



Diseño de logotipo y manual de uso del
Parque Nacional Los Volcanes
para **SalvaNATURA**

4 Introducción

5 Capítulo 01

6	1. Planteamiento del tema
8	2. Justificación
9	3. Objetivos
	General
	Específicos
10	4. Límites y Alcances
	Alcances
	Límites
11	5. Esquema Metodológico

12 Capítulo 02

13 1. Reservas Naturales

Áreas Naturales Protegidas

16	1.2 Antecedentes
18	1.3 Co-manejo de Reservas Naturales
19	1.4 Organización No Gubernamental
21	1.5 SalvaNATURA
21	1.6 Parque Nacional Los Volcanes
22	1.6.1 Características del Parque Nacional Los Volcanes.

24 Capítulo 03

25 1. Imagen Corporativa

25	1.1 Antecedentes
25	1.2 La imagen de una empresa
26	1.2.1 Imagen corporativa
27	1.2.2 Comunicación Corporativa
27	1.2.3 Realidad corporativa
28	1.2.4 Identidad Corporativa
28	1.3 Logotipo
29	1.3.1 Texto o imagotipo
29	1.3.2 Icono o isotipo
30	1.3.3 Color en el logotipo
30	1.3.4 Elementos para conceptualizar un logotipo
21	1.4 Manual de Logotipo

33 Capítulo 04

34	1. Planteamiento Metodológico
34	1.1 Fase conceptualización
	a. Entrevistas
	b. Visitas de campo
35	1.2 Fase de análisis
35	1.3 Fase de diagnóstico
35	1.3.1 Metodología de diseño para la creación de logotipo del Parque Nacional Los Volcanes.

38 Capítulo 05

Desarrollo de la metodología de diseño de Rosa De Neve

39	1. Investigación y Análisis
43	1.2. Identidad actual del Parque Nacional los Volcanes
46	2. Desarrollo del diseño
47	3. Aplicación del diseño.

50 Capítulo 06

Propuesta final de Logotipo para el Parque Nacional Los Volcanes

52 Capítulo 07

Manual de Logotipo del Parque Nacional Los Volcanes

55	Descripción de los elementos del logotipo
55	Tipografía
55	Isotipo
56	Color
57	Especificación de tamaño
58	Medidas del logotipo
59	Imagotipo
59	Isotipo
61	Versiones cromáticas
61	Blanco y negro
61	Escala de grises
62	Versiones cromáticas recomendadas
63	Uso correcto del logotipo
65	Versiones cromáticas no recomendadas
66	Uso incorrecto del logotipo
68	Posibles aplicaciones de logotipo

71	Capítulo 08
72	Conclusiones
73	Glosario 01
77	Glosario 02
80	Bibliografía
83	Anexos

La presentación de este trabajo tiene el propósito de crear una parte de la identidad corporativa para la SalvaNATURA organización destinada a la conservación y desarrollo sostenible de las reservas naturales en El Salvador.

Con la realización de este proyecto, que es una propuesta de diseño mediante una investigación, busca solventar una parte de las necesidades de comunicación de la institución. Además se logra optar al grado de Licenciadas en Diseño Gráfico de la Universidad Don Bosco.

La institución SalvaNATURA ejecuta actualmente un Plan de Manejo de Uso Público de esta importante reserva natural y por ello requiere de una imagen que proyecte a las personas la diversidad de actividades y paisajes escénicos de los cuales pueda disfrutar.

La realización del diseño del logotipo permite al público reconocer e identificar al Parque Nacional los Volcanes como una zona protegida de El Salvador, que a su vez pueda servir de lugar de esparcimiento mediante el contacto con la naturaleza sin alterarla.

Para la elaboración de este proyecto ha sido necesario realizar una investigación de tipo descriptiva con visitas exploratorias, con el fin de retomar la esencia del lugar y caracterizar al parque aplicando un método de diseño adecuado para una solución funcional.

Este documento contiene información sobre los antecedentes de las reservas naturales a nivel internacional y nacional, así como también, parámetros esenciales del diseño de la Imagen Corporativa de una empresa que sirven de sustento teórico para la creación del logotipo y su respectivo manual de uso.

El documento incluye detalladamente un análisis de las características del lugar y del método de diseño utilizado para el desarrollo creativo del logotipo del Parque Nacional Los Volcanes.

Por último se presenta el manual de uso de este elemento visual para el mejor aprovechamiento y utilización del mismo en las piezas únicas y exclusivas que la institución requiera.

Cap.01

1. Planteamiento del tema

2. Justificación

3. Objetivos

General

Específicos

4. Límites y Alcances

Alcances

Límites

5. Esquema Metodológico

1. Planteamiento del tema

El Salvador es un país que cuenta con una gran diversidad en su biósfera, que se extiende desde sus costas hasta las partes montañosas y volcánicas de nuestro suelo, algunas de ellas han sido convertidas en áreas naturales protegidas.

Según la legislatura salvadoreña del Medio Ambiente, las áreas naturales protegidas se definen como: “Aquellas partes del territorio nacional legalmente establecidos con el objeto de posibilitar la conservación, el manejo sostenible y restauración de la flora y la fauna silvestre, recursos conexos y sus interacciones naturales y culturales, que tengan alta significación por su función o sus valores genético, históricos, escénicos, recreativos, arqueológicos y protectores, de tal manera que preserven el estado natural de las comunidades bióticas y los fenómenos geomorfológicos únicos.”¹

En nuestro país existen 118 áreas naturales protegidas, totalizando 400 kilómetros cuadrados, haciendo un total de 14 mil hectáreas en todo el territorio nacional, según el plan de manejo de área natural 2004 de SalvaNATURA.

Actualmente hay muchas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que trabajan en pro de las reservas naturales salvadoreñas participando en lo que se conoce como “Delegación de Gestión” que comprende niveles de participación de la sociedad en concepto de co-manejo, según la Ley del Medio Ambiente.

La institución SalvaNATURA, es parte de esta Gestión Delegada donde co-maneja con el Ministerio del Medio Ambiente la propiedad estatal de diversas reservas naturales.

SalvaNATURA fue fundada en 1988 dentro del Club Activo 20-30 obteniendo la personería jurídica de manera formal en 1990; con 19 años de esfuerzo sigue enfocada en la protección del medio ambiente y los recursos naturales con el propósito de lograr un desarrollo sostenible en la calidad de vida de la población salvadoreña.

Actualmente SalvaNATURA emprende un plan de manejo de uso público para el Parque Nacional Los Volcanes (que comprende el volcán de Santa Ana, Izalco y Cerro Verde, en los departamentos de Sonsonate y Santa Ana.) que es una reserva natural importante ya que se considera parte prioritaria para la conservación en El Salvador, cuenta con 4,500 hectáreas que constituyen tierras estatales, municipales y privadas formando parte del gran paisaje de la cadena volcánica.

1. Artículo 5 del Decreto legislativo No. 233, Ley del Medio Ambiente de El Salvador, República de El Salvador, América Central, lunes 4 de mayo de 1998.

Como parte del proyecto de protección al Parque Nacional Los Volcanes, es necesaria una imagen gráfica que lo identifique; ya que esta es parte esencial y primordial de toda institución que sirve como una identificación única y exclusiva, que sea comprensible y que refleje la esencia de la misma.

El Parque Nacional los Volcanes ha estado trabajando sin una imagen que lo identifique con el público como un área protegida de nuestro país. Por esta razón se vuelve necesaria la creación de un logotipo que represente al parque de manera efectiva y un manual de usos graficos que facilite su correcto manejo y aplicación para un mayor provecho del mismo.

Con base a lo antes planteado:

¿Qué elemento visual permitirá a la institución SalvaNATURA promover en el público, el reconocimiento y comprensión del Parque Nacional Los Volcanes, como un área de reserva natural protegida de El Salvador?

2. Justificación

Así como es importante para una empresa tener un nombre que lo convierta en una institución legal y confiable, de igual forma es importante una imagen visual que respalde al nombre y lo haga reconocible ante el público, haciendo que este logre identificarla de una manera rápida y acertada. En la actualidad muchas instituciones públicas y privadas se han preocupado en crear para su empresa una identidad corporativa que el público pueda reconocer dentro de la sociedad; y se han posicionado con éxito y prestigio.

El Parque Nacional los Volcanes siendo una de las reservas más importantes en nuestro país por su aporte al ecosistema, diversidad de bosques y riquezas en flora y fauna, ha sido reconocido por el Estado Salvadoreño para que forme parte de un co-manejo con la organización SalvaNATURA para el desarrollo, investigación y conservación de la diversidad biológica del país.

Estos proyectos generados por SalvaNATURA hacen necesario mostrar al público la importancia de éstas reservas y que se lleven a cabo estrategias que fortalezcan la conservación de las áreas naturales, uno de estos proyectos es manejar una identidad que se dé a conocer a la población.

Actualmente el Parque Nacional los Volcanes se encuentra en un período de renovación con la realización del Plan de Manejo de Uso Público (PMUP) por tal motivo, se ha visto en la necesidad de crear una imagen del parque por medio de un logotipo y su respectivo manual de uso, con el fin de ser utilizado en todas sus publicaciones.

Entre los principales problemas que el Parque Nacional Los Volcanes enfrenta por no tener una identidad gráfica están²:

- El público no puede relacionar el parque con una imagen
- Falta de reconocimiento del parque como reserva natural
- No existe unificación en sus piezas (brochures, afiches, letreros)

Con la realización del presente trabajo se pretende ayudar a solucionar parte de la problemática de comunicación de la institución SalvaNATURA para El Parque Nacional Los Volcanes, logrando fijar en el público una identidad visual que lo caracterice por medio de un logotipo.

3. Objetivos

Objetivo General

Crear un logotipo que ayude a la institución SalvaNATURA a promover en el público el reconocimiento y comprensión del Parque Nacional Los Volcanes como una reserva natural de El Salvador.

Objetivos Específicos

Realizar una investigación sobre la situación actual del Parque Nacional Los Volcanes que permita retomar la esencia del lugar y ser la base para el desarrollo de la propuesta gráfica.

Diseñar un logotipo que resuma la naturaleza del Parque Nacional los Volcanes, para la institución SalvaNATURA, y permita su fácil identificación. Crear un manual de uso que proporcione las bases para su correcta aplicación en cualquier necesidad gráfica del Parque.

4. Límites y alcances

Límites

Con la realización del trabajo, se tiene contemplado crear un logotipo como elemento visual, que es solamente una parte de la identidad corporativa de la institución.

Tomando en cuenta que el parque ha suspendido las visitas de turistas, no se puede establecer la percepción que el público tiene del lugar; por lo tanto se ha tomado en cuenta el carácter que la institución quiere darle al Parque.

La realización de las piezas que contengan el logotipo del parque como son: Papelería, brochure, camisetas, rótulos, entre otros, serán elaboradas y pautadas por la Organización SalvaNATURA posteriormente, lo cual no permitirá desarrollar la fase de implementación según la metodología de diseño propuesta en el trabajo.

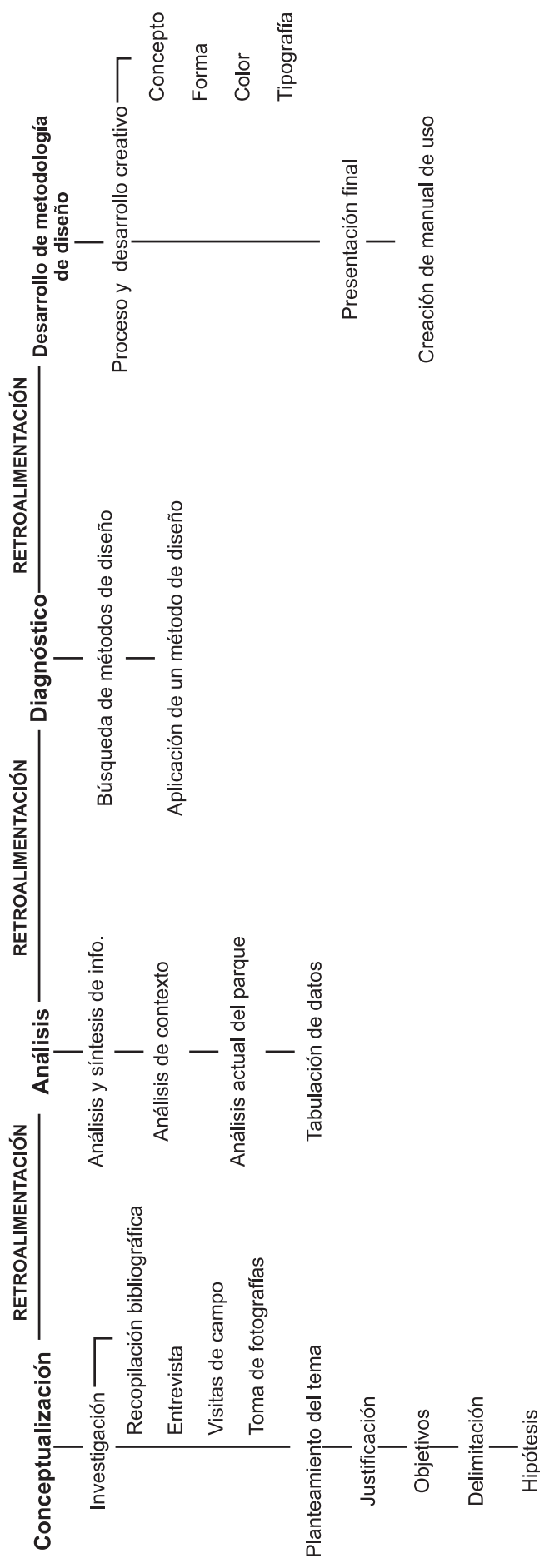
Alcances

Con la ejecución de este trabajo se pretende la realización del logotipo que sirva para la identificación única y exclusiva que caracterice al "Parque Nacional los Volcanes" que comprende el volcán de Santa Ana, Izalco y Cerro verde, en los departamentos de Sonsonate y Santa Ana.

Así también se ayudará a la institución SalvaNATURA a solucionar uno de los problemas de comunicación para la administración del parque, ya que se está trabajando actualmente en el plan de manejo de uso público de esta importante reserva natural de nuestro país.

Se entregará un ejemplar impreso del logotipo y manual de uso, y adicional a este se proporcionará en un CD los archivos digitales para las necesidades de reproducción que la institución estime conveniente.

5. Esquema Metodológico



Cap.02

1. Reservas Naturales

Áreas Naturales Protegidas

1.2 Antecedentes

1.3 Co-manejo de Reservas Naturales

1.4 Organización No Gubernamental

1.5 SalvaNATURA

1.6 Parque Nacional Los Volcanes

1.6.1 Características del Parque
Nacional Los Volcanes.

1. Reservas Naturales

Áreas Naturales Protegidas

Un Área Natural Protegida (ANP) representa una zona del territorio estatal dentro de la cual, se llevan a cabo acciones de conservación, protección y dado el caso, de recuperación de los valores biológicos, ecológicos y físicos dentro de la misma, para asegurar de este modo la continuidad de sus procesos naturales para las generaciones actuales y las futuras. Cada una de estas áreas cuenta con un valor específico ya sea natural y/o cultural.³

Estas extracciones de recursos naturales no tienen ningún tipo de modificación del ambiente natural. Estas áreas sólo permiten la investigación científica no manipulativa y actividades turísticas, recreativas, educativas y culturales bajo condiciones debidamente reguladas.

Alrededor del mundo existen 531 Reservas Naturales Protegidas, en 105 países entre ellas están ubicadas de la siguiente manera:⁴

Latinoamérica y el Caribe: En 19 países existen 102 reservas naturales. África: En 30 países existen 69 reservas naturales.

Estados Árabigos: En 11 países existen 24 reservas naturales.

Asia: En 27 países existen 95 reservas naturales.

Europa: En 33 países existen 255 reservas naturales.

Muchas de estas áreas protegidas a nivel mundial han alcanzado el título de Parques Nacionales, para el mejor aprovechamiento de su riqueza y lograr una mejor administración.

¿Que son los Parques Nacionales?

Los Parques Nacionales son áreas que constituyen muestras representativas de las grandes unidades ecológicas del país. En ellos se protege la integridad ecológica de uno o más ecosistemas, las asociaciones de flora y fauna silvestre, los procesos sucesionales y evolutivos, así como características paisajísticas y culturales.⁵

Algunas reservas naturales importantes, nombradas como Parques Nacionales de diversos Países son:

3. http://www.nl.gob.mx/?P=apmarn_anps

4 <http://www.unesco.org.uy/mab/marco.html>

5 <http://www.unesco.org.uy/mab/marco.html>

El Parque Nacional Yellowstone es un Parque Nacional de los Estados Unidos situado en las Montañas Rocosas. Fue la primera área del mundo que recibió este tratamiento, establecido en 1872. Fue designado como el primer parque nacional de los Estados Unidos por el presidente Theodore Roosevelt.⁶

El Parque Nacional Yosemite está ubicado en las Montañas de Sierra Nevada de California en Estados Unidos, a unas 200 millas (300 km) al este de San Francisco.⁷

El Parque Nacional Picos de Europa es el más antiguo de todos los parques europeos, y también uno de los más modernos. En 1918 se declaró Parque Nacional de los montes de Covadonga y en 1995 se amplió esta figura de protección a todos los Picos de Europa. Se extiende por las provincias de Oviedo (Asturias), León y Santander (Cantabria). Tienen una superficie de 64.660 hectáreas.⁸

El Parque Nacional Kruger Cubre 18.989 km² y se extiende por 350 km de norte a sur y 60 km de este a oeste.⁹

Parque Nacional Armando Bermúdez Fundado en 1956, éste fue el primer parque nacional de la República Dominicana. Todavía es considerado el más popular debido los 3.087 metros de altura de Pico Duarte. Localizado en el norte de la Cordillera Central, con sus 79 mil hectáreas, comparte Pico Duarte con el Parque Nacional José del Carmen Ramírez.¹⁰

El Parque Nacional Canaima es un parque nacional ubicado en el Estado Bolívar, Venezuela. Fue instaurado el 12 de junio de 1962 y declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 1994. Se extiende sobre 30.000 km² hasta la frontera con Guyana y Brasil, por su tamaño es considerado el sexto parque nacional más grande del mundo. Cerca de 65 % del parque está ocupado por mesetas de roca llamadas tepuyes. Estos constituyen un medio biológico único, presentando también un gran interés geológico. Sus acantilados escarpados y sus caídas de agua (incluyendo el Salto Ángel, que es la caída de agua más elevada del mundo, a 979 m) forman paisajes espectaculares.¹¹

El Parque Nacional Corcovado se encuentra en la Península de Osa al suroeste de Costa Rica y es parte del Área de Conservación Osa. Fue creado el 24 de octubre de 1975, y comprende un área de 45,757 ha. terrestres y 5,375ha marinas.¹²

El parque ecológico Walter Thilo Deinger ubicado en el sector sur de la zona central del país, en el departamento de La Libertad y sobre la costa del Pacífico, a 35 Kms. de la ciudad capital, y en la orilla de la carretera del litoral CA-2, la cual junto con la carretera La Libertad-San Salvador y la de San Salvador-Comalapa, forman la red vial que conecta al parque con todas las zonas del país. Tiene una extensión de 1047 manzanas, es

6 <http://es.wikipedia.org/wiki/YellowstoneNationalPark>

7 <http://www.usatourist.com/ESPANOL/places/california/yosemite.html>

8 (<http://club.telepolis.com/geografo/regional/espapntricos.htm>)

9 http://es.wikipedia.org/wiki/Parque_Nacional_Kruger

10 http://www.godominicanrepublic.com/main.asp?xmlpath=/DominicanRepublic/ThingsToDo/NationalParks/listing_es.xml&Lang=

11 http://es.wikipedia.org/wiki/Canaima_28Parque_Nacional%29

12 [http://es.wikipedia.org/wiki/Parque_Nacional_Corcovado_\(Costa_Rica\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Parque_Nacional_Corcovado_(Costa_Rica))

decir 732 hectáreas. Su altura sobre el nivel del mar oscila entre los 8 y 280 mts. y constituye una de las principales reservas de El Salvador, aunque es, a la vez, una de las menos conocidas del público. Lleva el nombre de un altruista que la donó al Estado en 1970.¹³

Parque nacional El Imposible situado a 124 km de San Salvador, la capital del país, con una superficie de 5.600 hectáreas. Se creó en 1983, en la parte meridional del departamento de Ahuachapán, en las proximidades de núcleos como Cara Sucia y San Francisco Menéndez, sobre la cordillera de Ahuachapán. Su denominación proviene de la gran dificultad que tradicionalmente se ha dado en el acceso al mismo.¹⁴

Parque Nacional El Trifinio incluyen 8 municipios de El Salvador, 15 de Guatemala y 22 de Honduras, es considerado por los tres países vecinos en un gesto de hermandad y de paz.

