

**Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Artes y Diseño**

Diseño Gráfico Final

Alumno:

Ezequiel González

Proyecto:

Sistema de Identidad, Promoción y
Señalética del Zoológico de Mendoza

Año de cursado: 2011

Año de examen: 2014

PROYECTO / INFORME FINAL

ETAPA ANALÍTICA

Planteo del tema	SISTEMA DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL, SEÑALÉTICA Y PROMOCIÓN DEL ZOOLOGICO DE MENDOZA.
Problema	<p>Imagen visual que no tiene concordancia entre los componentes que la conforman;</p> <p>Sistema señalético que se encuentra desactualizado y alterado;</p> <p>Carencia de una imagen unificada de fácil lectura e interpretación para orientar e informar correctamente y sin ambigüedades los mensajes.</p>
Comitente	<p>Zoológico de Mendoza: Institución perteneciente al Estado Provincial, dependiente del Ministerio de Turismo. Tiene como fin la conservación y exhibición de diferentes especies animales.</p> <p>El comitente presenta una imagen desactualizada y falta de coherencia en los componentes gráficos y un sistema de señales que no ofrece una correcta y efectiva comunicación.</p> <p>Objetivos : Generar una imagen fuerte, con sentido de pertenencia, destacando el valor educativo, tomando como ejes la identidad, la promoción y el sistema de señales.</p>
Público	<p>Perfil demográfico: estudiantes de escuelas primarias y en menor medida de escuelas secundarias quienes asisten al mismo por medio de visitas guiadas. Otro grupo importante son los turistas nacionales o extranjeros. Por último gente de la zona.</p> <p>Perfil psicográfico: nivel primario principalmente. En el caso de los estudiantes realizan la visita con intereses didácticos; los turistas lo hacen como un punto de interés turístico importante; la gente de la zona lo hace con un objetivo de esparcimiento. En todos los casos, los intereses y el nivel educativo son diversos y muy variados, aspecto fundamental a tener en cuenta para una efectiva comunicación.</p>
Condiciones contextuales	<p>En el caso de estudiantes y educadores, el contexto es el académico en todos sus niveles. Los turistas, son informados por la Secretaría de Turismo y por las empresas de turismo que lo incluyen dentro de sus ofertas. La gente de la zona, visita el Zoológico principalmente por mera curiosidad. Una situación contextual común a los diferentes públicos es el propio predio en el cual los visitantes necesitarán de la información y orientación necesaria para realizar el recorrido. El predio es un entorno complejo con una gran área forestada que junto con el recorrido irregular y los recintos distribuidos en forma no ordenada condicionan la visibilidad de las señales, así como también el accionar del diseñador a la hora de brindar una solución apropiada. También afectan a la comunicación aspectos relacionados con las condiciones climáticas, ya que estamos hablando de un lugar abierto, expuesto a diferentes inclemencias como tormentas, humedad, polvo, etc.</p>
Conformación del sistema	<p>1. Identidad</p> <p>1.1. Marca:</p> <p>Lograr una marca reconocible fácilmente y con alto poder de pregnancia, vérsatil y posible de reproducir en los diferentes sistemas de impresión y/o en los diferentes soportes en los que debe ser aplicada. El signo marcario debe ser claro, conciso y realizado con economía de recursos.</p>

1.2. Elementos identitarios:

Afianzan la identidad de la institución a partir de recursos gráficos tales como el color, la familia tipográfica, etc. Fortalecen la imagen global.

1.3. Aplicación de identidad:

Se tendrá en cuenta el uso de normas gráficas que contemplen los criterios visuales, de diagramación y conceptuales.

2. Señalética:

2.1. Pictogramas:

Sistema de signos visuales diseñados con gran simpleza formal y de fácil reconocimiento ya que estará dirigido a un público de características muy diversas, lo que hace necesario una codificación universal sin perder de vista rasgos distintivos propios de la estrategia rectora del proyecto.

2.2. Doble código:

Los pictogramas estarán acompañados de información textual, siendo está, en la mayoría de las señales, una lectura de carácter secundario.

2.3. Emplazamiento:

Se tendrá en cuenta las situaciones espaciales y temporales en las que el visitante entrará en contacto con la señal. Características como el tamaño, el color, el material utilizado, la altura son de vital importancia para una efectiva y eficiente comunicación. Se hará un relevo de los puntos críticos dentro del recorrido.

3. Promoción:

3.1. Lograr una comunicación eficiente y acorde a las características conceptuales y estéticas del proyecto, que refuercen la imagen de la institución y generen interés en el público. La promoción estará conformada principalmente por afiches de vía pública aunque también existen folletos.

Antecedente general 1. HIP PROGRAM (HAVING INVOLVED PARENTS)

Sistema de promoción interactivo.

Bajo el lema "involúcrate con la educación de tu hijo" se ha desarrollado una serie de afiches que no solo transmiten el mensaje que se pretende comunicar, sino que además invitan al público a participar del mismo, convirtiéndose en partícipes activos de la campaña. La misma se llevó a cabo en el año 2011 y buscó concientizar a los padres sobre el impacto positivo que ellos pueden ejercer en la educación de sus hijos, cambios que repercuten en el aula. De este modo se generaron "espacios de aprendizaje interactivo" en los cuales padres e hijos se ven involucrados. Apela al aspecto emotivo del mensaje.

Análisis sintáctico y semántico:

Sintácticamente no hay gran innovación de recursos gráficos, una diagramación simple de las piezas y una reducida paleta de colores; en la parte conceptual de la campaña se encuentra el verdadero poder del mensaje por el hecho de haber creado una pieza gráfica interactiva que invita a padres e hijos a participar del mismo, es decir que el mensaje adquiere sentido con la participación.



Antecedente general 2. SISTEMA SEÑALÉTICO EN PARÍS

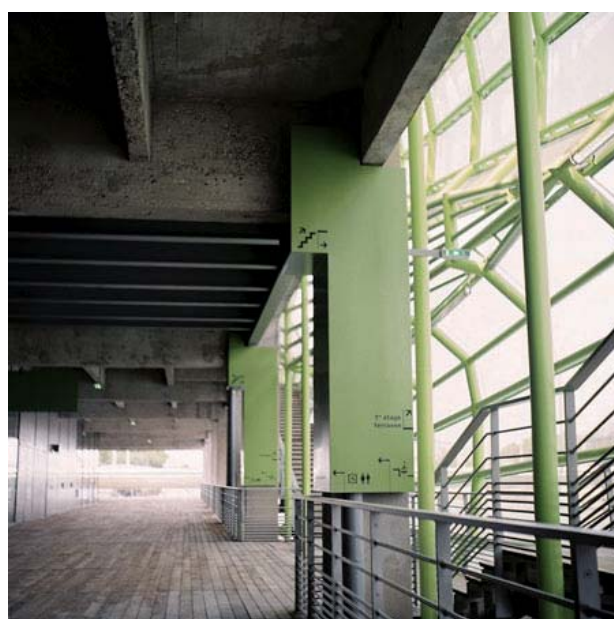
Señalización de un edificio a orillas del Sena, en París.

Las señales se despliegan y envuelven la estructura de hormigón existente, adaptándose al contexto de manera que el edificio se convierte en una señal. Este proyecto se basa en la idea de secuencia y de paseo. Se ha conservado y renovado el edificio existente y se ha utilizado la estructura de hormigón como apoyo del sistema de señalización, creando una nueva relación con la arquitectura.

El diseño gráfico de las señales evoluciona con la identidad visual. El sistema ha sido realizado por arquitectos y diseñadores gráficos.

Análisis sintáctico y semántico:

La codificación cromática en 4 gamas diferentes de verdes (respondiendo a la identidad visual) diferencia las 4 plantas en que se divide el edificio, es decir, se ha diferenciado cada planta o piso con un color específico logrando así una fácil interpretación por parte del público. El texto y los signos visuales son mínimos buscando acuidad visual. Las señales se adaptan al contexto de manera que no interrumpen el recorrido sino que lo acompañan.



Antecedente específico 3. BIOPARQUE TEMAIKÉN

Está ubicado en la provincia de Buenos Aires. Tiene más de 34 has. La identidad visual del bioparque se subdivide en diferentes áreas: el bioparque propiamente dicho, El Rincón de las Aves, Osonunú que es una reserva natural y el CRET (Centro de Reproducción de las Especies). Todas ellas bajo el influjo sistémico de la marca paraguas "Temaiken" que se extiende incluso a todos los locales comerciales que se encuentran dentro del predio, los cuales tienen su propia identidad pero subordinados todos a esta marca global. El sistema señalético toma como base el formato circular del isotipo y la misma paleta de colores. Los pictogramas de carácter icónico buscan la rápida identificación del animal. Cabe destacar que el área "El Rincón de las Aves" posee una codificación ligeramente distinta con el objetivo de diferenciarla claramente del resto del recorrido. El emplazamiento de las señales consiste en una chapa con el pictograma calado y un fondo de soporte que le da cuerpo a la señal.



TEMAIKÉN
BIOPARQUE



Antecedente específico 4. PIEZAS DEL ZOOLOGICO DE MENDOZA

Análisis de la gráfica del zoológico:

Se ha analizado el antecedente gráfico del propio comitente llegando a la conclusión de que a nivel general el zoológico presenta grandes problemas en su imagen visual:

La identidad no se corresponde con el resto de las piezas gráficas, el sistema de señales es deficiente ya que, o se ha alterado parcialmente sustituyendo piezas originales por otras nuevas, o en otros casos algunas señales ya no existen. Por último la promoción es pobre y no sigue ningún lineamiento formal o comunicacional. A nivel sintáctico se puede decir que el código común a todas las áreas de diseño es el cromático.



Tendencias Las gráficas de los zoológicos suelen ser cada vez más novedosas e impactantes, muchas veces interviniendo espacios o interrelacionando las piezas con el ambiente o incluso con el mismo público como se observa en las imágenes, en las cuales la gente se relaciona con el mensaje de un modo interactivo:

Intervenciones en vía pública buscando generar una relación formal entre un elemento cotidiano (poste de luz, senda peatonal, etc.) y algún animal del zoológico (img. 1 a 5); un cartel compuesto por pegatinas las cuáles pueden ser despegadas del soporte para ser colocadas en otro sitio (img. 6 y 7); un afiche con partes de animales para que el público se divierta tomándose fotos y de este modo completar el mensaje (img. 8).



Conclusión y síntesis **REQUERIMIENTOS**

En esta instancia y en base a lo anteriormente expuesto, se desarrollará un listado de requerimientos para cada una de las áreas que se verán afectadas en este proyecto:

1. Identidad:**1.1. Marca:**

Lograr una marca con alto grado de pregnancia, que sea versátil (aplicable a diferentes soportes y reproducible en diversos medios de impresión); diseñada con economía de recursos para que sea clara y reconocible rápidamente;

1.2. Elementos identitarios:

Unificar y fortalecer con estos la identidad del zoológico aplicando una serie de recursos que marcarán el código visual de la institución (uso tipográfico, cromático, fotográfico);

1.3. Aplicaciones:

Las piezas que acompañen la identidad deberán respetar los códigos visuales establecidos, las normas gráficas, para mantener la unidad dentro del sistema;

2. Señalética:**2.1. Signos pictográficos:**

Crear una serie de pictogramas de gran simpleza formal para que sean interpretados rápida y fácilmente y que identifiquen a los animales y a los servicios en forma clara. En la mayoría de los casos estarán acompañados por texto que cumplirá una función secundaria de comunicación;

2.2. Emplazamiento:

Contemplar tamaños, medidas, distancias para lograr un sistema de señales que se amolden al contexto en el que serán ubicadas y logren ser visibles con facilidad por el público. Por otra parte darle la ubicación adecuada teniendo en cuenta los puntos críticos donde se hace indispensable el uso de señales;

Usar los materiales adecuados que le otorguen durabilidad y economía al sistema;

3. Promoción:**3.1. Vía pública:**

Desarrollar un sistema de afiches siguiendo el lineamiento conceptual planteado en el resto del sistema pero de una forma más evidente e impactante, para lograr la atención y el interés del público;

3.2. Folletos:

Informar sobre las actividades del zoológico, horarios, recorrido; es decir, cumplirán una función más informativa.

ANTEPROYECTO

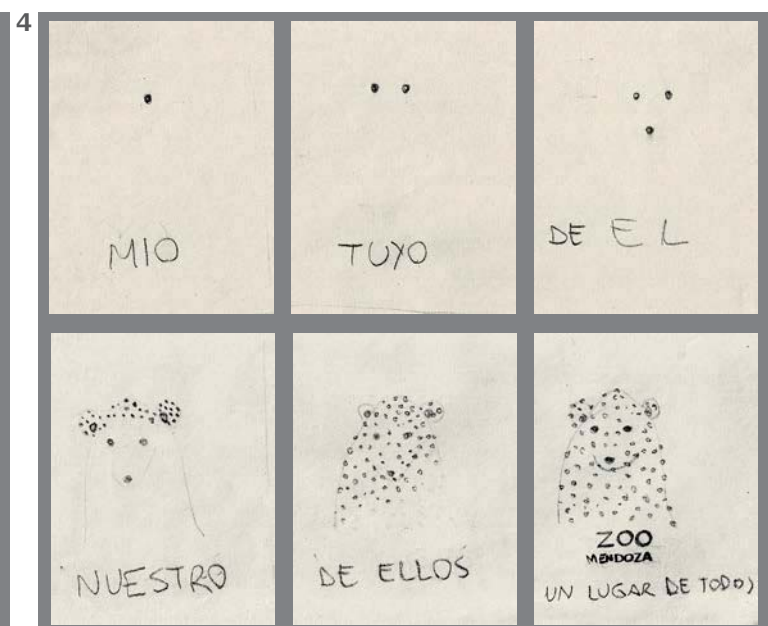
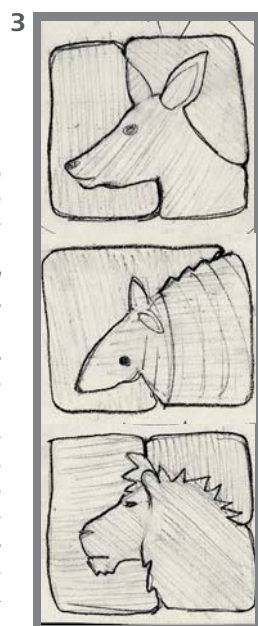
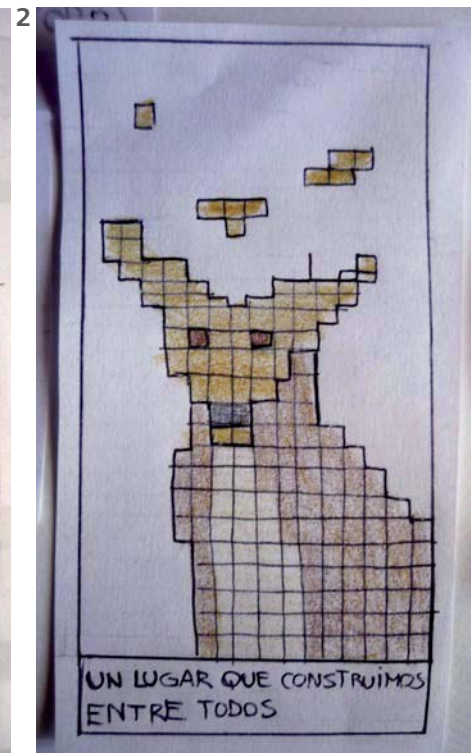
Estrategias: Alternativa 1 Como lugar de conservación, de protección en el que todos participamos.

Usar recursos que tengan relación con la construcción y con la unión de partes.

Objetivo: crear conciencia en el destinatario, hacerlo sentir un participante activo del establecimiento. Crear un vínculo de afecto entre el visitante y el zoológico.

Evaluación:

Como aspecto positivo se puede destacar la relación que se establece entre el visitante y el predio creando un sentimiento de pertenencia al mismo; como aspecto negativo se observa que no se han contemplado otros aspectos de la institución, como el educativo.



1. Propuesta de juego dentro del predio en el cual los visitantes pueden interactuar.
2. Afiche promocional que toma la idea de tetris.
3. Pictogramas que se construyen a partir de la idea de rompecabezas.
4. Serie de afiches de vía pública que muestran una secuencia en la cual una imagen se va formando y de este modo se relaciona con el concepto de la estrategia planteada.

Estrategias: Alternativa 2

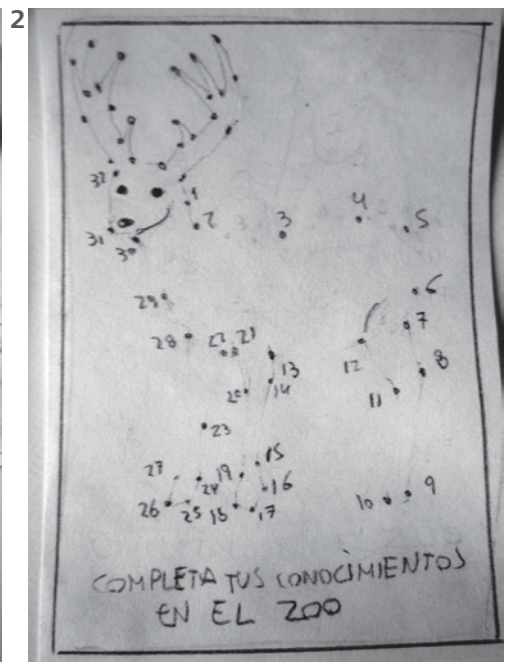
Como lugar educativo - de aprendizaje:

Tomando elementos relacionados con lo lúdico y con el universo infantil.

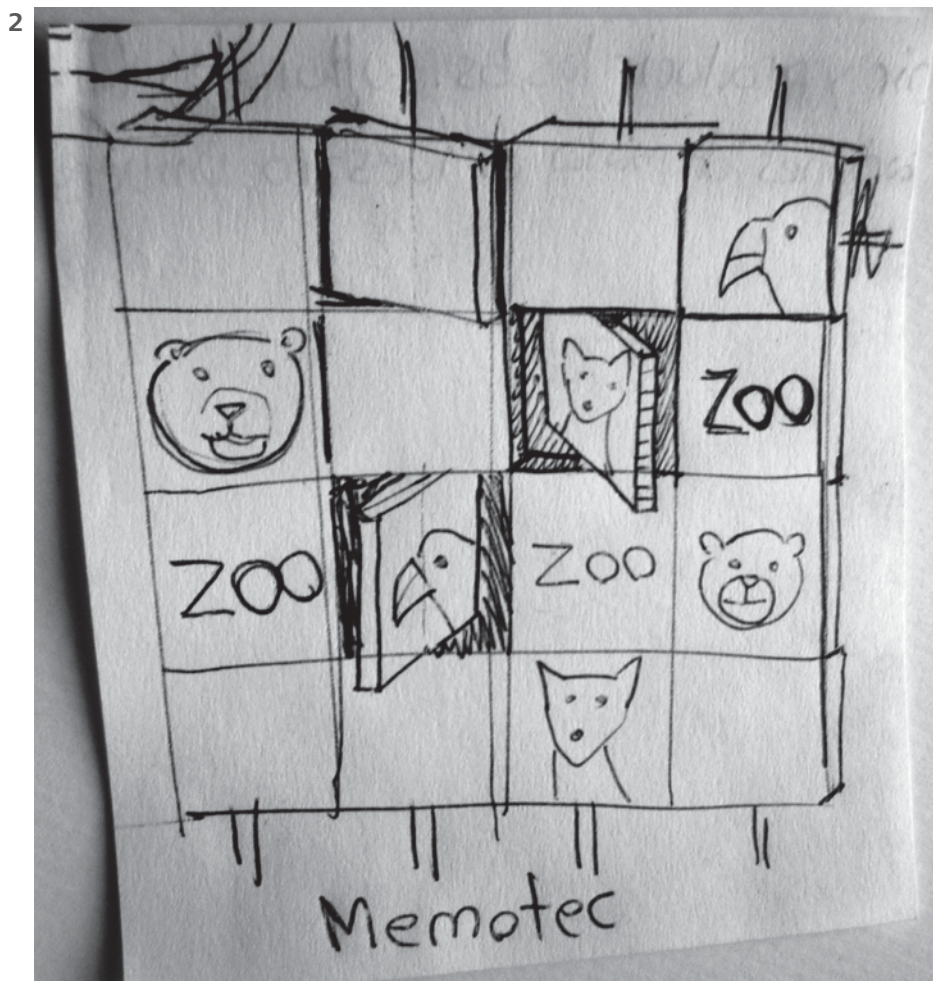
Objetivo: crear una Imagen del zoológico como un lugar de aprendizaje.

Evaluación:

Como aspecto positivo se destaca el uso de elementos lúdicos y la acertada relación con el aspecto educativo que cumple la institución. Como aspecto negativo se puede decir que la estrategia se ha acotado solo al área de promoción y falta ver como funciona en otras áreas.



Serie de afiches que vinculan lo lúdico con el aspecto educativo:
 1. Se utiliza la imagen de un animal imposible haciendo referencia al desconocimiento de la persona respecto a los animales;
 2 a 4: se establece una relación entre juegos incompletos y la falta de conocimiento del visitante, conocimiento que se completa visitando el zoológico.



1. Otra propuesta de afiche relacionado de un modo más directo con lo educativo;
2. Propuesta de juego memotec dentro del predio.

Estrategias: alternativa 3 Como lugar de esparcimiento.

Enfoque persuasivo apelando al erotismo, mostrando partes y dándoles una nueva interpretación.

Objetivo: despertar la curiosidad y el interés en el destinatario.

Evaluación:

El aspecto positivo de la estrategia se encuentra en el poder de atracción y curiosidad que genera en el público, consiguiendo que el mensaje quede. Sin embargo el aspecto negativo radica en la visión persuasiva que se le da, mostrando a la institución como un mero lugar de entretenimiento en detrimento de otros rasgos más importantes y creando el consiguiente prejuicio por parte del público que por otra parte es susceptible y muy crítico ante este tipo de lugares.



ACA TAMBIÉN
VAS A VER PLUMAS.



TE MIRA CON DESEO...



MÁS ATRACTIVO
EN ESTADO NATURAL.



