



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN HUMANAS Y TENOLOGÍAS

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TÍTULO DEL PROYECTO

**DESARROLLO DE UN SISTEMA SEÑALÉTICO PARA LA RUTA TURÍSTICA
COMUNITARIA DE LOS CHAQUIÑANES EN LAS COMUNIDADES DE
CALIATA Y LLUGSHIRUMI (PARROQUIA FLORES).**

**Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en la
especialidad de Diseño Gráfico**

AUTORA: Libia Mireya Jaya Vacacela

TUTOR: MSc. Jorge Ibarra

Riobamba – Ecuador

REVISIÓN

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación del título:
“DESARROLLO DE UN SISTEMA SEÑALÉTICO PARA LA RUTA TURÍSTICA COMUNITARIA DE LOS CHAQUIÑANES EN LAS COMUNIDADES DE CALIATA Y LLUGSHIRUMI (PARROQUIA FLORES)”
presentado por: Libia Mireya Jaya Vacacela y dirigido por el MSc. Jorge Ibarra Loza expresa que, se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas y remite para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Educación Humanas y Tecnologías de la Universidad Nacional de Chimborazo. Para constancia de lo expuesto firman

Arq. William Javier Quevedo Tumailli Mg.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL


Firma


Lic. Rafael Salguero MSc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL


Firma

Lic. Mariela Samaniego Mg.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL


Firma

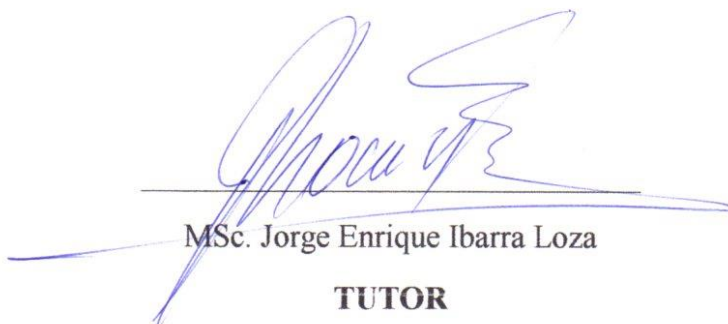
MSc. Jorge Ibarra Loza.

TUTOR DE LA TESIS


Firma

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **DESARROLLO DE UN SISTEMA SEÑALÉTICO PARA LA RUTA TURÍSTICA COMUNITARIA DE LOS CHAQUIÑANES EN LAS COMUNIDADES DE CALIATA Y LLUGSHIRUMI (PARROQUIA FLORES)**, elaborado por la Señorita Libia Mireya Jaya Vacacela, egresada de la Carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico, que pertenece a la Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, previo a la obtención del Título de Licenciada en Diseño Gráfico, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, Apruebo esta tesis en todas sus partes, en virtud autorizo la presentación del mismo para su calificación correspondiente.



MSc. Jorge Enrique Ibarra Loza
TUTOR

Riobamba, 25 de Febrero del 2018

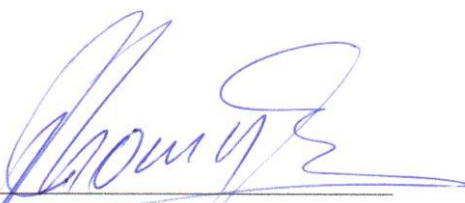
AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Libia Mireya Jaya Vacacela, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; soy la responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este documento; y el patrimonio intelectual de la misma pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y por la normativa institucional vigente.



Libia Mireya Jaya Vacacela

060495074-1



MSc. Jorge Enrique Ibarra Loza

060301363-2

AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy gracias a Dios por darme la vida, por brindarme unos padres con los cuales puedo contar y quienes me apoyan en todo momento.

A mi madre quien me ha enseñado a luchar en cada momento de mi vida, ser una persona fuerte y capaz de realizar todo lo que me proponga, quien ha estado a mi lado en cada momento y en cada paso dado. Gracias por estar ahí cuando lo he necesitado y por los regaños recibidos ya que me han servido para ser la persona que hoy en día soy.

Agradezco a mis tutores de tesis, el licenciado Jorge Ibarra, Rafael Salguero y a la Lic. Gabriela Puentes, quienes han compartido sus conocimientos y me han orientado en el transcurso del desarrollo del proyecto. Gracias por el tiempo y paciencia prestada, por ser más que profesionales ser amigos, por guiarme y enseñarme que la humildad es quien te hace grande.

Al PhD. Pedro Carretero, por permitirme ser parte del proyecto a realizar y la predisposición prestada en el transcurso de la investigación.

A mis hermanos, quienes han estado ahí ayudándome en cada dificultad superada y por el apoyo obtenido de parte de ellos.

A mi mejor amigo Willian Ruchi por estar a mi lado y acompañarme en los buenos y malos momentos, por ser la persona en quien puedo contar.

Libia Mireya Jaya Vacacela

DEDICATORIA

A mi madre, Miriam Vacacela quien me apoyado incondicionalmente, una mujer fuerte y ejemplar que me ha guiado en cada paso dado. El pilar fundamental de mi vida y con quien siempre puedo contar.

A Dios por darme la sabiduría y salud para poder culminar satisfactoriamente una etapa de mi vida.