El pico más alto de esta montaña alcanza los 2419 m y en el territorio nacional. Una de las caras de su poligonal está fijada por la línea fronteriza Honduro-Salvadoreña. Con los límites propuestos, que incluyen una zona de amortiguamiento, el área total alcanza los 54 km.¹⁵

El Parque Nacional los Volcanes con una extensión de 4,500 hectáreas, conforma el paisaje de la cadena de volcanes de Santa Ana, Izalco y Cerro Verde en los departamentos de Santa Ana y Sonsonate, en El Salvador. Siendo el escenario de diversidad de hábitat natural que integran: bosques nebulosos, vegetación sobre lava, lavas desnudas, laguna sulfurosa, plantaciones forestales, cafetales, pastizales y otros cultivos.¹⁶

Las zonas declaradas como Reservas Naturales en El Salvador son: Apaneca-Illamatepec y Jiquilisco -Xiriualtique. Entre ambas reservas hacen un total de 7.34 % de territorio nacional, conteniendo 15 áreas Protegidas, en total.

El Parque Nacional Los Volcanes comprende la reserva de Apaneca-Illamatepec, la cual cuenta con una gran diversidad de sistemas y formas de vida en la que se encuentra una gran variedad de especies terrestres y acuáticas, de importancia y extensa vegetación que están siendo aprovechadas por las comunidades locales en programas sostenibles, de rasgos culturales como son la pesca artesanal y cultivos varios que van desde la caña de azúcar hasta el cultivo del café entre otros.¹⁷

En la realización de los “Objetivos de Desarrollo del Milenio para el 2015” de las Naciones Unidas, se contempló como un tema importante, la conservación de los recursos naturales y especies para lo cual se creó como el objetivo número siete: “Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.”¹⁸

13 <http://www.prensalibre.com/pl/domingo/archivo/revistad/2007/mayo07/270507/viaje.shtml>

14 <http://www.geocities.com/jlochoarosa/mon-tecristo.htm>

15 <http://www.geocities.com//montecristo.htm>

15 Objetivos del Milenio de la ONU, <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/index.html>.

16 <http://www.unesco.org/uy/mab/marco.html>

17 http://www.medioambienteonline.com/site/root/resources/industry_news/5325.html

18 Objetivos del Milenio de la ONU, <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/index.html>.

De la misma forma la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura), ha declarado que La Red Mundial de Reservas de la Biósfera es: el conjunto de espacios naturales que, según definición son:

*Zonas de ecosistemas terrestres o costeros/marinos, o una combinación de los mismos, reconocidas en el plano internacional como tales en el marco del Programa sobre el Hombre y la Biosfera de la UNESCO.*¹⁹

La red mundial de reservas funciona como un modelo que indica la forma de como el ser humano debe convivir con la naturaleza, ya que requiere de los recursos naturales para subsistir y depende de ellos para su desarrollo, esta iniciativa se debe a que en la actualidad el ecosistema se ha visto directamente afectado por el mismo hombre y ha ocasionado un desequilibrio en el medio ambiente ya que su materia prima proviene de la naturaleza (árboles, plantas, animales, tierra etc.) y esta nunca ha sido renovada.

Muestra del intento por concientizar al ser humano son los diversos documentales y películas ("La verdad incómoda", por el vicepresidente de los Estados Unidos Albert Arnold Gore, en el año 2006 declarándola como una emergencia global) que trata de mostrar una visión de la realidad del mundo y su degradación ambiental, al mismo tiempo se está lanzando campañas a nivel mundial para contrarrestar esta gran problemática, en España una ONG (Ecoespaña) ha lanzado su campaña contra las bolsas de plástico ya que se está teniendo un consumo excesivo de estas y su promedio de uso es de 12 minutos y muchas décadas afectando el medio ambiente.²⁰

En El Salvador también se hacen esfuerzos para contrarrestar este problema, muchas empresas dedicadas al comercio están lanzando propuestas para el reciclaje, una de estas es Industrias La Constancia que desarrolla como campaña " La Retornable " que trata de desechar el plástico y volver al vidrio para aportar con el ambiente.

1.2 Antecedentes

Reservas Naturales en El Salvador

El Salvador es de los países más pequeños de América Latina que se encuentra en un período de desarrollo, después de casi tres décadas de atravesar problemas sociales, económicos y climatológicos se ha mantenido de pie y en procesos de cambio. Uno de estos esfuerzos es el de cuidar y velar por los recursos naturales ya que El Salvador se caracteriza también porque tiene una diversidad de escenas paisajísticas que van desde sus costas hasta una variedad de bosques.

¹⁹ <http://www.unesco.org.uy/mab/marco.html>

²⁰ <http://mateuv.blogspot.com/2007/08/campa%C3%B1a-contra-las-bolsas-de-plastico.html>

En los años 70's la unidad de Parques Nacionales y Vida Silvestre, identificó y evaluó las diferentes áreas con potencial para integrar un Sistema de Áreas Naturales, en la siguiente década más de 22 mil hectáreas pudieron ser reservadas, debido a la implementación del proceso de Reforma agraria; En los 90 continuo el proceso de planificación pero no es hasta 1998, que se crea la Ley del Medio Ambiente que tiene como objetivo: *Desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refieren a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general; y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia. PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA NACIONAL DEL MEDIO AMBIENTE.*²¹

Actualmente, La Ley del Medio Ambiente está permitiendo que en El Salvador muchas zonas sean consideradas como reservas naturales, con el fin de dar respuesta a la elevada deforestación y el alto grado de erosión que presentan los suelos.

La constitución Política de la República de El Salvador (1994), Art. 117 establece que la protección, conservación y mejoramiento de los recursos naturales deben ser regidos por medio de una legislación específica, es por esto que la ley del Medio Ambiente en el Artículo 5 define a una Área Protegida como: Aquellas partes del territorio nacional legalmente establecida con el objeto de posibilitar la conservación, el manejo sostenible y restauración de la flora y la fauna silvestre, recursos conexos y sus interacciones naturales y culturales, que tengan alta significación por su función o sus valores genético, históricos, escénicos, recreativos, arqueológicos y protectores, de tal manera que preserven el estado natural de las comunidades bióticas y los fenómenos geomorfológicos únicos.

En nuestro país existen 118 áreas naturales protegidas, totalizando 400 kilómetros cuadrados, haciendo un total de 14 mil hectáreas en todo el territorio nacional.²²

21 Según el artículo 1 del Decreto legislativo No. 233, Ley del Medio Ambiente de El Salvador, República de El Salvador, América Central, lunes 4 de mayo de 1998.

22 MARN, Plan de Manejo del área natural Los Volcanes, San Salvador, El Salvador 2004, páginas 173

Zonas del patrimonio ecológico nacional

Identificadas por el Ministerio de Medio Ambiente, hay un total de 118 áreas, la mayoría estatales, otras municipales o privadas; de éstas, 29 son administradas por las ONG.

- Área Natural Protegida en Comanejo
- ONG
- ADESCOS
- Privadas

4.6%
DEL TERRITORIO NACIONAL
ha sido designado como ANP.

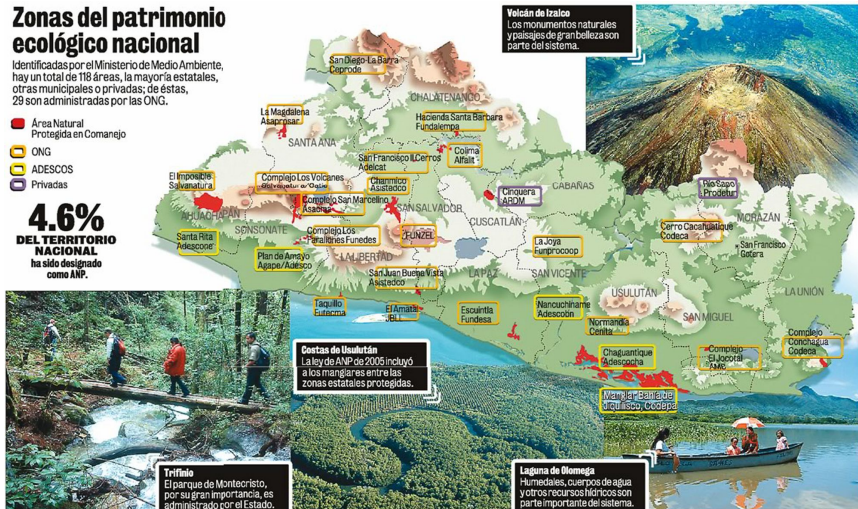


IMAGEN DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS EN EL SALVADOR.²³

1.3 Co-manejo de Reservas Naturales

Dentro de La Ley del Medio Ambiente existen muchos artículos que definen el manejo de las reservas naturales.

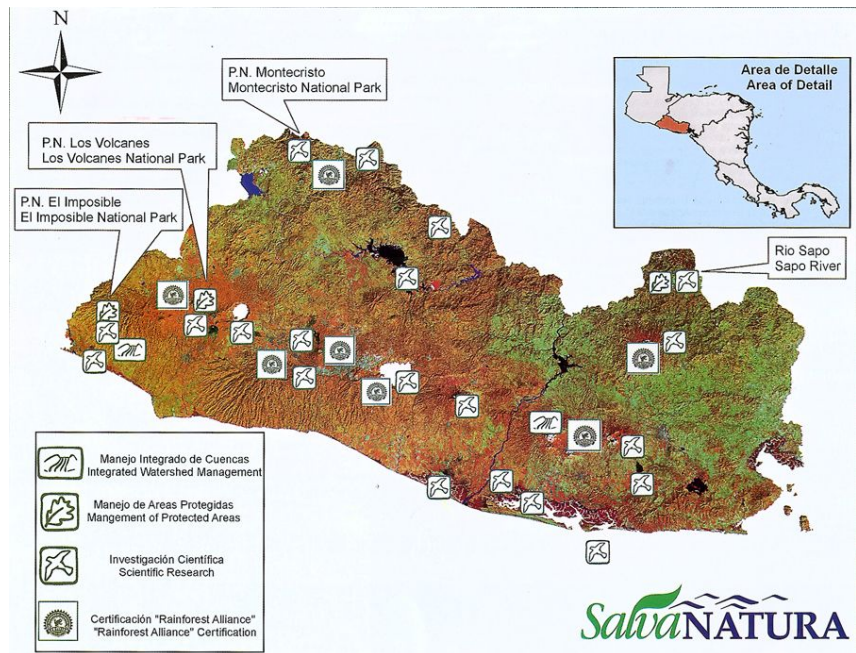
Según el artículo 81 de La Ley del Medio Ambiente en el decreto Legislativo No. 233 de 1998 determina que: La gestión de las áreas naturales protegidas se realizará a través del Estado, quien podrá delegar dicha función a organizaciones del sector privado o a instituciones autónomas que garanticen el cumplimiento de la normatividad y la ejecución del plan de manejo.

En El Salvador, actualmente existen 30 organizaciones que funcionan bajo este decreto, las cuales por medio de convenios y cartas avales tienen asignadas áreas naturales y autorizaciones para el desarrollo de proyectos, programas o planes de manejo como socios del Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN).²¹

SalvaNATURA, una institución no gubernamental que labora en el país, es parte de esta Gestión Delegada donde co-maneja con el Ministerio del Medio Ambiente la propiedad estatal de diversas reservas naturales.

23. www.elsalvador.com/.../10/08/nacional/nac1.asp

24 EQUIPO PLANIFICADOR, Plan de uso público para el parque nacional Los Volcanes, Borrador final, El Salvador 16 de noviembre del 2005.



1.4 Organización No Gubernamental

Una organización no gubernamental (ONG) es cualquier grupo no lucrativo de ciudadanos voluntarios, que está organizada a nivel local, nacional o internacional, con tareas orientadas y dirigidas por personas con un interés común. Las ONG realizan una variedad de servicios y funciones humanitarias, llevan los problemas de los ciudadanos a los Gobiernos, supervisan las políticas y alientan la participación de la comunidad.²⁶

Las ONG se encuentran en un amplio campo de acción desde un nivel local e internacional, cubriendo una gran variedad de temas y ámbitos que definen su trabajo y desarrollo. Dichos temas están relacionados con salud pública, investigación, desarrollo económico, desarrollo humano, cultura, derechos humanos, transferencia tecnológica, ecología, entre otras.

Hay que dejar claro que estas instituciones no tratan de reemplazar las acciones de los Estados u organismos internacionales en sus correspondientes países sino, de cubrir y ayudar en aquellas áreas en las cuales no existen políticas sociales o económicas, o cuando estas políticas son insatisfactorias para algunos grupos de la sociedad, algunas de ellas también denuncian las infracciones de los gobiernos, la corrupción y los abusos.

25 Memoria de labores 2005 SalvaNATURA.

26 <http://www.cinu.org.mx/ong/index.htm>

27 http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_no_gubernamental

Una de estas organizaciones más antiguas es la , que aún hoy en día, forma parte en muchas sociedades siguiendo el mismo fin de ayudar a quien lo necesita de manera gratuita.²⁷

Las Naciones Unidas hace el reconocimiento formal de las ONG, en el artículo 71 que cita: *“El Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas podrá hacer arreglos adecuados para celebrar consultas con organizaciones no gubernamentales que se ocupen de asuntos de competencia del Consejo”*.

Además de participar del sistema de las Naciones Unidas, también lo hacen a nivel de los estados nacionales que correspondan en calidad de observadores, consultores, ejecutantes de proyectos, como una forma de presión social ciudadana, etc.

Tipos de ONG

Una clasificación usada para los tipos de ONG, puede ser:

- Organizaciones voluntarias
- Agencias y organismos de servicios no lucrativos
- Organizaciones comunitarias o populares
- Organizaciones no gubernamentales para el desarrollo (ONGD)
- Organizaciones Inmigración

A nivel local las ONG pueden ser creadas para ayudar a los niños de la calle, alfabetización, superación de la pobreza, facilitar el acceso a vivienda y bienes, realizar investigación social, educación popular, defensa del medio ambiente, defensa de los derechos de los consumidores, ayuda social, promoción cultural, integración social, entre muchas otras.

En El Salvador estas organizaciones se han hecho presentes de amplia manera en todos los campos en los que se ha visto necesitada una mano amiga que ayude al desarrollo tanto de las personas como el medio ambiente, de hecho en el país hay más de 35 ONG especializadas en proyectos para el medio ambiente, entre ellos SalvaNATURA.

La búsqueda de soluciones a los problemas ambientales no es una tarea fácil, ya que se trata de hacer crecer la economía a partir de una armonía con el medio ambiente, lo que implica la conjugación de esfuerzos de todos los sectores de la sociedad.

Para lograr consistencia, es necesaria la concertación y creación de alianzas que conlleven a la modificación de patrones de producción y consumo y que se de la oportunidad de construir una sociedad más limpia, justa y equitativa, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de los salvadoreños.

1.5 SalvaNATURA

Fundada en 1988 dentro del Club Activo 20-30 obtuvo la personería jurídica de manera formal en 1990; con 19 años de trabajo sigue enfocada en la protección del medio ambiente y los recursos naturales con el propósito de lograr un desarrollo sostenible en la calidad de vida de la población salvadoreña.

Las áreas de acción de reservas naturales en las que SalvaNATURA se desenvuelve con gran éxito son: La investigación para la conservación de la diversidad biológica, La Gestión Integrada del Recurso Hídrico y la Educación Ambiental, lo cual dio como resultado el otorgamiento del Premio Nacional del Medio Ambiente en la categoría de ONG's en 1998 por la realización de estos proyectos.

Por su larga experiencia y el éxito obtenido como administrador en otras reservas naturales, SalvaNATURA firmó con el MARN (Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales) en el 2002 un convenio de cooperación técnica en el Parque Nacional Los Volcanes, que consiste de crear un Plan de uso Público para el Parque, situados en los departamentos de Santa Ana y Sonsonate. Este plan trata sobre la protección de los recursos naturales, así como la experiencia de las personas, en otras palabras consiste en crear una armonía entre el visitante y la naturaleza, haciendo de la experiencia una enseñanza, pero sin quitar el impacto del individuo al contacto con la naturaleza, haciendo énfasis que el área donde se encuentra es un zona protegida de mucha importancia, por lo cual, uno de los objetivos es manejar un control de visitantes para evitar daños en el ecosistema del parque.