EL TAMAÑO
SI IMPORTA

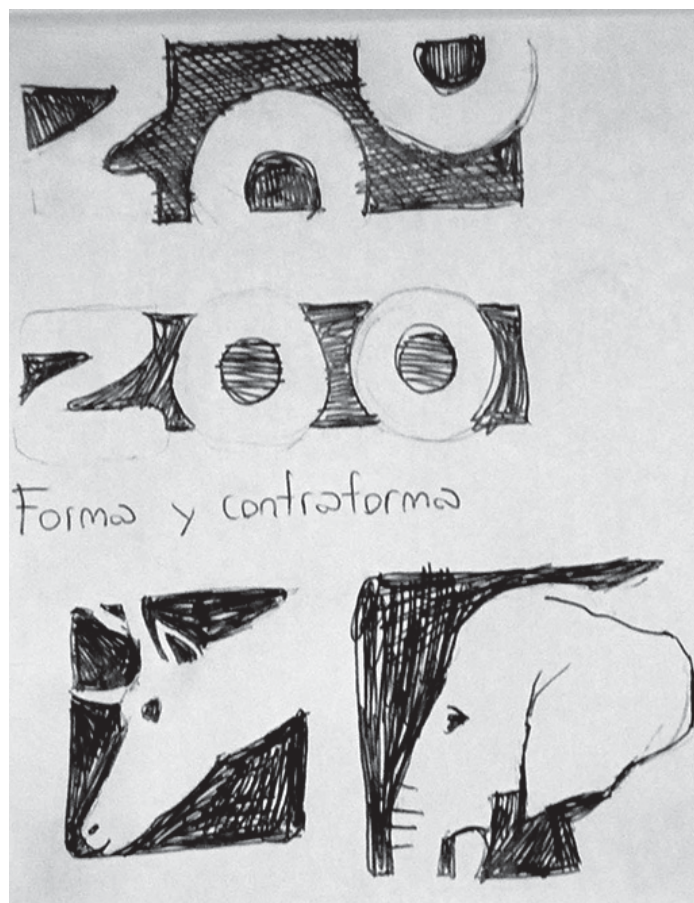


Serie de afiches en las que se observa el aspecto persuasivo apelando a lo erótico con algo de humor para conseguir impacto en el observador. Lo erótico está dado al mostrar una parte de un animal y darle otro sentido.

1



2

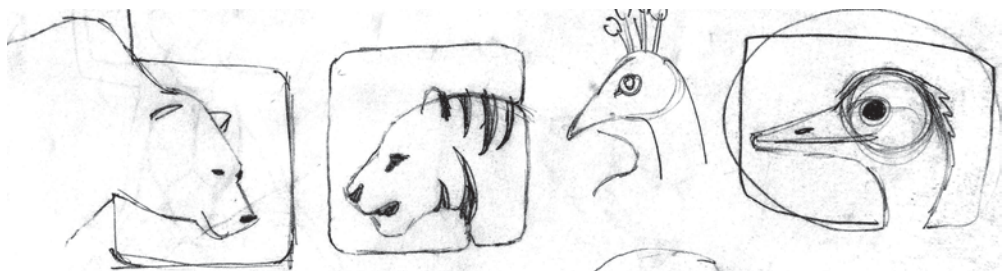
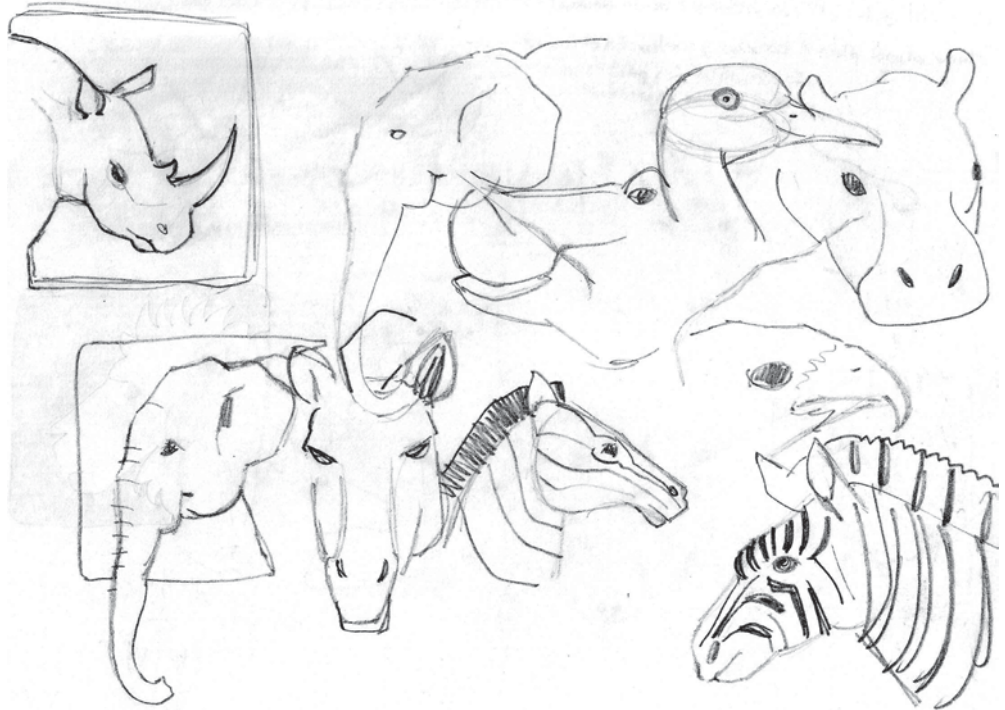


1. Otro afiche que mantiene la misma relación que los anteriores.
2. Propuesta de marca y pictogramas bajo el concepto de figura fondo con una relación menos explícita con lo erótico pero cuya idea en el fondo es la misma: mostrar solo una parte.

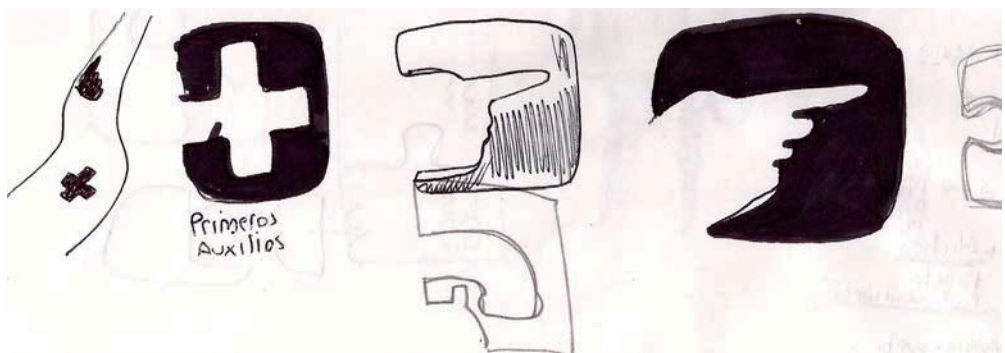
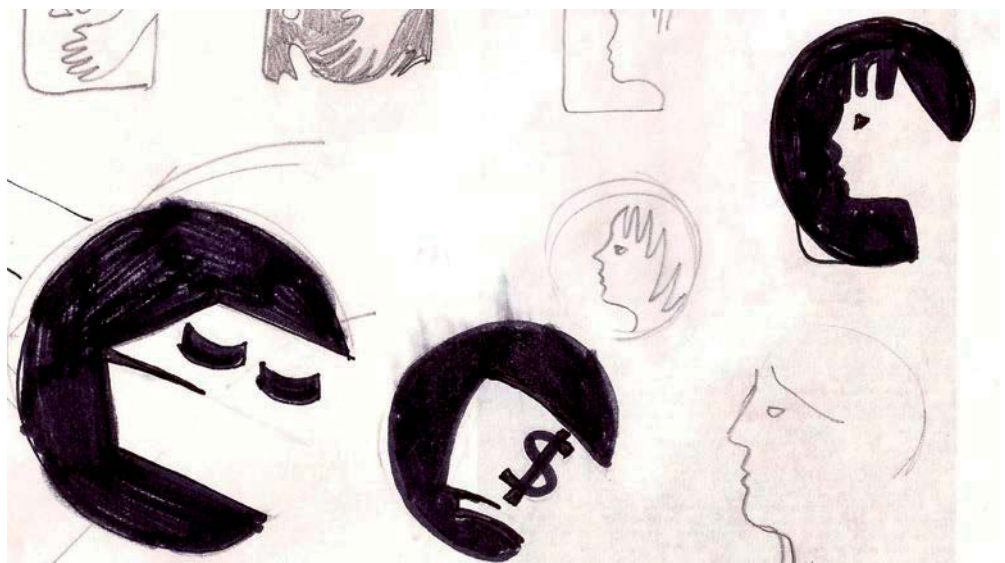
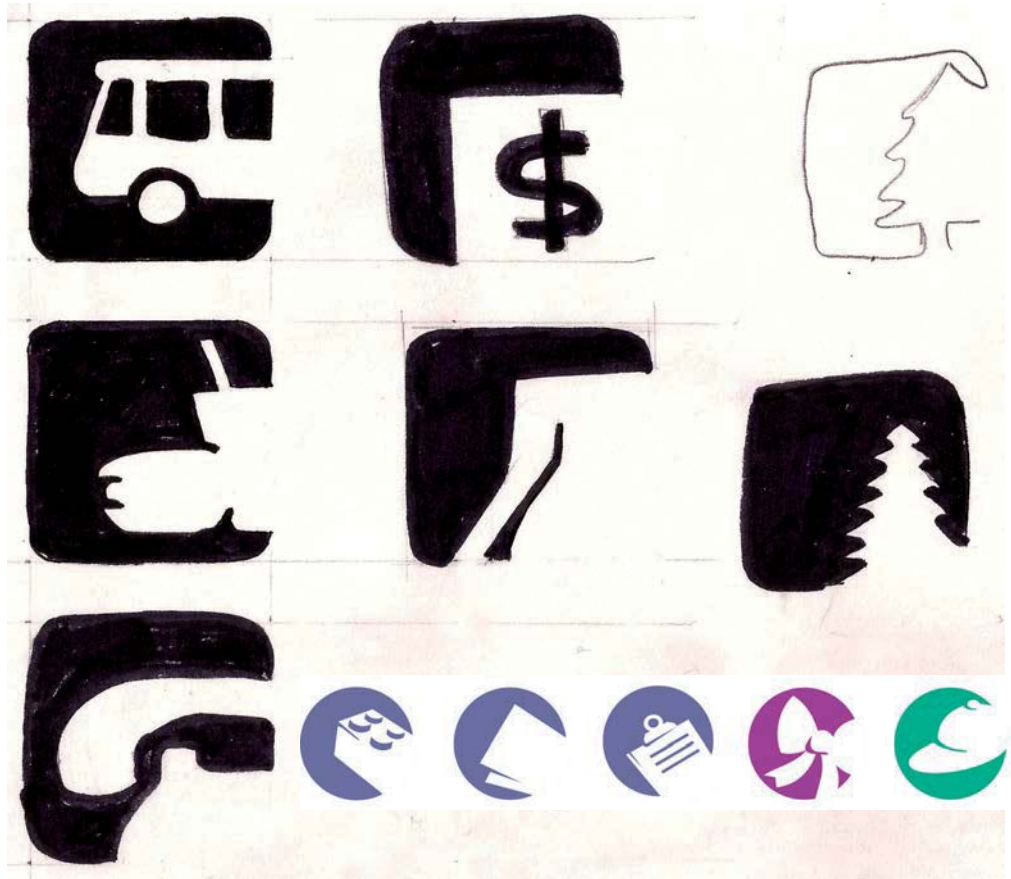
Conclusión y análisis De las alternativas planteadas anteriormente, se resolvió tomar elementos o recursos gráficos de todas ellas, ya que mantenían características en común. Se priorizó el aspecto educativo o de aprendizaje más presente en la alternativa número 2 y se colocó en un plano secundario la visión del zoológico como un lugar de esparcimiento (presente en la alternativa número 3) porque podía generar reacciones negativas por parte del público que se sensibiliza por los animales en cautiverio y de algunas organizaciones que están en contra de los zoológicos. En la alternativa número 1, la parte interesante de la propuesta residía en la idea de construir que remite a lo lúdico. De esta forma se creó la estrategia final que se presenta a continuación.

Estrategia final Plantear al zoológico como un espacio educativo- de aprendizaje tomando elementos relacionados con lo lúdico. Al mismo tiempo hacer sentir al visitante parte de la institución como “un lugar que se construye entre todos”.

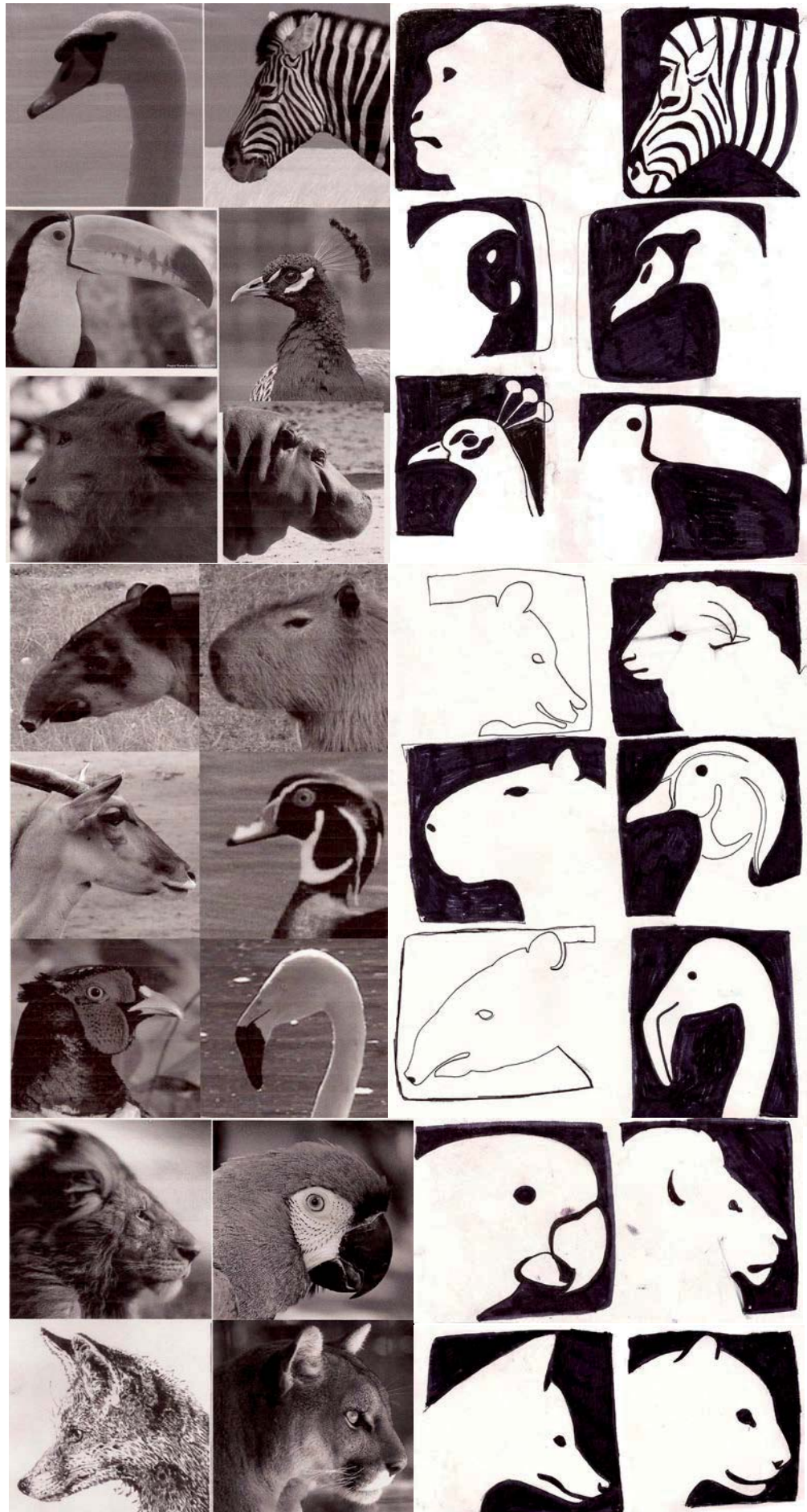
Proceso Una vez definida la estrategia se procedió a resolver las piezas gráficas y buscar la forma de establecer la relación con la misma. A continuación se presentan imágenes que muestran el proceso por el cual se logró finalmente resolver todo el sistema. La idea es mostrar la evolución de este proceso.



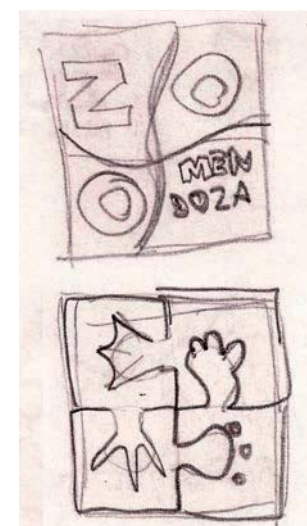
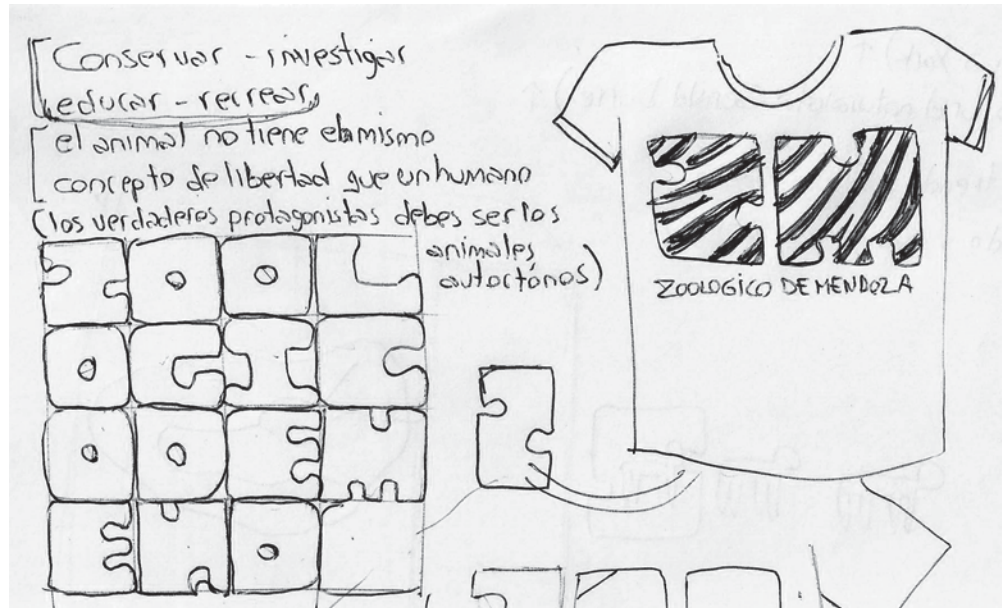
En esta serie de imágenes se muestran algunos bocetos en los que se buscaba el ángulo indicado del animal y la forma en que se podría resolver sintácticamente.



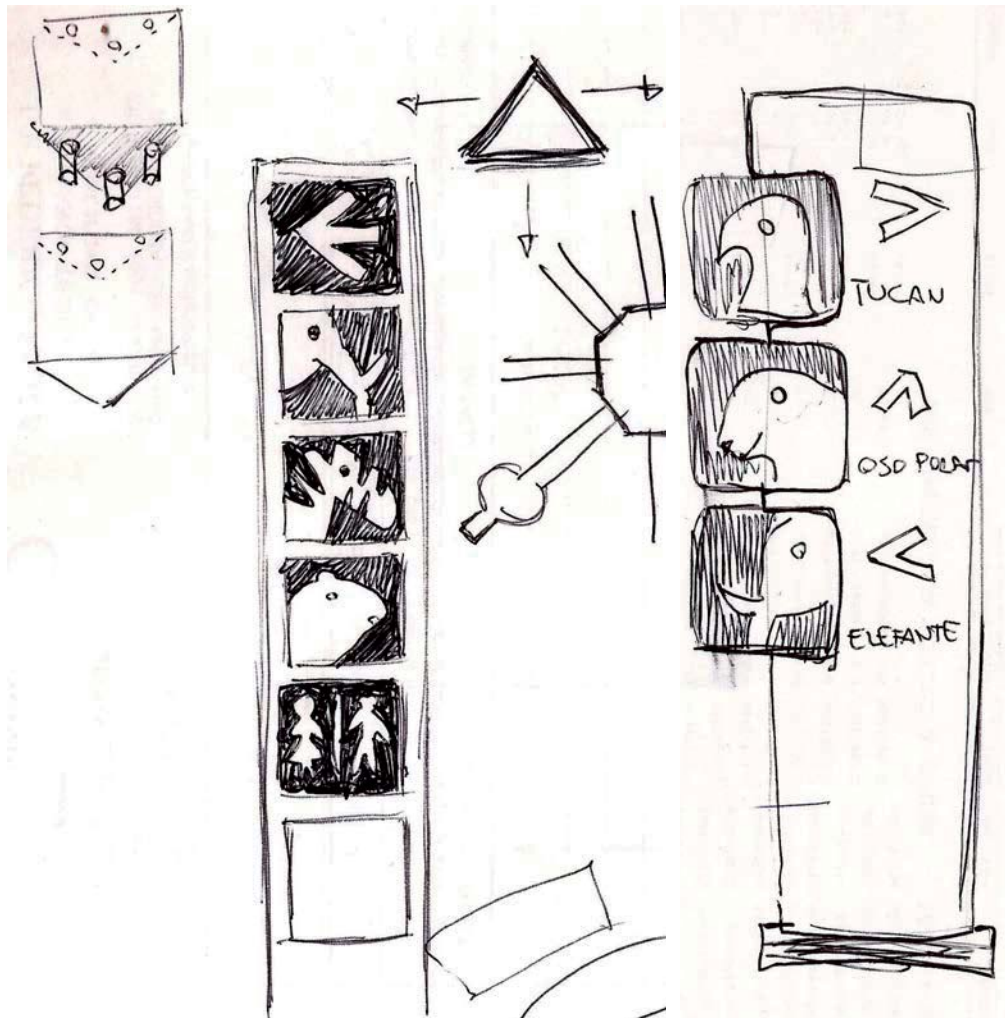
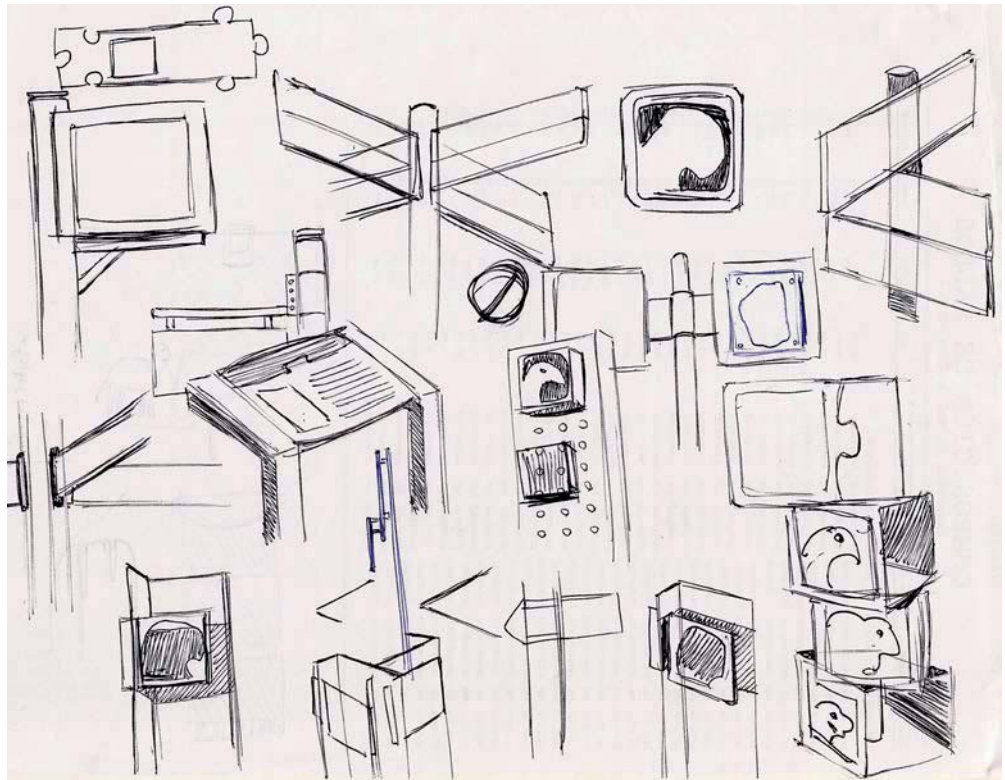
Distintas opciones para la resolución de los pictogramas de servicios definiendo el carácter gráfico que debe tener el sistema



