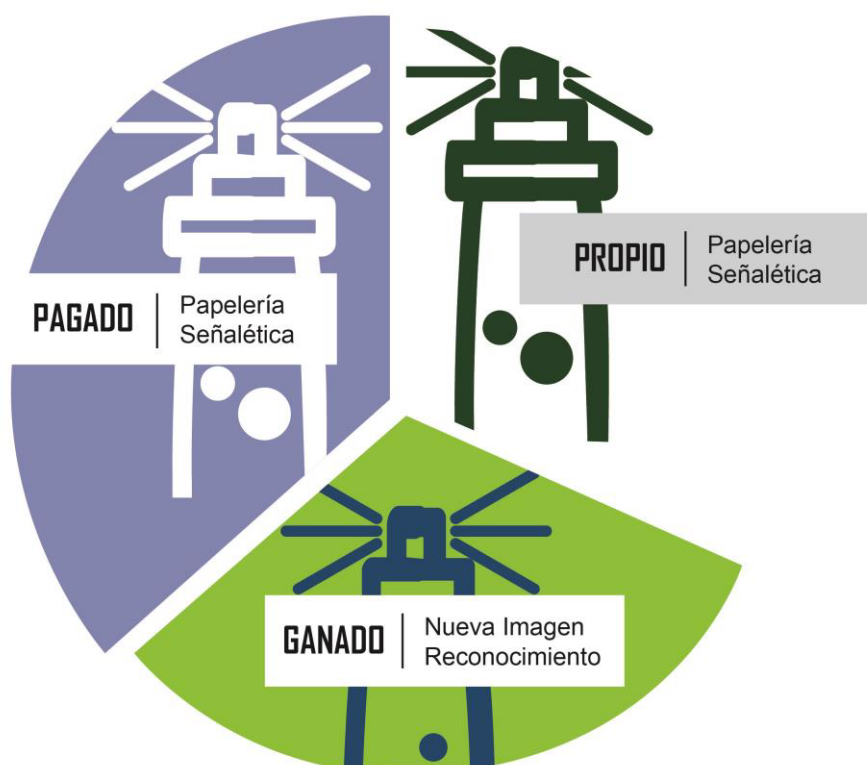


Figura 6. 4 - Modelo Touch Point.

6.5 CONCEPTO INICIAL

Actualmente el campamento cuenta con serios problemas de identidad gráfica, los cuales son especialmente notorios en la falta de una señalización adecuada que delimite los usos y propósitos de las facilidades del establecimiento. El proyecto busca la realización de una mejora en la identidad gráfica del campamento para brindar una mejor experiencia a sus visitantes.

- **Internamente** - Desarrollaremos el diseño de papelería institucional e informativa a la par con el desarrollo de la señalética, permitiendo que los

usuarios internos (colaboradores y trabajadores) se identifiquen con la organización y se familiaricen con su identidad gráfica.

- **Externamente** – Se diseñarán soportes físicos para la señalética de la organización, entre ellos: el identificador en la entrada principal, descripción de espacios, mapas del lugar, rutas de evacuación, etc.

Con el desarrollo de la señalética adecuada y la papelería institucional se generará una mejor experiencia para los usuarios además de permitir un mayor conocimiento por parte de personas ajenas a la institución, como punto importante a este desarrollo, se permitirá una incorporación por parte de los colaboradores y trabajadores, al sentirse parte de una institución cuya imagen es recordada y valorada.

Es así como se crea una filosofía institucional global entre los trabajadores permitiendo desarrollarse y sentirse como parte de una gran familia.

6.6 MANUAL DE SEÑALÉTICA

Uno de los principales objetivos y resultados del presente trabajo fue la elaboración de un manual de señalética para las instalaciones del Campamento el Faro.

Con el desarrollo de la señalética adecuada y la papelería institucional se generará una mejor experiencia para los usuarios además de permitir un mayor conocimiento por parte de personas ajenas a la institución.

Además la institución gana de forma física el desarrollo de una señalética atractiva y de fácil reconocimiento, al igual que su papelería institucional. También se crearán puntos informativos como mapa del lugar, con el cual los usuarios sabrán donde se encuentran las áreas dentro de la institución.



Introducción

El presente trabajo es un manual de estandarización de la señalética del Campamento El Faro, el cual fue desarrollado para cubrir las necesidades de orientación, información e interpretación que pudieran presentar los visitantes de las instalaciones del campamento. La fidelidad al presente manual constituye un elemento imprescindible para el manejo coherente de la imagen del campamento, por lo que resulta imperativo que sea tomado en cuenta por cualquier profesional encargado de su ejecución.

Este manual nace como una respuesta a la falta de una señalización adecuada que delimite los usos y propósitos de las instalaciones del campamento. El proyecto busca mejorar la experiencia de visita de los usuarios del mismo, los cuales se conforman principalmente de niños y adolescentes de 6 a 18 años que habitan en las zonas urbano marginales del norte de la ciudad de Guayaquil y pertenecen al Ministerio El Faro de la Esperanza. Anteriormente había confusión y descontento entre los mismos, ya que las distintas zonas del establecimiento no estaban debidamente delimitadas.

Se tomaron medidas para que los diseños contenidos en el presente manual sean fácilmente reconocidos por los niños, por lo que se utilizaron métodos investigativos para conocer cuáles imágenes o íconos eran de más fácil comprensión para ellos. Adicionalmente se escogieron dos tipos de madera de bajo costo y de amplia utilidad (Algarrobo y Muyuyo) como materiales para la realización de la señalética. Dichos materiales son altamente abundantes a lo largo del cantón Playas, lugar donde se emplaza el campamento. La facilidad para la obtención de dichos tipos de madera y su bajo costo, así como la participación de los niños en el desarrollo del manual contribuyen al éxito y sostenibilidad del proyecto.

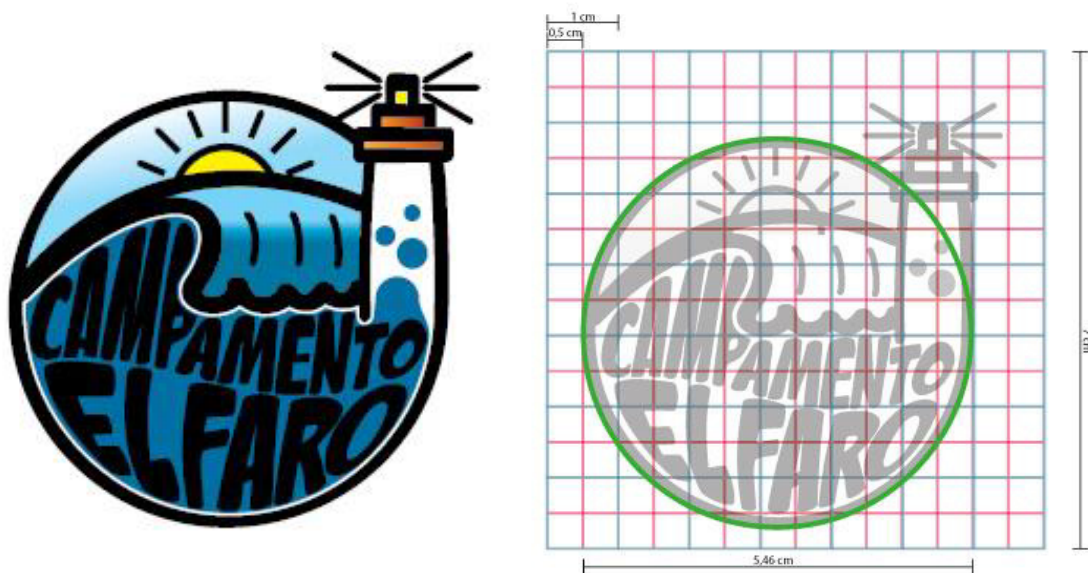


Logotipo

El objetivo del diseño del logotipo del CAMPAMENTO EL FARO es que represente e identifique a la institución, de forma que cualquier persona que tenga algún tipo de contacto con el logo distinga de forma inmediata a que institución corresponde.

Para el diseño del logo se utilizaron formas llamativas y una variedad de colores para captar la atención de los niños, ya que ellos son los principales protagonistas de las actividades que se realizan en las instalaciones del campamento.

El logotipo está estructurado básicamente en un círculo que es interrumpido por un faro. El círculo es la representación del mundo, en el que vivimos y estamos ahora. El sol asomado nos dice que en esta tierra hay luz, pero esta va y viene, no es una luz permanente lo cual representa las ideologías e ideas de los hombres que muchas veces inician por un buen camino pero en muchas ocasiones se desvían y su luz se apaga. La ola en un símbolo de frescura la cual nos indica que todavía hay un mensaje fresco el cual nos puede llegar, también tiene un significado espiritual ya que el Espíritu de Dios se lo representa como agua. Por último la representación del Faro es la ruptura que este mundo y que la Luz que emana nos lleva a otro lugar mejor, fuera de este mundo.



Cromatismo del logo



C=0% M=0% R=26 G=23
Y=0% K=100% B=27



C=100% M=19% R=0 G=107
Y=0% K=32% B=161



C=100% M=0% R=0 G=111
Y=0% K=40% B=159



C=47% M=0% R=142 G=211
Y=0% K=0% B=241



C=0% M=0% R=255 G=237
Y=0% K=100% B=0



C=0% M=50% R=242 G=148
Y=0% K=100% B=0



C=0% M=90% R=184 G=45
Y=85% K=26% B=38

Cromatismo del manual



C=100% M=0%
Y=0% K=40%



C=0% M=0%
Y=100% K=0%



C=0% M=0%
Y=0% K=100%

Para la realización del manual hemos tomado tres de los colores que componen la marca de El Campamento el Faro. Se escogió un color cálido (amarillo) y otro frío (azul) para que haya un equilibrio en el documento. El negro es utilizado para las letras que componen los textos de este manual.