Como parte del plan, se quiere educar a la población para que el acceso al parque se realice solo por cuatro entradas oficiales que son: Cerro Verde, San Blas, Los Andes y el Paraíso, facilitando de esta manera la visita de los diferentes atractivos escénicos, ya que, en su extensión hay diversas vertientes y caminos que no se tienen identificados como una reserva. Esto implicaría restringir la entrada al área natural por otros senderos y veredas.

1.6 Parque Nacional Los Volcanes

En 1994 la Secretaria Ejecutiva del Medio Ambiente (SEMA, que luego se transforma en El Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales MARN), coordinó la formulación del documento en base al Sistema Salvadoreño de Áreas Protegidas (SISAP) en el que por primera vez aparece el término

“Parque Nacional Los Volcanes”, el cual está formado por diversas áreas estatales, municipales y privadas, que se encuentran en el Volcán de Santa Ana, Cerro verde e Izalco los cuales comprenden una extensión de 4,500 hectáreas sobresalientes, que es una de las 30 áreas prioritarias del país.(ver anexo 1)

1.6.1 Características del Parque Nacional Los Volcanes

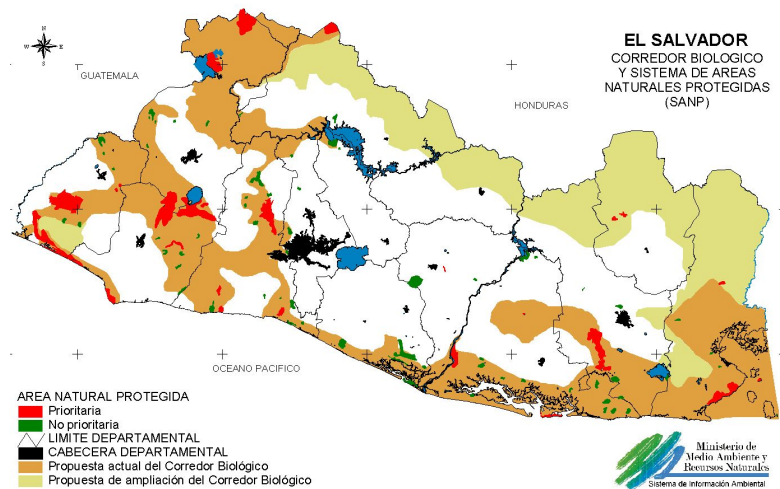
Volcán de Santa Ana: con 2,381 metros sobre el nivel del mar, es uno de los más altos del país, con orígenes de la época pleistocena.

Cerro Verde: con 2,030 mts. Sobre el nivel del mar, es un astro volcán de orígenes antiguos su última erupción fue en la época holocena.

Volcán de Izalco: se originó en el año de 1,770 siendo uno de los más jóvenes del continente Americano y que por más de 196 años estuvo en erupción, lanzando humo y cenizas otorgándole el nombre de : “Faro del Pacífico”.

El Parque Nacional Los Volcanes cuenta con una diversidad de hábitat los cuales son: Bosque nebulosos, Páramo de altura, Vegetación sobre lava, Lavas desnudas y Laguna sulfurosa.

Todas estas características conforman parte del Corredor Biológico Mesoamericano, el cual es una interconexión regional de áreas Naturales (formada por unos 14 volcanes geológicamente jóvenes entre 2 millones y 250 años, que se caracterizan por sus mismas zonas de vida, parámetros climatológicos, rango latitudinal y pendientes, misma edafología).²⁸



28 MARN, Plan de Manejo del área natural Los Volcanes, San Salvador, El Salvador 2004, páginas 173.

29 clearinghouse.cnr.gov.sv/marn/downmar.n.htm

IMAGEN DEL CORREDOR BIOLÓGICO DENTRO DE EL SALVADOR.²⁶

Por tanto es necesario que se identifique a esta reserva como un área importante ya que aporta un equilibrio al medioambiente y son las personas las que debe conocer la riqueza y variedad de paisajes que existen en un territorio tan pequeño como el de El Salvador.

El objetivo que tiene SalvaNATURA con esta reserva es el desarrollarla con diversos proyectos que involucren a las personas en el cuidado y el valor que esta tiene, para esto se han visto en la necesidad de crear una imagen que los identifique de manera adecuada.

Cap.03

1. Imagen Corporativa

1.1. Antecedentes

1.2 La imagen de una empresa

1.2.1 Imagen corporativa

1.2.2 Comunicación corporativa

1.2.3 Realidad corporativa:

1.2.4. Identidad corporativa

1.3 Logotipo

1.3.1 Texto o imagotipo:

1.3.2 Icono o isotipo

1.3.3 Color en el logotipo

1.3.4 Elementos para conceptualizar un logotipo

1.4 Manual de Logotipo

1. Imagen Corporativa

1.1. Antecedentes

El ser humano desde siempre ha buscado una identidad y una imagen que lo identifique dentro de la sociedad y lo ayude a desarrollarse distinguiéndose de los demás, este es el inicio de una imagen.

Desde épocas antiguas el mercader y negociante adquiría una marca, o “sello”³⁰ que el público pudiera reconocer. Con la llegada de la revolución industrial el ámbito comercial, se vió en la necesidad de identificar sus productos y de diferenciarlos de los demás, otorgándoles un nombre y una credibilidad ya que la producción en masas y el mercadeo incremento el valor del producto

Luego de la segunda guerra mundial la abundancia y el desarrollo aparecían estrechamente relacionados con las crecientes empresas importantes, ya que el consumismo tuvo un auge de tal manera que estas empresas comprendieron la necesidad de desarrollar una imagen y una identidad corporativa creada por especialistas, para adquirir una reputación de calidad y distinción.

1.2 La imagen de una empresa

Actualmente el significado de “Imagen” tiene una amplia gama de sentidos ya que puede definir gran cantidad de cosas o fenómenos, esto a su vez ha creado una confusión en el ámbito de la comunicación de una empresa, muestra de esto, es la cantidad de expresiones como son: Imagen gráfica, Imagen visual, Imagen materia, Imagen mental, Imagen de empresa, Imagen de marca, Imagen corporativa, Imagen global, no siendo la gran variedad de conceptos donde radica el problema, si no, la forma de utilización de estas ya que no siempre se ajusta a lo que es la imagen de una organización.

Entre tantos conceptos de imagen, tres especialistas proponen a la idea como: Joan Costa* define la imagen como: *“La representación mental, en la memoria colectiva, de un estereotipo o conjunto, de atributos, capaces de influir en el comportamiento y modificarlos”*.

30. Philip B. Meggs, Historia del Diseño Gráfico, tercera Edición, Editorial McGraw-HILL, Mexico 2000

*Joan Costa, famoso comunicólogo, diseñador, sociólogo e investigador de la comunicación visual. Es consultor de empresas y profesor universitario.

Para Marion, la imagen es: "La construcción forjada por un grupo de individuos, los cuales comparten un proceso común de representación". Enrico Cheli sostiene que la imagen es: *"Aquella representación mental cognitiva, afectiva y valorativa, que los individuos se forman del ente en sí mismo"*. Por lo que podríamos definir imagen como: la representación mental que adquiere cada individuo de una situación u objeto específico. La imagen es percibida por las personas mediante tres pasos esenciales: Objeto percibido, percepción filtro y memoria³¹.

Objeto percibido: es el estímulo generado al cerebro al visualizar una imagen física en el ambiente, también podemos relacionar una imagen con su significado, su rubro sus productos, por ejemplo cuando visualizamos trigo, nos denota alimentos basados en estos, como: pan, cereales, galletas; lo mismo sucede en las empresas, cuando vemos en algún medio de comunicación su logotipo, este nos indica la marca a la que pertenece.

Percepción filtro: Es el mensaje que percibimos de esta imagen y el impacto que este produce. Esta percepción es la experiencia que una persona tiene al visualizar una imagen física, lo que hace traspasar este filtro es si nos fue grata o desagradable ya sea por su color, forma o contenido y contribuye a que la imagen se nos quede en la memoria. Por lo contrario, cuando una imagen no logra impactar nuestro cerebro no nos vemos afectados de ninguna manera y la imagen no logra su objetivo.

Memoria: imagen en potencia, es el recordatorio de la imagen que se puede retener y con ello asociar para la construcción de una imagen mental. Por lo que al buscar opciones aquella imagen que nos impactó se recrea en nuestra memoria, permitiendo que al tomar una decisión esta se convierta en una opción.

1.2.1 Imagen corporativa

Es aquella percepción mental que el público recrea ante una organización, por sus productos, su personal, sus actividades, por lo bueno y lo malo que de esta organización se dice. Cuando todos estos elementos se juntan se crea una imagen en cada individuo conocida como imagen de una organización pues todo el cúmulo de información que llega hasta el receptor le indica como es la empresa y si esta puede llegar a ser una de su elección. Llegar a ese nivel de percepción en las personas es importante para una institución, por lo que actualmente éstas se interesan por una comunicación estratégica, que es aquella comunicación pensada desde el logotipo hasta la atención del cliente mismo, la calidad de sus productos y un servicio que

31. Según artículo de internet por Joan Costa www.rrppnet.ar/imagencorporativares.htm

satisfaga las necesidades del individuo, cuando se conjugan todos estos elementos de una forma adecuada, se tiene una empresa exitosa.

Un ejemplo en nuestro país que maneja una comunicación estratégica es la empresa Pizza Hut que se caracterizan por su buena atención, por tener motivado a su personal, la satisfacción del cliente, por estar siempre en la vanguardia de servicios, por la ambientación de sus espacios y por su puesto por toda su imagen gráfica.

Según Joan Costa la imagen corporativa es un concepto basado en la recepción que lo constituyen tres conceptos básicos: comunicación corporativa, realidad corporativa e Identidad corporativa.

1.2.2 Comunicación corporativa

Es aquello que la empresa dice de sí misma en los diferentes medios de comunicación, televisión, radio, prensa, afiches, banners, páginas web, etc.

Nos referimos a la publicidad en todas sus formas, las cuales son herramientas que la empresa utiliza para poder dar una idea de lo que ellos son, su trabajo y su concepto, con lo cual pretenden llegar a un mayor mercado. Esta comunicación es importante porque es el primer contacto que la gente tiene con la empresa y como se presentan ante este, utilizando diferentes mercados y formas de comunicación.

Es acá cuando la empresa define a su público, su mercado, el tipo de publicidad que utilizarán, y como llegarán al usuario.

1.2.3 Realidad corporativa

Es la estructura física de la empresa es decir la infraestructura, el personal, sus productos y servicios que ofrecen.

Es en este punto donde la compañía se da a conocer realmente por medio de sus bienes tangibles y no tangibles, un ejemplo puede ser: cuando una compañía se preocupa por dar mantenimiento adecuado a sus instalaciones, proporciona capacitaciones a sus empleados para la mejor atención al cliente y mejor desarrollo en su trabajo, se preocupa por la buena calidad de sus productos, innovación y precios competitivos. Este cúmulo de sucesos es lo que genera al público que tenga un juicio de esta empresa.

1.2.4 Identidad corporativa

Es un conjunto de signos visuales por los cuales es fácil recordar o asimilar a una entidad o institución, que la identidad corporativa posee diferentes características específicas, que se complementan entre sí aumentando su eficiencia visual.

Las características que componen a la identidad corporativa son:

Lingüística, este es el nombre de la empresa, un elemento de designación verbal que el diseñador convierte en una grafía diferente, un modo de estructura exclusiva llamado logotipo, por ejemplo en el logotipo Adidas (Ver ejemplo 1) la frase "Adidas" se convierte en la parte lingüística del logotipo, este se refiere al nombre de la empresa.

Ícónica, se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la empresa, que construye un símbolo, por ejemplo: el logotipo TEXACO (ver ejemplo 2) su icono es la estrella y la letra "T" dentro de un círculo, este tipo de icono se convierte en la forma simple que quedan en la memoria de las personas haciendo fácil de identificar y recordar, otro ejemplo claro de la importancia de esta característica icónica es la marca Coca Cola, que actualmente es la más posicionada a nivel mundial en la mente de las personas lo que genera que con solo ver la curva que posee su logotipo las personas inmediatamente denota que se refiere a este refresco.

Cromática, consiste en el color o colores que la empresa adopta como distintivo emblemático, estos colores deben ser acordes al rubro de cada institución dando más fuerza e impacto a los demás elementos que conforman el logotipo, un ejemplo son los colores del logotipo McDonald's (ver ejemplo 3), que por ser un lugar de comida rápida sus colores son dinámicos, vibrantes, y denotan al rubro que este se dedica "comida rápida".

1.3 Logotipo

El logotipo tiene orígenes muy antiguos ya que se podían ver en los sellos que los mercaderes utilizaban para distinguir su producto, los reyes tenían sellos en sus anillos los cuales utilizaban como el logotipo de su reinado, lo que les daba autoridad y poder, mucho tiempo después cuando la imprenta empezó a funcionar, cada una de ellas comenzó a señalar con una marca su trabajo para distinguirlo del resto de imprentas que empezaron a funcionar.

La palabra Logotipo proviene del griego "LOGOS" que es igual a *palabra*, y "TIPOS" que es igual a *impresión*³².



32. PROENZA SEGURA Rafael, Diccionario de Publicidad y Diseño Gráfico, Segunda Edición, Editorial 3R, Bogota 1999



Ejemplo de logotipos tipográfico.

Podríamos decir que un logotipo es la forma diferente, especial, única y llamativa que se escribe el nombre de una empresa y que con el tiempo se transforma en una marca o el signo que la identifica, este puede ser, una tipografía (imago tipo), un símbolo (icono o isotipo) o la combinación de estos elementos, que involucren adicionalmente el elemento color; se trata siempre de una formulación, ideada especialmente para dicha empresa la cual transmite el tamaño, la fuerza, la variedad, el estatus y aun la calidad de la compañía a la que representa.

1.3.1 Texto o imago tipo

Este se constituye esencialmente por el nombre es decir, la representación verbo-visual o fonética que identifica la marca.

El imago tipo tiene una gran importancia para una empresa ya que es de esta manera que las personas conocerán verbalmente de ella y legalmente por el estado, y por esto se convierte en un elemento esencial dentro de un logotipo.

En muchas ocasiones el diseñador puede generar una estructura visual llamativa, única o significativa del imago tipo capaz de sustituir cualquier otro elemento, creando así un logotipo tipográfico como por ejemplo: Mabe, Digicel, Cannon, Sony entre otras



Ejemplo de logotipos con iconos indirectos

1.3.2 Icono o isotipo



Ejemplo de iconos fuertemente reconocidos por las personas.

Es un símbolo o signo que sustituye en representación por analogía algo, este puede ser de carácter icónico formando así parte o fracción del logotipo.

El icono puede ser de dos maneras, Directa e Indirecta, cuando se refiere a un icono directo el elemento adquiere una importancia visual muy grande, ya que con este se termina de amarrar el concepto de manera más figurativa y fácil para que el público pueda hacer una asociación con la empresa de manera analógica o similitud. Un ejemplo de esto son las marcas: Burger king, Corsario, La Panetiere, entre otras.



Ejemplo de logotipos iconos directos.

Un icono indirecto: se refiere cuando la conceptualización del icono remite una idea no convencional de lo que existe o nos rodea sino, de algo conceptual, en esta categoría también podemos señalar iconos muy reconocidos que se han creado en base las letras iniciales, abreviaturas o formas de escribir el nombre de la marca un ejemplo de esto son: Nike, Dove, Machintosh, MNG, COCO CHANEL, OBM, 3M, DKNY, NLC.



DKNY
DONNA KARAN NEW YORK



Ejemplo de logotipos con iconos indirectos



Ejemplo de iconos fuertemente reconocidos por las personas.

Muchas veces el diseñador encuentran un gran potencial en el icono de la marca al punto que puede llegar a omitir el texto en ciertos casos y tomar solo este elemento para poder explotarlo, esto se puede comprobar con la marca Nike, Adidas, Puma, Lacoste.

1.3.3 Color en el logotipo

Este elemento al igual que el imagotipo es indispensable dentro de un logotipo ya que se convierte en la identificación cromática de la empresa (uniformes, colores de las instalaciones, ambientación, papelería, entre otros).

Para poder asignar un color a un logotipo se debe tomar en cuenta muchos factores:

- Psicología del color (Impacto visual, sensaciones, percepciones, entre otros)
- El rubro de la empresa
- Armonía cromática
- Versiones del color (web, cmyk, televisión, pintura)

1.3.4 Elementos para conceptualizar un logotipo

Para la conceptualización de logotipo se deben tomar en cuenta muchos factores como son:

- La misión y visión de la empresa
- Historia de la empresa
- La percepción actual de las personas hacia la empresa (si esta tiene algún antecedente)
- Que el público identifique el rubro al que se dedica la empresa.
- Su estatus y categoría.

Actualmente en nuestro país muchas personas no valoran la importancia de este elemento dentro de la identidad corporativa, ya que es el más pequeño de todos los elementos, pero en este, se concentra la esencia de la compañía. Esta pieza es tan importante, que podríamos crear una similitud: *lo que el punto es para la creación de un dibujo, el logotipo es para la identidad corporativa.*

Pasos para crear un logotipo

Para la creación de un logotipo, es fundamental tomar en cuenta ciertos parámetros, que apoyen visualmente al aspecto mercadológico y psicológico de la institución, además de la capacidad de reproducirlo en cualquier material y forma, dependiendo la actividad dirigida.

La fórmula está en que una marca es al mismo tiempo forma y sustancia, imagen e idea. Para que esta sea efectiva, la forma debe ser reconocible, y lo suficientemente habitual para que pueda recordarse. El diseño debe ser lo bastante simple como para poder ser leído en un instante y lo suficiente mente rico en detalle para que signifique algo o sea interesante³³.

Por tanto algunas consideraciones que se deben tomar en cuenta al diseñar un logotipo son:

- El cliente o consumidor final debe sentirse identificado con el logo.
- Buscar la diferenciación.
- Lograr la armonía entre el nombre e imagen.
- Evitar la saturación de iconos y gráficos.
- Tomar una decisión racional estudiando cada elemento del logotipo en detalle.
- Considerar la variedad de colores en que se podría utilizar.
- Analizar los colores: full color, monocromático, dúo tono, tricolor, escala de grises, ó blanco y Negro
- Verificar las aplicaciones y uso del logotipo. (Como se usará en brochures, páginas web, televisión, periódicos, entre otros.
- Considerar todas sus formas de realización de logotipo (Luces de neón, encajuelados, realzados, iluminado, en estructuras metálicas, tridimensional, entre otros.)
- Comunicar una experiencia gráfica, evocando ciertos sentimientos de positivismo, optimismo, innovación, trascendencia, mejora, entre otros.