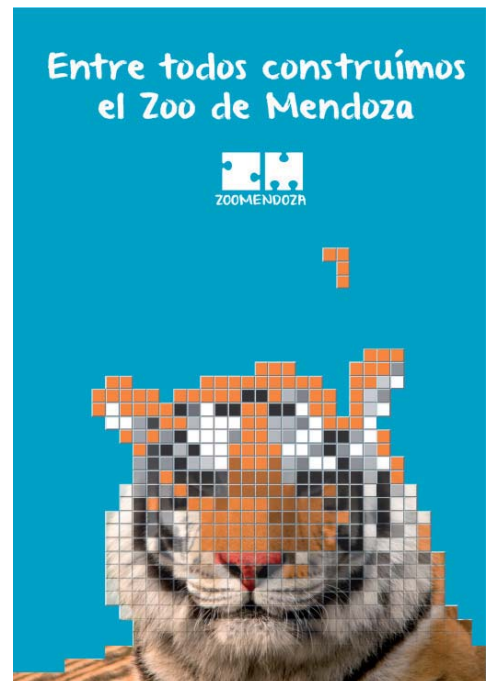
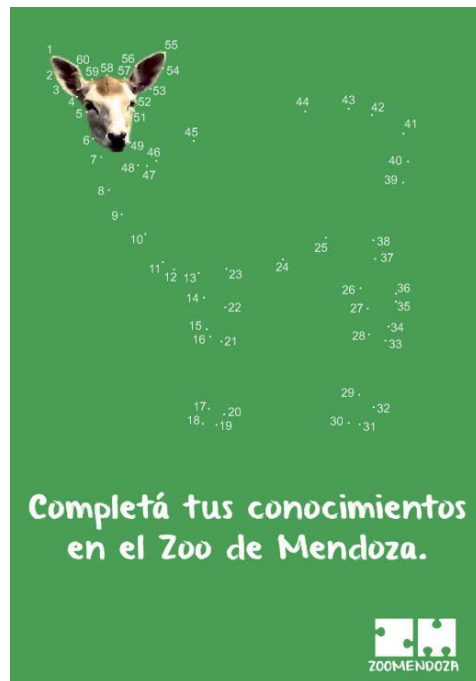
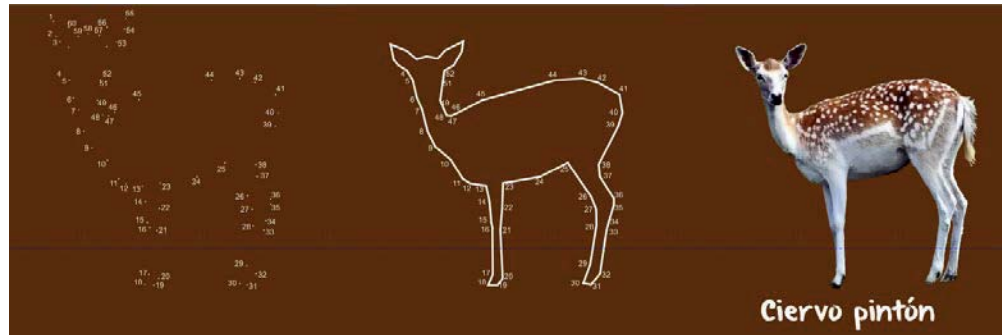
Algunas imágenes que muestran el proceso de simplificación de los diferentes pictogramas los cuales surgen a partir de fotografías .



La primer imagen corresponde a la marca actual del zoológico. Las siguientes imágenes son diferentes propuestas aunque finalmente no se eligió ninguna de ellas, en cambio se optó por otra opción la cual parte del sistema pictográfico y se encuentra en la capítulo 'proyecto' de esta carpeta.



Diferentes ideas de emplazamiento de la señalética



Diferentes propuestas para la promoción tratando de reflejar la estrategia de una forma más explícita que en otras áreas como la señalética o la identidad ya que en esta área se puede permitir mayor libertad creativa.

PROYECTO

Presentación del Proyecto Una vez seleccionada la estrategia que marcará la dirección al proyecto, se procede a ajustar cada uno de los componentes del sistema y sistematizar todas las piezas gráficas. En esta etapa se presentará todo el proyecto con sus ajustes y consideraciones.

A grandes rasgos se pueden identificar 3 grandes áreas de acción que son las siguientes:

1. Identidad
2. Señalética
3. Promoción

1. Identidad 1.1. Marca:



**ZOOLÓGICO
DE MENDOZA**

Nuevo diseño:

Se estableció un nuevo diseño de marca debido a que debe ajustarse al resto de las piezas gráficas que conforman el sistema.

La nueva marca, como se puede observar, está conformada por un isotipo el cual representa tanto la 'Z' de zoológico como los perfiles de 2 animales: un guanaco y un puma.

Los animales que conforman el isotipo son animales autóctonos, de la provincia y se consideró pertinente usarlos como símbolo de zoológico.

A nivel semántico se buscó hacer un juego de figura-fondo, donde ambas interpretaciones se observan simultáneamente: la 'Z' o los 2 animales. Los animales proyectan su sombra sobre el fondo generando el efecto visual. La relación con la estrategia planteada se da en ese juego de figura-fondo que remite a lo lúdico.

Los colores usados remiten a la naturaleza y a un espacio en contacto con el medio ambiente. El verde como color principal hace referencia a la vegetación del zoológico.

Versión horizontal



ZOOLÓGICO DE MENDOZA

1.2. Aplicación:



Ticket de entrada:

Se diseñó el ticket teniendo en cuenta el carácter informativo de la pieza de tal manera que ofrezca al visitante en forma clara y concisa todos los datos que el mismo debe conocer.

2.1. Señalética

2.1.1. Premisas

El diseño del sistema de señales del zoológico se desarrolla a partir de un análisis previo de la situación contextual en la que estará ubicado, del público receptor del mensaje y de una serie de requerimientos de vital importancia tales como el aspecto económico y el aspecto tecnológico. Podemos decir que las limitaciones financieras del zoológico llevan a plantear un sistema de señales cuyos materiales y costos de producción sean considerados como cuestiones clave.

2.1.2. Observaciones del terreno

El zoológico es un entorno complejo en el cual el sistema de señales actual es deficiente, incompleto y confuso.

2.1.3. Consideraciones

Para desarrollar el sistema de señales se han contemplado los siguientes aspectos:

La lógica del sitio: cómo está organizado el predio;

Elementos de señalización: qué elementos serán necesarios para desarrollar el sistema (imágenes, texto, materiales);

Habilidades del usuario para comprender el mensaje.

2.1.4. Clasificación de señales necesarias

La siguiente tabla presenta los tipos de señales que serán requeridas para construir el sistema.

Función	Tipo	Emplazamiento	Descripción
ORIENTATIVA	Mapa del zoológico: 1. Mapa general 2. Mapa de ubicación	De banda (emporado en el piso)	1. Mapa de grandes dimensiones ubicado en la entrada del zoológico. Señala el recorrido completo y ubicación de servicios y animales. 2. Mapa simplificado del anterior. Indica el lugar en el que se encuentra el visitante.
DIRECCIONAL	Señal de distancia	Tótem (emporado en el piso)	Señala la dirección en que se encuentra el predio. Ubicado en inmediaciones del lugar.
	Servicios	Tótem (emporado en el piso)	Señala la dirección en que se encuentran los servicios. Con indicación de distancia.
	Animales	Tótem (emporado en el piso)	Señala la dirección en que se encuentran los animales más significativos. Con indicación de distancia.
	Señal de recorrido	De banda (emporado en el piso)	Señala la dirección del recorrido completo. Ubicada en las bifurcaciones.
NOMINATIVA	Animales / Servicio	Adosado / de banda	Indican el nombre de cada servicio en su respectiva ubicación. Dentro y fuera del predio.
	Cartel de bienvenida	De banda (emporado en el piso)	Ubicado en el ingreso del predio.
INFORMATIVA	Cartel de fachada	De banda (emporado en el piso)	Esta señal además informa sobre datos relevantes como ubicación de la boletería y el ingreso principal.
	Ficha técnica de animal	Totem / Adosado	Indica nombre y características de cada animal. Ubicada en su recinto correspondiente.
REGULADORA	Prohibitivas / Preventivas	Adosado	Ubicadas en sitios estratégicos. Algunas ubicadas a lo largo del recorrido y otras en los recintos de animales.
	Salida de emergencia	Totem (emporado en el piso)	Ubicadas en las bifurcaciones del recorrido y señalan las vías de evacuación. (Junto a la señal de recorrido).

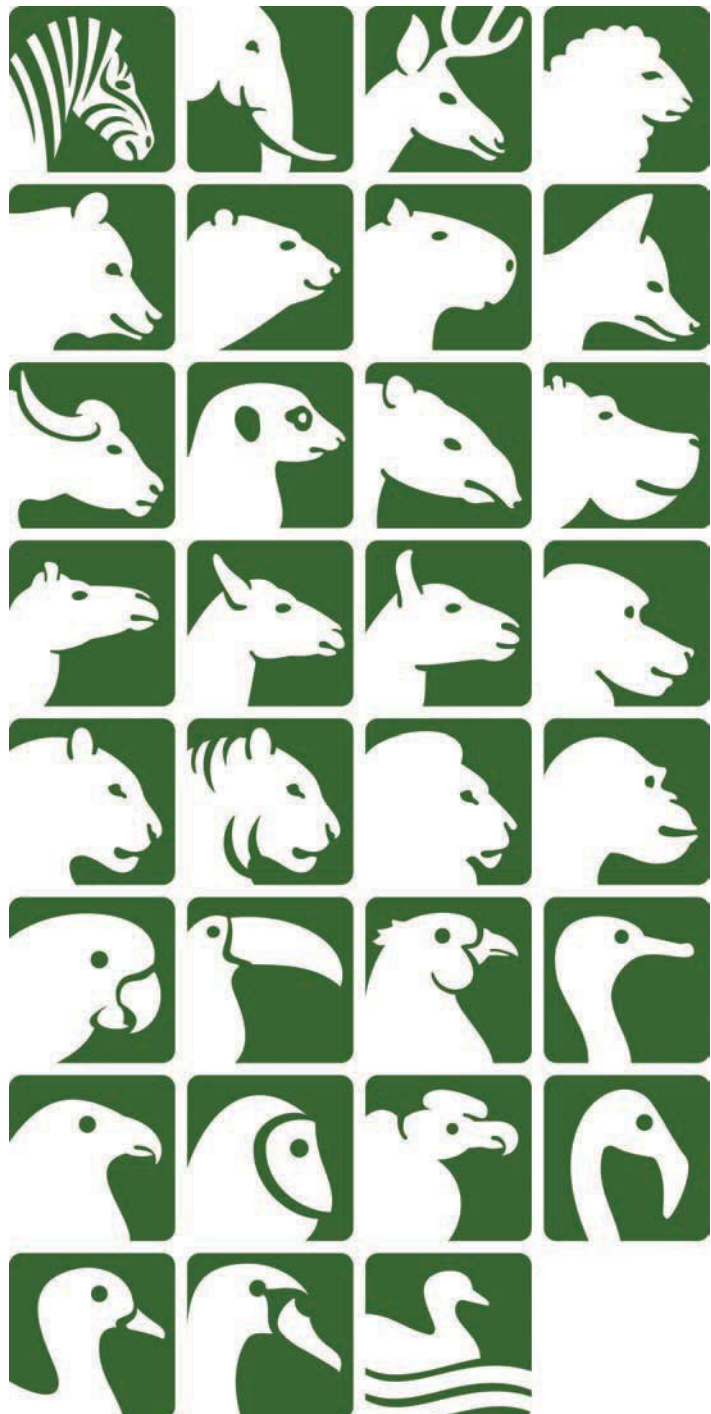
Una vez definidos todos los requerimientos se procede a desarrollar y diseñar las señales. El primer paso será el sistema pictográfico

2.2. Pictogramas El diseño de pictogramas se desarrolló a partir del juego de luz y sombra en el cual el fondo es imprescindible para formar la figura remitiendo al aspecto lúdico. Se puede decir que como figura retórica se apela a la sinecdoque ya que se muestra una parte por el todo. Se tomó como requisitos principales la simplicidad formal, la claridad de la imagen y la rápida interpretación por parte del usuario.

2.2.1. Pictogramas de animales

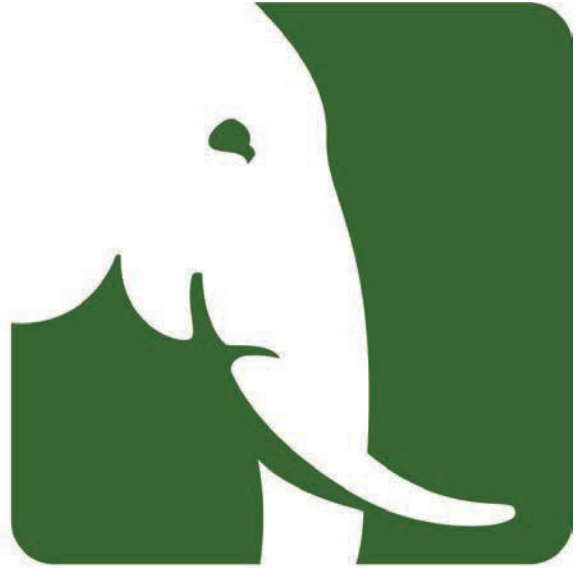
Se tomó la parte más significativa del animal que es su rostro y en la posición más clara para ser identificado que es la de perfil. Los animales pertenecientes a la misma familia comparten características similares como pueden ser los ojos, las orejas o la boca.

A continuación se presenta el sistema completo:





Cebra



Elefante



Cérvidos



Oveja



Oso Pardo



Oso polar



Carpincho



Zorro



Búfalo



Suricata



Mono papio



Chimpancé



Camello



Guanaco



Llama



Tapir



Puma



Tigre de bengala



León



Hipopótamo



Loro



Tucán



Faisán



Ñandú



Águila



Lechuza



Cóndor



Flamenco



Pato



Cisne



Laguna de aves

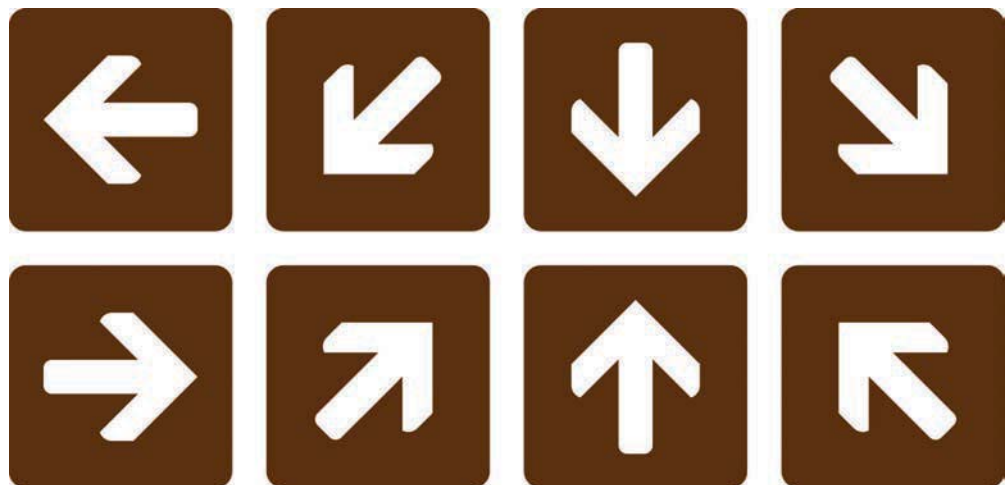
2.2. Pictogramas 2.2.2. Pictogramas de servicios

Se siguió el criterio aplicado en los pictogramas de animales diferenciado principalmente por la codificación cromática la cual se vincula al color típico que recibe este tipo de señales; ésto debido a que se busca una rápida y fácil interpretación por parte del usuario. También por este motivo se respetan en algunos casos las convenciones formales de este tipo de pictogramas ya que son un lenguaje universal y por lo tanto un código conocido e interpretable por parte del público.

A continuación se presenta el sistema completo:



2.2.3. Flechas





Información



Estacionamiento



Primeros Auxilios



Teléfonos



Zona de juegos



Baños (hombre-mujer)



Baños mujer



Baños hombre



Bosque de pinos



Kisco



Parada de omnibus

2.3. Señales Una vez definidas las diferentes tipologías necesarias y definido todo el sistema pictográfico se procede a la realización de todas las señales las cuales se presentan a continuación.

2.3.1. Señal de distancia

Es la primer señal con la que el receptor toma contacto y está ubicada en las inmediaciones del zoológico, es decir, fuera del mismo a 500mts. del predio. Su función es orientativa.



Imagen contextual

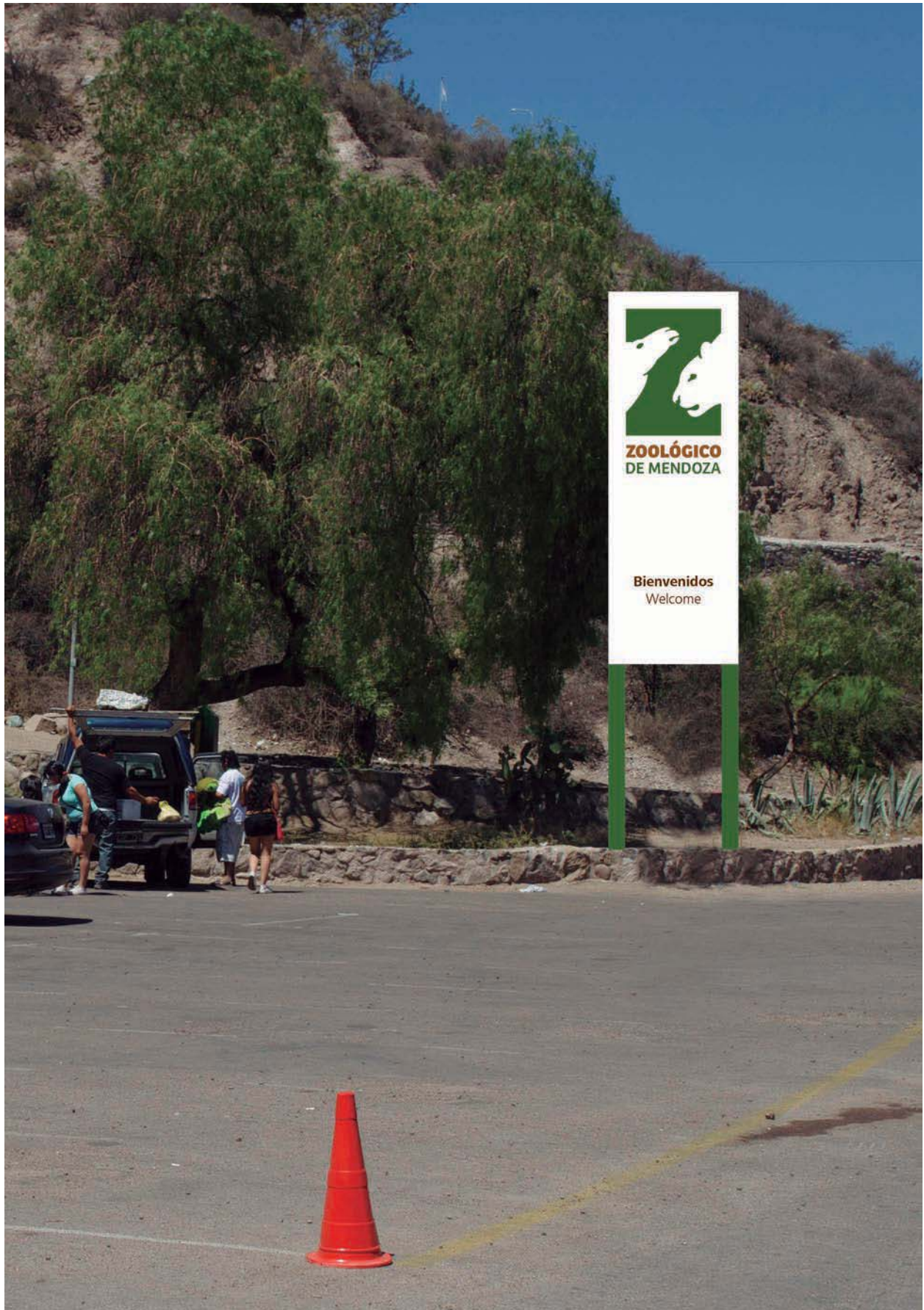


2.3.2. Cartel de entrada

Ubicado en la entrada del predio, su gran tamaño (5,75mts. de altura) responde a la necesidad de ser visto a la distancia, ya sea por el conductor de un vehículo como por un peatón. Es la segunda señal con la que el receptor toma contacto.