Tipografías

Barmeno Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Barmeno Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Gotham Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Gotham Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

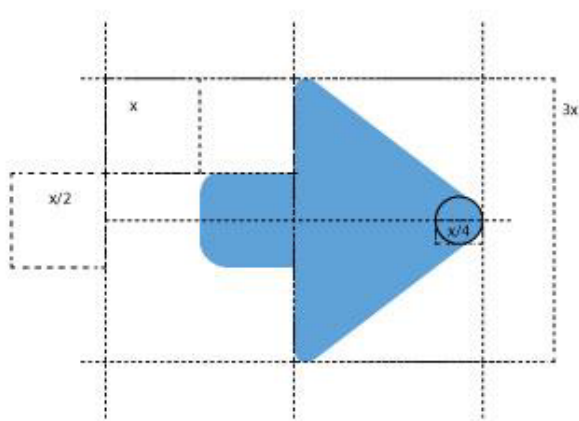
Helvetica Neue Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

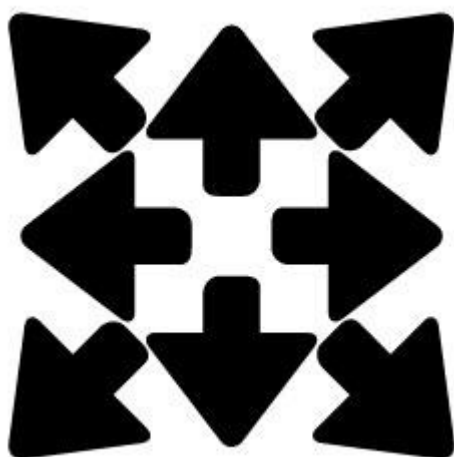
1234567890

Flechas



Las flechas son indicadoras de dirección para una mejor ubicación en el espacio, estas se utilizan para indicar los diferentes caminos a elegir.

Debido a que el campamento sólo cuenta con un camino recto que lleva a las diferentes localidades del lugar por ahora no es imprescindible la utilización de las mismas, aun así se incluyen en el presente manual en caso de llegar a ser necesario utilizarlas.



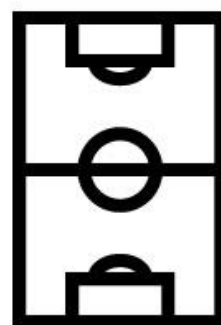
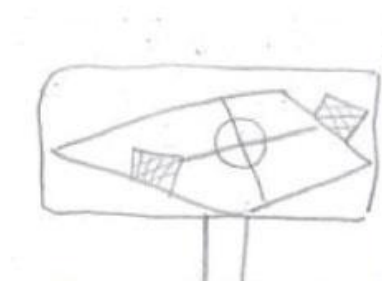
Íconos

La elección de cada ícono trata de representar los gráficos realizados por los niños del grupo focal. Escogimos uno que represente la tendencia gráfica realizado por los niños. En total son 11 íconos que representan las distintas localidades del campamento.

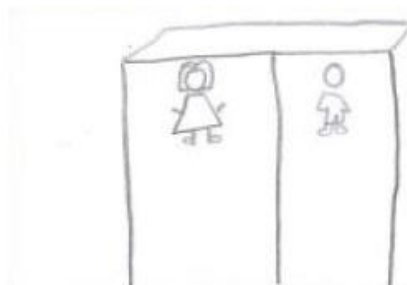
No pasar



Área de juego



Baño niños



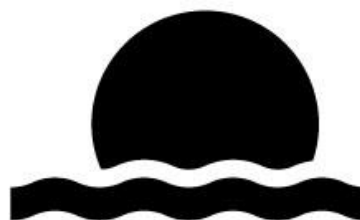
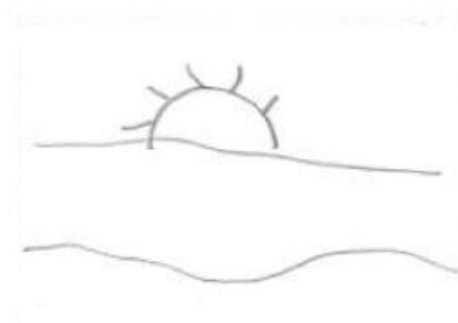
Bar



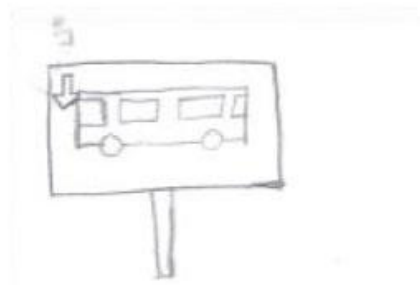
El ícono del bar es una excepción ya que entre bar y recepción las gráficas realizadas por los niños tenían mucha similitud. Escogimos el segundo dibujo más representativo.



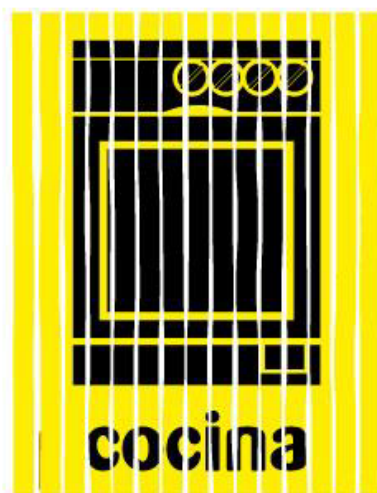
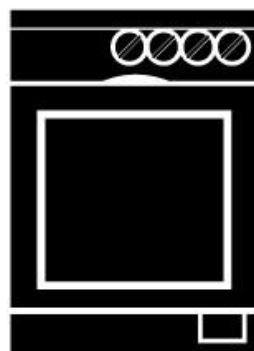
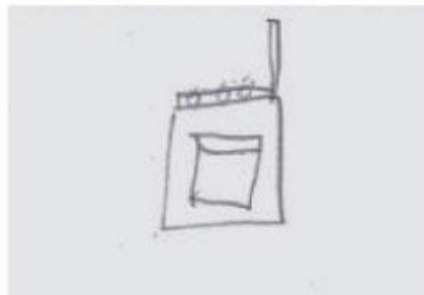
Camino a la playa



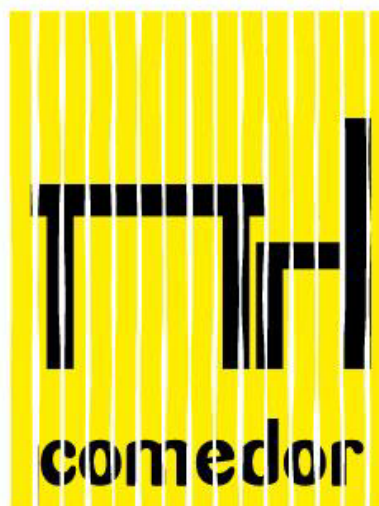
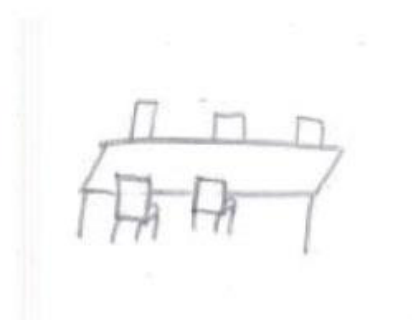
Paradero



Cocina



Comedor



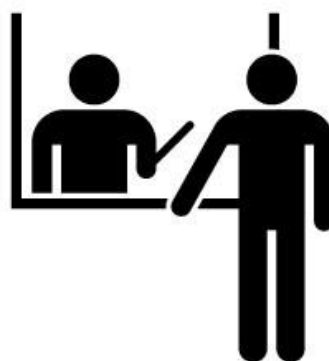
Dormitorios



Silla de
ruedas



Recepción



Estructura



La estructura de cada señalética está construida de ramas de muyuyo cortadas a la mitad, obteniendo una especie de medio cilindro. La parte lisa de esta servirá para pintar cada ícono.

El poste que sostendrá la estructura anterior será un tronco de algarrobo enterrado en el suelo para mayor fijación y evitar que caiga.