1.4 Manual de Logotipo

El manual de logotipo es un agregado que se hace imprescindible para el manejo de este, describiendo paso a paso sus elementos, características y una serie de estándares por los cuales guiarse y mantener la unidad en todas las piezas publicitarias o corporativas.

Existen diferentes tipos de manuales, cada uno de estos, sigue un mismo lineamiento y se extienden de acuerdo a la necesidad de la empresa y del rubro para el cual se ha creado.

Estructura básica de un manual de logotipo

1. Descripción del manual

Se describe de manera breve la creación del logotipo y la estructura del manual.

33. Quentin Network, Que es Diseño Gráfico? Manual de Diseño, Editorial G.Gilli S.A. de C.V. Naucalpan-Edo. D. Mexico, 2002.

2. Presentación de Logotipo

Se muestra el Logotipo con todos sus elementos en full color en un tamaño adecuado para que puedan observarse cada uno de sus elementos y detalles.

3. Descripción de los elementos del logotipo

Texto o imagotipo:

Si el logotipo está formado por alguna tipografía específica sin deformar o alterar, se nombrará el tipo de fuente tipográfica y se mostrara su caja alta, baja, numeraciones y símbolos; especificando la medida de la tipografía por medio del carácter x.

El icono o isotipo:

Se describirá el concepto de la forma creada del icono o isotipo; especificando la medida del isotipo por medio del carácter x.

Color

Se debe de explicar cada color, es decir, qué significa y asociarlo con la empresa, muestras de colores y significados; de la misma manera se describe su composición en colores, proceso y colores RGB.

4. Especificaciones de tamaño de logotipo

Se muestra las escalas de tamaño y el mínimo en que se puede utilizar el logotipo

5. Medidas del logotipo

Se mide todo el logotipo con cada uno de sus elementos, tomando como base el carácter x

6. Versiones cromáticas

Se muestran las opciones recomendadas de color y las versiones no recomendadas, además de las versiones en escala de grises, blanco y negro, duotono.

7. Usos correctos del logotipo

Se describirán recomendaciones para el uso del logotipo.

8. Usos incorrectos del logotipo

Se describirán los usos incorrectos del logotipo en el manejo de los elementos y sus posiciones.

Cap.04

1. Planteamiento metodológico

1.1. Fase conceptualización

a. Entrevistas

b. Visitas de campo

1.2 Fase de análisis

1.3 Fase de diagnóstico

1.3.1 Metodología de diseño para la creación de logotipo del Parque Nacional Los Volcanes.

1. Planteamiento metodológico

1.1 Fase conceptualización

Para la conceptualización del proyecto de la creación del logotipo del Parque Nacional Los Volcanes fué necesario realizar un estudio de tipo descriptivo con entrevistas a jefes, empleados y el personal involucrado con la institución y visitas exploratorias al parque para conocer de primera mano la situación actual del sector, actividades que se realizan, con el fin de realizar una descripción fidedigna de la esencia del lugar y dar solución al problema planteado.

a. Entrevistas

*La entrevista consiste en la obtención de información oral de parte del entrevistado recabada por el entrevistador en forma directa.*³⁴

El tipo de entrevista que se realizó fué una *entrevista dirigida*, esta consta de un procedimiento que sigue el investigador por medio de una guía que previamente se ha elaborado con el fin de ser específicos y poder obtener la información necesaria.

Se programó una entrevista con informantes claves tales como: un especialista en diseño gráfico, un guardabosque, un especialista en reservas naturales y la jefe de comunicaciones de SalvaNATURA, con el fin de obtener opiniones, conocimientos, actitudes y sugerencias, dando un criterio más amplio a la información en la elaboración de la identidad corporativa. (Ver guía de entrevistas anexos 2, 3, 4, y 5)

b. Visitas de campo

Consiste en examinar detenidamente los fenómenos en forma directa y real para obtener la información deseada³⁵; esta se realiza por medio de apuntes en una guía.

Las visitas de campo son el punto inicial para dar solución al problema ya que arroja resultados de cómo es o como está la situación del parque, la presencia o ausencia de fenómenos importantes que caractericen el sector y de esta forma captar la esencia utilizando como método la observación directa, que es el camino a través del cual se estableció la relación entre las ejecutoras del proyecto y el objeto de estudio y como instrumento de recolección de datos una guía de observación (ver anexo 6) y toma de fotografías que permitió captar en imágenes descriptivas todo el proceso

34 MUÑOZ CAMPOS, Roberto. La investigación Científica paso a paso , UCA editores, San Salvador 2004. Cuarta Edición pág. 121

35 Mercado Salvador, en “¿Cómo Hacer una Tesis?”, Limusa Noriega Editores, pp. 65, 66, 67 2.002

de investigación y mostrar lo escrito de manera más gráfica ya que las fotografías tienen un alto poder de atención.

Las visitas son guiadas por un guardabosques designado por SalvaNATURA; por la gran extensión del Parque se programaron para realizarse en un promedio de tres ocasiones de acuerdo a cada uno de los accesos oficiales (San Blas, El Paraíso, Cerro Verde y Los Andes).

1.2 Fase de análisis

Para el análisis se recopilaron todas las entrevistas hechas a expertos y/o personas involucradas en la ejecución del proyecto, documentación, material gráfico del parque y de la institución para lograr una clara visión de los antecedentes y la situación actual del Parque Nacional.

1.3 Fase de diagnóstico

A partir de los resultados del análisis actual del sector, se hizo una búsqueda de distintos métodos de diseño que fuera acorde con la creación del logotipo para el Parque Nacional Los Volcanes, que identifique el lugar y que lo represente ante el público.

Esta información nos sirvió de base para obtener la aplicación de una metodología de diseño en la creación del logotipo para la institución que a continuación se presenta.

1.3.1 Metodología de diseño para la creación de logotipo del Parque Nacional Los Volcanes.

Para creación del logotipo del Parque Nacional Los Volcanes, se tomará como referencia el método desarrollado por Rose de Neve³⁶; de origen estadounidense, por ser el que más reúne los criterios que se aproximan a la realidad del trabajo de investigación que se está desarrollando y que responde a la temática planteada.

Esta metodología se divide en cuatro fases que se describen a continuación. Método desarrollado por la diseñadora Rose de Neve.

- Investigación y análisis.

En esta etapa, el diseñador conoce al cliente, recoge toda la información acerca del cliente, sus productos, servicios, administración, empleados para

36 Tesis SERPAS MONTOYA, Ely Anabel, Creación de Imagen del Museo Nacional de Antropología Dr. David J. Guzmán, trabajo realizado para optar al título de Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Dr. José Matías Delgado, Escuela de Artes Aplicadas Carlos Alberto Imeri 1999. 81 páginas.

saber que es el cliente y hacia dónde quiere llegar. Aquí es importante establecer todo el material que exista de la institución ya sea brochures, papelería, así como cualquier acción pública o su estrategia de mercado.

Será necesario el uso de entrevistas o encuestas con jefes, empleados, la historia de la empresa, su filosofía, estructura legal y como ve al mercado y a sus competidores. Analizar su identidad y como ha gastado su presupuesto de comunicaciones y diseño es de vital importancia.

Luego es importante definir como ellos quieren ser percibidos y como son percibidos actualmente. Debe de establecerse un estricto criterio de identidad, de manera que el resultado pueda evaluarse de antemano.

-Desarrollo del diseño.

Partiendo de los datos recopilados en la fase anterior, se procede a la creación de la identidad gráfica. El proceso comienza una vez el cliente a aprobado el criterio de diseño y el presupuesto de la fase anterior.

El programa de la identidad debe de incluir: un nuevo nombre de ser necesario, un sistema que refleje la organización de la identidad, un identificador apropiado y la implementación de los mismos.

Se elabora la realización de cada elemento que esta inmerso de manera directa con la imagen corporativa de la empresa como el logotipo, definición de la tipografía que se usará en este, los colores, etc.

Es aquí donde el diseñador debe de tener en cuenta cómo se utilizará la nueva identidad, que se pueda reproducir en todos los tamaños y medios, que no pierda su fuerza al aplicarlo blanco y negro. Al presentarse al cliente la solución final de diseño, esta debe de ser lo más cercana posible a la forma en que será utilizada, con esto el cliente logra una mejor visualización y ayudará a que el diseño sea aprobado.

-Aplicación del diseño.

En esta fase se procede a diseñar cada una de las piezas, es decir el trabajo real de crear los estándares y ponerlos en práctica en los elementos de comunicación visual del cliente. El tiempo de ejecución dependerá del tamaño de la empresa y sus necesidades, así mismo de la cantidad de piezas de comunicación que se van a introducir.

Es aquí donde el diseñador debe haber establecido los lineamientos de diseño, y darlos en manual de imagen corporativa, con la idea de cualquier persona pueda utilizarlos en cualquier caso.

-Implementación del diseño.

Puede iniciarse sustituyendo todas las piezas de una vez, es posible que haya algunas que se incorporarán según sea necesario, hasta que se agoten la existencia de las piezas anteriores. Las aplicaciones variarán según el presupuesto, tamaño y necesidades del cliente. Entre las piezas más comunes están: papelería, tarjetas de presentación, hojas para memorándum, prensa, brochures y la carta de presentación de la empresa; las demás aplicaciones dependerán del tamaño de la empresa y a lo que se dedique la misma, tales como: viñetas y etiquetas, carnés, artículos promocionales, páginas web, etc.

“El diseñador debe de estar muy enterado de lo que la empresa hace, lo que es y hacia dónde se dirige, ya que el programa de identidad comprende un amplio nivel de asociaciones estrategias y emociones.” Rose de Neve.

Cap.05

Desarrollo de la metodología de diseño de Rosa De Neve

1. Investigación y Análisis
 - 1.2. Identidad actual del Parque Nacional los Volcanes
2. Desarrollo del diseño
3. Aplicación del diseño
 - 3.1 Concepto

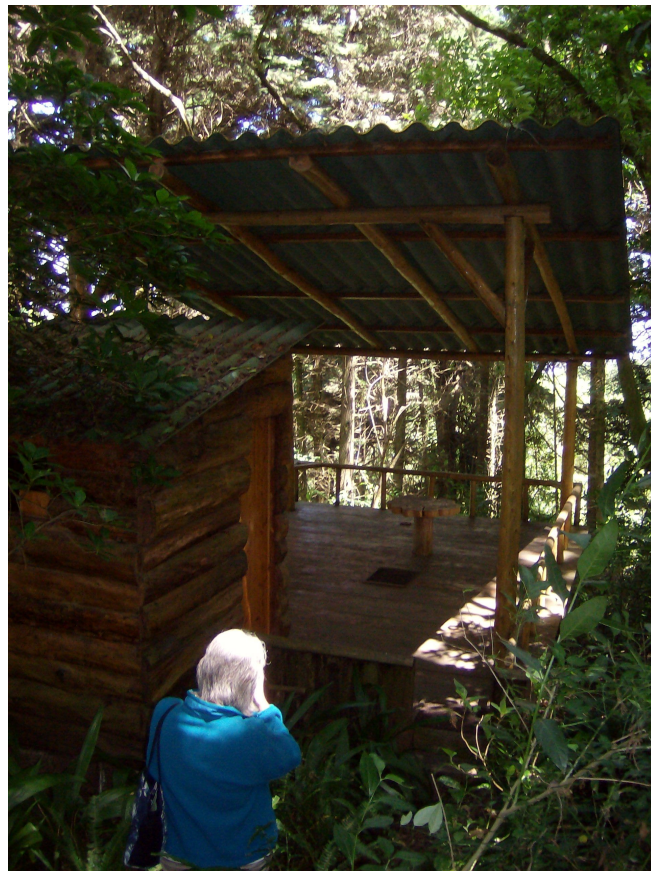
Desarrollo de la metodología de diseño de Rosa De Neve.

1. Investigación y Análisis

Análisis Actual Del Parque Nacional Los Volcanes

(Basado en entrevistas a Lic. Francisco Soto Director de Áreas Naturales de SalvaNATURA y visitas de campo)

El Parque Nacional Los Volcanes ha hecho esfuerzos por reactivar el turismo en el Parque, anteriormente con la reconstrucción de cabañas para la práctica del camping, así como actividades los fines de semana tales como venta de artesanías y comida típica, prácticas que fueron suspendidas por acontecimientos naturales como el terremoto del 2001 y la erupción del volcán de Santa Ana en el 2005, desde entonces se ha planeado una reinauguración del parque con la inclusión de prácticas basadas en la aventura como lo son: caminatas, ciclismo de montaña, paseos en caballo y campamentos.



Cabañas habilitadas para camping; sendero Los Andes



Área de camping; sendero Los Andes



Construcción de Cabañas para camping; sendero Los Andes

Actualmente la institución SalvaNATURA está haciendo esfuerzos para promover el turismo de aventura por medio de un relanzamiento del parque, que promueva a los habitantes de la zona y el sostenimiento del lugar, tomando como base cinco temas importantes para el mejor uso, que son:

- Manejo de ecoturismo.
- Manejo de visitantes.
- Relaciones con comunidades locales.
- Eficacia institucional
- Afluencia al volcán de Santa Ana.

El complejo los volcanes, declarado por el Estado Salvadoreño como “Parque Nacional” y área protegida del país, convierte entonces dos principales objetivos para su mantenimiento:

- *La protección de los recursos naturales, y
- *El acceso por parte del público con fines recreativos.

Por considerarse un área protegida del país y una reserva forestal importante, el Parque pretende proyectarse en la sostenibilidad de los recursos naturales como prioridad fundamental, ya que Los tres volcanes que lo conforman son símbolos para el país por sus características de Islas de vegetación natural así como también por brindar refugio a especies endémicas y en peligro de extinción, como por ejemplo: La Chara Centroamericana y la Rana Maki; además, por los medios que ofrece el lugar, puede contribuir grandemente al desarrollo de la investigación científica; de esta manera, se propone crear un equilibrio armónico con el acercamiento de los visitantes al área, basándose en una experiencia de aventura en pleno contacto con la naturaleza, dejando a un lado las recreaciones como: columpios, toboganes y otras actividades a los que se acostumbra en parques de otra categoría.

Imágen Rana maki,
característica en la
zona del parque
Nacional Los Volcanes





Persona escalando el volcán de Izalco

SalvaNATURA está trabajando en la creación de más ofertas turísticas que sean amigables con el medio ambiente y que lleven un enfoque con una base en los principios de ecoturismo. Las ofertas estarían incorporadas al Parque a través de un plan de concesiones e incorporarían personas de las comunidades locales.

Para la institución, vale destacar que hay ciertas amenazas externas que pudieran perjudicar el lanzamiento del proyecto para el Parque, por distintas influencias que provienen de las áreas colindantes y que están fuera de poder ejercer un control sobre ellas.

Estas incluyen las siguientes:

- La cacería furtiva
- La recolección de plantas nativas
- La tala y extracción ilegal de madera
- El avance de la frontera agrícola dentro de los límites del Parque
- El ingreso de animales domésticos y ganado
- Los incendios forestales
- Desastres de la naturaleza.



Volcán de Santa con fumarolas en el año 2005

1.2 Identidad actual del Parque Nacional los Volcanes

(Basado en entrevistas a Lic. Francisco Soto Director de Áreas Naturales de SalvaNATURA y Licda. Marlene de Linares Jefe de comunicaciones de SalvaNATURA)

Nombre legal

Parque Nacional los Volcanes

Dirección

Cerro verde, Volcán de Izalco y Volcán de Santa Ana. El Salvador, Centro América.

Ciudad

Santa Ana y Sonsonate

- Antecedentes del Parque Nacional Los Volcanes

El Parque Nacional los Volcanes, con una extensión de 4,500 hectáreas, conforma el paisaje de la cadena de volcanes de Santa Ana, Izalco y Cerro Verde en los departamentos de Santa Ana y Sonsonate, en El Salvador, siendo el escenario de diversidad de hábitat natural que integran: bosques nebulosos, vegetación sobre lava, lavas desnudas, laguna sulfurosa, plantaciones forestales, cafetales, pastizales y otros cultivos.

Actualmente es parte de una gestión delegada de SalvaNATURA, este es quien lo administra.

SalvaNATURA pretende desarrollar esta reserva ecológica con diversos proyectos que involucren a las personas en el cuidado, conservación y mantenimiento del lugar por el valor que esta tiene, por tal motivo, se han visto en la necesidad de crear una imagen que los identifique de manera adecuada.



Vista panorámica de los tres volcanes.



Lavas desnudas del volcán de Izalco.

- Público objetivo

Público nacional y extranjero de ambos géneros, jóvenes y adultos que les guste la aventura, caminatas, campamentos, ciclismo de montaña, disfrute el paisaje escénico y disfrute estar entorno con la naturaleza.

- Categoría del lugar

Parque Nacional y Reserva Nacional

- Particularidades de esta categoría

Es un lugar protegido por el Estado en donde todas las acciones son reguladas para evitar daños en el entorno natural. Las visitas son guiadas y las actividades que se realizan generalmente son de caminata, camping y ciclismo de montaña.

- Competencias del Parque

Parque Nacional el Imposible, Parque nacional Deninger, El Trifinio.

- Virtudes del parque

EL parque Nacional Los volcanes es relativamente joven, es escenario de diversidad de hábitat natural: bosques nebulosos, páramo de altura, vegetación sobre lava, lavas desnudas y la laguna sulfurosa. Su vegetación tiene una amplia gama de especies por los nutrientes del suelo volcánico, algunos árboles alcanzan los 40 m de altura y 6 m de circunferencia; y otros como el aguacatillo de montaña, el culebro y el mano de león, brindan sustento a una gran variedad de plantas epífitas entre orquídeas, bromelias, aráceas, musgos, helechos y cactus, además de líquenes.



Fotografía de árboles que brindan sustento a una gran variedad de plantas epífitas

La fauna vertebrada incluye cerca del 33 % de todas las especies conocidas para el país, muchas de ellas son endémicas; 61 de las 132 especies de mamíferos; 164 de las 528 especies de aves, 27 de las 95 especies de reptiles, y 8 de las 30 especies de anfibios.