Imagen contextual



2.3.3. Cartel de fachada
Ubicado al ingreso del zoológico.



Imagen contextual

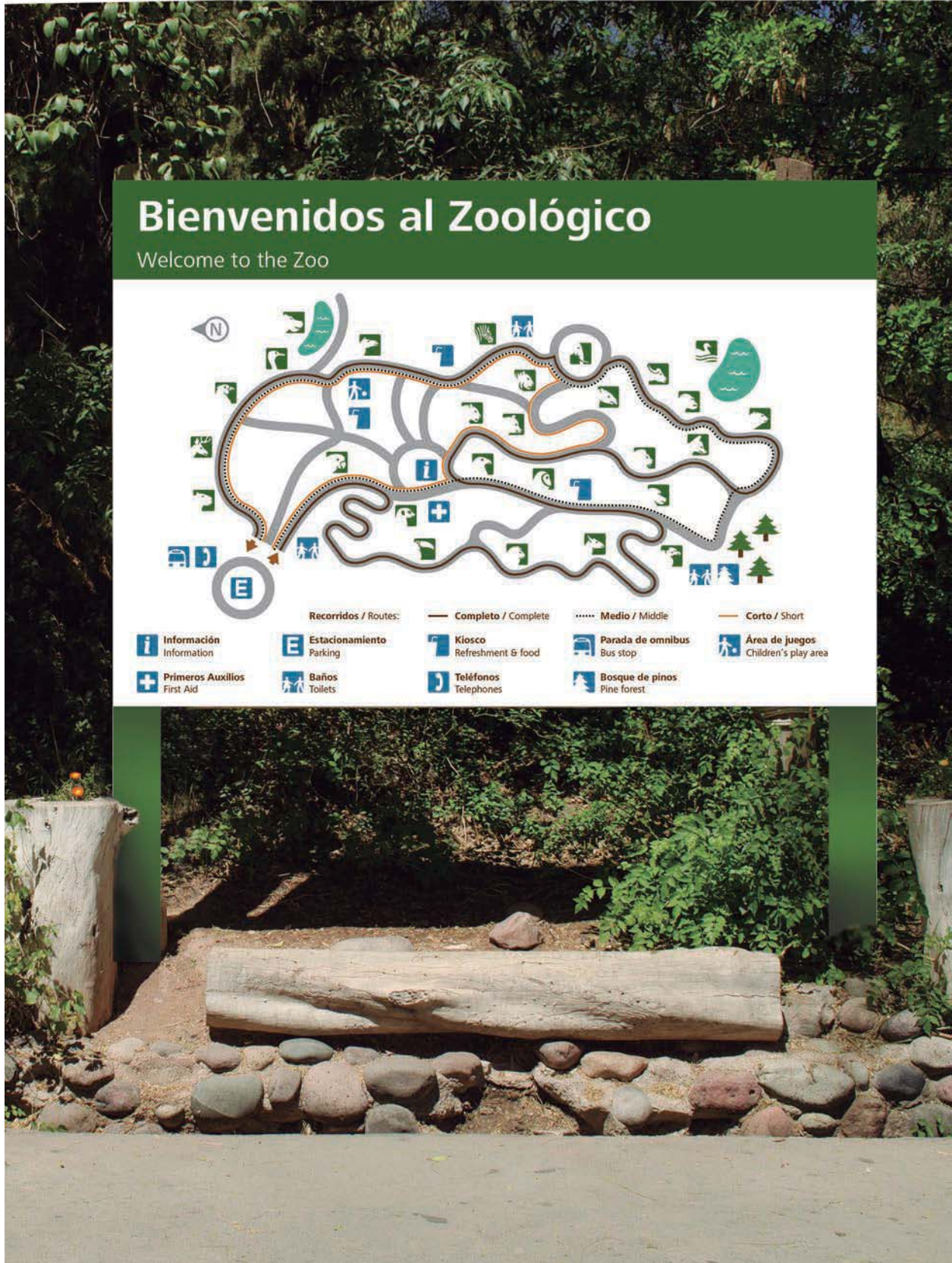


2.3.4. Mapa general

Una vez que el visitante haya ingresado al predio, está será la primer señal con la que tome contacto. Este mapa contiene toda la información necesaria para ubicarse e iniciar el recorrido y está diseñado en dos idiomas debido a que muchos visitantes son extranjeros. El texto en dos idiomas es una constante que se va a repetir en todas las señales.



Imagen contextual



2.3.5. Plano de ubicación

Este plano o mapa de ubicación estará ubicado en diferentes puntos a lo largo del recorrido con el objeto de brindar información al visitante a cerca de cuál es su ubicación dentro del predio. Es una versión simplificada del mapa general.

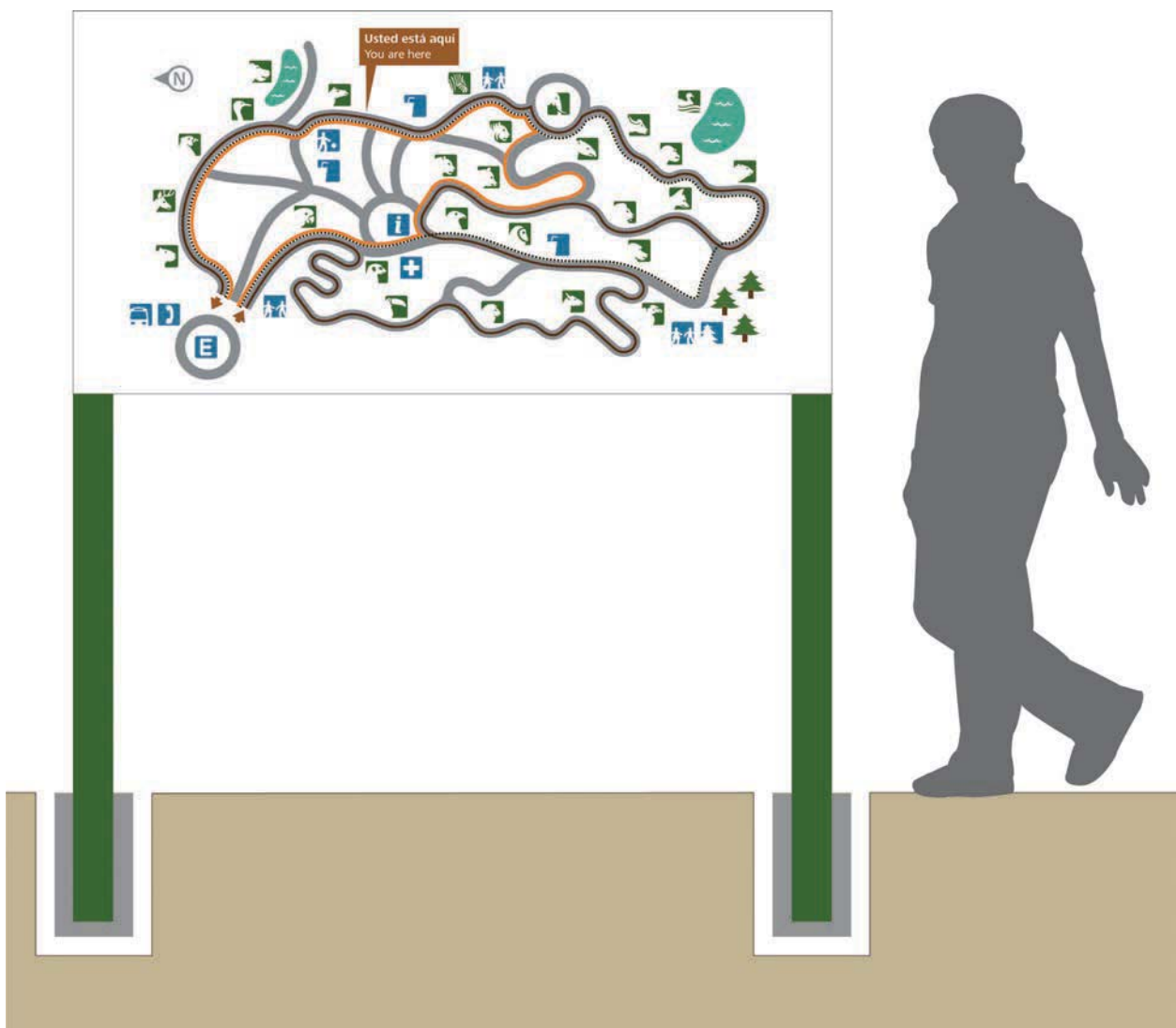
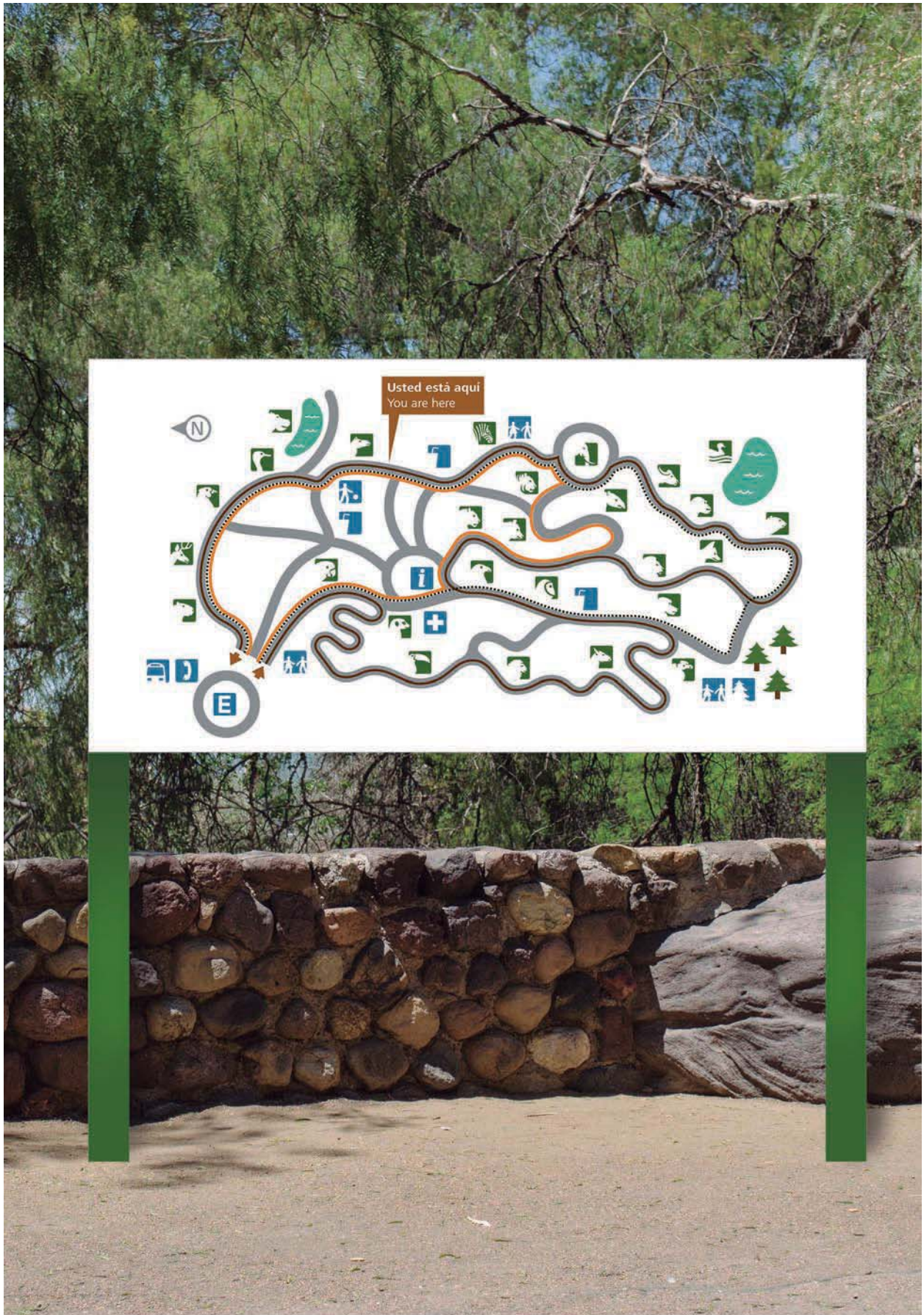


Imagen contextual



2.3.6. Tótem animal / servicio

Este tótem está compuesto por señales intercambiables las cuales son independientes de la estructura totémica. El objetivo es permitir versatilidad a la hora de indicar que servicios y/o animales se encuentran en los próximos 400mts. de recorrido ya que suelen cambiarse de lugar algunos animales de un recinto a otro con lo cual esta independencia de las señales permite modificar el tótem cuando sea necesario. Estarán ubicados en diferentes puntos críticos a lo largo del recorrido.



Imagen contextual



2.3.7. Nominal animal / servicio

Esta señal estará ubicada in situ, en el lugar donde se encuentra el servicio o animal indicado. Su función es indicar que servicio o animal se encuentra en ese preciso lugar.

El emplazamiento en este tipo de señal puede variar según la situación (ver el apartado **Normativa de señalética**, pag. 92).



Señal nominal servicio



Señal nominal animal



Imágenes contextuales
Aquí se muestran diferentes situaciones de emplazamiento.

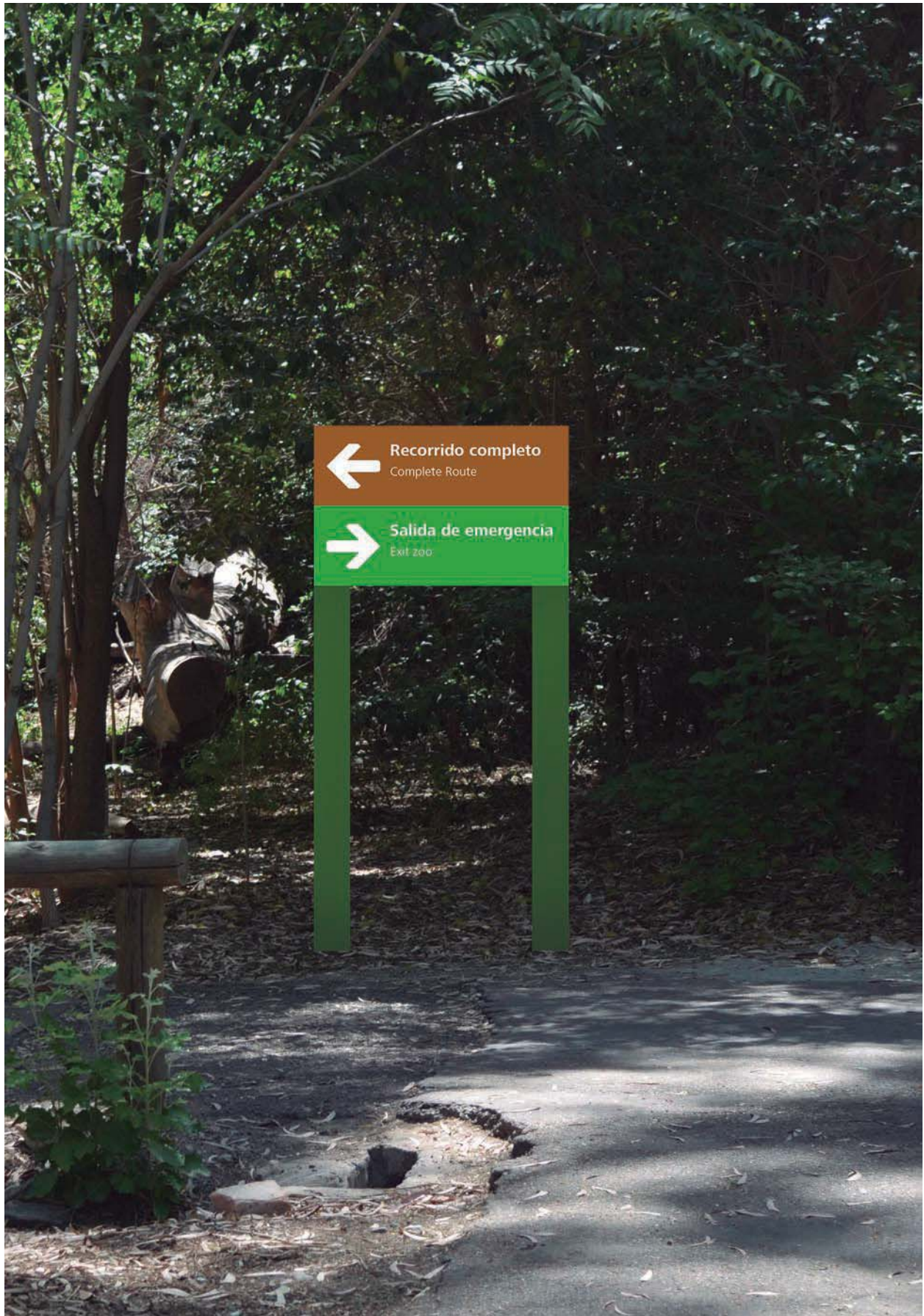


2.3.8. Señal de recorrido

Esta señal estará ubicada en todas las bifurcaciones del recorrido y tiene como objetivo guiar al visitante e indicar cuál el recorrido completo del zoológico y hacia donde se encuentra la salida de emergencia.




Imagen contextual



2.3.9. Fichas técnicas de animales

2.3.9.1. Ficha técnica A

Para recintos de gran tamaño y para animales destacados del predio. Esta ficha presenta información relevante del animal y su emplazamiento varía según la situación. En la página siguiente se pueden observar las 2 situaciones. Para más información sobre el emplazamiento ver apartado **Normativa de señalética**, pag. 94.



Elefante Africano


African elephant (Loxodonta Africana)

Clase: Mammalia; **Orden:** Proboscidea; **Familia:** Elephantidae.
Nivel de amenaza : Alto / **Threatning:** High

Incapaces de saltar o galopar. Son ambladores (desplazan los miembros de cada lado al mismo tiempo) pudiendo alcanzar los 40 km/h. Miden alrededor de 6 a 7 mts de largo y 3 de alto. Pesa hasta 6.000 kg. Son herbívoros y comen en promedio entre 80 y 250 kg de diarios y bebe alrededor de 120 lts.

Unable to jump or gallop. They ambladores (move the members of each side at the same time) and can reach the 40 km/h. They are about 6-7 meters long and 3 meters high. Weighs up to 6,000 kg. They are herbivores and eat on average between 80 and 250 kg of daily and drink about 120 liters.

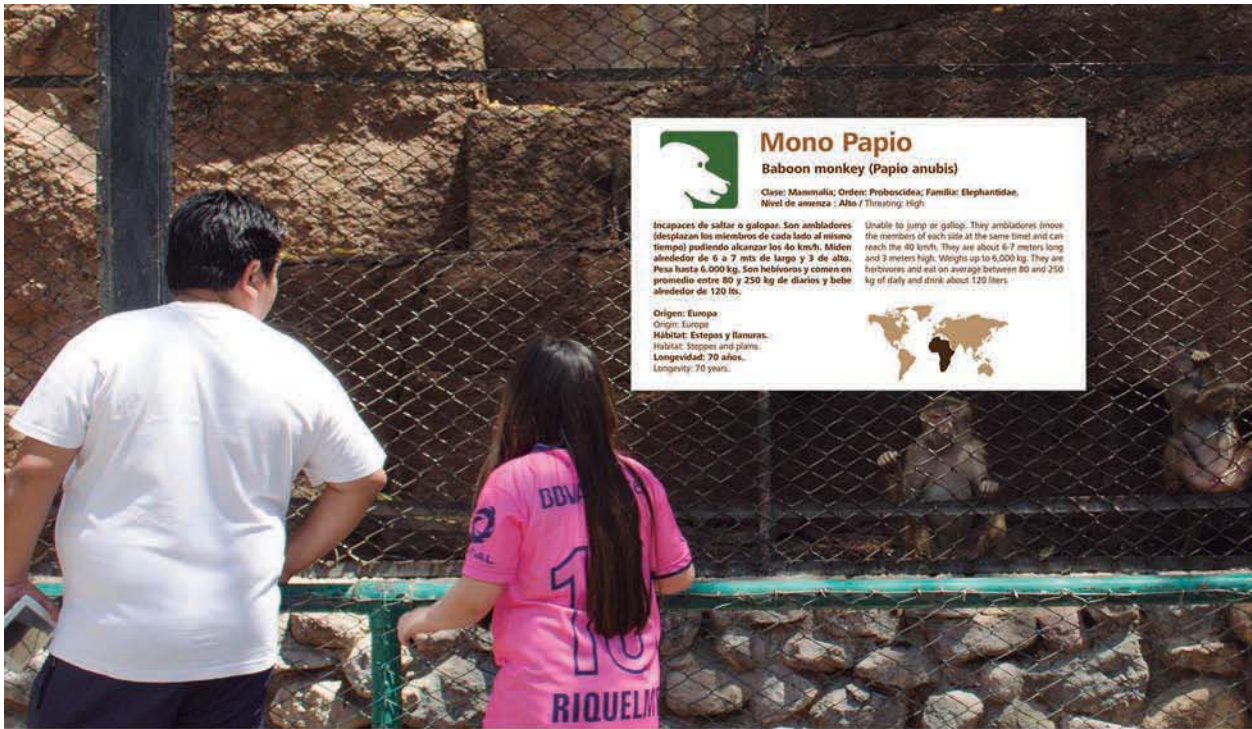
Origen: Europa
Origin: Europe
Hábitat: Estepas y llanuras.
Habitat: Steppes and plains.
Longevidad: 70 años.
Longevity: 70 years.



Ficha técnica A ampliada



Imágenes contextuales
 Aquí se muestran diferentes situaciones de emplazamiento.



2.3.9.2. Ficha técnica B

Para recintos de tamaño reducido o para aquellos espacios en los cuales conviven más de una especie como el caso de la laguna de aves. La información incluida en esta ficha es más reducida y su menor tamaño tiene como función poder ser utilizada en una estructura totémica como se muestra en la imagen. Mas ejemplos de emplazamiento en la siguiente página. Más información sobre emplazamiento en el apartado **Normativa de señalética**, pag. 95.



Flamenco común

American Flamingo (Phoenicopterus ruber).

Clase: Aves; Orden: Phoenicopteriformes; Familia: Anhimidae.
Nivel de amenaza : Medio / Threatening: Meddium.

Origen: Europa y América.
Origin: Europe and America.
Hábitat: **Lagunas grandes saladas y salitrales.**
Habitat: Salty large lagoons and salitrales.
Longevidad: **hasta 50 años en cautiverio.**
Longevity: up to 50 years in captivity.



Ficha técnica B ampliada



Imágenes contextuales
Aquí se muestran diferentes situaciones de emplazamiento.