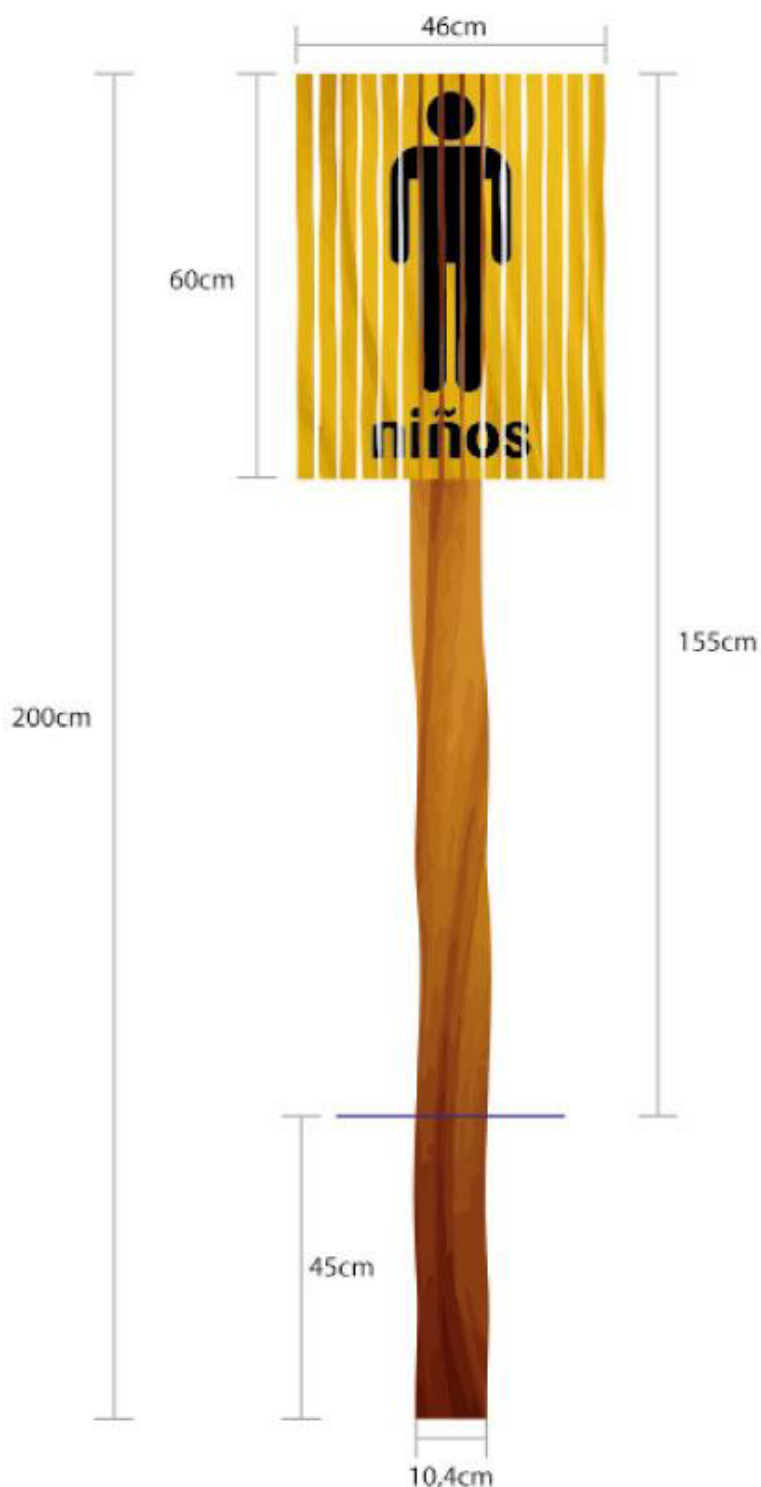
Estructura



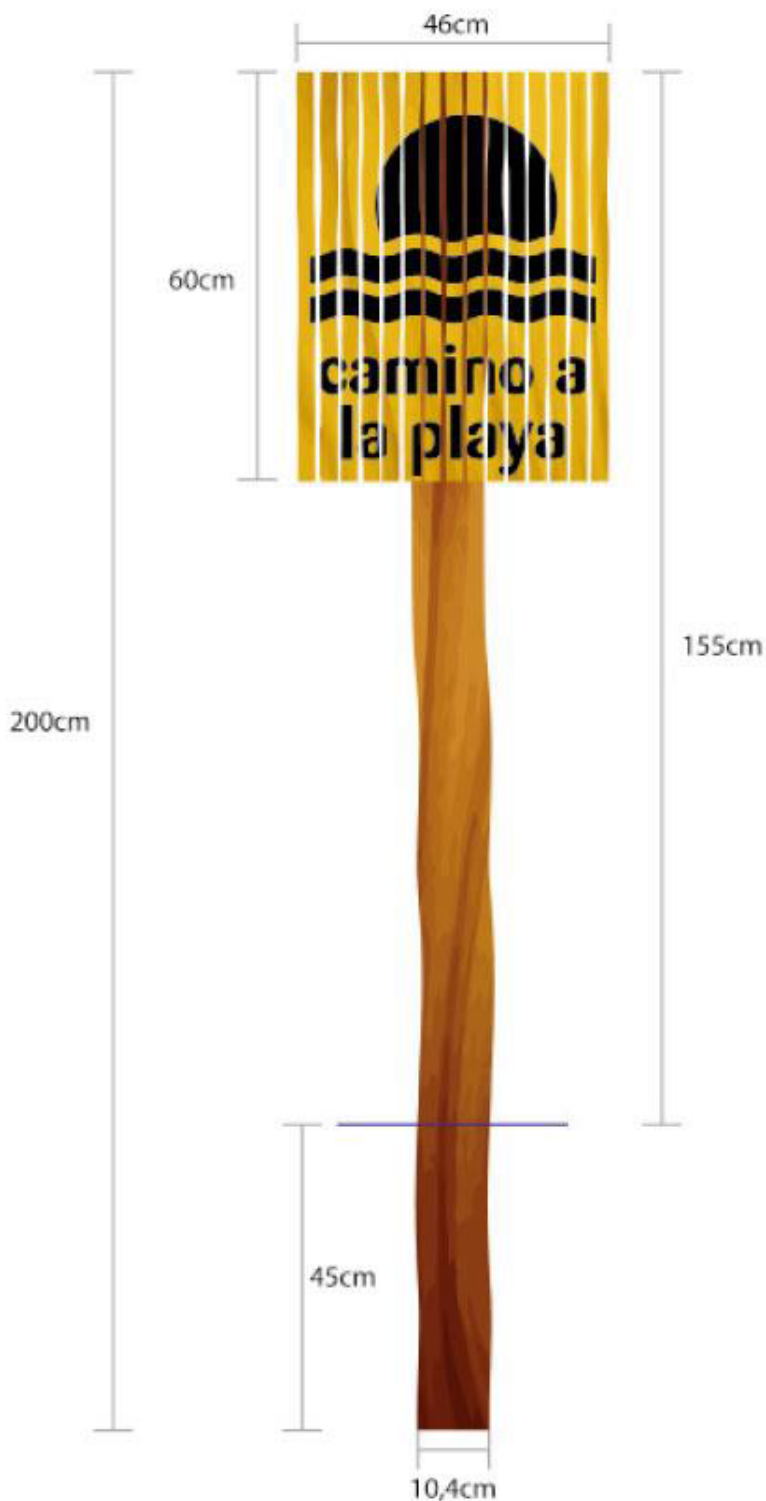
Señalética



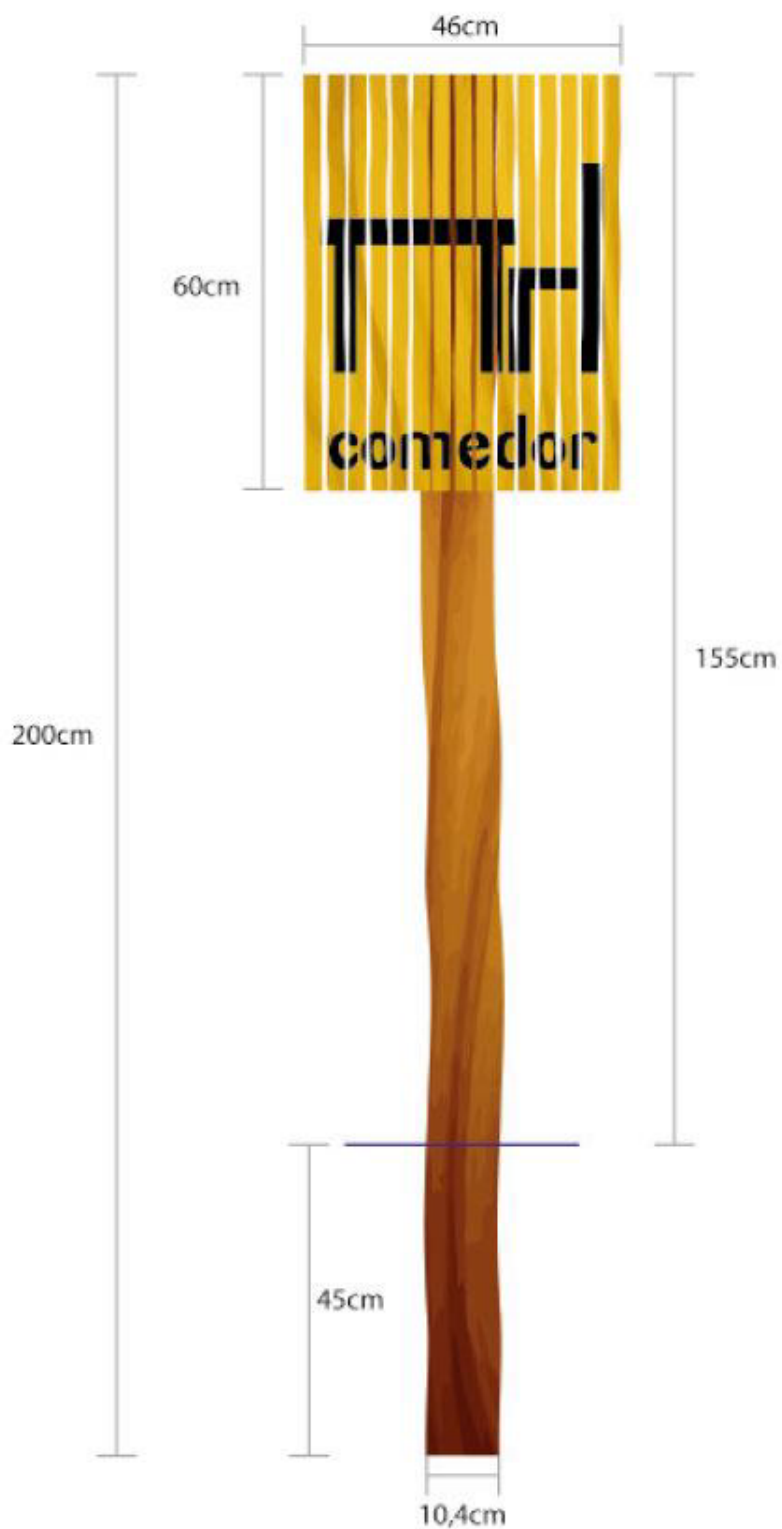


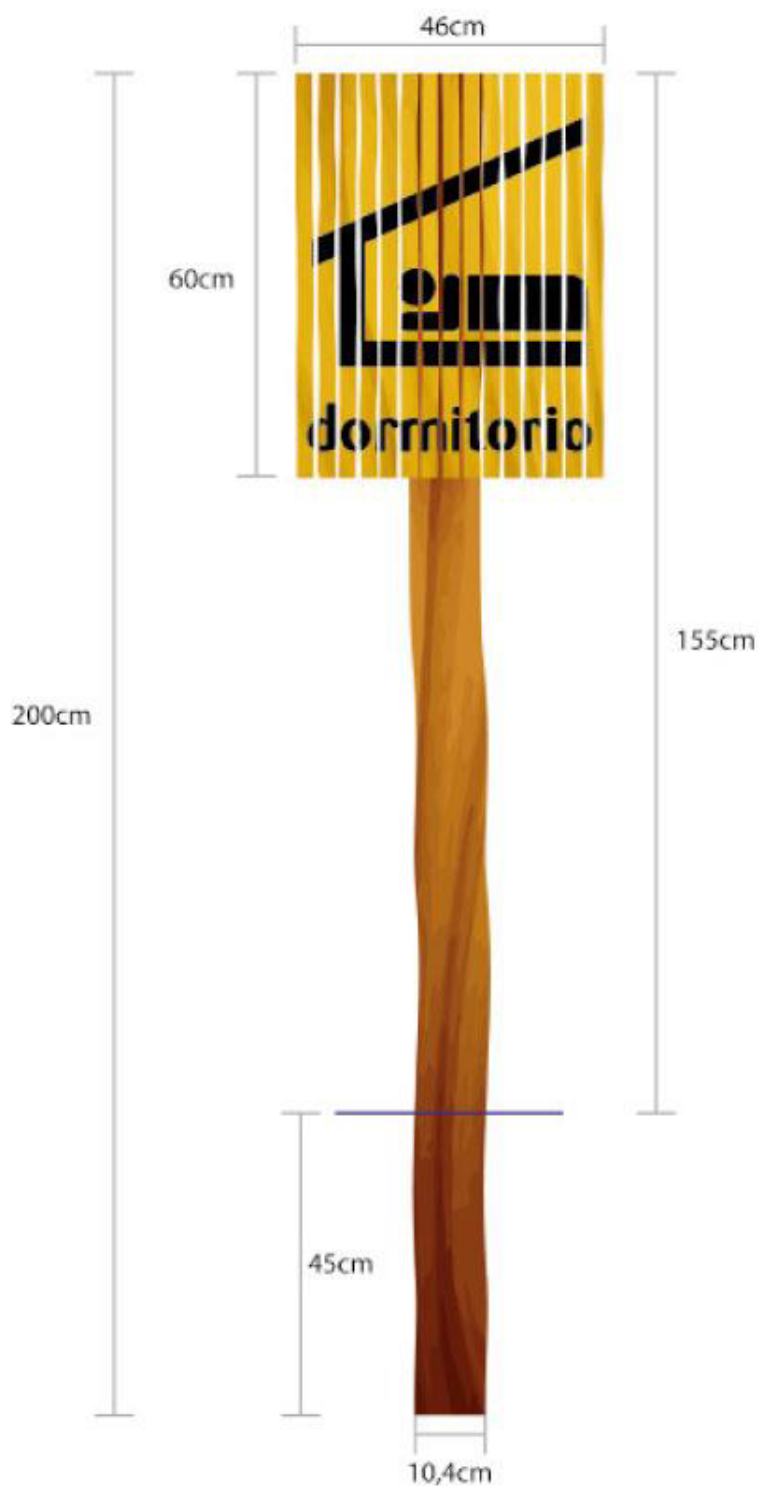






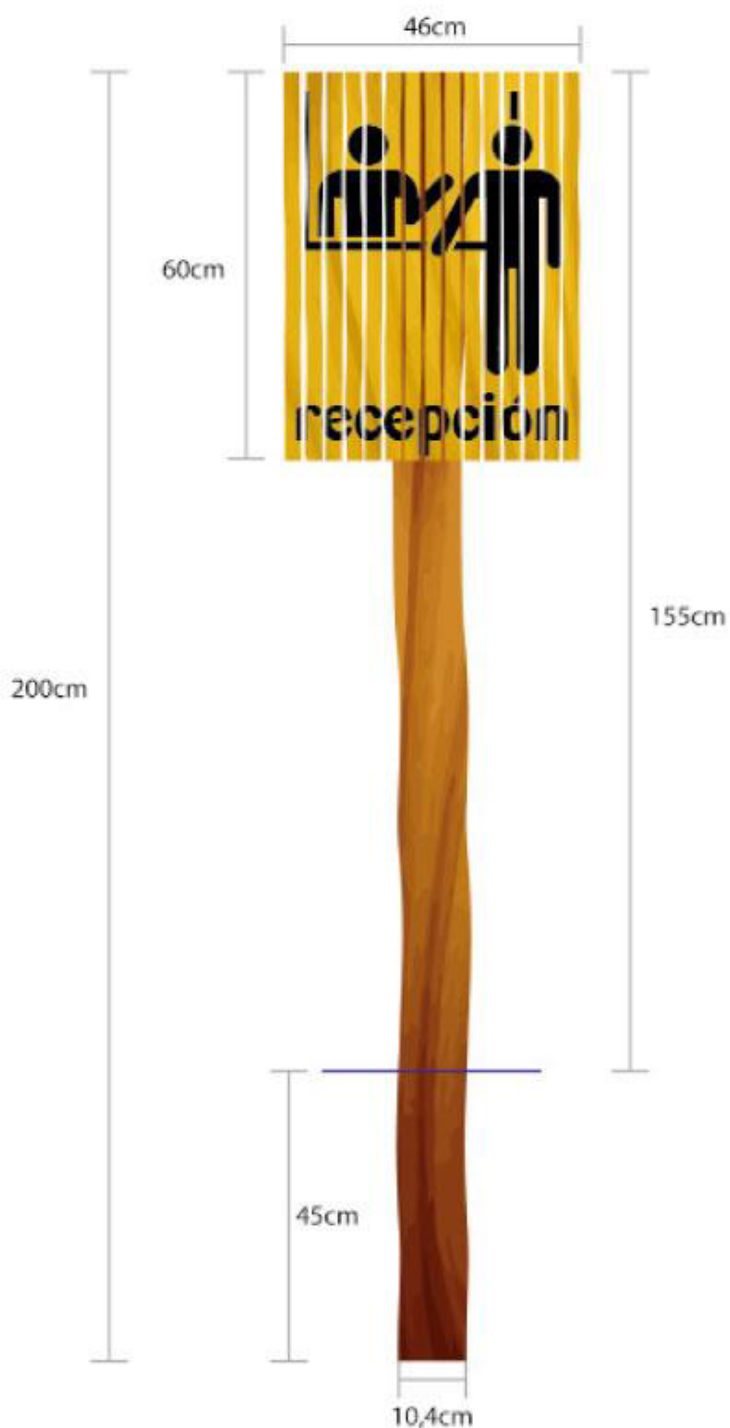








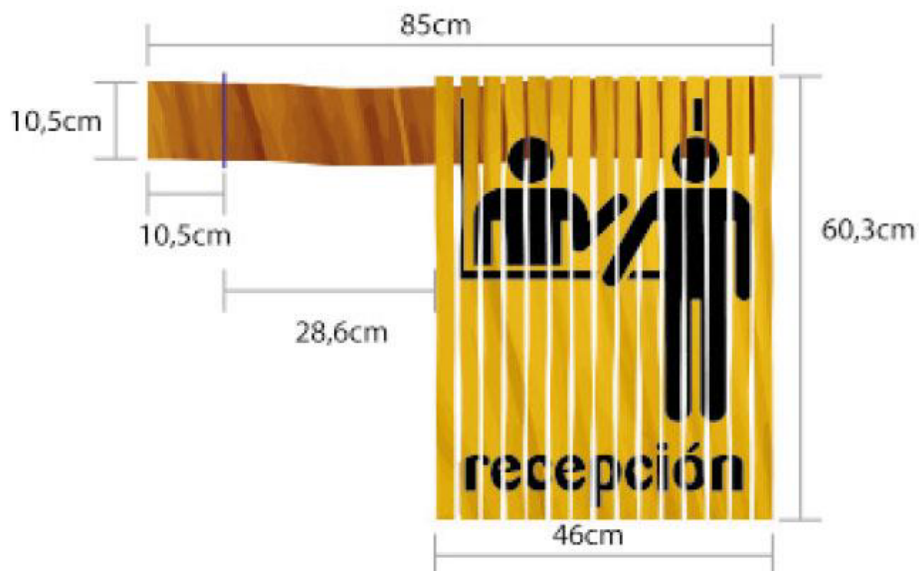




Materiales y detalles de construcción

- Muyuyo** El muyuyo es un arbusto que crece en abundancia en toda la costa ecuatoriana. Va a ser utilizado con soporte para el ícono de la señalética.
- Algarrobo** El algarrobo es un árbol que crece en abundancia en toda la costa ecuatoriana. Va a ser utilizado como poste para la señalética.
- Spray** Vamos a utilizar este tipo de pintura para la impresión de los íconos en la base de muyuyo.
- Stencil** Utilizaremos stencil de cartón para definir la forma de los íconos, serán de cartón para su utilización posteriormente.
- Tornillos** Para fijar los tableros de muyuyo a los postes de algarrobo se utiliza tornillos de 6 pulgadas aproximadamente.
- Clavos** Para unir los palos de muyuyo para formar el tablero se utilizara clavos de 2 pulgadas.
- Mantenimiento** El mantenimiento de las estructuras se realizara con una mezcla de barniz para una mayor durabilidad de la madera.