Entre los animales vertebrados más comunes del Parque se encuentran las zorras, venados cola blanca, ardillas grises y cafés, pezotes, charas, águilas crestadas negras, tucanes verdes, serpientes timbo y ojos de gato, talconetes, bebeleches o anolis, ranas Maki las cuales son muy características de la zona y ranitas cavernícolas.

Actualmente SalvaNATURA elabora un plan de uso público en el que pretende crear dentro del parque un espacio para que visitantes puedan tener acceso al lugar y gozar de la belleza natural, hacer caminatas, acampar, escalar los volcanes de Izalco y Santa Ana y gozar del agradable clima y bellos paisajes.

- Desventajas del parque

No posee un área designada para visita actualmente aunque SalvaNATURA ya trabaja en un plan de uso público para solventar esta desventaja; no cuenta con una imagen con la que el público se pueda identificar (debido a esto no podemos establecer cuál es la percepción de las personas sobre el parque) las visitas abiertas que se han realizado en años anteriores han sido programadas por SalvaNATURA, pero en este momento se han suspendido en su mayoría, esperando una nueva apertura del parque.

2. Desarrollo del diseño

Lineamientos para creación del logotipo del Parque Nacional Los Volcanes

- Objetivo

Crear un logotipo que ayude a la institución SalvaNATURA a promover en el público el reconocimiento y comprensión del Parque Nacional Los Volcanes como una reserva natural de El Salvador.

- Imagen que busca dar el Parque

Proponerse como una opción más para disfrutar de un clima agradable, paisajes escénicos impresionantes, vistas desde una reserva natural importante

de nuestro país en el cual, los visitantes pueden compartir gratos momentos con la naturaleza sin alterarla y a la vez sentirse parte de ella, hacer caminatas y disfrutar de las virtudes ecológicas que el parque presenta.

Elementos de logotipo

Texto o imago tipo

La tipografía tiene que ser legible de fácil comprensión no muy delgada en su estructura para que no se pierda en ningún momento en las aplicaciones que se consideren reproducir, tiene que reflejar la categoría del parque que es relacionada más con la aventura extrema y no con otro tipo de entretenimiento familiar. Se considera que tiene que ser una fuente tipográfica moderna y al mismo tiempo que exprese la fuerza y la energía del parque.

Icono o isotipo

El carácter icónico que se considera plantear para la representación de Los Volcanes es una manera directa aplicando la estilización para crear una imagen fresca, moderna con movimiento e imponente para el público para denotar presencia ya que con esto podremos amarrar la idea de forma más figurativa y de fácil reconocimiento con el visitante.

El Color

Se tomará en cuenta prioritariamente la gama cromática de colores fríos entre los azules y verdes que son los que denotan un ambiente natural, sin apartar algún acento de color cálido de la gama de los naranjas para hacer referencia a la actividad volcánica que caracteriza al sector.

3. Aplicación del diseño.

Concepto:

Sobreviviendo

Por muchos años la naturaleza ha logrado mantenerse con vida en situaciones en que la mano del hombre, la sobrepoblación mundial y la contaminación ha dado como resultado la extinción de bosques enteros y especies completas, hay lugares en el mundo que han logrado mantenerse, aun viéndose rodeadas de grandes junglas de hierro y cemento que amenazan cada día en robarles su riquezas.

El Parque Nacional los Volcanes es un lugar que ha sobrevivido manteniéndose intacto e íntegro por lo cual, se le ha declarado como una de las 531 reservas naturales protegidas a nivel mundial, siendo para El Salvador un pulmón prioritario para la población.

Es por esto que el concepto aplicado para la creación del logotipo de esta reserva se ha basado en SOBREVIVIR, ya que esta zona ha podido mantenerse viva a pesar de las adversidades a las cuales se ha enfrentado a lo largo del tiempo, logrando trascender siendo un legado para la humanidad, aportando vida al ser humano y al hábitat característico del parque.

Sobrevivir no ha sido fácil, pero si necesario para lograr la riqueza que ahora lo caracteriza y poder compartirla presentando un mundo de aventuras y vivencias que solo en contacto con la naturaleza del parque el hombre podría tenerla.

Es por todo lo anterior que la forma del logotipo está basada en un cuadrado con dos puntas redondeadas que representa el área natural protegida, en la que dentro de su cielo encierra bosques enteros llenos de vida, es por eso que se ha utilizado un fondo cian; dentro del cuadro reposan tres triángulos curvilíneos que simbolizan los tres volcanes: Cerro verde, Santa Ana e Izalco.

El primer volcán es de color verde evocando el tono de la naturaleza, la tranquilidad de está y su equilibrio ecológico en el ciclo de vida natural, dentro de este se encuentra la silueta de un árbol que recuerda a cada uno de los tipos de bosques que viven dentro del parque, (Bosque Nebulosos, Páramo de altura, vegetación sobre lava.)

El segundo volcán es de color naranja simbolizando la energía de este sector volcánico, haciendo remembranza al fuego y a lava volcánica, se ha utilizado como un acento de color que aporta dinamismo y movimiento al logo; dentro de este se encuentra la silueta de una Rana Maki, que es característica de la zona.

El tercer volcán es de color verde turquesa, significa la extensa vida de esta zona que ha podido trascender y mantenerse viva, es la esperanza de la conservación de todas estas especies animales y vegetales que son parte del parque, dentro de este volcán se encuentra la silueta de un hombre que está en movimiento que simboliza la acción que se está tomando con la conservación de esta reserva y como el hombre puede convivir en armonía con la naturaleza.

Cada una de las siluetas (Árbol, Rana Maki, y el hombre) son de color blanco simbolizando la libertad que estas tienen dentro de la Reserva Natural, libertad de vivir, crecer y multiplicarse sin que la mano del hombre haga algo para dañarles, sino que participe en su conservación y goce de sus riquezas.

Dentro del cuadrado la parte cian que simboliza el cielo se ve separado de los tres volcanes por cuatro líneas blancas, las que refieren a cada una de los cuatro accesos que tiene el parque nacional los Volcanes.

Debajo del isotipo reposa la leyenda Parque Nacional los Volcanes que es el nombre que se le ha dado a esta Reserva Natural.

Cap.06

Propuesta final de Logotipo para el
Parque Nacional Los Volcanes

Propuesta final de Logotipo para el Parque Nacional
Los Volcanes



Parque Nacional Los Volcanes

Cap. 07

Manual de Logotipo del Parque Nacional Los Volcanes



Manual
de uso de
logotipo



Parque Nacional Los Volcanes

El logotipo del Parque Nacional Los Volcanes es uno de los elementos más importantes para representarse, por lo tanto es necesario que este sea manejado con cuidado y siguiendo las especificaciones que en este manual se presentan.

El logotipo deberá ser reproducido de archivos electrónicos originales, no se deberá intentar recrear el logotipo con otra fuente tipográfica u otros colores ni formas, ya que cada letra del logotipo está formada de manera única.

Bodega Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!@#\$%^&*()_+ = - } { [" : ; ' ? . , < >

La fuente tipográfica en la que se basó la leyenda del logotipo del Parque Nacional Los Volcanes es **Bodega Sans**, caja alta y caja baja, es necesario aclarar que la fuente se ha modificado para lograr la estructura adecuada para el logotipo.



El isotipo está formado en cuatro secciones que describen la naturaleza del parque, como es el cielo puro que lo cubre, los animales que allí habitan, la vegetación y bosques que son característicos del sitio.

Descripción DE LOS elementos del logotipo

Color



85 C
8 M
47 Y
0 k



85 C
0 M
0 Y
0 k



35 C
0 M
100 Y
0 k



0 C
33 M
100 Y
0 k

CMYK (cuatricromia)



0 R
133 G
124 B



0 R
144 G
220 B



153 R
188 G
26 B



255 R
149 G
6 B

RGB



Pantone 327



Pantone 312



Pantone 368



Pantone 137

Pantone



60 k



54 k



34 K



37 K

Escala de Grises

Los colores del logotipo están presentados en sus diferentes versiones cromáticas para el uso necesario, como es RGB para web, CMYK y Pantones para procesos de impresión y los porcentajes de negro para la escala de grises.



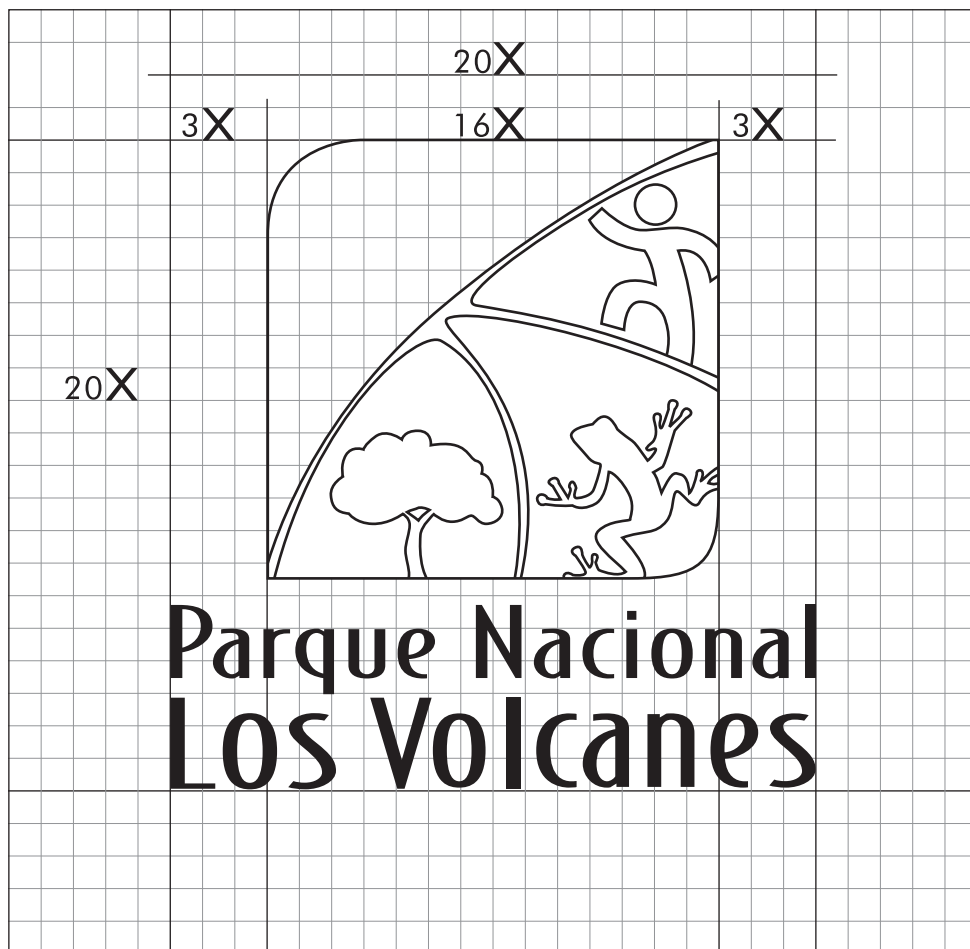
Parque Nacional
Los Volcanes



Parque Nacional
Los Volcanes

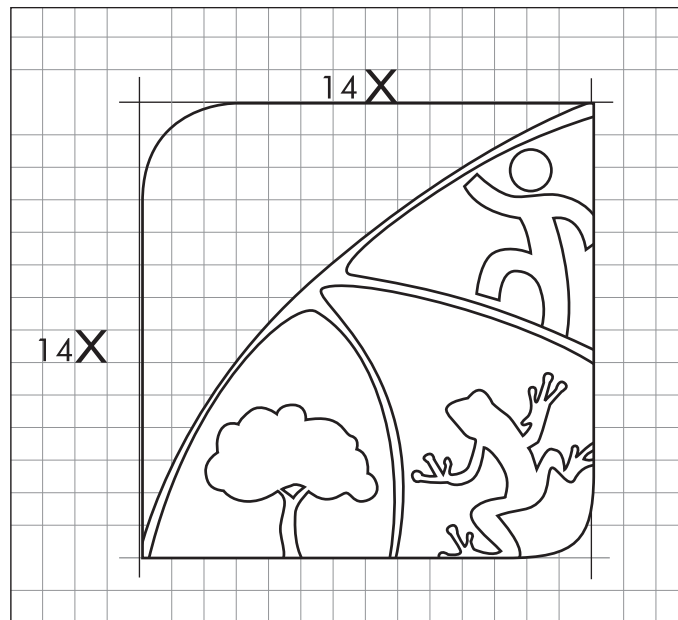
El tamaño mínimo recomendado para piezas pequeñas como tarjetas de presentación etc. en que se podrá utilizar el logotipo es de 0.74181 pulgada de ancho y 0.749685 pulgadas de alto, ya que de esta forma el logotipo no pierde detalle y se puede mantener en distinción en cualquier pieza que se necesite.

El tamaño máximo puede ser tan grande como se necesite, siempre y cuando se reproduzca de archivos originales y resolución adecuada para descartar cualquier posibilidad de distorsión del logotipo.

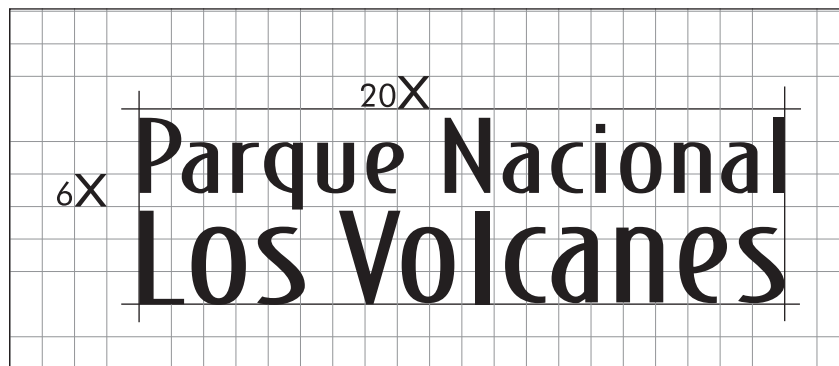


Para lograr una mejor visualización de la estructura del logotipo, se creó una cuadrícula basado en el carácter "X" y así poder contar con una referencia de medición del logo completo.

Imagotipo



Isotipo



Para lograr una mejor visualización del isotipo como imagotipo se creó una cuadrícula basado en el carácter "X" y así poder contar con una referencia de medición de las partes que componen el logo.



El logotipo se tendrá que manejar con un espacio alrededor de 2X para que tenga un área considerable entre los demás elementos a su alrededor.

Logotipo versión blanco y negro



Parque Nacional
Los Volcanes

Logotipo en versión Blanco y negro para los usos necesarios.

Logotipo versión escala de grises



Parque Nacional
Los Volcanes

Logotipo en versión escala de grises para los usos necesarios.

Versiones cromáticas recomendadas



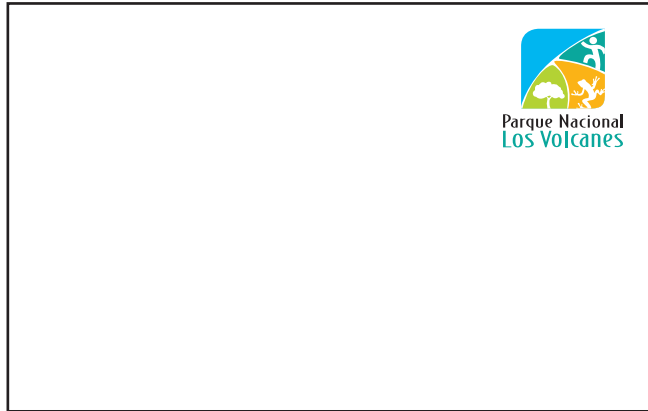
1. Es recomendado el uso del logotipo en su estado original en la mayor parte posible, ya que así se tiene una mejor imagen para el Parque nacional Los Volcanes.

2. La versión en 3 colores se hará cada vez que sea necesaria reducir la cantidad de colores, el logo estará representado por cian para el cielo, verde para los volcanes y negro para el texto.

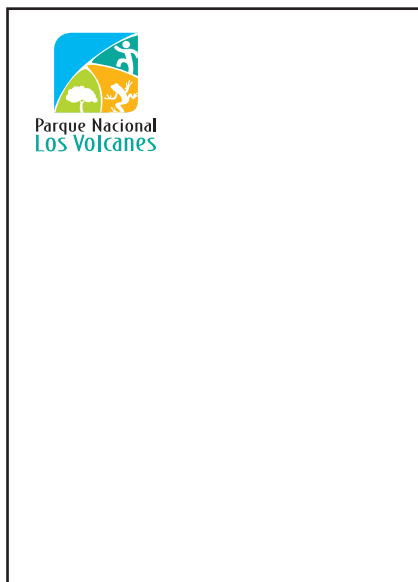
3. El logotipo de dos colores estará representado por el color verde para el isotipo y color negro para el texto.

4. En versión monotónico a color el logotipo deberá se utilizado en verde asegurando que el sustrato en el cual se imprimirá será de color blanco, de no ser así se utilizarán las versión de color blanco y negro para que no pierda vistosidad en la aplicación.

1



2



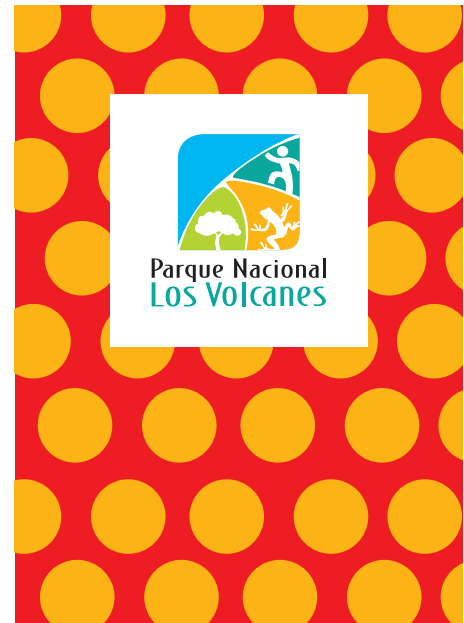
1. Colocar el logotipo en el lado superior derecho cuando el formato sea horizontal.
2. Colocar el logotipo en el lado superior izquierdo en formato vertical, para documentos formales. (Memorandum, cartas, etc.).