2.3.10. Señales prohibitivas

Estas señales deben adaptarse a diversas situaciones ya que su emplazamiento es variado: muros, rejas, paredes, etc. Existen 2 articulaciones para estas señales: las señales para textos largos que poseen 2 renglones de texto en español, y las señales para textos cortos que poseen 1 renglón de texto en español.



Señal prohibitiva para textos largos.



Señal prohibitiva para textos cortos.



Imágenes contextuales

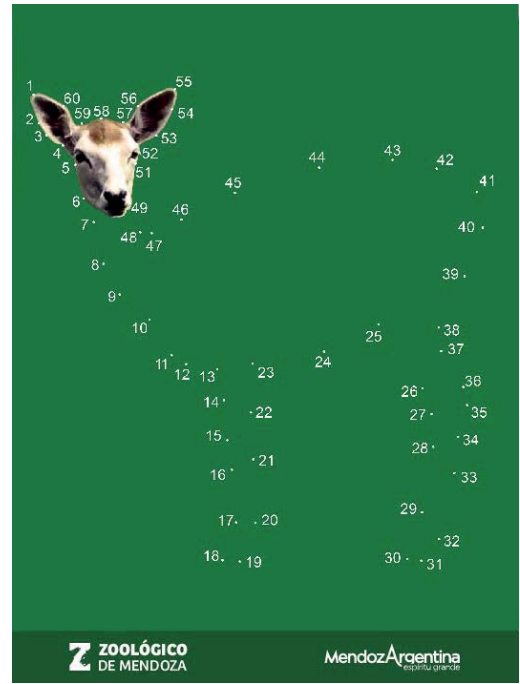
Aquí se muestran diferentes situaciones de emplazamiento.



3. Promoción La promoción es el área del proyecto en la cual se puede representar con mayor libertad y de una forma más innovadora e interesante las ideas planteadas en la estrategia. A continuación se presenta las diferentes piezas que forman parte de la promoción.

3.1. Afiches

Se diseñó una serie de 4 afiches en los cuales se establece una relación entre un juego incompleto (rompecabezas, unir con líneas, colorear la figura o el tetris) y la falta de ciertos conocimientos que tiene el público respecto a los animales que se encuentran en el zoológico. Los afiches son de vía pública tipo backlight o transiluminados. El texto juega un rol secundario, es la imagen la protagonista. Los colores son fuertes y llamativos para incentivar el impacto visual.



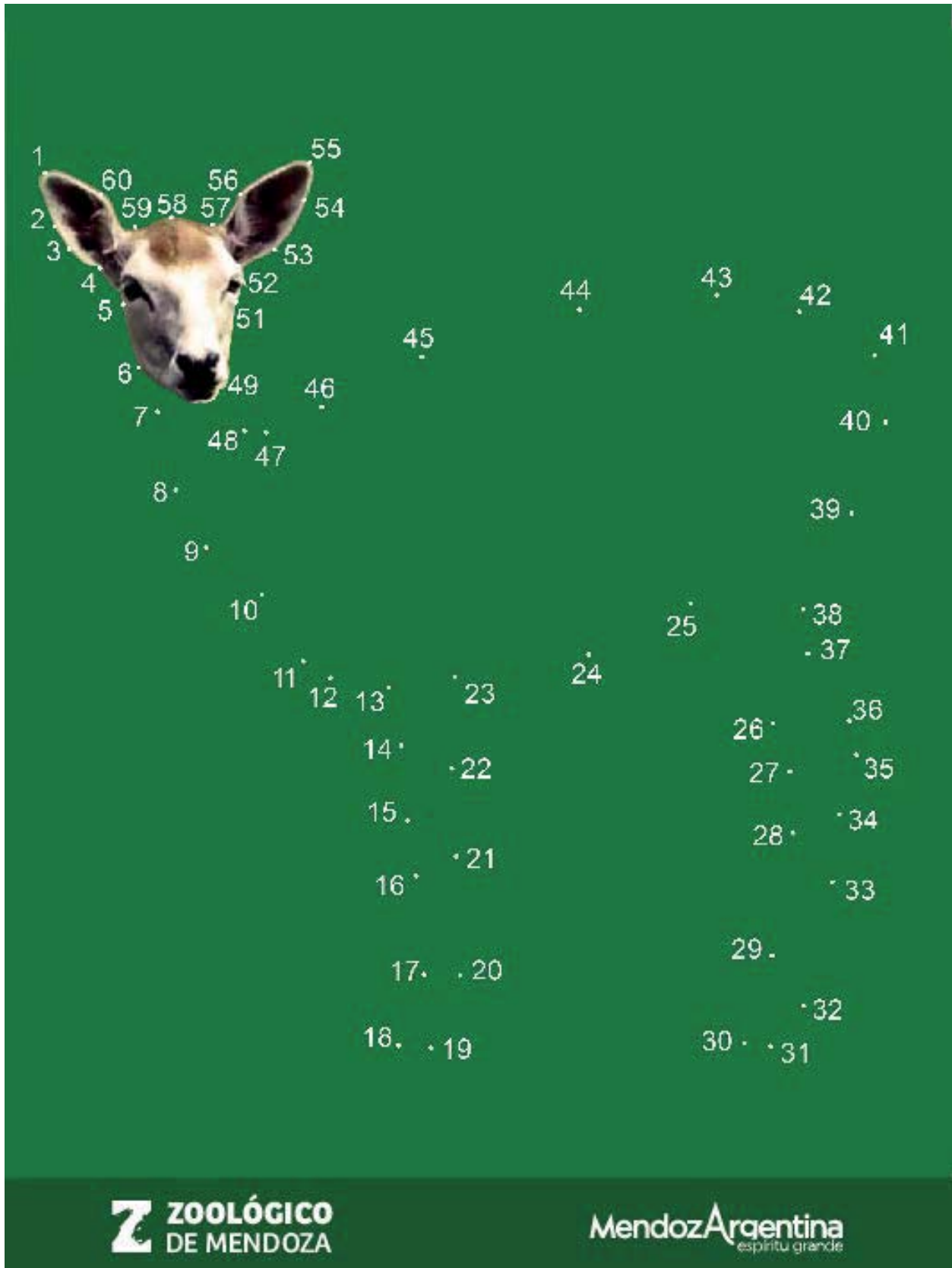
Afiche 1: Se toma como recurso gráfico el rompecabezas y las piezas que faltan aluden a la falta de conocimiento por parte del público.



Afiche 2: Se toma como recurso gráfico el juego de completar la imagen con colores; al igual que en el caso anterior hay colores que faltan y que serán descubiertos al visitar el zoológico. Se eligió el faisán dorado ya que es un animal que posee un plumaje de colores muy variados.



Afiche 3: En este caso el juego elegido es el de unir con puntos. Conceptualmente sigue el mismo criterio que los anteriores.



Afiche 4: Cuarto y último afiche. Aquí se toma como recurso gráfico el juego tetris. Nuevamente se encuentra incompleto y su significado sigue el mismo criterio.



Imagen contextual

Afiche ubicado en la situación real de lectura, en vía pública.
Tipo de afiche: backlight o transiluminado.



Imagen contextual

Afiche ubicado en la situación real de lectura, en vía pública.
Tipo de afiche: backlight o transiluminado.



3.2. Folletería

Los folletos están diseñados con una doble función: por un lado se trata de una pieza informativa que contiene datos relevantes de la institución sobre las actividades que realiza; por otra parte invita al destinatario del mensaje a jugar con la pieza ya que la misma es al mismo tiempo un rompecabezas. La idea es que por un lado mantenga un vínculo directo con la estrategia y por otro que no sea una pieza más y que no sea desechada por el receptor. La folletería es entregada en 2 puntos importantes: en escuelas a través de visitas que realiza el personal del zoológico, y en la Secretaría de Turismo.

Parte exterior



Parte interior



Imagen que se forma al recortar el folleto



Imágenes contextuales



3.3. Mapa del zoológico

Este mapa será entregado al visitante al ingresar al zoológico y con el pago de la entrada. Esta pieza gráfica presenta en una de sus caras el mapa propiamente dicho y en el reverso se encuentran 2 imágenes divididas y que tras doblar el mapa en las zonas indicadas y generando un zigzag se pueden observar las 2 imágenes por separado tal como se muestra en la siguiente página. De nuevo se trata de una pieza que refuerza la estrategia, ya que invita al receptor a interactuar con el mapa. Como en el caso de los folletos, tiene 2 funciones.

Frente



Dorso

En el dorso se presentan diferentes motivos



Imágenes contextuales

En las siguientes imágenes se puede observar como se forman los animales a través del doblar de la pieza.



Normativa del sistema En este apartado se presentan las especificaciones técnicas de todas las piezas gráficas con el objeto de brindar información acerca del uso de los componentes gráficos y de este modo garantizar la correcta aplicación por parte del usuario de este manual. Se establecen además, previsiones para el posible crecimiento del sistema. Contiene un lenguaje técnico simple de fácil comprensión para que sea interpretado sin errores ni dificultad. La normativa sigue el orden de la estructura sistémica planteada en el proyecto y es el siguiente:

1. Normativa de identidad
2. Normativa de señalética
3. Normativa de promoción

1. Normativa de identidad

1.1. Marca:

La marca se compone por un isologotipo el cual puede utilizarse de 2 maneras diferentes: versión horizontal y versión vertical. El isotipo en un futuro podrá ser utilizado de manera individual ya que es claramente identificable.

1.1.1. Versión vertical:



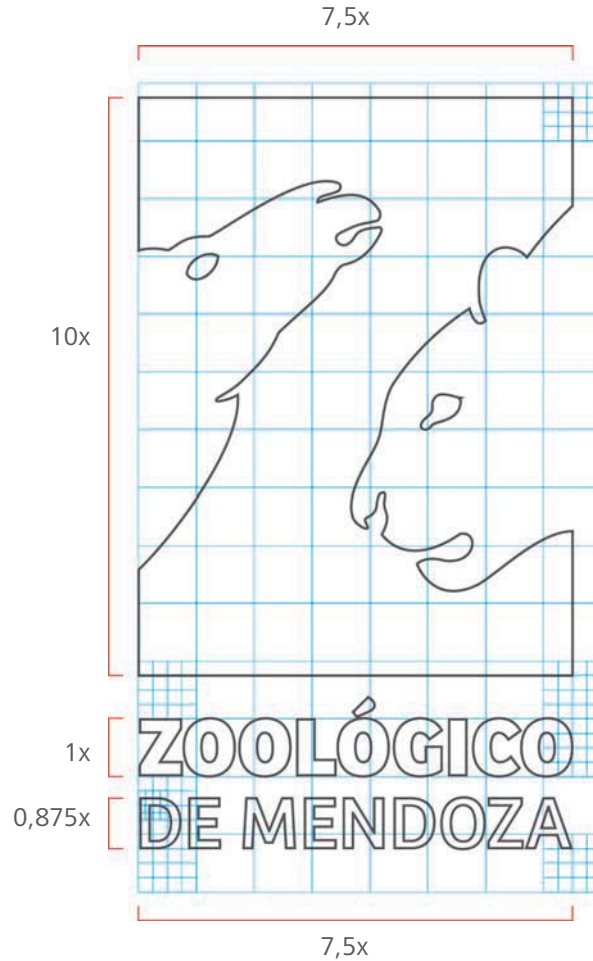
1.1.2. Versión horizontal:



1.2. Grilla de marca:

La marca en su versión vertical y horizontal se organiza a partir de una grilla la cual está formada por módulos. Este módulo "x" surge de la altura de la palabra "zoológico" del logotipo y puede dividirse en partes para permitir la ubicación de todos los elementos que conforman la marca.

1.2.1. Versión vertical:



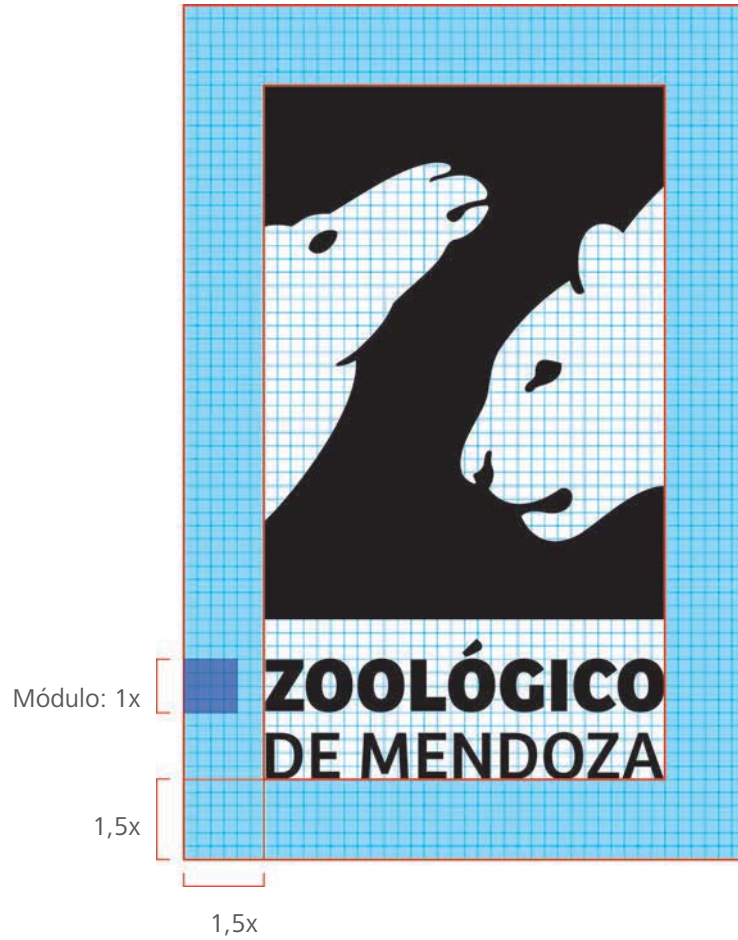
1.2.2. Versión horizontal:



1.3. Áreas de protección

No se debe posicionar ningún otro elemento dentro del área marcada. Se parte del módulo "x" para definir el área.

1.3.1. Isologo versión vertical:



1.3.2. Isologo versión horizontal:



1.4. Uso y representación del isotipo

1.4.1. Uso de la marca en escala de grises:

A continuación se muestran la versión en positivo y la versión en negativo respectivamente:

*La versión en positivo utiliza el negro al 70% para el isotipo y para el logotipo utiliza el negro al 50% y al 70%.
La versión en negativo utiliza el negro al 60% para el isotipo y para el logotipo utiliza el negro al 40% y al 60%.*



1.4.2. Uso de la marca con fondos de color:

A continuación se muestran la versión en fondos oscuros y la versión en fondos claros respectivamente:

Para fondos oscuros la marca se usa en blanco.
Para fondos claros la marca se usa en su versión en color.
El uso establecido para fondos oscuros también es aplicable para fondos texturados.



1.5. Reducciones

1.5.1. Tamaño mínimo imprimible:



12mm



33mm

1.5.2. Tamaño mínimo en pantalla:



77px



195px

1.6. Paleta cromática


La paleta cromática es el conjunto de tonalidades y/o colores básicos que sustentan la identidad de la institución.


1.6.1. Marca:

Los colores corporativos deberán reproducirse siempre de la manera más exacta posible tanto en sus versiones en tinta plana (PANTONE) como en la impresión de cuatricromía (CMYK).

Los equivalentes en RGB se deberán utilizar para reproducciones en pantalla y los Hexagecimales para aplicaciones web.




(1)  PANTONE 7743 C
 CMYK: C: 78% M: 36% Y: 98% K: 29%
 Pantalla RGB: R: 59 G: 102 B: 45
 Pantalla Hexagecimal: #3B662D

(2)  PANTONE 160 C
 CMYK: C: 25% M: 63% Y: 90% K: 25%
 Pantalla RGB: R: 160 G: 92 B: 36
 Pantalla Hexagecimal: #A05C24

1.6.2. Aplicaciones de papelería institucional o web:

Además de los colores ya citados, las aplicaciones podrán utilizar un tercer color que acompañe armónicamente a la identidad. Este tercer color es aplicable a textos.

 PANTONE 1545 C
 CMYK: C: 25% M: 65% Y: 85% K: 65%
 Pantalla RGB: R: 96 G: 54 B: 21
 Pantalla Hexagecimal: #603615

1.7. Tipografía

1.7.1. Marca

La tipografía elegida para ser utilizada en la marca (logotipo) es 'Bree' de cuya familia se seleccionaron 2 variantes:

Bree Extra Bold:

**ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿**

Bree Regular:

**ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿**

Ambas variantes podrán ser utilizadas también en aplicaciones de marca y/o piezas promocionales debido a su singular estilo.

1.7.2. Familia tipográfica institucional

La familia tipográfica elegida para ser utilizada en la mayoría de las piezas gráficas de la institución es 'Frutiger Next LT' debido a su excelente legibilidad y la gran cantidad de variantes que ofrece. Esta tipografía será utilizada para la comunicación interna y externa del zoológico. Las variantes elegidas son las siguientes:

FrutigerNextLT Bold:

**ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿**

FrutigerNextLT Medium

**ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿**

FrutigerNextLT Regular:

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿

FrutigerNextLT Regular Italic:

*ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿*

FrutigerNextLT Light:

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿

FrutigerNextLT Light Italic:

*ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿*

1.8. Aplicaciones

1.8.1. Entrada del zoológico

A continuación se muestra la entrada con su respectiva grilla constructiva.



Grilla constructiva:
cuerpo 8 pt / interlineado 10 pt

- ① Texto:
Español: Frutiger Next LT Bold 16 pt
Inglés: Frutiger Next LT Light 16 pt
- ② Español: Frutiger Next LT Bold 8 pt
Inglés: Frutiger Next LT Light 8 pt
- ③ Frutiger Next LT Bold 30 pt

1.8.2. Pautas generales

Tanto la entrada del zoológico como posibles futuras aplicaciones de papelería institucional deben respetar las siguientes pautas:

Soporte de impresión:

General: papel obra 90 grs.

Espaciales (como el caso de la tarjeta personal): papel ilustración gloss 250 grs.

Sistema de impresión: offset tinta especial respetando la paleta cromática presentada en el apartado 1.6. **Paleta cromática**

Estas pautas buscan lograr unidad en el sistema y un criterio común que refuerce la identidad de la institución.

2. Normativa de señalética En este apartado se especificarán pautas constructivas, grillas de normalización, así como también las normativas de emplazamiento, dimensión, proporciones y detalles constructivos del sistema de señales del zoológico.

2.1. Pictogramas

2.1.1. Pictogramas de animales

Los pictogramas de animales cumplen con criterios comunes que tienen el objetivo de establecer pautas de diseño para futuros animales que eventualmente puedan incorporarse a la institución y cuyo pictograma no este contemplado en el sistema pictográfico presente en este manual. Estas pautas garantizan la unidad en el sistema y se especifican a continuación:

Vista
Primer plano del rostro del animal visto de perfil.
Excepción: en el sistema la única excepción la representa el pictograma de la laguna de aves ya que se trata de un espacio conformado por muchas especies.

Sombras:
sirven para enfatizar ciertos rasgos. Se utilizan solo cuando se considere necesario y su aspecto debe ser similar al de la imagen de ejemplo.

Caras de entrada:
La imagen debe entrar por una o dos de las caras indicadas.
Excepción: cuando la forma del animal no pueda seguir este criterio podrá entrar por otra de las caras, como el caso del elefante.

Rasgos comunes:
Todos aquellos rasgos que comparte por formar parte de la misma familia de animales: hocico, boca, ojos, orejas, etc. se repetirán.

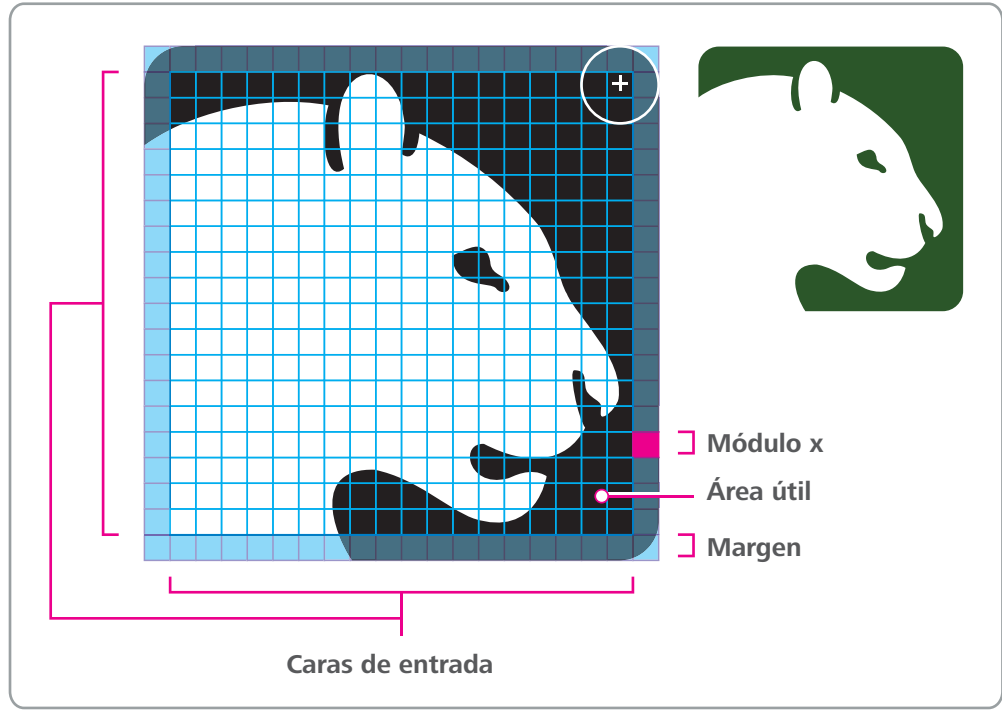
2.1.2. Pictogramas de servicio

Los pictogramas de servicio deben tratar de mantener, en la medida de lo posible, algunas de las pautas indicadas anteriormente pero debido a que se trata de signos, en su mayoría, convencionalizados de forma universal, algunos tendrán que mantener sus rasgos originales ya que de lo contrario pueden dificultar la interpretación por parte del receptor. A continuación se presenta el sistema completo con el objeto de mostrar al usuario de este manual de normas como se han resuelto los pictogramas ya diseñados para facilitar el accionar en el diseño de futuros posibles pictogramas:



2.1.3. Grilla

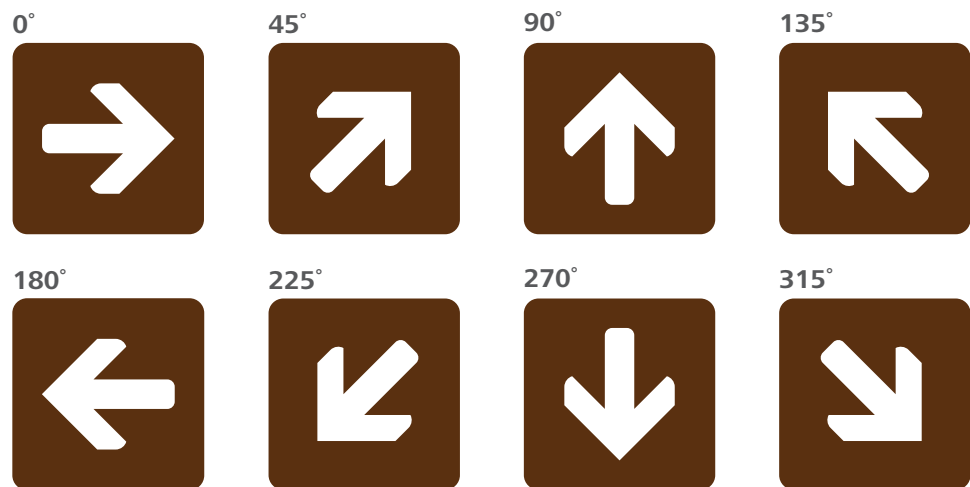
La siguiente es una grilla de referencia cuyo único objetivo es indicar el área útil en la cual se debe desarrollar el diseño del pictograma. La imagen no podrá sobrepasar los márgenes establecidos, exceptuando las caras de entrada. Esta grilla es aplicable tanto a los pictogramas de animales como a los pictogramas de servicio.