Otros usos

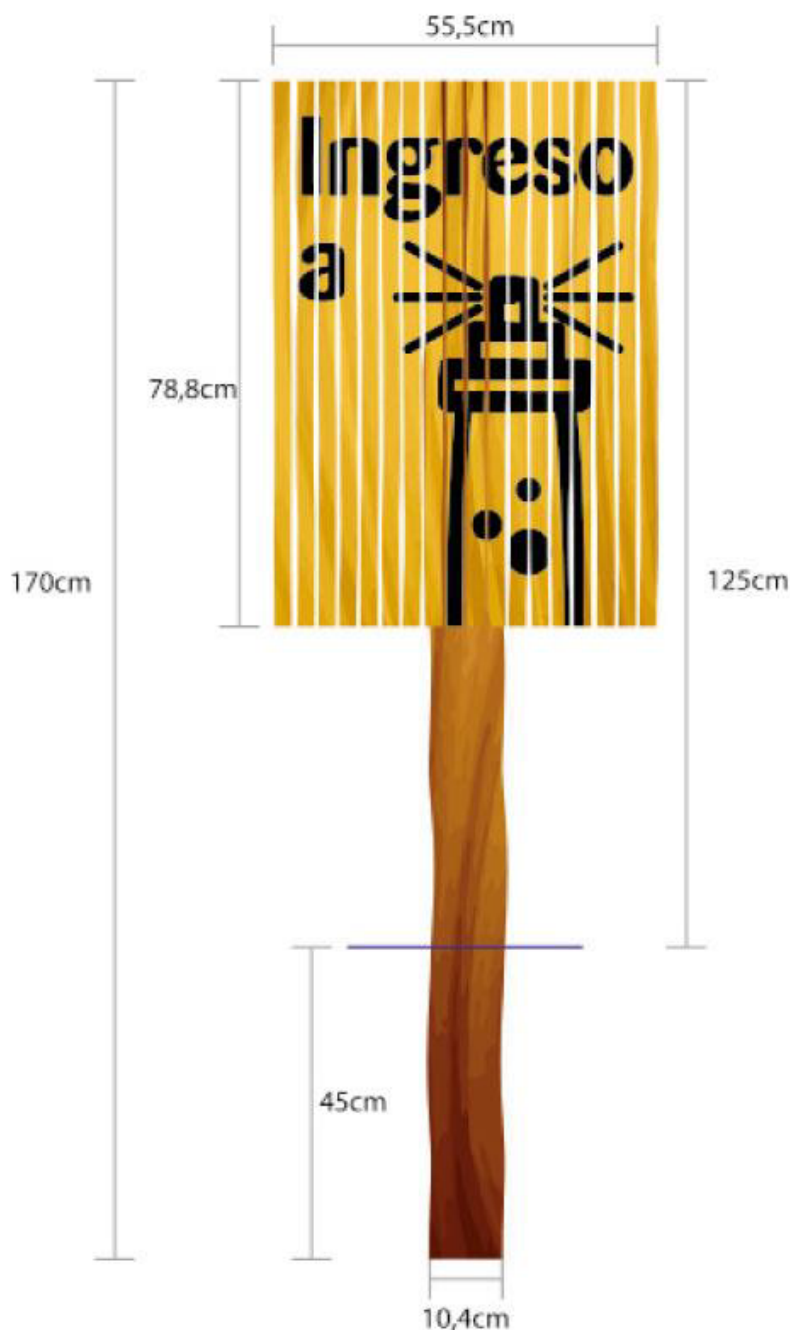


Esta es otra forma de realizar la estructura para la señalética. En esta ocasión va fijada a la pared o una columna.

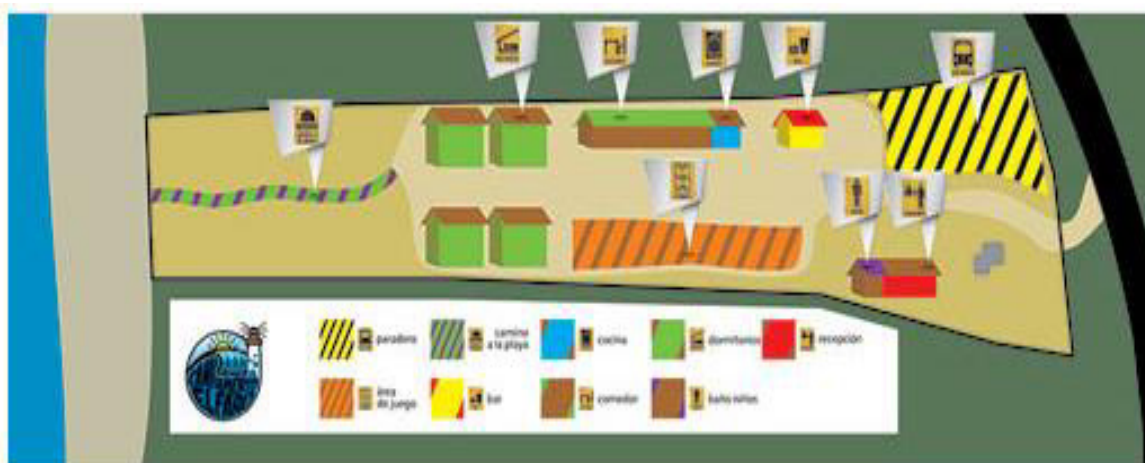
Señal de entrada al Campamento el Faro



Señal de ingreso por la playa



Mapa del Sitio



6.7 PROCESO DE REALIZACIÓN DE ARTES PARA DISEÑO DE LOGO INSTITUCIONAL

En el transcurso del desarrollo de las piezas gráficas para la institución, se realizaron varias propuestas de diseños y márgenes de cómo debería ser el identificativo, para que quede un lineamiento gráfico establecido.

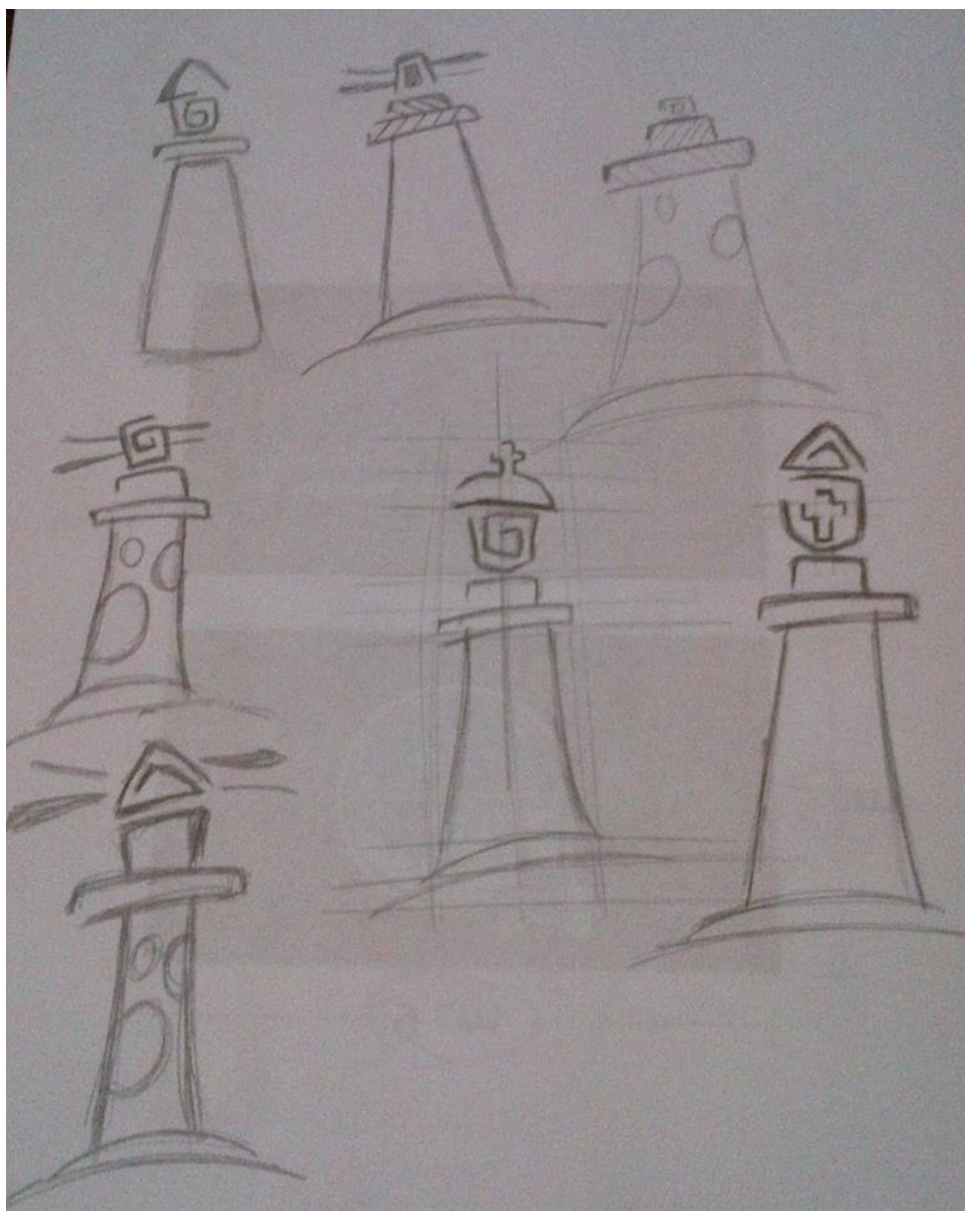


Figura 6. 5 - Primeros Bocetos.



Figura 6. 6 - Bocetos y su Aplicación Cromática.

A continuación mostramos el logo desarrollado para el Centro Cristiano Faro de la Esperanza. El mismo se realizó bajo la dirección de los directivos de la organización, quienes requerían un logo sencillo, legible y monocromático (que les permita ahorrar en gastos de impresión).

El color azul representa el color del cielo y el mar, elementos representativos para los dirigentes del campamento. También se elaboró el respectivo manual de marca.



Figura 6. 7 - Logotipo Institucional.

6.8 MANUAL INSTITUCIONAL “CENTRO CRISTIANO FARO DE LA ESPERANZA”



MANUAL DE MARCA INSTITUCIONAL

1. Logotipo

Este símbolo se presenta como un elemento sencillo de formas suaves y estilizadas. Utilizando como identificador principal un faro.



2. Construcción y aplicación.

MODULACIÓN

La marca se inscribe en una superficie modular de proporciones. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



2. Construcción y aplicación.

OFFSET



SERIGRAFÍA



WEB



OTROS



TAMAÑO

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset de 40 mm de largo y de 52 mm para serigrafía.

Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 200 pixeles de largo.

En sistemas con bajos valores de reproducción (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño y aumento de stroke, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad para soporte digital.

2. Construcción y aplicación.



NO ESTÁ PERMITIDO

Alterar el orden o ubicación, tamaño y proporción del slogan. Utilizar u omitir los elementos constitutivos por separado.



3. Color



C: 0 M: 0
Y: 0 K: 100
R: 0 G: 0 B: 0

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación



C: 100 M: 0
Y: 0 K: 40
R: 0 G: 118 B: 163



C: 0 M: 49
Y: 48 K: 0
R: 247 G: 148 B: 30



C: 0 M: 90
Y: 85 K: 26
R: 186 G: 49 B: 40

APLICACIONES CROMÁTICAS



blanco sobre negro



blanco sobre naranja



cyan sobre blanco



negro sobre blanco

4. Tipografía

La familia tipográfica corporativa de Campamento el Faro, es la Helvetica Neue. De uso en toda la comunicación interna.