Uso correcto DEL logotipo



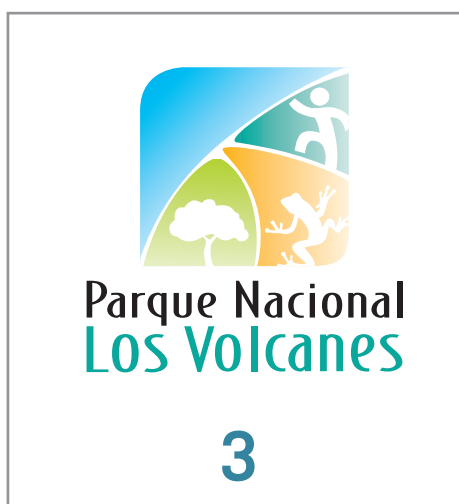
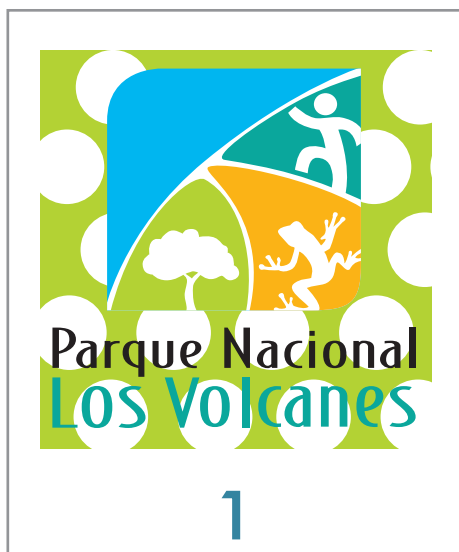
3

4



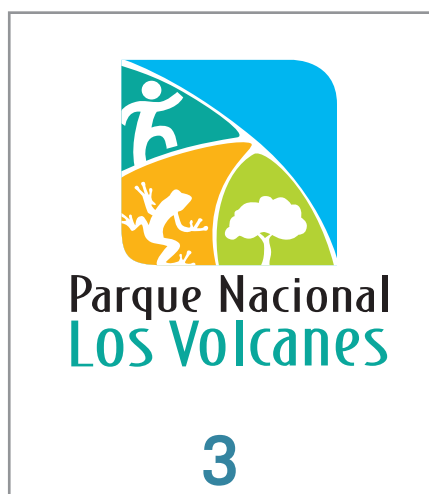
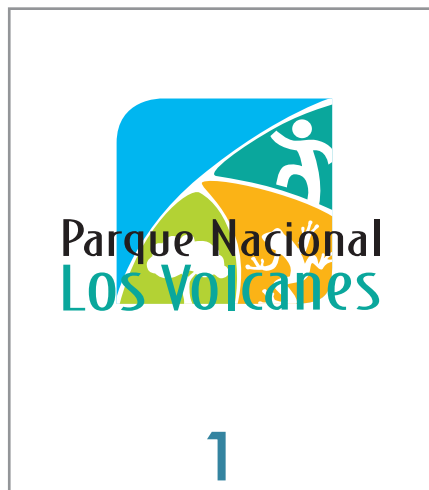
3. Utilizar el logotipo en el lado inferior derecho para publicidad.
(Afiches, mupis, etc).

4. Cuando el logotipo se encuentre sobre un fondo texturizado o color que pierda detalle y lectura de los elementos, crear un background color blanco para realzarlo.



1. No colocar el logotipo en un fondo con textura de colores.
2. No cambiar la posición los colores del logotipo en ninguno de sus elementos.
3. No degradar los colores de ningún elemento del logotipo.
4. No utilizar otros colores para el logotipo que no se hallan especificado en las versiones cromáticas recomendadas.

Uso incorrecto DEL logotipo



1. No sobreponer el texto en el isotipo.
2. Cambiar la posición del texto del logotipo.
3. No cambiar de lado al isotipo.
4. No eliminar ninguno de los elementos de isotipo.

Posibles aplicaciones DE logotipo

● Camisetas deportivas
FRENTE

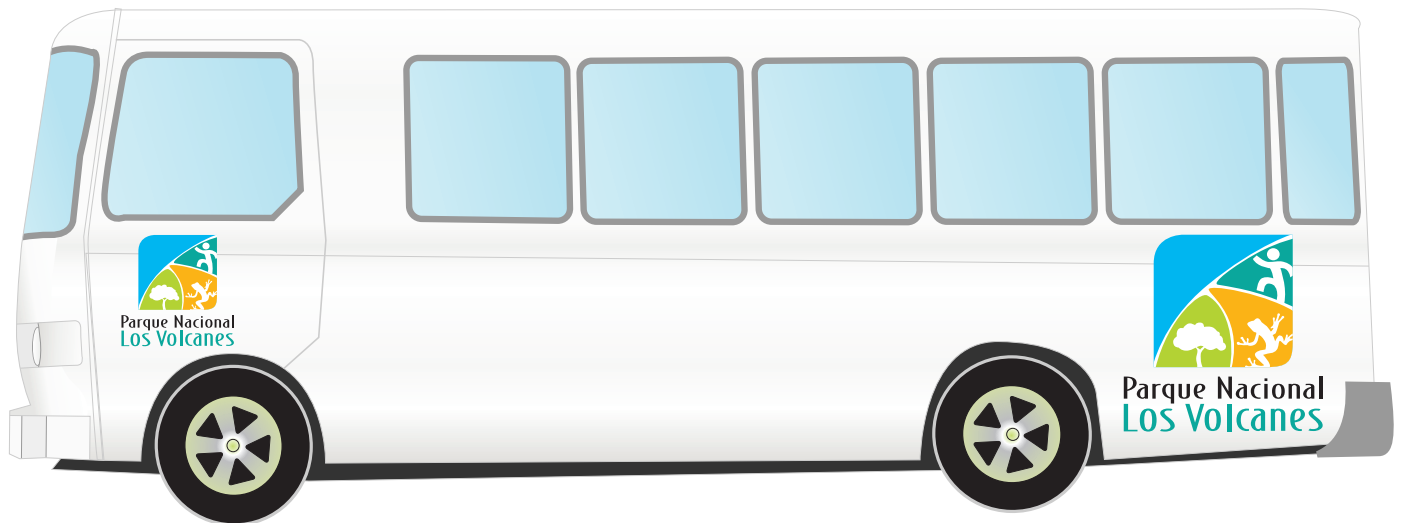


ATRAS



Posibles aplicaciones DE logotipo

● LATERAL DE TRANSPORTE INSTITUCIONAL



● PROMOCIONALES



Cantimplora



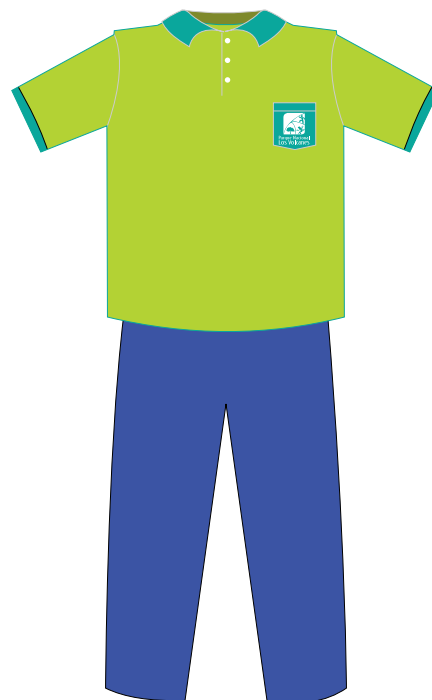
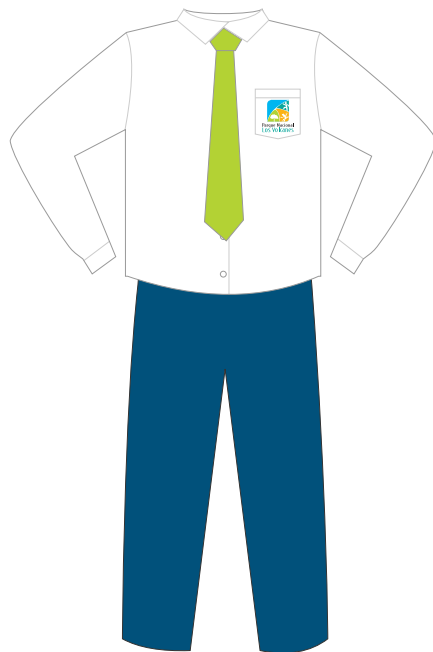
Gorras

Posibles aplicaciones DE logotipo

● PROMOCIONALES



● UNIFORMES INSTITUCIONALES



Cap.08

Conclusiones

Con el presente anteproyecto se concluye

- El aporte del diseñador gráfico en la protección de áreas naturales en El Salvador se puede hacer mediante la creación de una identidad corporativa adecuada que apoye al lugar y que lo identifique ante las personas.
- Tomando como base la teoría, la imagen corporativa es aquella percepción individual que las personas se crean de una empresa (su producto, calidad, servicios, personal) y que ésta, es la que rige el éxito o el fracaso de la misma, el logotipo es solamente una parte de la imagen que brinda apoyo de manera visual al significado de la empresa en este caso la del parque.
- En conclusión podemos decir que el logotipo que se realizó como identidad del Parque Nacional Los Volcanes ayudará a solventar parte de la problemática de comunicación.
- Por tanto, es necesaria que a la imagen gráfica (logotipo) sea acompañada de un manual de uso que oriente la utilización del mismo para no caer en errores de utilización.
- Se establece que la realización de las piezas gráficas que se utilicen para la representación del logotipo serán pautadas por la institución SalvaNATURA

Glosario

01

Área Natural Protegida: Aquellas partes del territorio nacional legalmente establecida con el objeto de posibilitar la conservación, el manejo sostenible y restauración de la flora y la fauna silvestre, recursos conexos y sus interacciones naturales y culturales, que tengan alta significación por su función o sus valores genético, históricos, escénicos, recreativos, arqueológicos y protectores, de tal manera que preserven el estado natural de las comunidades bióticas y los fenómenos geomorfológicos únicos.

Biósfera: Parte de la superficie sólida, líquida y gaseosa de la Tierra en la que se desarrollan los seres vivos; Conjunto que forman los seres vivos con el medio en que se desarrollan.

Bosque nebuloso: Vegetación Cerrada principalmente siempre verde Tropical Ombrófila Montana nubosa. En El Salvador se desarrolla en diversas alturas según la elevación de las masas de las montañas, ocurriendo desde los 1,700 msnm hasta los 2,730. Una característica climatológica importante de esta formación vegetal son los promedios altos de precipitación pluvial y por ende una alta humedad relativa, lo cual le permite permanecer siempre verde, y a pesar de que algunos árboles pueden desfoliarse por un corto período de tiempo no es evidente la caída de hojas. Los árboles de esta vegetación alcanzan hasta los 35 m de altura y están conformados por encinos o robles (*Quercus* sp.), laurelillo (*Litsea glaucescens*), magnolias, estoraque (*Agnus acuminata*), palo de sebo (*Myrica cerifera*), taba de jolote (*Hedyosmum mexicanum*), cipresillo (*Podocarpus oleifolius*), aceituno (*Brunellia mexicana*), sapuyulo (*Prunus lundelliana*), llorón (*Sauraria selerorum*), palo blanco (*Cornus disciflora*), estoraque (*Styrax argenteus*) y zorrillo (*Roupala montana*), entre otras. Así también existe un abundante epifitismo entre hepáticas, musgos, orquídeas y bromelias sobre los troncos y ramas de los árboles e incluso sobre las lianas, lo cual le da un aspecto muy peculiar a esta formación vegetal.

Ecología: f. Ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y con el medio en que viven; Rama de la sociología que estudia las relaciones entre los grupos humanos y su entorno físico y social.

Ecosistema: Es un sistema formado por una comunidad natural de seres vivos. Es decir, está constituido por componentes bióticos y por componentes abióticos (su ambiente físico). El concepto, que empezó a desarrollarse entre 1920 y 1930, tiene en cuenta las complejas interacciones entre los organismos por ejemplo plantas, animales, bacterias, algas, protozoos y hongos, (entre otros) que forman la comunidad y los flujos de energía y materiales que la atraviesan.

Ecoturismo: Turismo en el que prima el contacto con la naturaleza

Edafología: Ciencia que trata de la naturaleza y condiciones de los suelos en su relación con los seres vivos.

Endémica: Animal o vegetal propia y exclusiva de una determinada zona.

Epífitas: *epi* = sobre, *fitos* = plantas; que crecen sobre otras plantas

Fauna: Conjunto de animales de un determinado periodo, país o zona

Flora: Conjunto de plantas de una zona

Folleto: Pieza impresa de publicación no periódica.

Geomorfológico: f. Rama de la geología que estudia el relieve terrestre y su

Evolución: geomorfología pirenaica.

Laguna Sulfurosa: Es hipertermal, la temperatura del agua es de 66°, alcanza 85° a 90° en las salidas de numerosas fumarolas que se alojan en el fondo. Como consecuencia de las altas temperaturas emana permanentemente vapores sulfurosos que son utilizados en tratamientos respiratorios y desintoxicaste.

MARN: Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales

Medio ambiente: Conjunto de circunstancias físico-químicas que rodean a los seres vivos e influyen en su desarrollo y en sus actividades fisiológicas.

Meseta: Llanura o planicie extensa y elevada a cierta altitud sobre el nivel del mar

ONG: organización no gubernamental

ONU: Organización de las Naciones Unidas

Páramo de altura: Superficie de terreno llano de altitud elevada y de suelo rocoso y pobre en vegetación, de clima frío.

Parque Nacional: Paraje extenso y agreste que el Estado acota para que en él se conserve la fauna y la flora

Pigmento: Sustancia que posee color propio y es añadido a pinturas, tintas, crayones, etc.

Recursos hídricos: se constituyen en uno de los recursos naturales renovables más importante para la vida. Tanto es así que las recientes investigaciones del sistema solar se dirigen a buscar vestigios de agua en otros planetas y lunas, como indicador de la posible existencia de vida en ellos.

Red Mundial de Reservas de la Biosfera: Zonas de ecosistemas terrestres o costeros/marinos, o una combinación de los mismos, reconocidas en el plano internacional como tales en el marco del Programa sobre el Hombre y la Biosfera de la UNESCO.

SEMA: Secretaria Ejecutiva del Medio Ambiente

SISAP: Sistema Salvadoreño de Áreas Protegidas

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación la ciencia y la cultura

Glosario

02

CMYK: Cuatricromía cian, magenta, amarillo y negro

Color: Tono de un objeto determinado por la frecuencia de la luz emitida por el mismo.

Escala de grises: Representación de una imagen en la que cada pixel es representado por un valor individual que representa su luminancia, en una escala que se extiende entre blanco y negro.

Gráfico: Elemento visual que complementa al texto para hacer a un mensaje impreso más interesante o facilitar su comprensión.

Identidad Corporativa: El conjunto de características específicas y personales de una Entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de los demás entidades.

Identidad Visual: La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

Imagen Gráfica: Figura, representación de una persona o cosa; Empleo de una palabra o expresión que den idea viva de algo con lo que guarda relación

Imagen Corporativa: La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa. Las organizaciones proyectan valores y actitudes a través de su imagen.

Imagotipo: Es una imagen asociada al nombre y al logotipo de una empresa. Sirve para reforzar la identificación de la misma, persiguiendo la fácil memorización y diferenciación por parte de los posibles clientes. Puede ser de diversas formas, como anagramas, mascotas o figuras de objetos.

Isotipo: Se refiere a la parte, generalmente icónica o más reconocible, de la disposición espacial en diseño de una marca ya sea corporativa, institucional o personal.

JPEG: Es un formato de imagen, cuyas siglas en Inglés significan Joint Photographic Experts Group.

Logotipo: El elemento visual tipográfico que da nombre a la entidad; Distintivo o emblema formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, marca, producto; Es la forma diferente, especial, única y llamativa que se escribe el nombre de una empresa y que con el tiempo se transforma en una marca o el signo que la identifica, este puede ser, una tipografía (imagotipo), un símbolo (icono o isotipo) o la combinación de estos.

Manual de Identidad Corporativa: Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad corporativa en el plano del diseño.

Marca: Un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o la combinación de todos ellos, que tiende a identificar bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlo de los la competencia.

Marca Corporativa: La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

Mercado: Grupo identificable de consumidores con cierto poder adquisitivo, que están dispuestos y disponibles para pagar por un producto o un servicio. La totalidad de los compradores potenciales y actuales de algún producto o servicio.

Mercado Objeto: Grupo de compradores que comparten necesidades o características comunes, a los cuales una empresa decide servir.

Nichos de Mercado: En mercadeo describe pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades. Pequeños mercados no atendido por otras empresas.

Producto. Cualquier elemento tangible o intangible que puede ofrecerse a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo.

Publicidad: Cualquier forma pagada y no personal de presentación y promoción de ideas, bienes, o servicios por un patrocinador identificado.

Publicidad Institucional: Publicidad originada con el fin de promover un concepto o la buena voluntad hacia la compañía u organización.

Relanzamiento: Nuevo impulso promocional a un producto ya lanzado anteriormente al mercado, porque su éxito ha sido inferior al previsto, o porque se desea alargar la vida del producto.

RGB: Mezcla aditiva, rojo, verde y azul

Tono: Es el matiz del color, es decir el color en sí mismo, supone su cualidad cromática, es simplemente- un sinónimo de color. Es la cualidad que define la mezcla de un color con blanco y negro. Está relacionado con la longitud de onda de su radiación

Triángulo Curvilíneo: Son triángulos cuyos lados no son rectos, trazado sobre una superficie esférica.

Bibliografía

LIBROS

CARTER, David E. The Big Book Of New Dising Ideas. Editorial Collins Design, primera edición N.Y. 2003

CHÁVES, Norberto, La Imagen Corporativa : Teoría y metodología de la identificación institucional, editorial Gustavo Gili, sexta edición Barcelona España

EQUIPO PLANIFICADOR, Plan de uso público para el parque nacional Los Volcanes, Borrador final, El Salvador 16 de noviembre del 2005.

FISHEL, Catharine Rediseño de la Imagen Corporativa editorial Gustavo Gili, 5a edición Barcelona España

FOGES, Chris Papelería e Identidad Corporativa editorial MCGRAW HILL México 1999 1a. Edición

González Solas, Javier Identidad Visual Corporativa: La imagen de nuestro tiempo; editorial Síntesis, Madrid, España:, 2004. 1a. Edición

JENNINGS, Simón. Guía del diseño gráfico para profesionales, Editorial Trillas, primera edición México 1995, 183 páginas.