La grilla esta conformada por 20 módulos de alto x 20 módulos de ancho y el margen corresponde a un módulo.

2.1.4. Flechas

Las flechas acompañan a los pictogramas en determinadas señales y su modo de aplicación será indicado en los próximos puntos de este apartado de normativa de señalética. La flecha varía su ángulo cada 45°, generando así 8 variables tal como se muestra a continuación:



2.2. Señales

A continuación se especificarán las normativas de emplazamiento, medidas, proporciones y detalles constructivos de cada una de las tipologías de señales.

La familia tipográfica elegida para ser utilizada en todo el sistema de señales es 'Frutiger Next LT'. Las variantes elegidas son las siguientes:

FrutigerNextLT Bold:

**ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿**

FrutigerNextLT Regular:

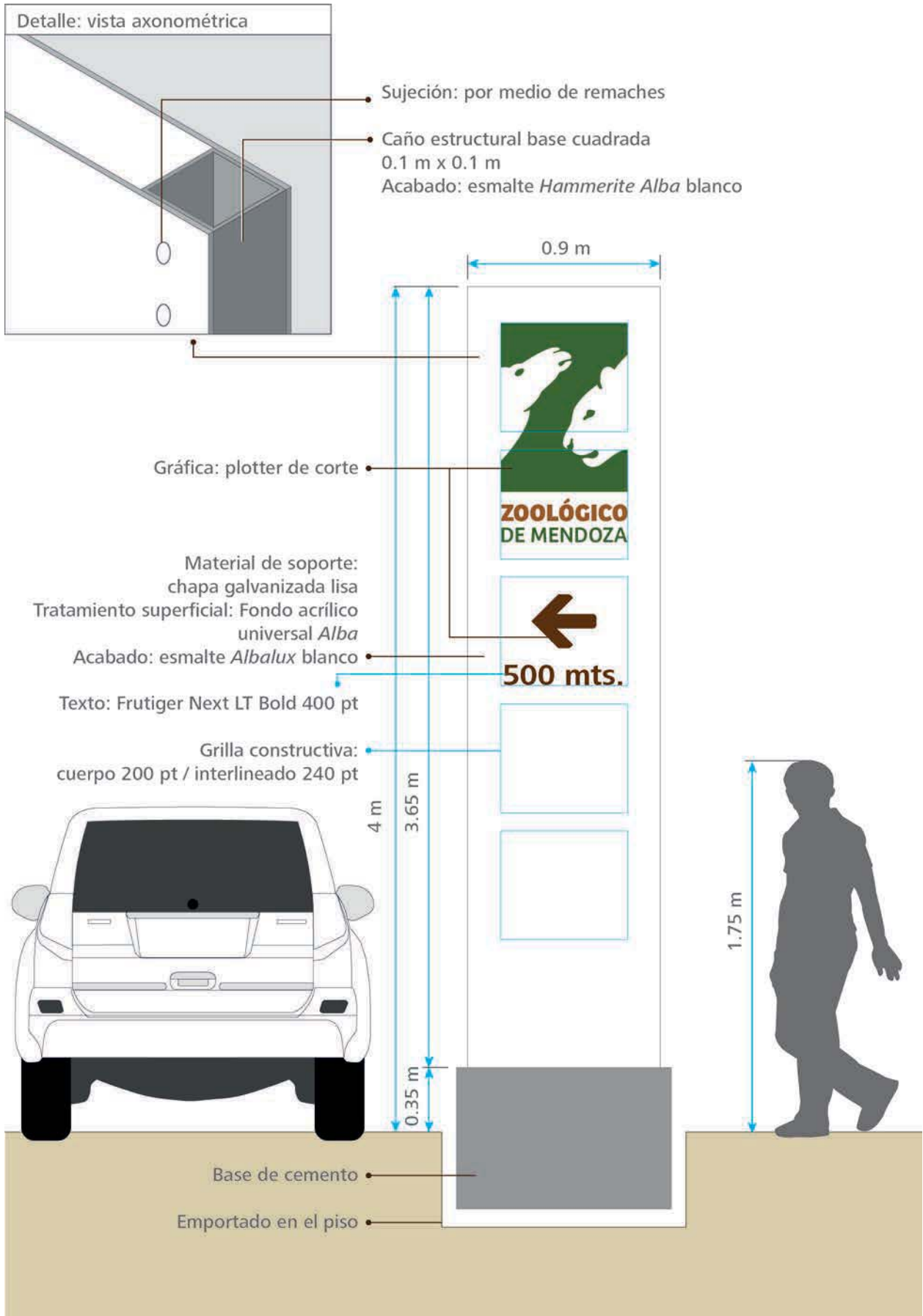
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿

FrutigerNextLT Light:

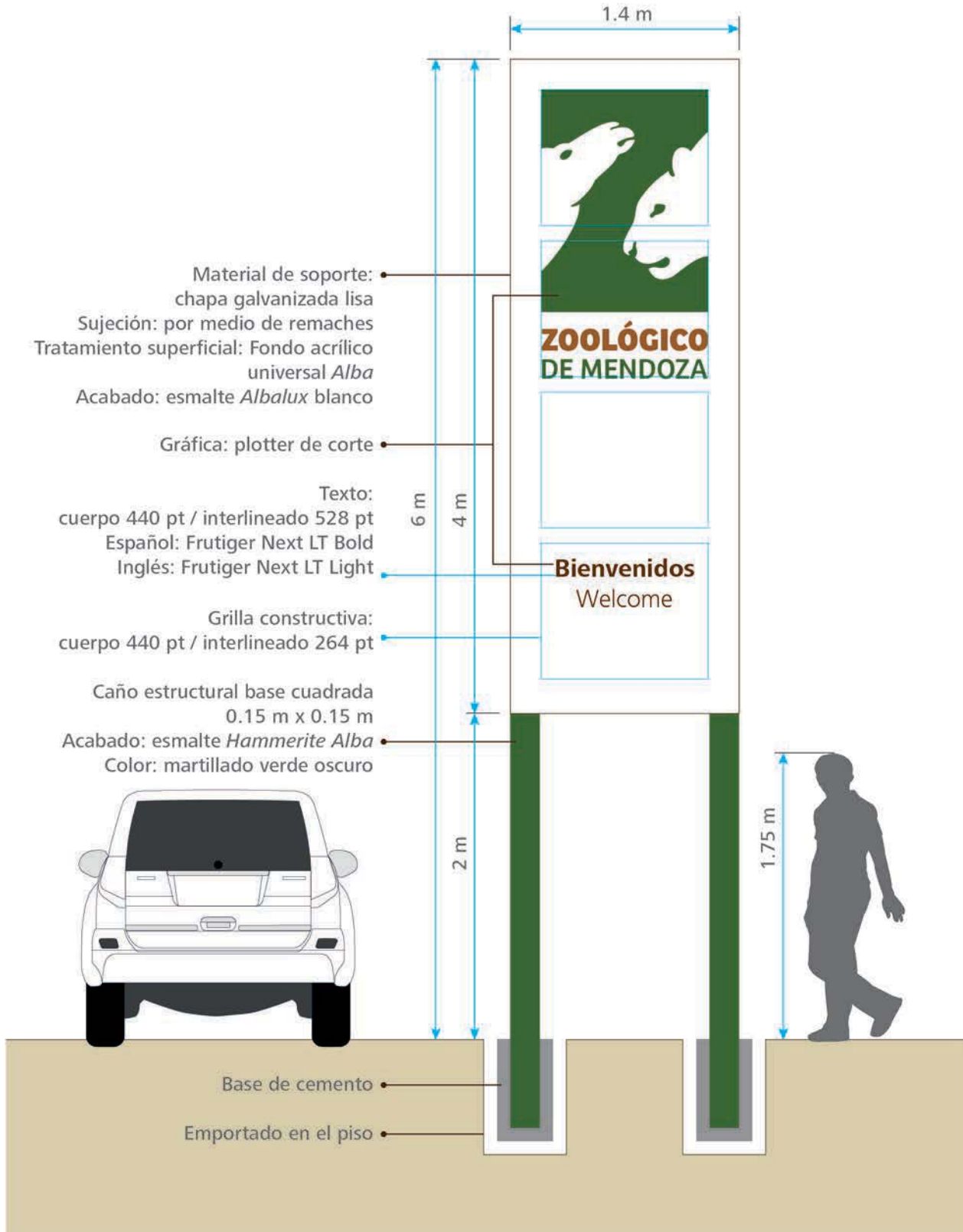
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()i¿

Ahora si se procede a presentar las normativas para cada una de las señales que componene el sistema señalético.

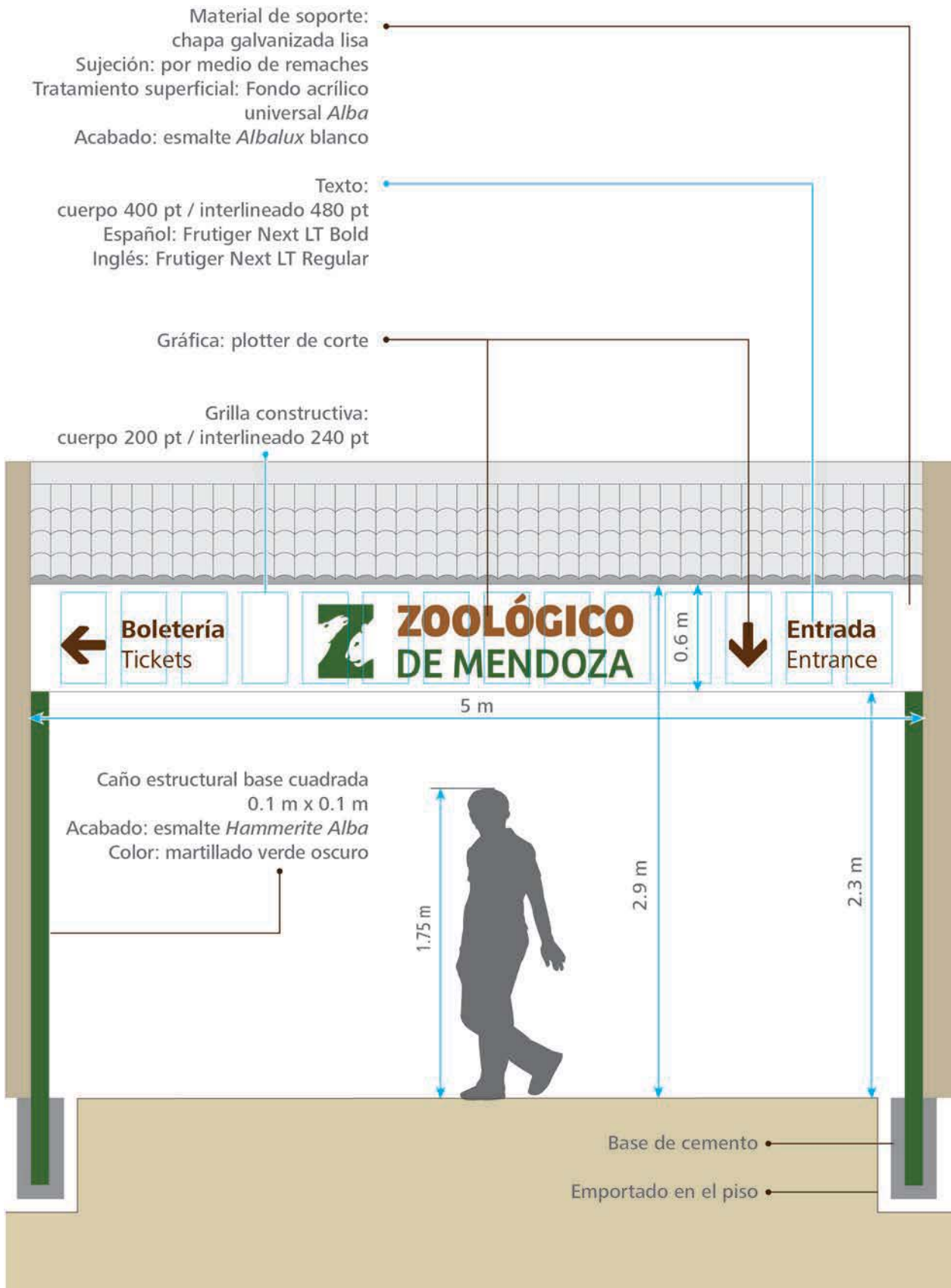
2.2.1. Señal de distancia



2.2.2. Cartel de entrada



2.2.3. Cartel de fachada



2.2.4. Mapa general

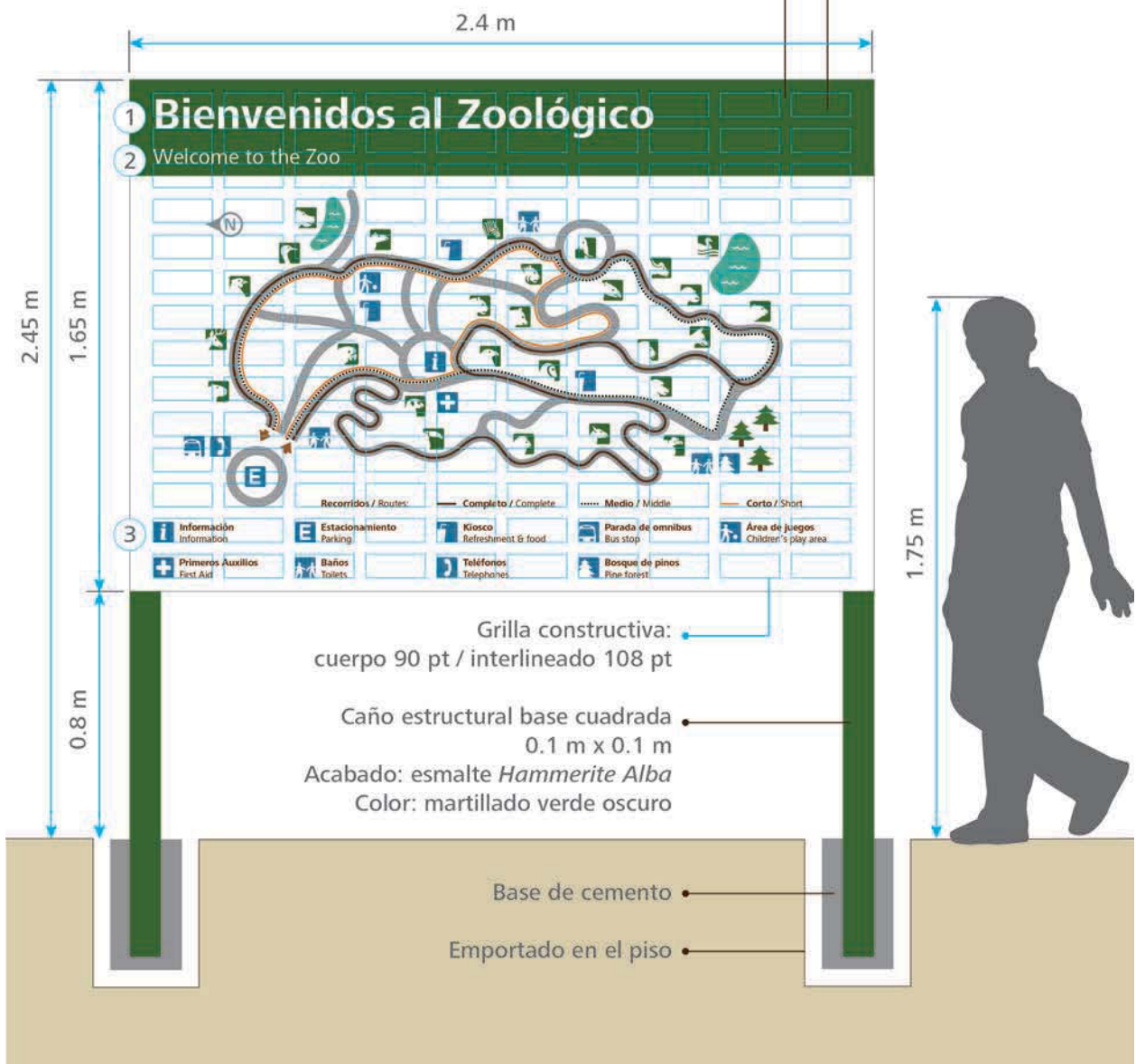
Título español: Frutiger Next LT Bold 400 pt ①

Título inglés: Frutiger Next LT Regular 200 pt ②

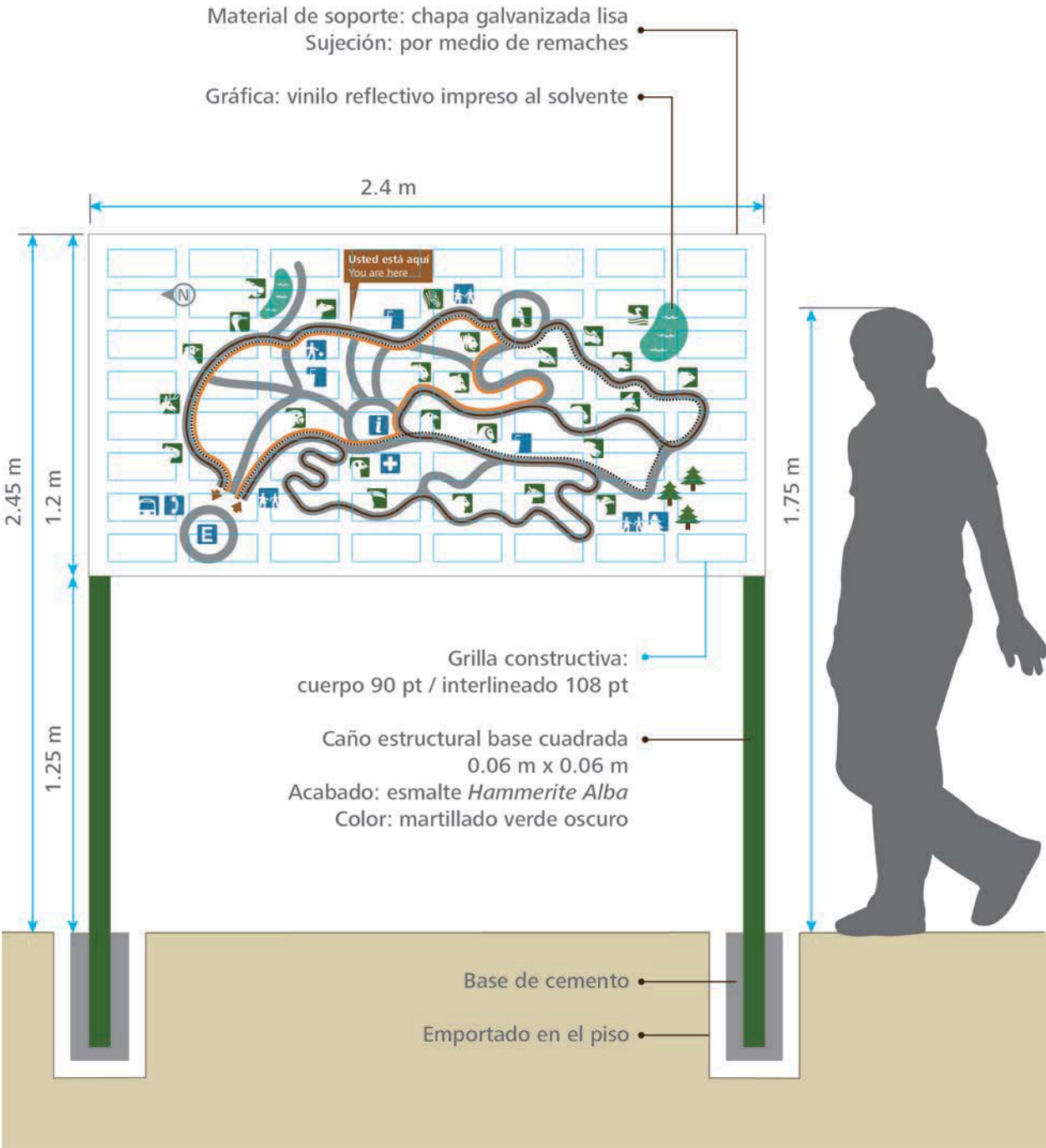
Referencias: cuerpo 90 pt / interlineado 108 pt ③
 Español: Frutiger Next LT Bold
 Inglés: Frutiger Next LT Regular