HELVETICA NEUE
MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

HELVETICA NEUE
LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

5. Papelería



MANUAL DE MARCA INSTITUCIONAL
CAMPAMENTO EL FARO
CENTRO CRISTIANO FARO DE LA ESPERANZA

08

5. Papelería



MANUAL DE MARCA INSTITUCIONAL
CAMPAMENTO EL FARO
CENTRO CRISTIANO FARO DE LA ESPERANZA

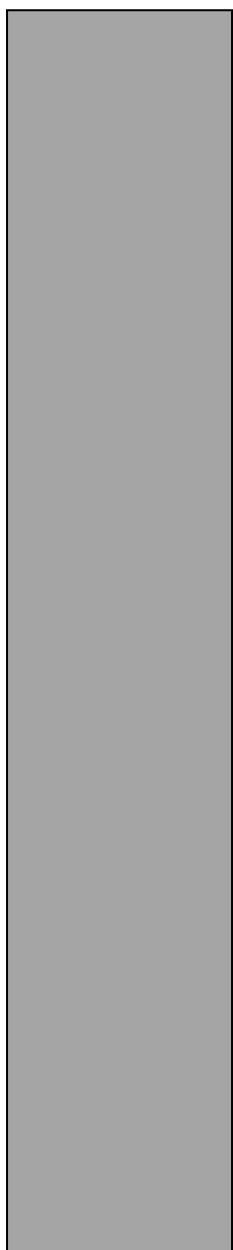
09

5. Papelería



 Centro Cristiano Faro de la Esperanza RUC: 0923645402 Ciudadela Ciudad del Río - Teléfono: 042 157739		FACTURA Serie 001-001-00 0000001 Aut. S.R.I. # 0000000000 19 de Noviembre del 2012		
CLIENTE: _____ DIRECCIÓN: _____ RUC: _____				
FECHA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNIT	VALOR TOTAL
00/00/0000				
SON: 00/100 DOLARES Debo y Pagaré incondicionalmente a la orden de _____ en el lugar y fecha que se me reconvenge el valor total expresado en esta factura, más los impuestos legales respectivos y el máximo interés legal por mora, más todos los gastos que ocasionen su cobro, siendo suficiente prueba de ello, la mera asseveración del acreedor. Sin protesto, extímase la presentación para el pago así como de cargo por falta de este hecho. Renuncio domicilio y me someto a los jueces competentes de la ciudad de Santa Elena y el trámite ejecutivo o verbal sumario a elección de o sus concesionarios.		SUB TOTAL L.V.A. 12% TOTAL A PAGAR US\$		
Acepto que _____ ceda y transfiera en cualquier momento los derechos que generan del presente documento sin que sea requerida confirmación alguna ni nueva aceptación de mi parte. Una vez aprobados los diseños o muestras de color no se aceptan cambios, ni devoluciones		RECIBÍ CONFORME NOMBRE _____ C.I. _____		

ORIGINAL ADQUIRENTE - COPIA EMISOR



CAPÍTULO 7

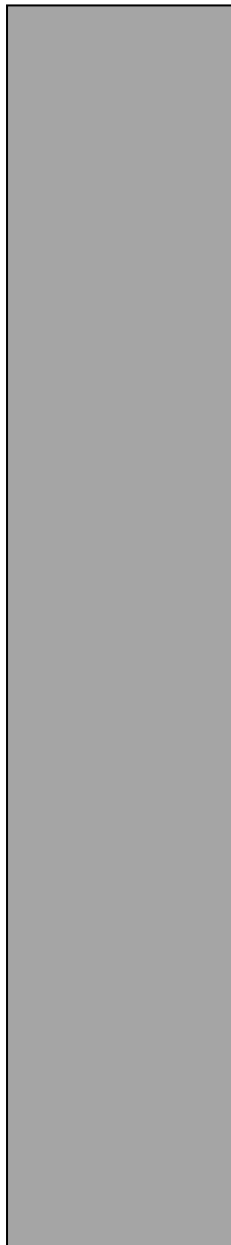
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7 CONCLUSIONES

- El logo institucional y diseño de papelería del Ministerio Centro Cristiano Faro de la Esperanza lograron mejorar la identidad gráfica de la ONG y la diferenciaron de aquella del Campamento El Faro.
- Gracias a la implementación de la señalética dentro del campamento, se podrá llegar de forma directa a los niños, quienes son los que más hacen uso de las instalaciones del campamento.
- Los materiales escogidos para su utilización en la señalética resultaron más económicos que otros materiales tradicionales. También resultaron duraderos y la instalación o reposición puede ser realizada por ellos mismos
- Los dirigentes del Campamento El Faro mostraron gran aceptación hacia los resultados del proyecto.

7.1 RECOMENDACIONES

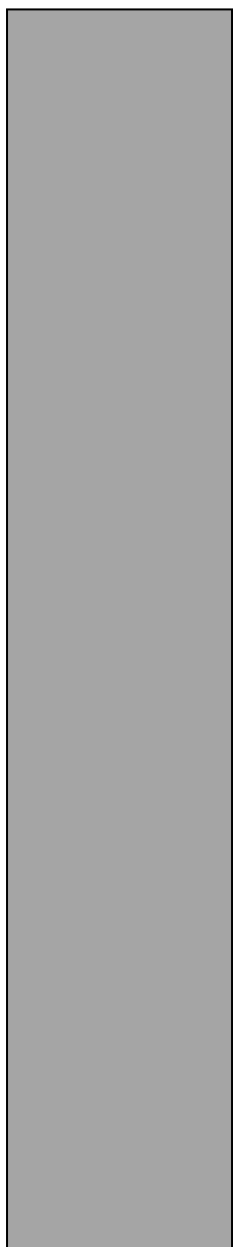
- Se recomienda a los directivos del Centro Cristiano Faro de la Esperanza seguir las directrices y parámetros establecidos en el manual de marca al momento de utilizarla.
- Se recomienda la implementación inmediata de la señalética dentro de las instalaciones del Campamento El Faro, según lo establecido por el Manual de Señalética.
- Se recomienda a los directivos del campamento el implementar la señalética con la ayuda de los niños, para que de esta manera ellos se puedan familiarizar con la misma.
- Una vez implementada la señalética, no se debe pasar desapercibido su mantenimiento, ya que está constituida de un material perecedero bajo las inclemencias del clima.



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Campamento El Faro - <http://www.campamentoelfaro.com/>
- Costa, Joan. Identidad gráfica. Pág. 42,47. Los signos de identidad e Integración de los signos de identidad y rendimiento de la comunicación.
- Coseriu, Eugenio. Introducción a la lingüística. 1983. (Consultado el 25 de Marzo del 2012). Disponible online en www.artnovela.com.ar
- Mut, Magdalena & Breva, Eva, De la Identidad Corporativa a la Identidad Visual un camino necesario. Universitat Jaume I, España. Pág. 3-4. (Consulta: 7 marzo del 2012). Disponible online en <http://www.uji.es/bin/publ/editions/jfi9/publ/5.pdf>
- Pelta, Raquel. Diseñar Hoy. pág.87. Piensa global, actual local.
- Quintana, Rafael, Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética. Universidad de Londres. México. pág. 6-17. (Consulta: 7 marzo del 2012). Disponible online <http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/senaletica.pdf>
- Real Academia Española, Diccionario de la lengua española, vigésima segunda edición. Disponible online en <http://www.rae.es>
- Solé Moro, María Luisa, Los consumidores del Siglo XXI,– pág. 69, cap. 4 - Condicionantes externos: la influencia del entorno en el consumidor.
- Daniel Guerra L., *Señalética para personas discapacitadas en el sistema de transporte metrobus Q y su estrategia de implementación*, Primera Edición, (Consulta: 31 de marzo del 2012). Disponible Online en <http://www.slideshare.net/DanielGuerraL/responsabilidad-social-del-diseo-grfico-1682348>
- Marco Teórico, *Marco Teórico* [en línea] ,2009 [27.marzo.2012]. Disponible en: <http://www.oocities.org/espanol/quatrimedia/marco.htm>



ANEXOS

ANEXO 1. PREGUNTAS REALIZADAS EN GRUPO FOCAL

Durante el grupo focal se entregó a los estudiantes una guía de preguntas, la cual se componía de la siguiente manera:

Pregunta 1.- Formas: ¿Cómo imaginas las señales para representar estos lugares? Dibuja una señal para cada lugar.

- Estacionamiento.
- Baños.
- Dormitorios.
- Cocina.
- Silla de Ruedas.
- Área de Juegos.
- Camino a la Playa.
- No Pasar (Lugares restringidos).
- Bar.
- Comedor.
- Recepción.

Pregunta 2.- Colores: ¿De qué color imaginas cada lugar? Pinta el recuadro del color que piensas mejor representa cada lugar.

- Estacionamiento.
- Baños.
- Dormitorios.

- Cocina.
- Silla de Ruedas.
- Área de Juegos.
- Camino a la Playa.
- No Pasar (Lugares restringidos).
- Bar.
- Comedor.
- Recepción.

Pregunta 3.- Experiencia vivida: ¿Qué fue lo que más te gustó del campamento?
Enumera las 5 cosas que más te gustaron.