MARN, Plan de Manejo del área natural Los Volcanes, San Salvador, El Salvador 2004, páginas 173.

MERCADO Salvador, en "Cómo Hacer una Tesis?", Limusa Noriega Editores, pp. 65, 66, 67 2.002

MEGGS, Philip B., Historial del Diseño Gráfico, tercera Edición, Editorial McGraw-HILL, México. 2000

MUNARI, Bruno. Como nacen los objetos, Editorial Gustavo Güilli, Barcelona 1983, Segunda Edición.

MUÑOZ CAMPOS, Roberto. La investigación Científica paso a paso , UCA editores, San Salvador 2004. Cuarta Edición 275 páginas.

PROENZA SEGURA Rafael, Diccionario de Publicidad y Diseño Gráfico, Segunda Edición, Editorial 3R, Bogotá 1999

QUENTIN NETWORK, ¿Que es Diseño Gráfico? Manual de Diseño, Editorial G. Güilli S.A. de C.V. Naucalpa- Edo. D. México, 2002

QUIROS VALVERDE, Luis Fernando, Diseño, Teoría, acción, sentido. Editorial Tecnológica de Costa Rica, Primera Edición, año 1998 Páginas 157.

SalvaNATURA, Memoria de Labores 2005, El Salvador, Edición General, páginas 44.

SILVER, Lisa Diseño de Logotipos : Pasos para conseguir el mejor diseño editorial Gustavo Gili, 1a edición México 2001

SCHEINSOHN, Daniel, Más Alla de la Imagen Corporativa; editorial Macchi Madrid, España:, 2004. 1ª. Edición

SWANN, Alan Como Diseñar Retículas editorial Gustavo Gili, 2ª edición Barcelona España 1992

VICTION, Workshop, Si hablamos de diseño estamos hablando de identidad. Ediciones INDEX BOOK año 2004, Páginas 184.

TESIS

BAÑOS MARTÍNEZ, Maria José .Creación de imagen para la cámara Salvadoreña de Artesanos (CASART). Tesis (2001) Universidad Dr. José Matías Delgado. Cap. IV pag. 71

CELIS PEÑATE, Irene Guadalupe. Creación de la imagen institucional del Instituto Salvadoreño de Rehabilitación de Inválidos ISRI. Tesis (1999) Universidad Dr. José Matías Delgado

LOPEZ PORTILLO, Juan Miguel, Diseño de vestíbulo y Área de atención al público de la Dirección General de Migración, trabajo realizado para optar al título de Licenciatura en Diseño ambiental de la Universidad Dr. José Matías Delgado, Escuela de Artes Aplicadas Carlos Alberto Imeri 2001. 154 páginas.

SERPAS MONTOYA, Elsy Anabel, Creación de Imagen del Museo Nacional de Antropología Dr. David J. Guzmán, trabajo realizado para optar al título de Licenciatura en Diseño Grafico de la Universidad Dr. José Matías Delgado, Escuela de Artes Aplicadas Carlos Alberto Imeri 1999. 81 páginas.

LEYES

Decreto legislativa No. 233, Ley del Medio Ambiente de El Salvador, República de El Salvador, América Central, lunes 4 de mayo de 1998.

CONGRESO

Estado Actual de las Áreas Naturales Protegidas, 1er Congreso Mesoamericano de áreas protegidas El Salvador, Marzo de 2003.

Pagina WEB

www.marn.gob.sv/?subcat=y&fath=304&categoria=444&articulo=230
www.salvanatura.org

www.cesta=foe.org/recursos/pdfs/ley_de_medio_ambiente.pdf

www.rppnet.com.ar/imagencorporativares.htm

www.dtimagen.com/creacion_de_logotipos.htm

www.carlosleopoldo.com/2006/04/09/consejos-para-creacion-de-logotipos/

www.creacion-logotipos.es/logotipos.html

www.estudiosimbiosis.com.ar/empresas/imagen-corporativa.html

Anexos

Anexo 01

Áreas de SANP incluidas dentro del área de estudio y otras consideradas (publicas y Privadas) Complejo Los Vocanes

Origen Propiedad	Nombre	Situación	Superficie (ha)	Localización Cantón	Municipio	Departamento	Particularidades
Estatales del Sector Reformado	*El Paraíso	Transferencia (2001)	349.7	Buens Aires	Chalchuapa y Nahuizalco	Sta. Ana	Dos Poligonos;
	*San Blas o Las Brumas	Transferencia (2001)	457.5	S. Isidro y Chonchon	Izalco	Sonsonate	Cerro Verde y San Blas
	*San José Miramar	Transferencia (2002)	57.1	El Chaparron	Izalco	Sonsonate	Porción que forma parte de Hda. Sn. Isidro
	*Poligono El Izalco (la Auxiliadora)	Transferencia (2001)	115.4	San Isidro	Izalco	Sonsonate	
			979.7				
Estatales fuera del sector reformado	Hotel de Montaña	Prop. ISTU	37.7	Palo de Campana	Sta. Ana	Sta. Ana	Dos secc. Donacion
	Los Andes	Donada al estado.	145.8	Palo de Campana	Sta. Ana	Sta. Ana	al Estado Cono del
	Volcán de izalco		1,333.8	Arriba chorro	Izalco	Sonsonate	Volcan de Izalco
	Lavas Volcán		50.2	Arriba chorro	Izalco	Sonsonate	Fragmento
			1,567.5				
Municipales	Ojo de Agua de venado		44.8	Palo de Campana	Sta. Ana	Sta. Ana	Propiedad Municipal
Privadas			3,970.9				Estimacion
Total			4,562.9				

Artículo sobre la importancia del Parque Nacional los Volcanes

Fábrica de agua.

Desde el punto de vista hidrológico e hidrogeológico, A la zona del Parque Nacional Los Volcanes y su entorno, se le puede considerar como una gigantesca Fábrica de Agua. Allí se produce el agua que se consume en sectores de los departamentos de Sonsonete, Santa Ana y La Libertad.

Las condiciones atmosféricas del Océano Pacífico, su proximidad, la altitud sobre el nivel del mar así como la geología de la zona del Parque Nacional Los volcanes permiten que con la intensidad de la radiación solar, de inicio diariamente al gran ciclo hidrológico del agua. Este elemento es trasportado mediante la evaporación del agua de mar y el agua continental utilizando el movimiento de las masas de nubes y el viento hacia las partes altas de las cadenas volcánicas costeras. Sitios donde mediante las lluvias depositan aguas que riegan sobre la cobertura vegetal, escurren e infiltran. Buena proporción del agua lluvia caída es evaporada debido a la radiación solar, la impermeabilidad de algunos suelos a ser infiltrados y por la deforestación que se observa en algunos sitios.

De acuerdo a los mapas de Aguas Superficiales del Servicio Hidrológico Nacional, se determina que desde el Parque Nacional Los Volcanes se originan numerosos ríos y cause fluviales que irrigan sus aguas hasta zonas lejanas como la ciudades de Armenia, Izalco, Caluco, Sonsonete, Acajutla, Santa Ana, El Congo, Coatepeque, Ciudad Arce y otras.

Basados en el Mapa de Recursos Hídricos. Aguas Subterráneas de Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, la zona del Parque Nacional Los Volcanes y su entorno producen de moderadas a grandes cantidades de agua dulce. Con niveles estáticos que varía de 2 a 10 metros, alcanzando niveles máximos de 100 metros en algunos casos. En la parte media a baja de la cuenca hidrogeológica se forman importantes manantiales como lo son en Atecozot, Izalco; Caluco y Sonsonete (que en Nahut significa: Lugar de los 400 ojos de agua)

Registros como los anteriores verifican la gran importancia de la zona protegida del Parque Nacional Los Volcanes y su entorno. Zona que se ubica adentro del hábitat de Corredor Biológico Mesoamericano.

Ing. Sergio Martínez Valldeperas.

Anexo 03

Entrevista con: José Humberto Pineda
Cargo: guardabosque
Organización: (Parque Nacional Los Volcanes) SalvaNATURA
Día: Sabado 17 de Mayo. 2008

Entrevistador: ¿Tiene registrado el número de especies animales y plantas que habitan en el parque?
José Humberto Pineda: Su vegetación es muy variada por los nutrientes del suelo volcánico, algunos árboles alcanzan los 40 m de altura y 6 m de circunferencia como el aguacatillo de montaña, el culebro y el mano de león, y brindan sustento a una gran variedad de plantas epífitas entre orquídeas, bromelias, aráceas, musgos, helechos y cactus, además de líquenes.

La fauna vertebrada incluye cerca del 33 % de todas las especies conocidas para el país, muchas de ellas son endémicas; 61 de las 132 especies de mamíferos; 164 de las 528 especies de aves, 27 de las 95 especies de reptiles, y 8 de las 30 especies de anfibios.

Entrevistador: ¿En Cuantas áreas se divide el Parque y como se llaman cada una de ellas?
José Humberto Pineda: El parque está dividido en cuatro aéreas, que son San Blas, Cerro Verde, El Paraíso y Los Andes

Entrevistador: ¿Cuál es el área del parque mas visitada?
José Humberto Pineda: Pues según lo que yo he logrado ver es en la parte de San Blas, porque está en el acceso del Cerro Verde

Entrevistador: ¿Cuáles son las actividades que los visitantes hacen o practican?
José Humberto Pineda: la gente viene a hacer caminatas, porque eso es lo que está permitido varios traen sus tiendas de acampar y hacen camping, pero piden permiso antes porque de otra forma no pueden.

Entrevistador: ¿Existen especies con peligro de extinción dentro del parque?
José Humberto Pineda: Si un montón, antes habían más, hoy hay bastantes pero no como hace algunos años, en las mañanas no se escuchaba más que ruido de pájaros que iván y venían, hoy también pero no es igual.

Entrevistador: Para usted que es lo mas especial que tiene el parque
José Humberto Pineda: Que la naturaleza es lo más bonito, los arboles llegan a medir hasta treinta metros de altura y son gruesos como de 6 metros algunos, el clima también es más fresco, no hace mucho calor.

Entrevistador: ¿Cómo podría describir el parque?
José Humberto Pineda: Como un lugar donde hay mucha vegetación, mucha naturaleza pura, donde hay animales salvajes como el venado cola blanca las zorras, los gatos montes, el tigrillo, el clima es incomparable, no se compara con el clima de la ciudad.

Entrevistador: ¿Hay acceso al parque durante todo el año?
José Humberto Pineda: Si la gente siempre viene aunque sea invierno, siempre vienen, aunque ahora las vistas están más restringidas, tienen que pedir permiso y tienen que ir con guías así como nosotros y cuando subimos el volcán de Izalco o el de Santa Ana, siempre van policías en el grupo cuidando.

Entrevistador: ¿Cuál es la mejor época para visitar el parque?
José Humberto Pineda: La de verano, por que en invierno por seguridad no se pueden hacer todos los recorridos que se hacen en verano, porque el agua afloja la tierra y hay que ir con más cuidado, y en verano se ve más el paisaje, hay menos neblina, y la gente disfruta más sin lluvia.

Anexo 04

Entrevista con: Francisco Soto Monterrosa
Cargo: Director áreas Naturales
Organización: SalvaNATURA
Día de entrevista: martes 4 de marzo, 2008

Entrevistador: Cuál es el nombre del lugar?
Lic. Francisco Soto: Parque nacional los Volcanes

Entrevistador: ¿Cuál es la extensión del Parque?
Lic. Francisco Soto: Es de 4,500 hectáreas

Entrevistador: ¿Qué es lo que el parque necesita actualmente el parque?
Lic. Francisco Soto: El parque es una reserva natural que esta denominada como una reserva de la biosfera a nivel mundial, y es escenario de una gran variedad de hábitat, tiene diferentes tipos de bosques, hoy SalvaNATURA es parte de una gestión delegada, nosotros nos encargamos de administrarlo y de velar por el parque pero no tenemos una manera de identificar el parque, lo que nosotros quisiéramos es que nos hicieran una línea gráfica, un logo, un icono o algo que identifique al porque nacional los volcanes y que eso lo podamos usar en la papelería, en el rótulo en todo lo que usamos para administrar el parque, me imagino que con eso ustedes tendrían que darnos un documento que diga las especificaciones del logotipo.

Entrevistador: ¿Cómo han manejado la imagen del parque hasta ahora?
Lic. Francisco Soto: No tenemos una forma como identificarla es por eso que la queremos unificar por medio de algo, porque hasta ahorita tenemos un plan de manejo de uso público en el que hemos estado trabajando, la idea es que se pueda dar a conocer al público y que este lo conozca y lo identifique por medio de algo.

Entrevistador: ¿cuál es la ubicación del parque?
Lic. Francisco Soto: está entre el departamento de Santa Ana y Sonsonate, comprende el volcán de Izalco, Santa Ana y el Cerro verde, el parque constituye tierras gubernamentales privadas y municipales. Pero si abarca una gran extensión y la gente ni sabe que es una reserva natural

Entrevistador: ¿Cómo es la afluencia del parque está abierto?, ¿la gente puede ir y tiene acceso?
Lic. Francisco Soto: Si el parque recibe visitantes, al año llegan unas veinte mil personas, lo que las personas hacen es que llaman acá a las oficinas y piden autorización para entrar al parque, porque no pueden llegar allá, porque así no los dejan entrar. Cuando las personas llaman, se programa la visita y hay un guía en el parque para poder recibirlos y que las personas puedan ir.

Entrevistador: ¿Qué tipo de público tiene el Parque?
Lic. Francisco Soto: El público generalmente es joven, o joven adulto

Entrevistador: ¿Qué actividades realizan los visitantes dentro del parque?
Lic. Francisco Soto: Dentro del parque se hacen caminatas, se escalan los volcanes de Izalco y de Santa Ana, se practican deportes extremos, se quiere hacer un área para ciclismo de montaña más adelante, las personas pueden llegar y hacer camping, hay zonas destinadas para camping.

Entrevistador: ¿cuáles son los planes que ustedes tienen a futuro con el Parque Nacional Los Volcanes?
Lic. Francisco Soto: Con el plan de manejo se pretende en pocas palabras relanzar el parque, porque desde que el volcán de Santa Ana hizo erupción no hemos podido tener una visita del todo abierta a los visitantes, la gente ha abierto senderos por su cuenta y entran al área del parque. Se pretende que las personas puedan acceder solamente por las cuatro entradas que SalvaNATURA tiene identificadas, que son la del Cerro verde, los Andes San Blas e Izalco, para evitar que las personas puedan dañar el área, contaminar el ambiente, por algún tiempo ocurrían asaltos porque las personas entraban a áreas solas y no había ningún tipo de control, por eso es que en las caminatas se hacen grupos y las personas van acompañados de un guía y de agentes de la policía Nacional civil.

Entrevistador: ¿En que piezas se pretende utilizar el logotipo?

Lic. Francisco Soto: En rótulos, se va a hacer una señalética, partiendo de la imagen del logotipo, se usará en la folletería, en los brochures que se les entregan a los visitantes, en toda la publicidad o papelería que compete al parque Nacional Los Volcanes.

Entrevistador: ¿Que otras instituciones podrían hacer uso del Logotipo de Parque Nacional los volcanes?

Lic. Francisco Soto: las instituciones Nacionales como el MARN, el MITUR .

Marlene Gómez de Linares.
Licenciada en Comunicaciones.
Día: lunes 5 de mayo del 2008.

Entrevistador: ¿Cuál es la necesidad comunicacional que atraviesa actualmente el Parque Nacional Los Volcanes?
Lic. Marlene de Linares: actualmente nosotros como departamento de comunicación nos hemos enfrentado a múltiples dificultades por no contar con una imagen constante del Parque Los Volcanes, ya que cada año tenemos que presentar una memoria de labores para los jefes y aquellas autoridades ligadas con nuestra organización para conocer los proyectos que se realizan, esto es en cuanto a dificultades internas, hablando externamente, el visitante del parque no tiene una marca que le permita reconocer a esta reserva y al momento de querer manejar una publicidad de este no se puede generar una constante.

Entrevistador: ¿Qué estrategias se han tomado anteriormente para resolverlas?
Lic. Marlene de Linares: pues realmente hasta el momento no se han tomado muchas estrategias, simplemente se pone con una letra diferente el nombre del parque para resaltarlo y ya.

Entrevistador: ¿Qué espera solucionar con la creación del logotipo?
Lic. Marlene de Linares: la verdad que todas las dificultades expresadas en la primera pregunta, (jajaja) queremos solucionar los problemas de comunicación visual, que el público pueda tener una constante visual al hablar del parque.

Entrevistador: ¿En qué piezas gráficas se pretende utilizar el logotipo?
Lic. Marlene de Linares: pues uno de los objetivos del Plan de Manejo que se está creando es unificar senderos, entonces ahí se hará presente en los rótulos de señalización, en las memorias que realizamos año con año, a mediano plazo en las facturas del cobro de entrada, y en todo aquello que refiera al parque.

Entrevistador: ¿Qué otras instituciones harán uso del logotipo aparte de SalvaNATURA?
Lic. Marlene de Linares: por el momento solamente SalvaNATURA ya que somos nosotros los que co-manejamos el parque, en algún momento otras organizaciones al referirse al conocer que el parque cuenta con una imagen ya bien establecida solicitan el logotipo, nosotros lo podremos hacer llegar.

Entrevistador: ¿Actualmente SalvaNATURA trabaja en una estrategia de comunicación para atraer aun más el turismo al Parque Nacional Los Volcanes? Si es así, ¿Esta estrategia estará enfocada al turismo Nacional o extranjero?
Lic. Marlene de Linares: la estrategia está enfocada a los dos públicos, ya que es importante que los salvadoreños conozcan las bellezas de su país, como es importante traer extranjeros para que aporten al país.

Entrevistador: ¿Cuál es el resultado que se espera con la realización de este trabajo?
Lic. Marlene de Linares: poder manejar al parque comunicacionalmente con una imagen que refleje las características que lo convierte como una reserva prioritaria del El Salvador.

Entrevistador: ¿Quiénes esperan ser los beneficiados con este trabajo?
Lic. Marlene de Linares: creemos que en sí el parque mismo ya que se le creara una imagen que aporte a su reconocimiento ante el público y también a nuestra ONG ya que es la encargada de el manejo de la reserva.

Entrevistador: ¿Qué tipo de público es el que visita el parque? Niños, jóvenes, adultos, deportistas, estudiantes.
Lic. Marlene de Linares: la mayor parte de nuestros visitantes son jóvenes y adultos.