Material de soporte: chapa galvanizada lisa
 Sujeción: por medio de remaches

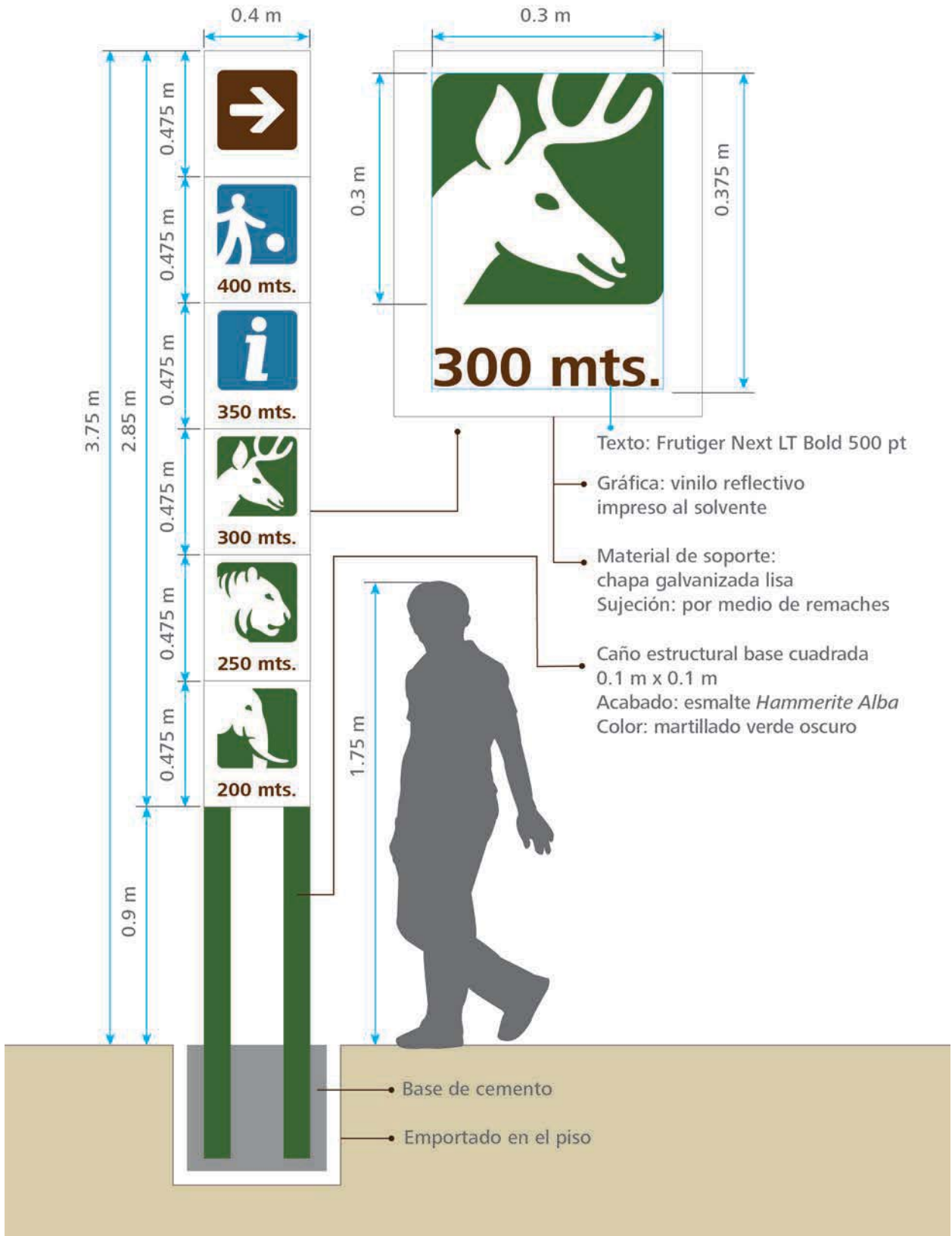
Gráfica: vinilo reflectivo impreso al solvente



2.2.5. Mapa de ubicación

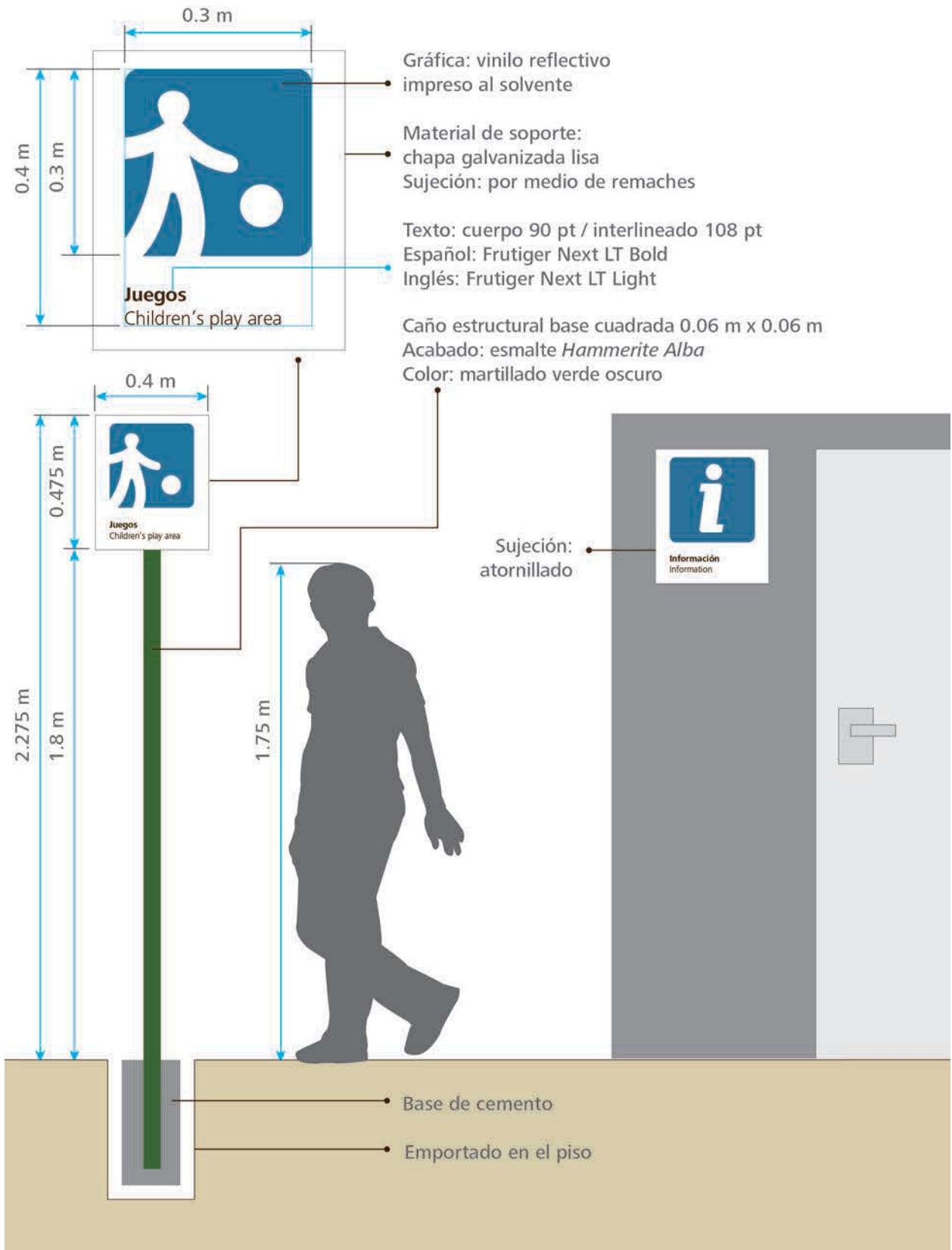


2.2.6. Tótem animal / servicio

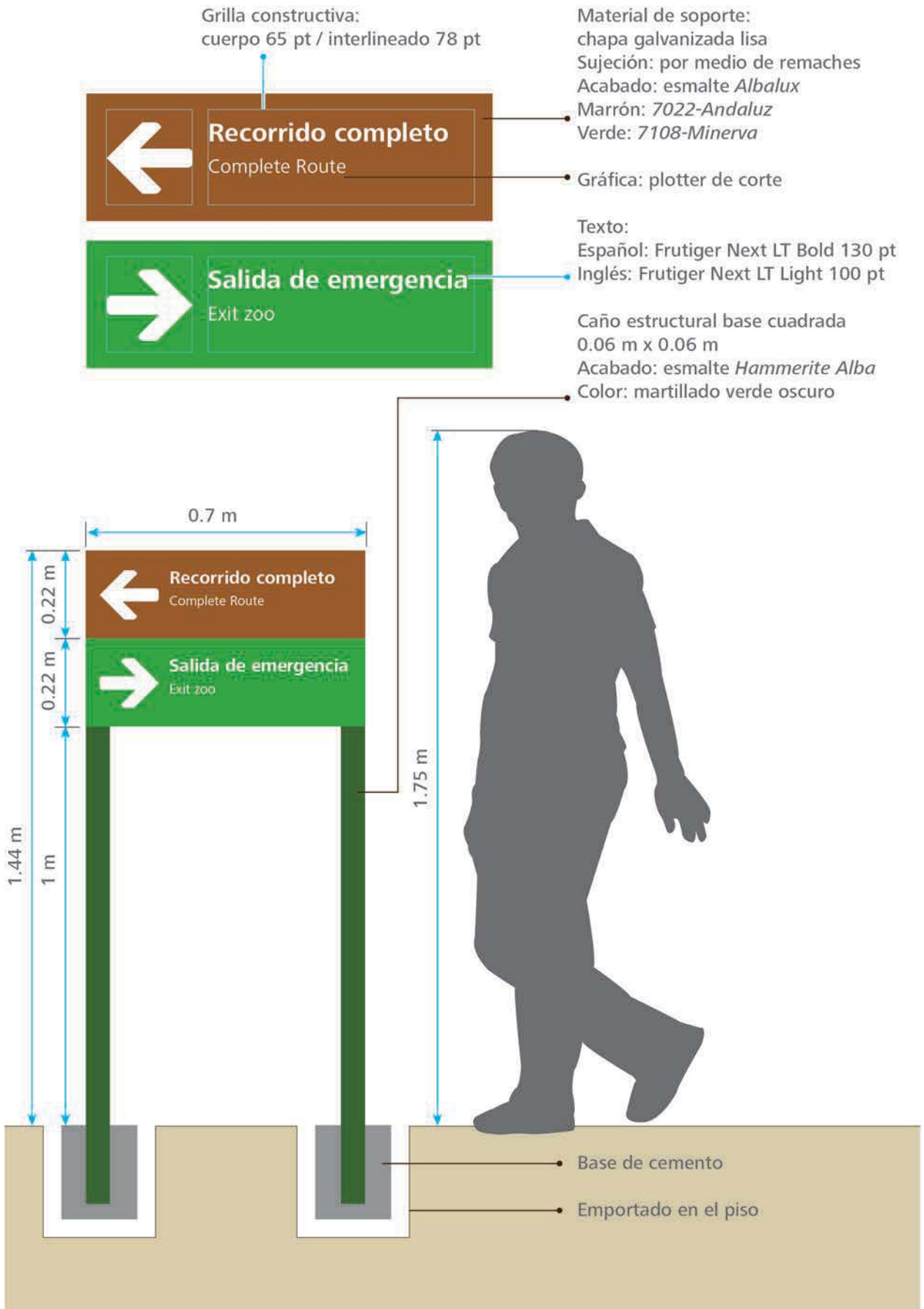


2.2.7. Señal nominal animal / servicio

A continuación se presentan 2 situaciones diferentes de emplazamiento: sujeción por medio de remaches o sujeción por medio de atornillado.



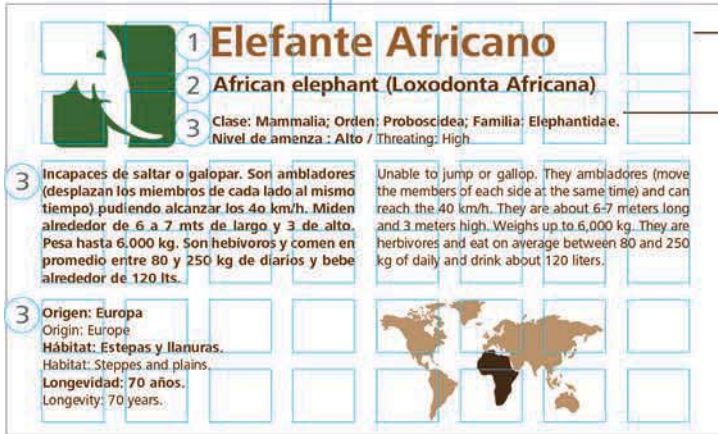
2.2.8. Señal de recorrido



2.2.9.1. Ficha técnica A

A continuación se muestra el emplazamiento más complejo. Para otras situaciones ver apartado 2.2.7 de normativa.

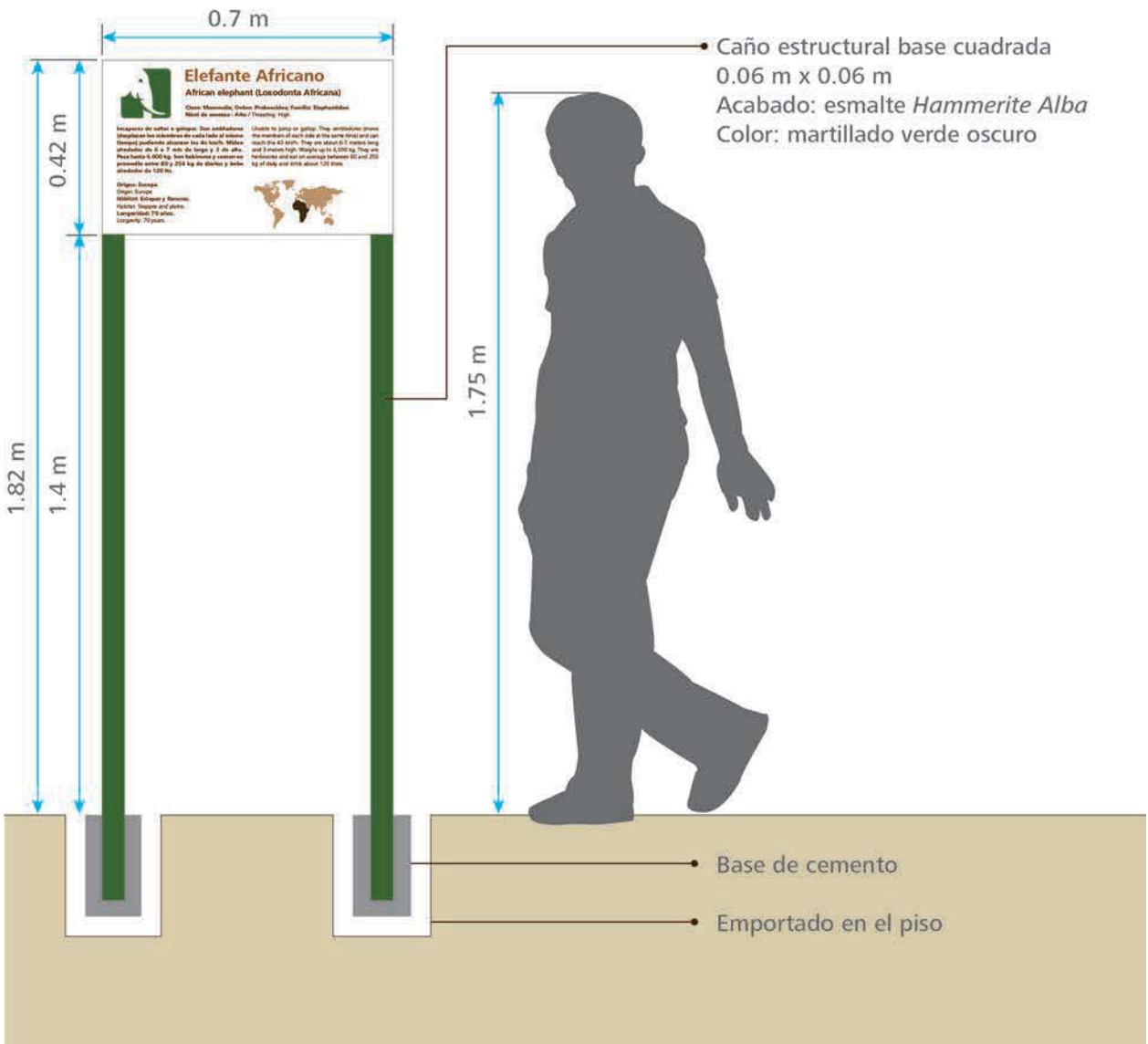
Grilla constructiva:
cuerpo 40 pt / interlineado 48 pt



Material de soporte:
chapa galvanizada lisa
Sujeción: por medio de remaches

Gráfica: vinilo reflexivo
impreso al solvente

- 1 Nombre Español:
Frutiger Next LT Bold 130pt
- 2 Nombre Inglés / científico:
Frutiger Next LT Regular 60 pt
- 3 Información: Frutiger Next LT
Español: Bold 40 pt / 48 pt
Inglés: Regular 40 pt / 48 pt



2.2.9.2. Ficha técnica B

A continuación se muestra el emplazamiento más complejo. Para otras situaciones ver apartado 2.2.7 de normativa.

Grilla constructiva:
cuerpo 40 pt / interlineado 48 pt



Material de soporte:
chapa galvanizada lisa
Sujeción: por medio de remaches

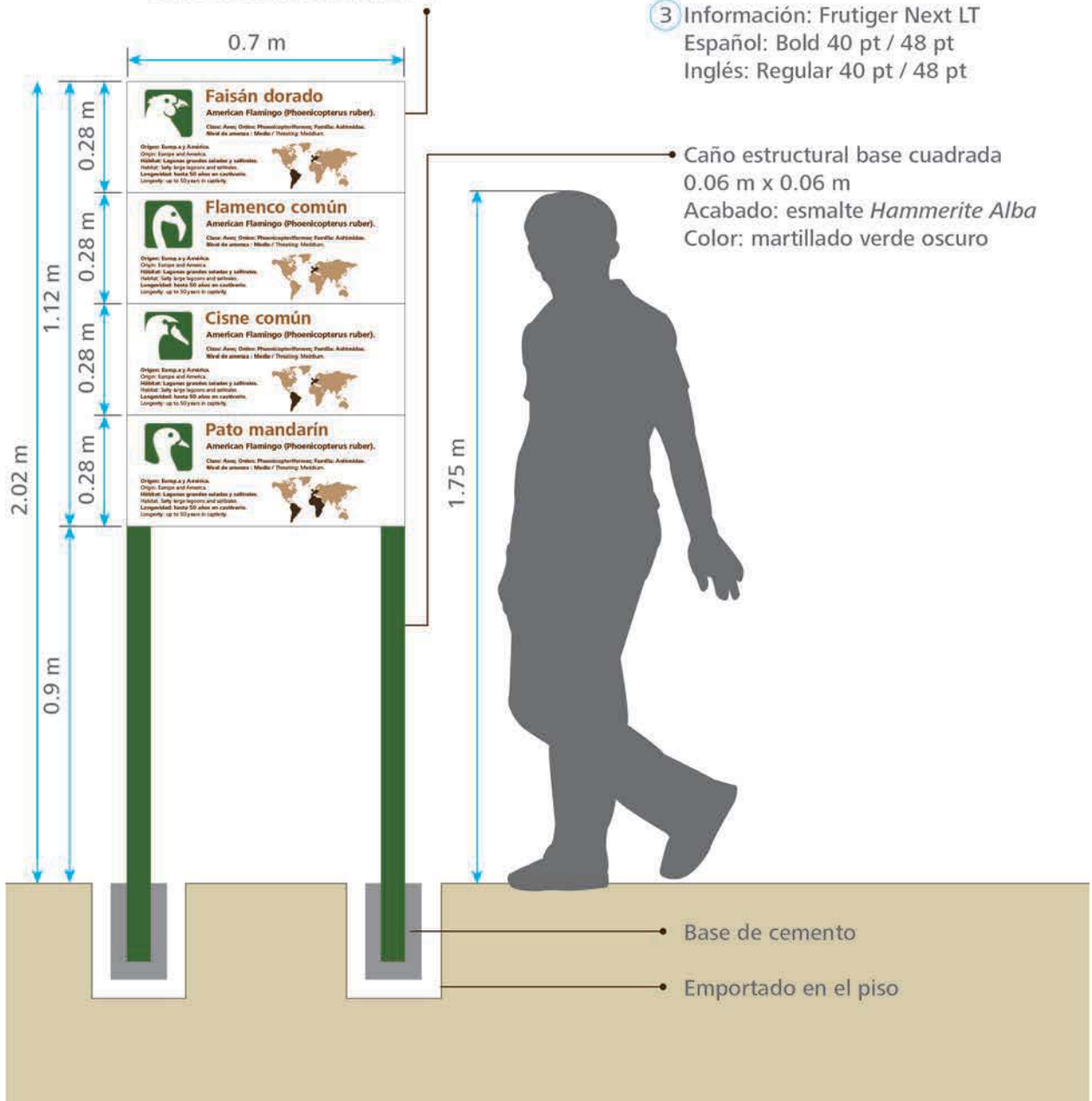
Gráfica: vinilo reflexivo
impreso al solvente