ANEXO 2. PRINT DE LAS HOJAS UTILIZADAS EN EL GRUPO FOCAL

¡Hola! Nos encanta que nos visites en nuestro campamento. Gracias a ti queremos mejorar y ser cada día más excelentes. En estos momentos nos encontramos diseñando señales para que puedas ubicarte mejor en el campamento, ¿Nos ayudas contestando estas preguntas? 1. Formas ¿Cómo imaginas las señales para representar estos lugares? Dibuja una señal para cada lugar <table border="0"> <tbody> <tr> <td>Estacionamiento</td> <td>Baños</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dormitorios</td> <td>Cocina</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Silla de Ruedas</td> <td>Área de Juego</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Estacionamiento	Baños			Dormitorios	Cocina			Silla de Ruedas	Área de Juego			<table border="0"> <tbody> <tr> <td>Camino a la Playa</td> <td>No Pasar (Lugares restringidos)</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bar</td> <td>Comedor</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Recepción</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Camino a la Playa	No Pasar (Lugares restringidos)			Bar	Comedor			Recepción			
Estacionamiento	Baños																								
Dormitorios	Cocina																								
Silla de Ruedas	Área de Juego																								
Camino a la Playa	No Pasar (Lugares restringidos)																								
Bar	Comedor																								
Recepción																									
2. Colores ¿De qué color imaginas cada lugar? Pinta el recuadro del color que piensas mejor representa cada lugar <table border="0"> <tbody> <tr> <td>Estacionamiento </td> <td>Área de Juego </td> </tr> <tr> <td>Baños </td> <td>Acceso a Playa </td> </tr> <tr> <td>Dormitorios </td> <td>No Pasar </td> </tr> <tr> <td>Cocina </td> <td>Bar </td> </tr> <tr> <td>Sillas de Ruedas </td> <td>Comedor </td> </tr> <tr> <td>Recepción </td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Estacionamiento	Área de Juego	Baños	Acceso a Playa	Dormitorios	No Pasar	Cocina	Bar	Sillas de Ruedas	Comedor	Recepción		3. Experiencia vivida ¿Qué fue lo que más te gustó del campamento? Enumera las 5 cosas que más te gustaron 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____												
Estacionamiento	Área de Juego																								
Baños	Acceso a Playa																								
Dormitorios	No Pasar																								
Cocina	Bar																								
Sillas de Ruedas	Comedor																								
Recepción																									

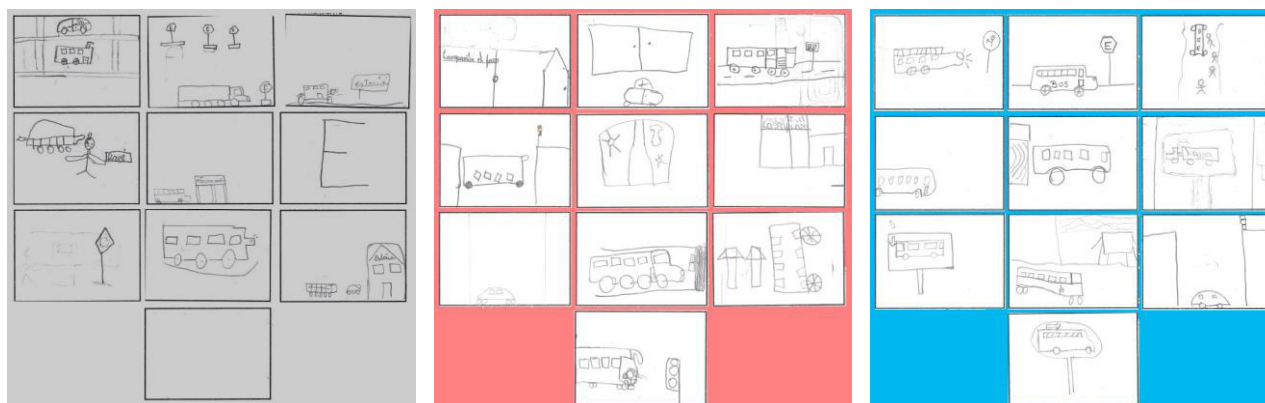
ANEXO 3. RESULTADOS PREGUNTA 1: DIBUJOS

Temática	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	TOTAL	%
Estacionamiento					
Bus	7	5	10	22	73%
Disco Pare	1			1	3%
Señal E	1			1	3%
Carro		2		2	7%
Portón principal del Campamento		3		3	10%
Nulo	1			1	3%
Baños					
Niño/niña		3	2	5	17%
Puerta		1	2	3	10%
Inodoro/ducha		4		4	13%
Ducha		2	2	4	13%
Inodoro			4	4	13%
Nulo				0	0%
Dormitorios					
Camas	9	9	10	28	93%
Puerta		1		1	3%
Nulo	1			1	3%
Cocina					
Cocina (electrodoméstico)	8	10	5	23	77%
Olla			3	3	10%
Comida			1	1	3%
Símbolo de Prohibido			1	1	3%
Caseta	1			1	3%
Nulo	1			1	3%
Silla de Ruedas					
Camino	6	4	3	13	43%
Silla de Ruedas	3	5	7	15	50%
Nulo	1	1		2	7%
Área de Juegos					
Cancha de deportes	6	6	9	21	70%
Juegos de mesa		1		1	3%
Columpio/resbaladera	3	2	1	6	20%
Playa		1		1	3%
Nulo	1			1	3%
Recepción					
Encuentro entre dos personas	6	5	7	18	60%
Persona atendiendo	1	4	1	6	20%
Nulo	3	1	2	6	20%

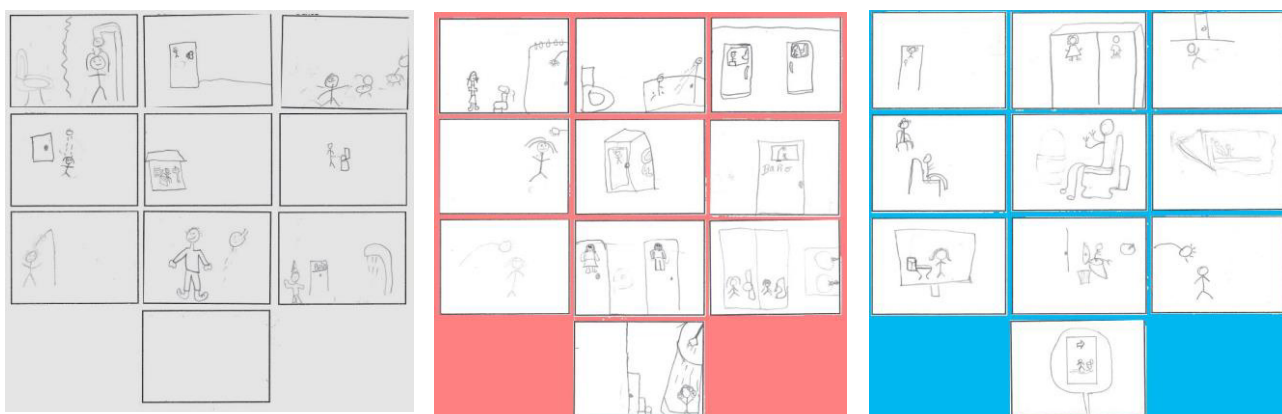
Temática	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	TOTAL	%
Camino a la Playa					
Cancha de deportes		2		2	7%
Mar	5	4		9	30%
Camino	3	4		7	23%
Carro	1			1	3%
Nulo	1			1	3%
No Pasar					
Puerta	1	5	2	8	27%
Símbolo de Prohibido	4	3	5	12	40%
Niños	2		2	4	13%
Caseta	1			1	3%
Nulo	1	2	1	4	13%
Bar					
Mesón/persona atendiendo	7	5	5	17	57%
Cocina		3		3	10%
Nulo	2	1	1	4	13%
Caseta	1	1	4	6	20%
Comedor					
Mesas	8	10	9	27	90%
Nulo	2		1	3	10%