Entrevistador: ¿Cómo identifican ustedes al parque?
Lic. Marlene de Linares: como un lugar de aventura, adonde se puede tener un contacto real con la naturaleza.

Entrevistador: ¿Qué tipo de actividades hay en el parque?
Lic. Marlene de Linares: actualmente hay solamente caminatas a los volcanes y camping (hay que aclarar que en estos momentos estas visitas se hacen programadas con nosotros, osea que las personas actualmente no pueden simplemente llegar a la reserva ya que no hemos puesto en marcha el plan de relanzamiento) se está trabajando en habilitar senderos para recorrer el parque en caballos y también que permita la práctica de ciclismo de montaña

Entrevistador: ¿Cómo está dividido el parque?
Lic. Marlene de Linares: el parque no se encuentra dividido de ninguna manera, el parque es un área de 4,500 hectáreas que está bajo el manejo de SalvaNATURA.

Entrevistador: ¿Qué áreas tiene?
Lic. Marlene de Linares: actualmente el parque cuenta con dos áreas, el área de camping que tiene unas cabañas y los senderos que dirigen a las caminatas de los volcanes.



Guía de OBSERVACIÓN

Lugar:

Fecha:

Visita No.

Obj. de guía: Poder captar elementos importantes que enriquezcan el trabajo mediante una observación hecha en el Parque.

1. ¿Hay algún rotulo que identifique que me encuentro en El Parque Nacional Los Volcanes?

2. ¿Hay información del uso de las instalaciones del Parque?

3. ¿Proporcionan información escrita del parque?

4. ¿Qué tipo de rótulos hay dentro del parque?

5. ¿Hay un guarda parques que brinde una visita guiada y de información?

6. ¿Qué hace la gente dentro del parque?

7. ¿Qué áreas hay dentro del parque?

8. ¿Qué sensación trasmite vivir esta experiencia?

9. ¿Qué fue lo que más nos llamo la atención dentro del parque?

10. ¿Con que imagen asociamos al parque?

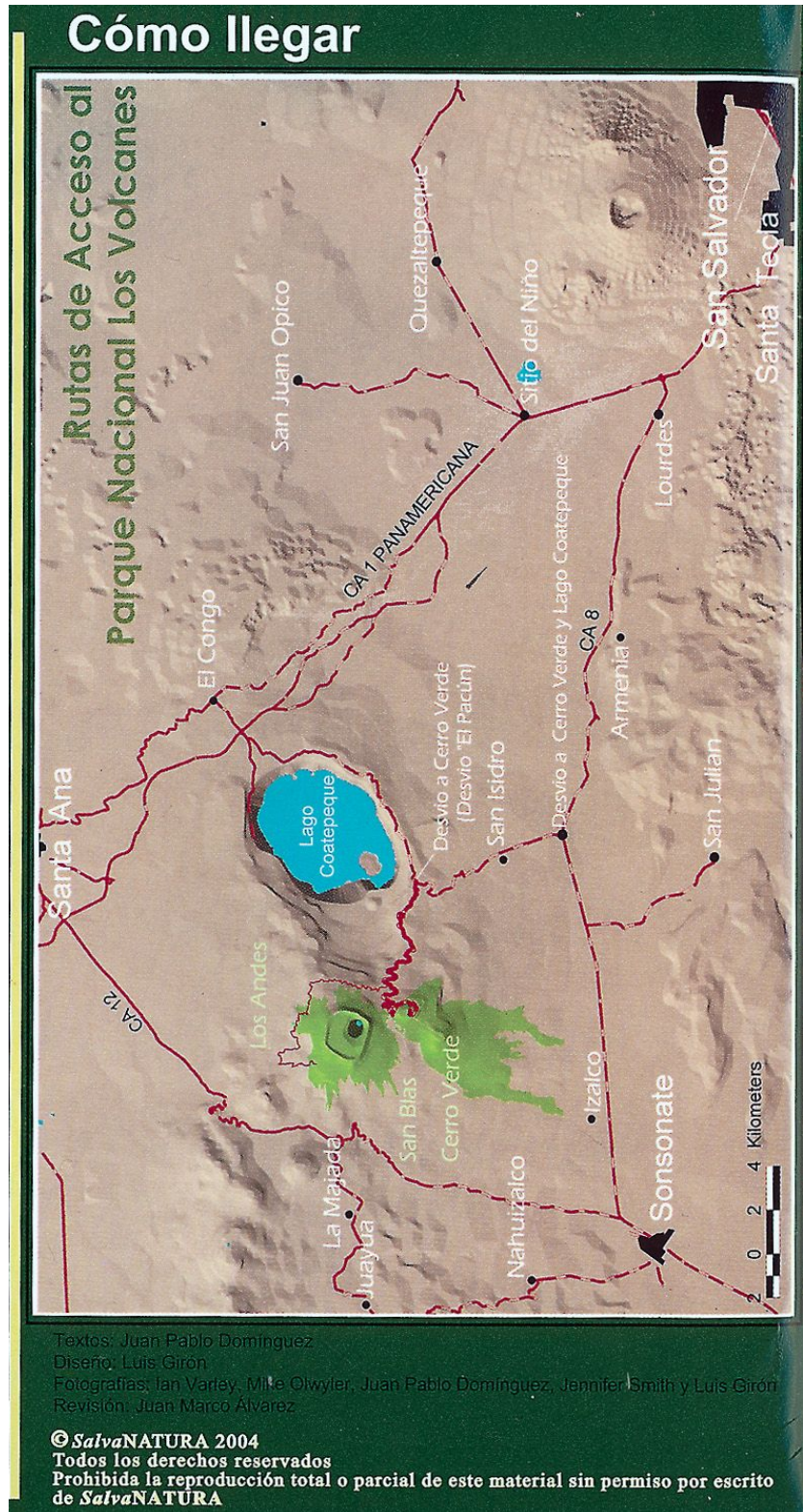
11. ¿Con que color identificamos al parque?

12. ¿Qué fue lo que menos nos gusto del parque?

Anexo 07
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL PROYECTO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO.

ACTIVIDADES	Periodo	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
Presentación de temas al gestor.	28 al 30 de enero	30-ene08						3			
Elaboración de anteproyecto	9 de febrero al 4 de abril										
Entrega de documento final al Gestor	Fecha límite 4 de abril			26 de marzo							
Periodo de evaluación del Anteproyecto	17 al 25 de abril										
Inscripción de anteproyecto	12 al 16 de mayo					16 may.					
Desarrollo y elaboración del proyecto	9 de mayo al 17 de junio						16 jun.08				
Entrega de trabajo de graduación al Gestor	Fecha límite 17 junio										
Periodo de evaluación del proyecto 1era Lectura	28 junio al 5 de julio										
Correcciones del proyecto	7 de julio al 26 de agosto										
Entrega de documento final al Gestor	Fecha límite 26 de agosto								22 ago.08		
Periodo de evaluación del proyecto 2da Lectura	6 al 12 de septiembre										
Entrega de Documentos Finales a la Escuela.	Fecha límite 20 de sept.									19 sep.08	
Graduación.	31 de octubre										
Presentado por: Rebeca ventura y Rosario Diaz	.										
Fecha martes 18 de marzo:2008											
Tema: Diseño de logotipo y manual de uso del Parque Nacional Los Volcanes para SALVANATURA											



Anexo 10

Carta de respaldo de la Asesora

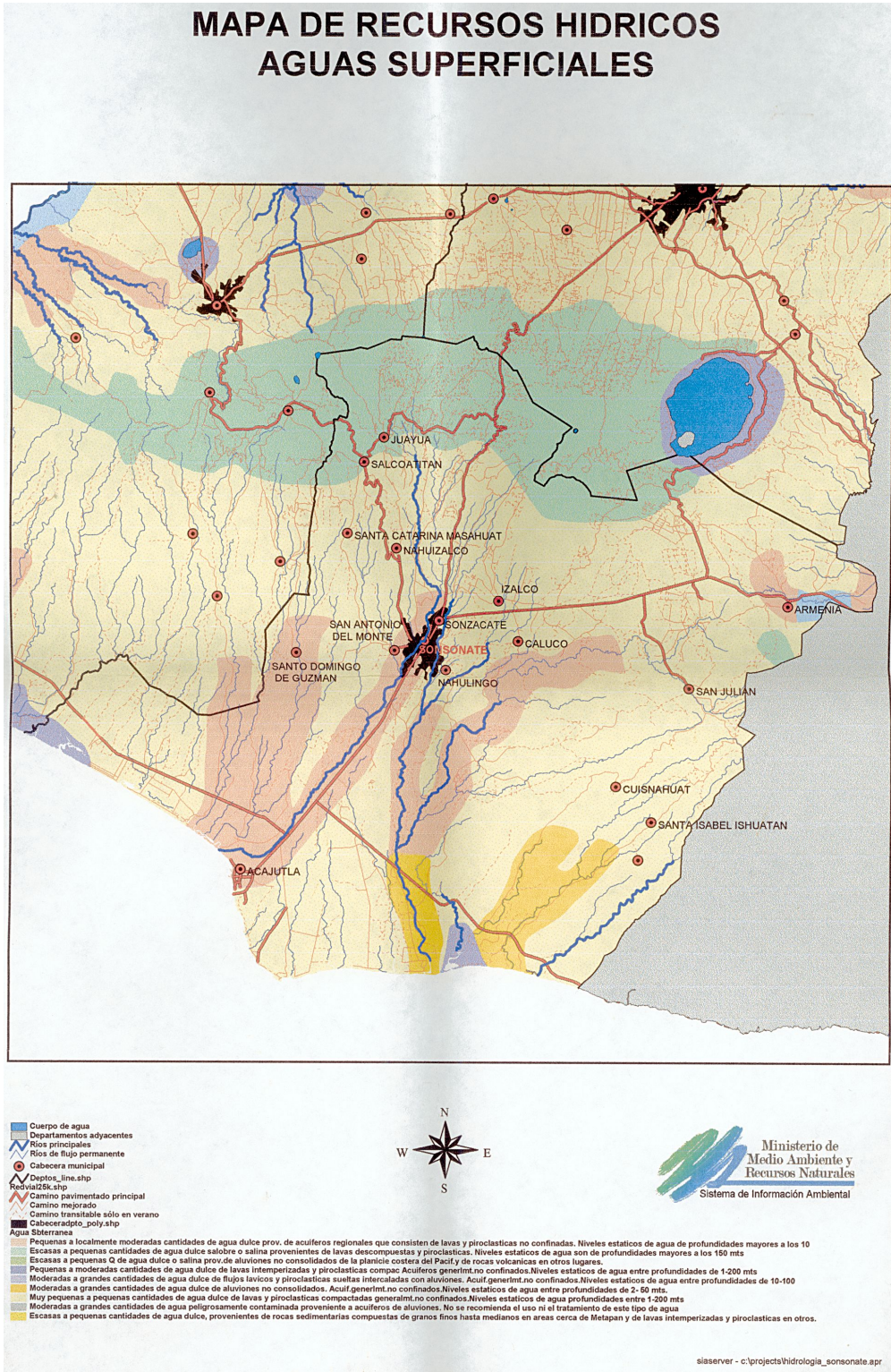
San Salvador, Agosto 2008

Por este medio informo que como asesora del trabajo de graduación sobre la temática: Diseño de logotipo y Manual de Uso del Parque Nacional Los Volcanes para SalvaNATURA de las egresadas Srta. Elsy Rebeca Ventura Munguía y la Srta. Guadalupe del Rosario Díaz Martínez, declaro haber leído el proyecto del trabajo de graduación y doy mi aval para que sea presentado al Lector y que se siga el rumbo del proceso.

Atte.

Lic. Mónica Raquel Ventura de Hernández
Asesora de trabajo de Graduación

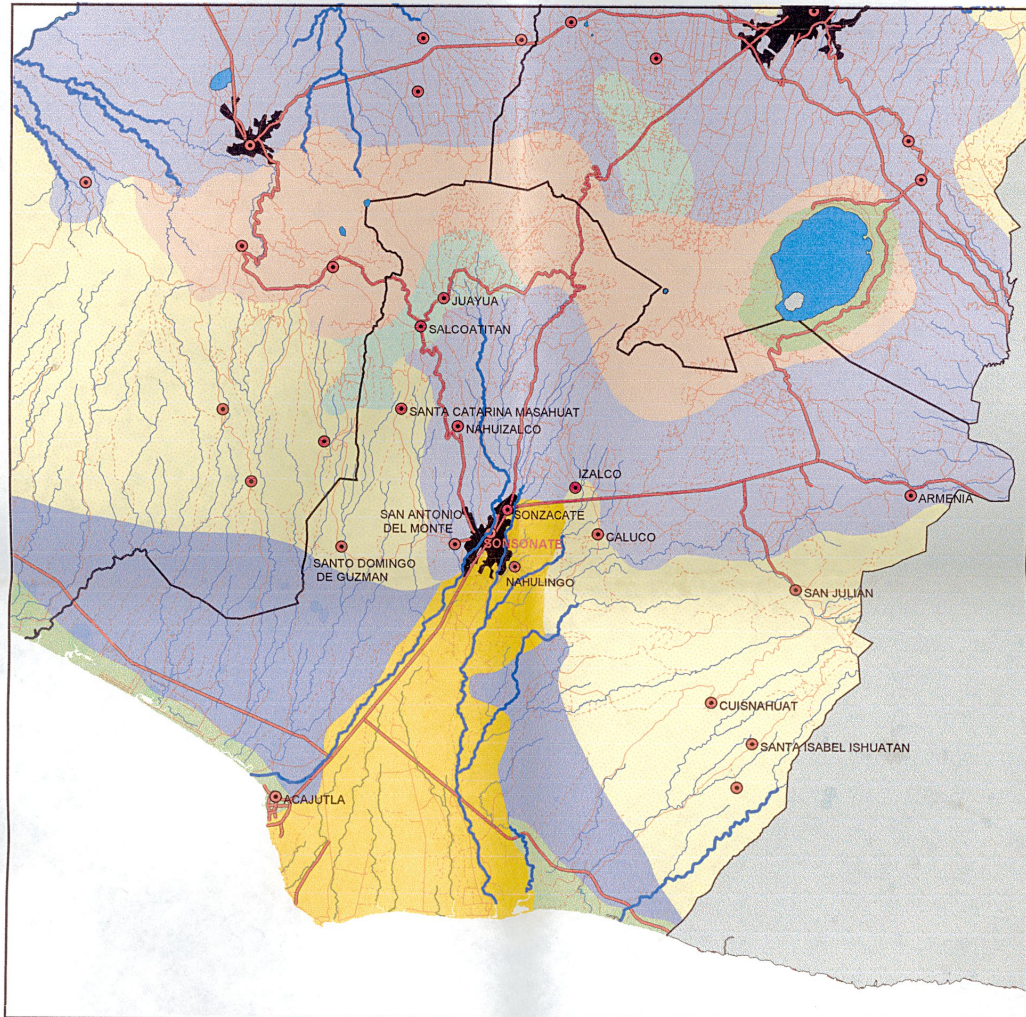
MAPA DE QUE MUESTRA LA IMPORTANCIA HIDRICA DE AGUAS SUPERFICIALES QUE TIENE EL PARQUE NACIONAL LOS VOLCANES



Anexo 12

MAPA QUE MUESTRA LA IMPORTANCIA HIDRICA DE AGUAS SUBTERRANEAS QUE TIENE EL PARQUE NACIONAL LOS VOLCANES

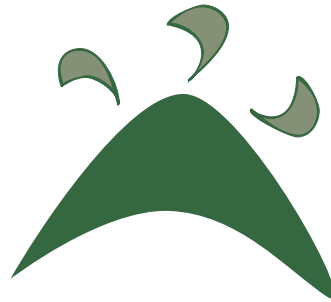
MAPA DE RECURSOS HIDRICOS AGUAS SUBTERRANEAS



	Cuerpo de agua
	Departamentos adyacentes
	Rios principales
	Rios de flujo permanente
	Cabecera municipal
	Deptos_line.shp
	Redvial26k.shp
	Camino pavimentado principal
	Camino mejorado
	Camino transitible sólo en verano
	Cabecera26k_poly.shp
	Agua Subterranas
	Pequeñas a localmente moderadas cantidades de agua dulce prov. de acuíferos regionales que consisten de lavas y piroclásticas no confinadas. Niveles estaticos de agua de profundidades mayores a los 10
	Escasas a pequeñas cantidades de agua dulce salobre o salina provenientes de lavas descompuestas y piroclásticas. Niveles estaticos de agua son de profundidades mayores a los 160 mts
	Pequeñas a moderadas cantidades de agua dulce de lavas intemperizadas y piroclásticas compactas Acuíferos generint.no confinados.Niveles estaticos de agua entre profundidades de 1-200 mts
	Moderadas a grandes cantidades de agua dulce de lavas y piroclásticas sueltas intercaladas con aluviones. Acuíferos generint.no confinados.Niveles estaticos de agua entre profundidades de 10-100
	Muy pequeñas a pequeñas cantidades de agua dulce de lavas y piroclásticas compactadas generint.no confinados.Niveles estaticos de agua profundidades entre 1-200 mts
	Moderadas a grandes cantidades de agua peligrosamente contaminada proveniente a acuíferos de aluviones. No se recomienda el uso ni el tratamiento de este tipo de agua
	Escasas a pequeñas cantidades de agua dulce, provenientes de rocas sedimentarias compuestas de granos finos hasta medianos en áreas cerca de Metapan y de lavas intemperizadas y piroclásticas en otros.



slaserver - c:\projects\hidrologia_sonsonate.apr









Parque Nacional
Los Volcanes



Parque Nacional
Los Volcanes



Parque Nacional
Los Volcanes



Parque Nacional
Los Volcanes

Parque Nacional
Los Volcanes

**Parque Nacional
Los Volcanes**

Parque Nacional
Los Volcanes

Parque Nacional
Los Volcanes

Parque Nacional
Los Volcanes

**Parque Nacional
Los Volcanes**

Parque Nacional
Los Volcanes

**Parque Nacional
Los Volcanes**

Parque Nacional
Los Volcanes

**Parque Nacional
Los Volcanes**



Parque Nacional
Los Volcanes



Parque Nacional
Los Volcanes



Parque Nacional
Los Volcanes



Parque Nacional
Los Volcanes

Díaz Martínez, Guadalupe del Rosario
Ventura Munguía, Elsy Rebeca

San Salvador, Agosto, 2008