1 Nombre Español:
Frutiger Next LT Bold 130pt

2 Nombre Inglés / científico:
Frutiger Next LT Regular 60 pt

3 Información: Frutiger Next LT
Español: Bold 40 pt / 48 pt
Inglés: Regular 40 pt / 48 pt

Máximo de señales que pueden colocarse
sobre estructura totémica: 4

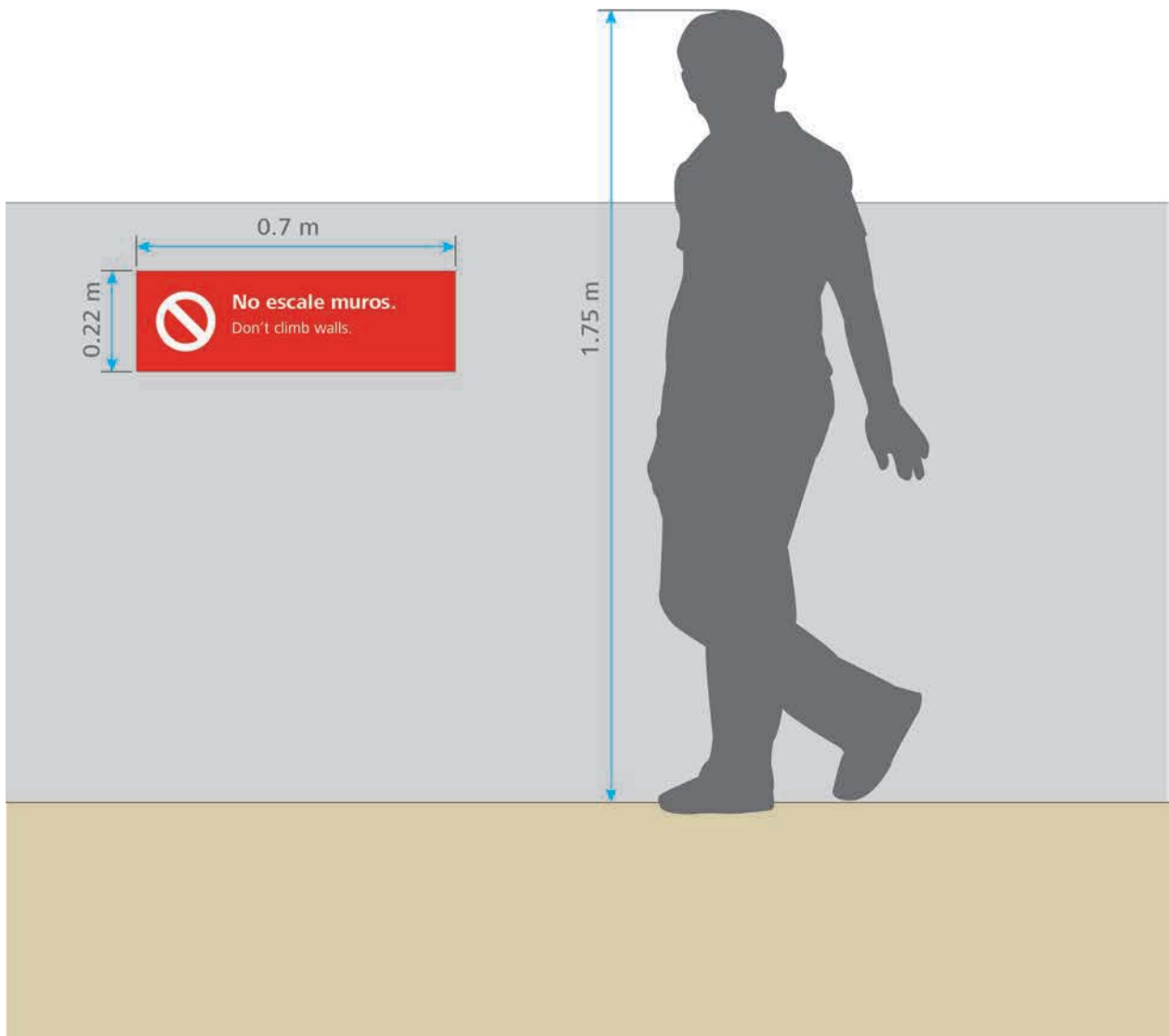
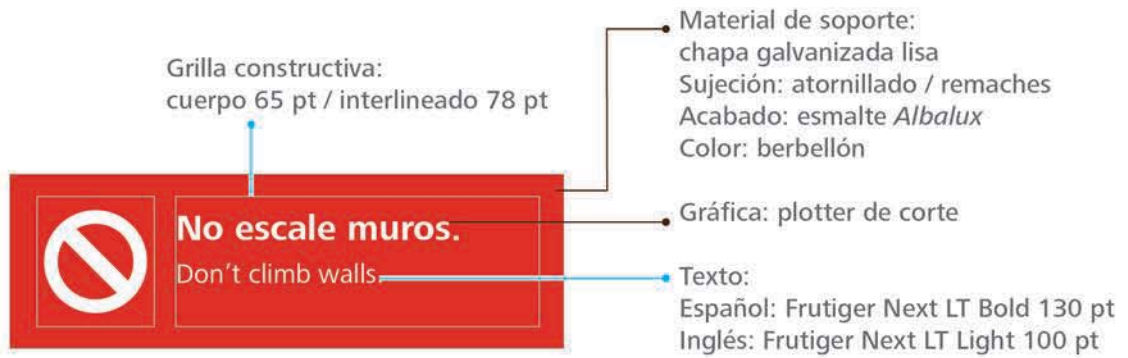


Caño estructural base cuadrada
0.06 m x 0.06 m
Acabado: esmalte Hammerite Alba
Color: martillado verde oscuro

Base de cemento

Empotrado en el piso

2.2.10. Señal prohibitiva



3. Normativa de promoción En este apartado se especificarán sistemas de impresión, emplazamiento medidas y diagramación de todas las piezas promocionales que sirvan de referencia para futuras piezas gráficas.

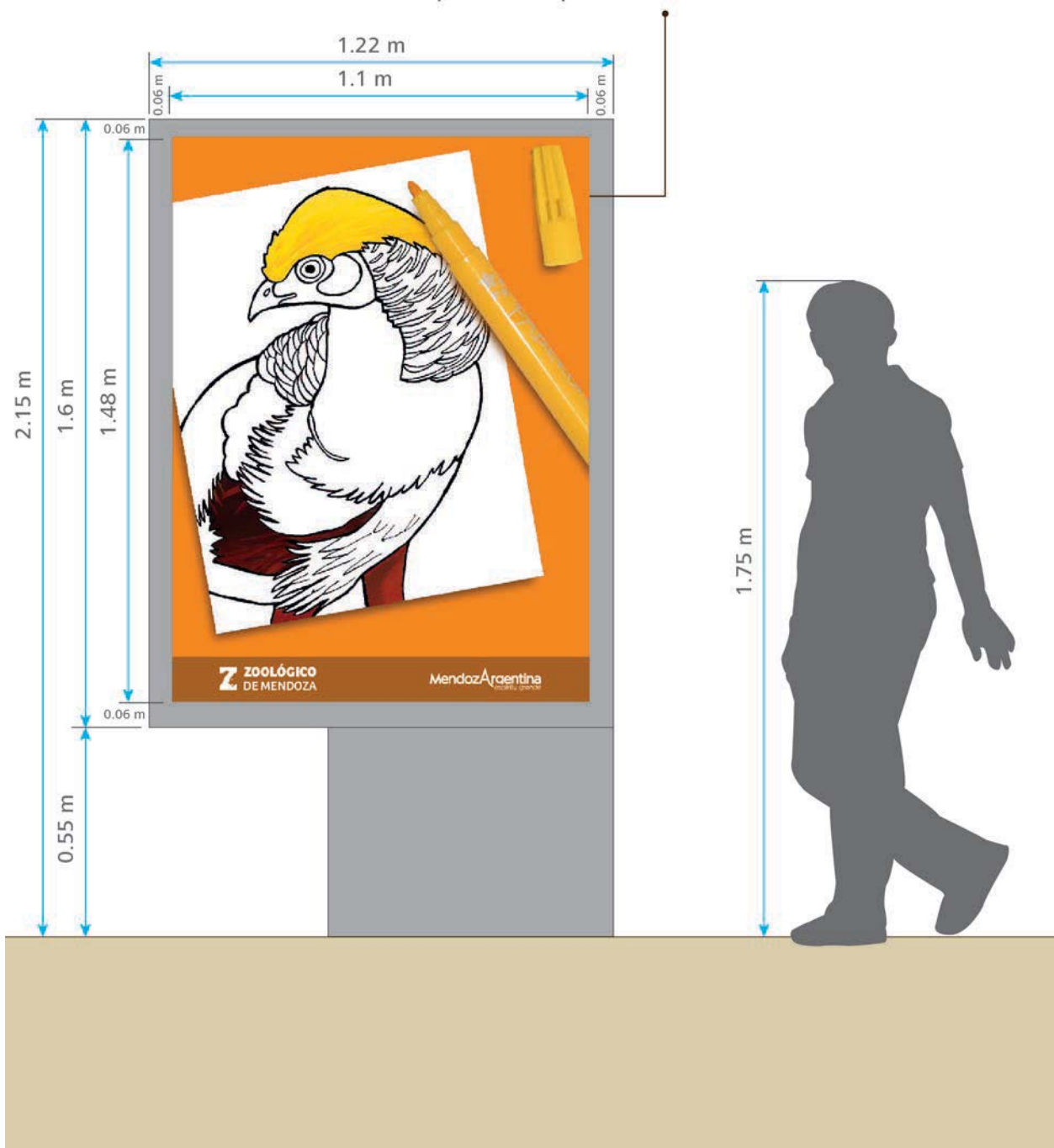
3.1. Afiches

3.1.1. Emplazamiento

Tipo de afiche: transiluminado (backlight)

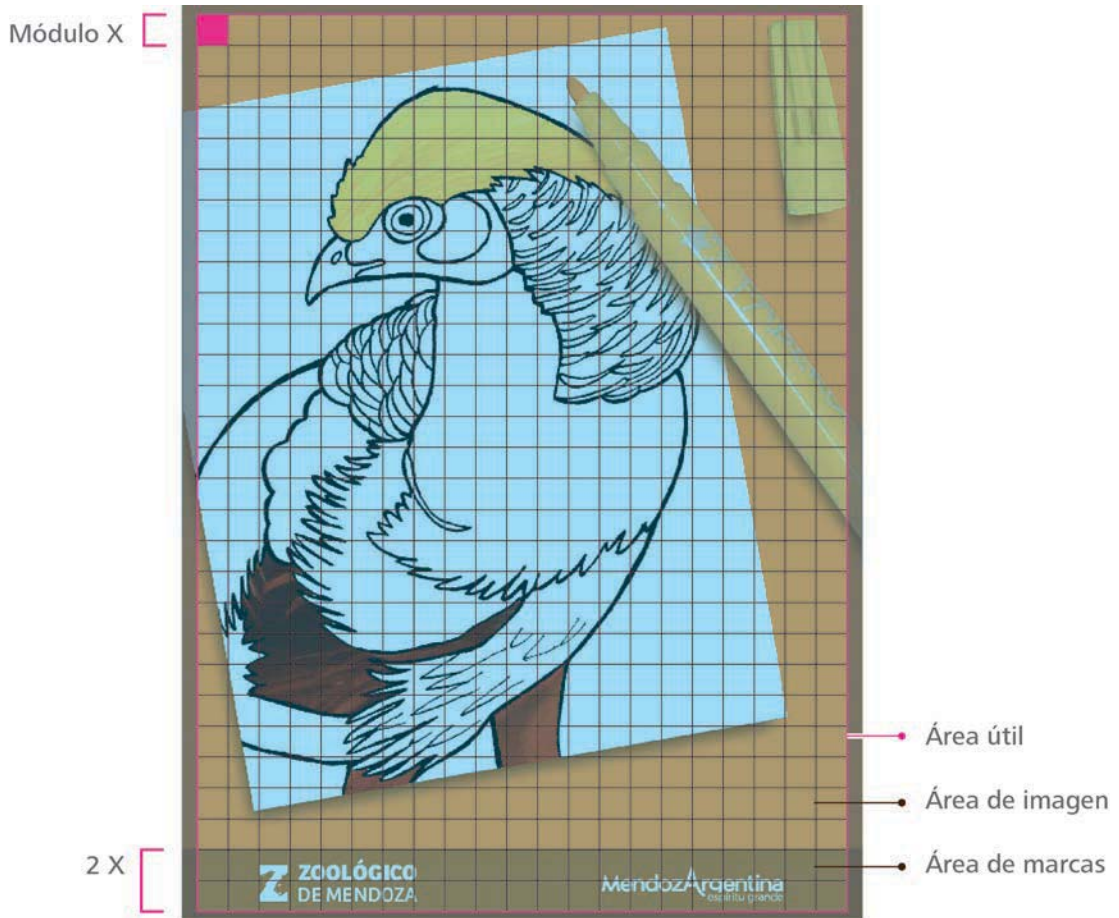
Soporte de impresión: Alto impacto impreso al solvente.

Por tratarse de tiradas cortas el sistema de impresión elegido es plotter de impresión al solvente.



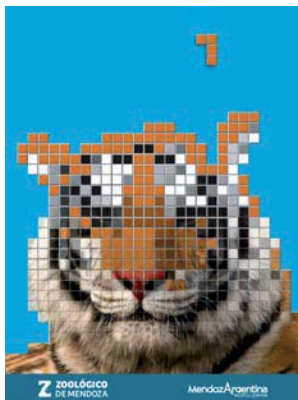
3.1.2. Grilla de referencia

Por tratarse de una pieza gráfica compuesta por imágenes, se desarrolla una grilla modular de referencia para indicar el área útil, el área de la imagen y el área de marcas.



3.1.3. Ampliación del sistema de afiches

Se ha previsto la posibilidad de incorporar futuros diseños al sistema de afiches. Para esto es necesario seguir ciertas pautas que marcan las directrices. Cada afiche diseñado para este proyecto se ha realizado en base a un juego. A continuación se muestra gráficamente:



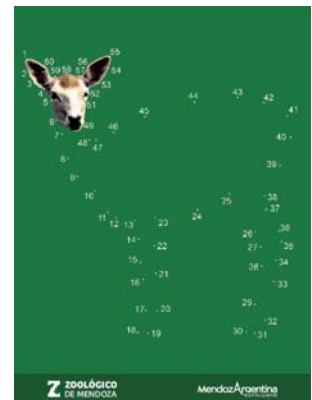
Tetris



Rompecabezas



Colorear imagen



Unir con puntos

De este modo se puede tomar alguna de estas 4 opciones para realizar un nuevo afiche y ampliar el sistema.

3.2. Mapa del zoológico

Formato: A5 (210 mm x 148,5 mm)

Soporte de impresión: papel ilustración 200 gms.

Sistema de impresión: offset cuatricromía

El frente es constante mientras que el dorso puede variar como se explica en la siguiente página.

Frente



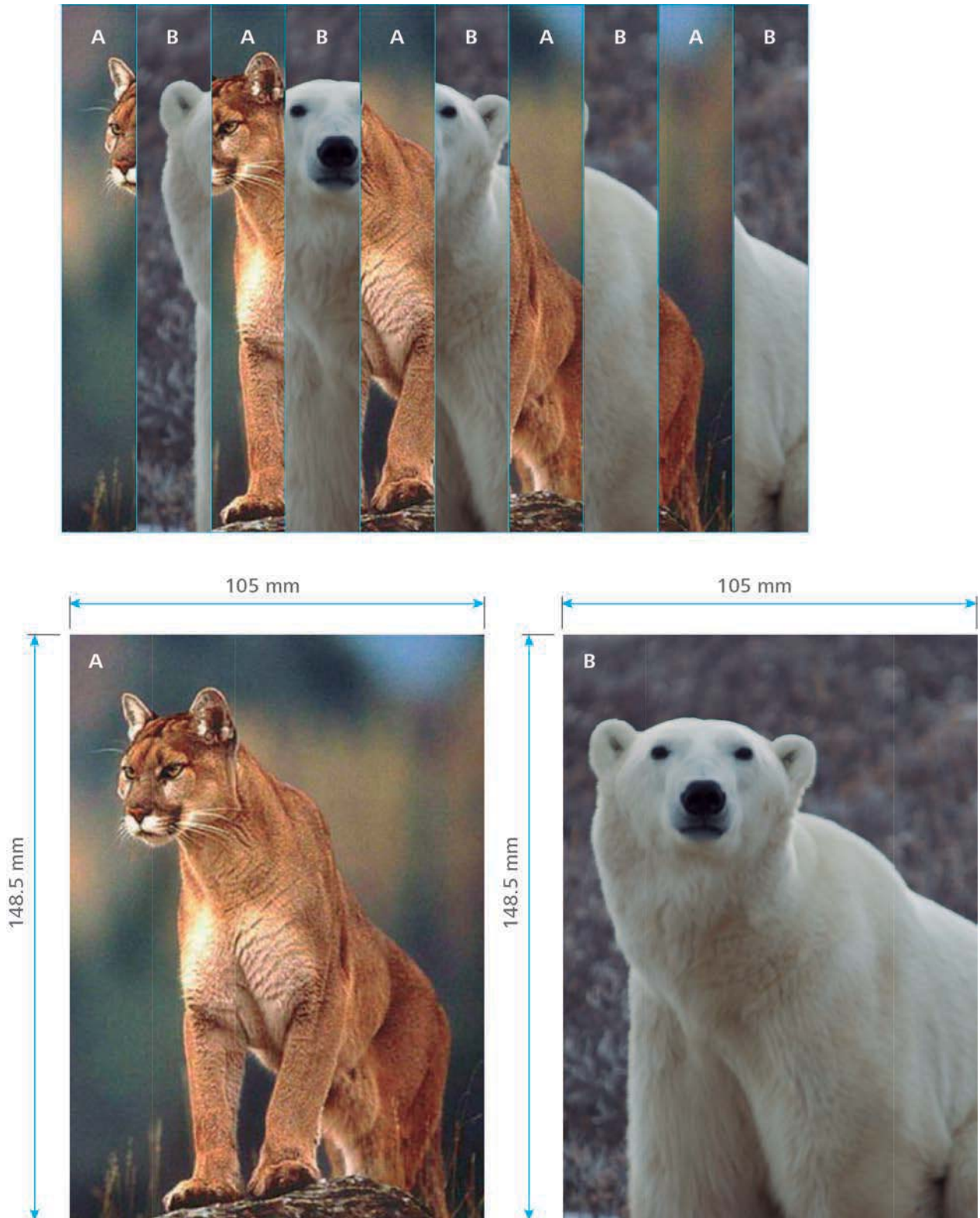
Grilla constructiva:
cuerpo 12 pt / interlineado 16 pt

Texto:

- ① Español: Frutiger Next LT Bold 12 pt / 16 pt
Inglés: Frutiger Next LT Regular 12 pt / 16 pt
- ② Bree Bold 24 pt
- ③ Bree Bold 16 pt

Dorso

El dorso se compone por 2 imágenes: **A** y **B**. Si bien se han desarrollado 2 motivos, se pueden realizar más siguiendo el siguiente ejemplo que muestra cómo se dividen las 2 imágenes y cuáles son sus medidas exactas.

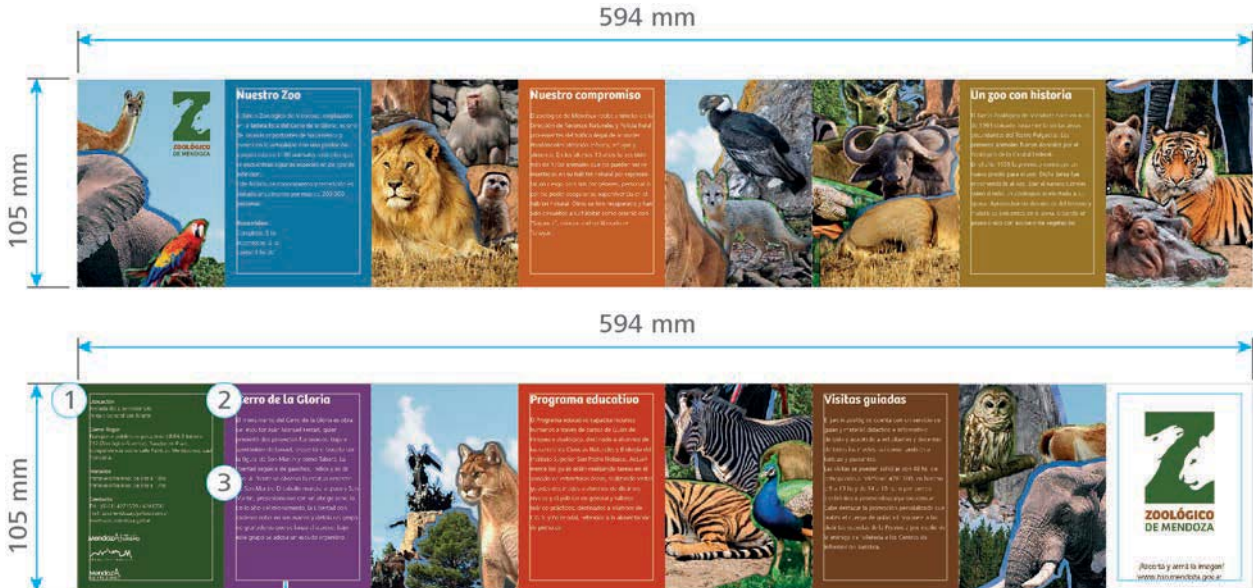


Como se puede observar, cada imagen (**A** y **B**) se divide desde el ancho en 5 partes iguales las cuales formarán juntas el dorso del mapa con 10 divisiones en total.

3.3. Folleto

A continuación se especifican todos los datos técnicos referentes al folleto:

Formato (folleto cerrado): A7 (74.25 mm x 105 mm);
 Tamaño del folleto abierto: 105 mm x 594 mm;
 Soporte de impresión: papel ilustración 150 gms.;
 Sistema de impresión: offset cuatricromía.



Grilla constructiva:

cuerpo 9 pt / interlineado 14 pt

Se trata de una grilla simple de una sola columna ya que su contenido es solo texto y el espacio es reducido.

- 1 Texto:
 Datos de contacto:
 Frutiger Next LT Bold 8 pt / 10 pt
 Frutiger Next LT Regular 8 pt / 10 pt
- 2 Títulos:
 Bree Bold 16 pt
- 3 Contenido:
 Frutiger Next LT Regular 9 pt / 14 pt

Informe técnico A continuación se presenta un informe detallando para cada área, los soportes y sistemas de impresión necesarios.

IDENTIDAD

Aplicaciones:

Soportes de impresión:

papelería institucional (papel carta, sobre, entradas):

papel obra 90 grs.

papelería institucional (tarjetas personales):

papel ilustración gloss 250 grs.

Sistema de impresión: offset tinta especial:

 PANTONE 7743 C


 PANTONE 160 C

 PANTONE 1545 C

SEÑALÉTICA

Solo se especifican aquellos datos que no quedaron contemplados en el apartado de señalética.

Sistema de impresión: plotter de corte:

 Vinilo cal. Oracal 651 - 060

 Vinilo cal. Oracal 651 - 081

 Vinilo cal. Oracal 651 - 080

Materiales de construcción:

Chapa galvanizada: la chapa galvanizada utilizada para la construcción de señales debe ser de al menos 3mm de espesor.

PROMOCIÓN

Mapa del zoológico y folletería:

Soporte de impresión:

papel ilustración 150 grs. (folleto) y 200 grs. (mapa)

Sistema de impresión: offset cuatricromía

Afiches transiluminados:

Sistema y soporte de impresión: alto impacto impreso al solvente

Nómina de empresas A continuación se presenta una lista de empresas que se encuentran en condiciones de llevar a cabo el proyecto. La lista de empresas está dividida según cada uno de los componen el proyecto.

IMPRENTAS:

(Para las aplicaciones de marca y piezas editoriales de promoción)

Imprenta Italia

Dirección: Sobremonte 483, Mendoza

Tel.: (0261) 423-6465

CARTELERÍAS:

(Para la realización del sistema de señales)

Carrió S.A.

Dirección: Acc. Norte km 6 Lat. Este. - Mendoza

Tel.: (0261) 4300000

marcelo@carrio.com

Grafi-jet

Dirección: French 480, Dorrego - Mendoza

Tel.: (261) 432-3422

VÍA PÚBLICA:

(Para los afiches transiluminados de promoción)

Sarmiento Publicidad S.A.

Dirección: Cnel. Rodriguez 1260, Ciudad - Mendoza

Tel.: (0261) 4380-456