ANEXO 4. IMÁGENES DE LOS DIBUJOS REALIZADOS EN EL GRUPO FOCAL

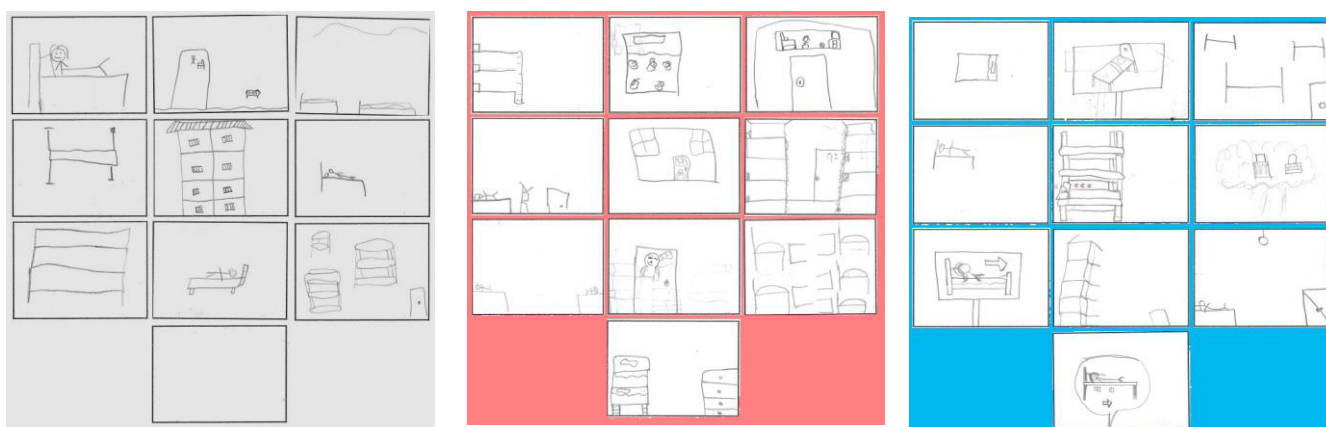
“ESTACIONAMIENTO” GRUPOS 1-2-3



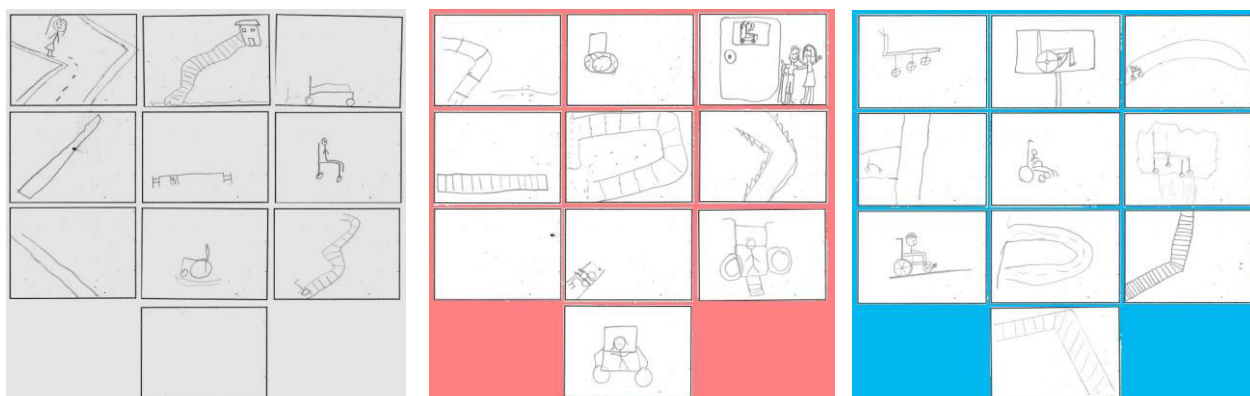
“BAÑOS” GRUPOS 1-2-3



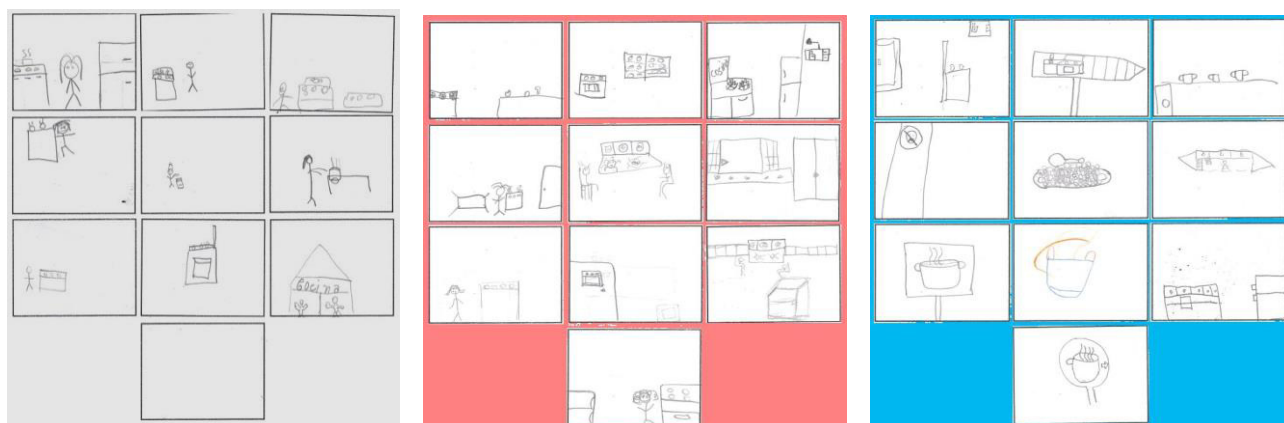
“DORMITORIOS” GRUPOS 1-2-3



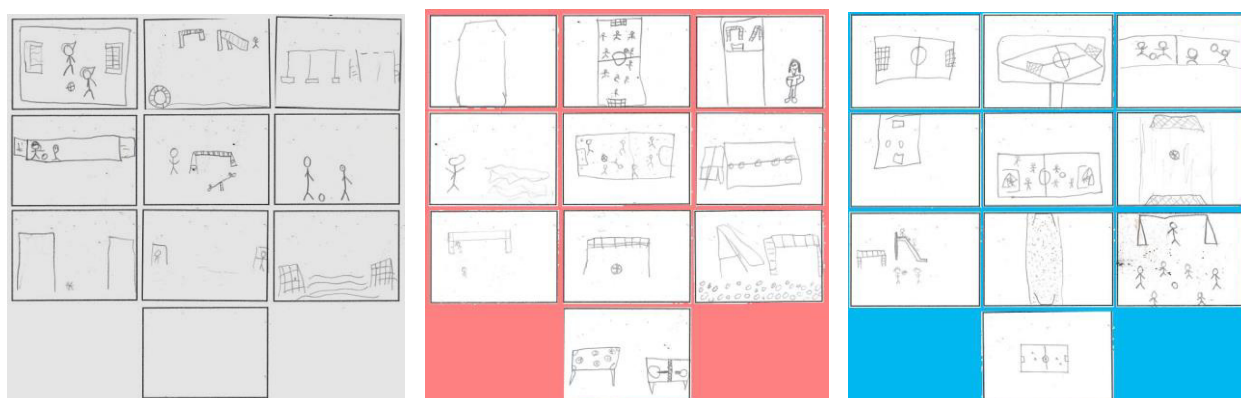
“SILLA DE RUEDAS” GRUPOS 1-2-3



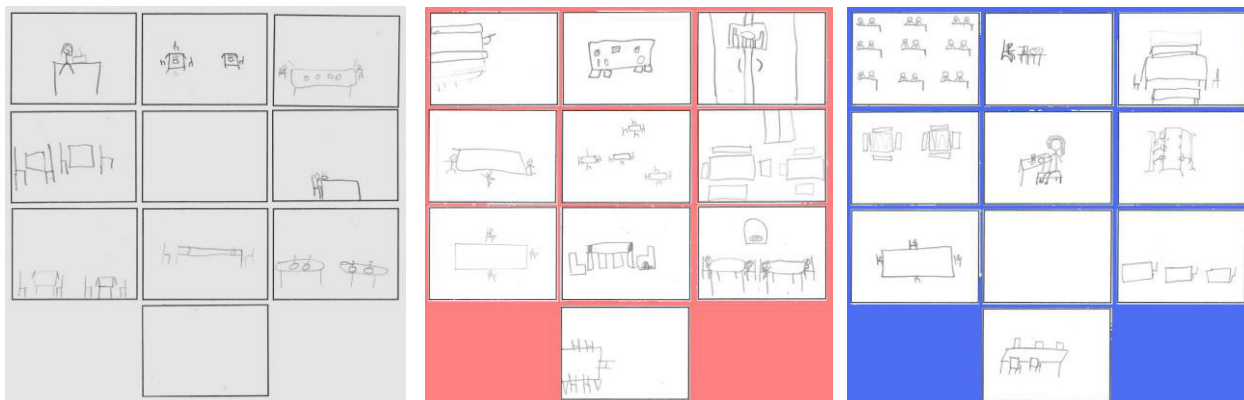
DIBUJOS “COCINA” GRUPOS 1-2-3



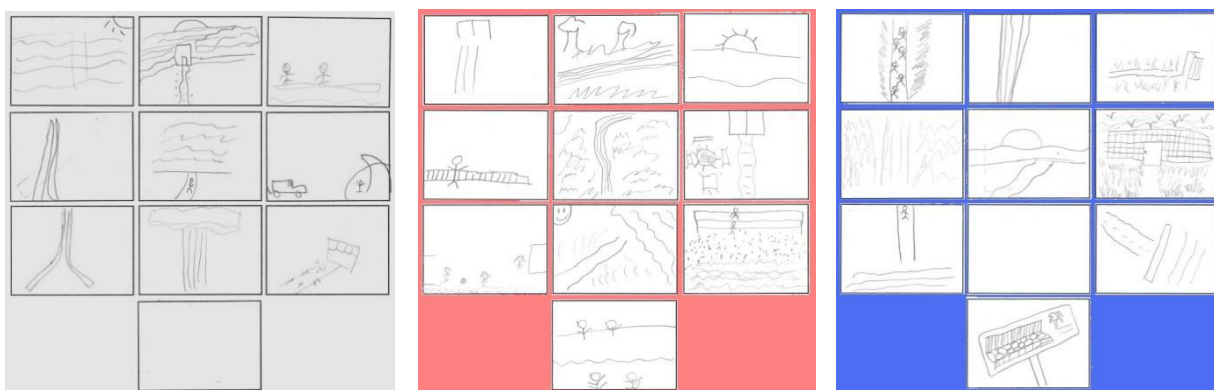
DIBUJOS “ÁREA DE JUEGOS” GRUPOS 1-2-3



“COMEDOR” GRUPOS 1-2-3



“CAMINO A LA PLAYA” GRUPOS 1-2-3



ANEXO 5. RESULTADOS PREGUNTA 2: COLORES

En la pregunta 2 del grupo focal se pidió a los niños asociar colores con cada una de las palabras de la señalética. Se elaboraron estadísticas de los colores más escogidos en las diferentes categorías. Los colores más escogidos serán los utilizados para representar la señalética del Campamento El Faro en este trabajo.

	PARQUEO		BAÑOS		DORMITORIOS		COCINA		SILLA DE RUEDAS		ÁREA DE JUEGO	
Amarillo	7	23%	1	3%	1	3%	2	7%	4	13%	4	13%
Azul	2	7%	3	10%	2	7%	2	7%	5	17%	0	0%
Rojo	1	3%	4	13%	3	10%	4	13%	2	7%	1	3%
Celeste	2	7%	3	10%	1	3%	7	23%	2	7%	3	10%
Morado	0	0%	6	20%	3	10%	4	13%	3	10%	3	10%
Rosa	1	3%	1	3%	2	7%	3	10%	1	3%	0	0%
Verde	3	10%	1	3%	8	27%	4	13%	2	7%	4	13%
Café	3	10%	7	23%	7	23%	1	3%	5	17%	5	17%
Naranja	2	7%	3	10%	2	7%	2	7%	2	7%	5	17%
Gris	4	13%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	3	10%
Negro	5	17%	0	0%	0	0%	1	3%	3	10%	1	3%
Blanco	0	0%	1	3%	1	3%	0	0%	0	0%	1	3%
	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%

	ACCESO A LA PLAYA		NO PASAR		BAR		COMEDOR		RECEPCIÓN	
Amarillo	1	3%	1	3%	6	20%	1	3%	2	7%
Azul	3	10%	0	0%	1	3%	2	7%	2	7%
Rojo	2	7%	5	17%	6	20%	3	10%	6	20%
Celeste	3	10%	1	3%	4	13%	2	7%	3	10%
Morado	4	13%	0	0%	2	7%	1	3%	3	10%
Rosa	1	3%	0	0%	1	3%	1	3%	0	0%
Verde	10	33%	4	13%	4	13%	6	20%	3	10%
Café	3	10%	8	27%	2	7%	7	23%	6	20%
Naranja	1	3%	3	10%	4	13%	5	17%	3	10%
Gris	1	3%	2	7%	0	0%	1	3%	1	3%
Negro	1	3%	3	10%	0	0%	1	3%	1	3%
Blanco	0	0%	3	10%	0	0%	0	0%	0	0%
	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%