Libia Mireya Jaya Vacacela

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
REVISIÓN	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE FIGURA	X
ÍNDICE DE TABLA	XI
RESUMEN	XII
SUMMARY	XIII
INTRODUCCIÓN	- 1 -
JUSTIFICACIÓN	- 3 -
CAPÍTULO I	- 5 -
1. PROBLEMATIZACIÓN	- 5 -
1.1 OBJETIVOS	- 6 -
1.1.1 GENERAL	- 6 -
1.1.2 ESPECÍFICOS	- 6 -
CAPÍTULO II	- 7 -
2. MARCO TEÓRICO	- 7 -
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 7 -
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	- 8 -
2.2.1 Historia de la parroquia Flores	- 8 -
2.2.2 Atractivos naturales y arqueológicos.....	- 9 -
2.2.3 Ubicación.....	- 9 -
2.2.4 Turismo comunitario	- 10 -

2.2.5	Perfil del turista	- 11 -
2.2.6	Usuario	- 11 -
2.2.7	Teoría del diseño	- 12 -
2.2.8	Señalética.....	- 12 -
2.2.9	Premisas señaléticas	- 13 -
2.2.10	Clasificación de las señales	- 16 -
2.2.11	Semiótica	- 17 -
2.2.12	Signo.....	- 18 -
2.2.13	Programa señalético.....	- 18 -
2.2.14	Elementos del sistema señalético	- 19 -
2.2.15	Señalética en áreas rurales	- 27 -
2.2.16	Aplicación de señalética en áreas rurales	- 28 -
2.2.17	Ergonomía	- 28 -
2.2.18	Ergonomía visual.....	- 29 -
2.2.19	Antropometría.....	- 29 -
2.2.20	Relación de las señales con el usuario.....	- 30 -
2.2.21	Criterios de legibilidad	- 30 -
2.2.22	Materiales	- 32 -
2.2.23	Tecnologías para el diseño	- 33 -
2.2.24	Programas de diseño.....	- 34 -
2.2.25	Sistema fotovoltaico aislado/autónomo.....	- 34 -
CAPÍTULO III		- 38 -
3.	MARCO METODOLÓGICO	- 38 -
3.1	Método de investigación	- 38 -
3.2	Enfoque.....	- 38 -
3.3	Métodos	- 38 -
3.4	Tipo de la investigación.....	- 39 -

3.5	Diseño de la investigación	- 39 -
3.6	Línea de investigación	- 39 -
3.7	Población y muestra.....	- 40 -
3.8	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	- 41 -
3.9	Técnicas de procesamiento análisis de datos	- 41 -
CAPÍTULO IV.....		- 42 -
4.	DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	- 42 -
4.1	Interpretación y resultados de las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros	- 42 -
4.2	Construcción de Boards (Pizarras graficas).....	- 51 -
4.2.1	Interpretación de pizarras gráficas.....	- 57 -
4.3	Conclusión de fichas de observación	- 59 -
4.4	Interpretación y análisis de las rúbricas de evaluación marcaría, ejecutadas bajo un criterio de expertos.	- 59 -
4.5	Análisis del sistema fotovoltaico	- 61 -
4.6	Desarrollo de la propuesta	- 63 -
CAPÍTULO V		- 70 -
5.1.	Conclusiones	- 70 -
5.2.	Recomendaciones	- 71 -
BIBLIOGRAFÍA		- 72 -
ANEXOS 1		- 74 -
ANEXOS 2		- 78 -
ANEXOS 3		- 80 -
ANEXOS 4		- 82 -

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 2.1: Mapa de ubicación -----	10 -
Figura 2.2: Condiciones arquitectónicas -----	14 -
Figura 2.3: Marca Flores -----	15 -
Figura 2.4: Clasificación de las señales -----	16 -
Figura 2.5: Clasificación de las señales -----	17 -
Figura 2.6: Variabilidad tipográfica -----	20 -
Figura 2.7: Ítems Gráficos del pictograma -----	21 -
Figura 2.8: Ejemplo de oclusión visual en pictograma -----	22 -
Figura 2.9: Esquema de pasos para la elaboración de pictogramas -----	25 -
Figura 2.10: Ejemplo de estructura compositivas -----	25 -
Figura 2.11: Estatura promedio -----	30 -
Figura 2.12: Pruebas de legibilidad -----	31 -
Figura 2.13: Ángulo de visión -----	32 -
Figura 2.14: Clasificación de materiales -----	33 -
Figura 2.15: Programas de diseño -----	34 -
Figura 2.16: Esquema de instalación -----	36 -
Figura 2.17: Instalación en tótems luminosos -----	37 -
Figura 4.1: Rango de edad -----	42 -
Figura 4.2: Sexo -----	42 -
Figura 4.3: Grado de formación -----	43 -
Figura 4.4: Clasificación de los turista -----	43 -
Figura 4.5: Sabe que es un chaquiñán -----	44 -
Figura 4.6: Sabe que es turismo comunitario -----	44 -
Figura 4.7: Ha realizado turismo comunitario -----	45 -
Figura 4.8: Realizaría turismo comunitario -----	45 -
Figura 4.9: Qué tipo de inconvenientes ha tenido para guiarse en un lugar -----	46 -
Figura 4.10: Presencia de marca en ruta turísticas -----	46 -
Figura 4.11: Tipos de información para guiarse -----	47 -
Figura 4.12: Reconocimiento de las señales en una ruta turística -----	48 -

Figura 4.13: Es necesario un sistema señalético-----	48 -
Figura 4.14: La presencia de señales le ayuda a su orientación -----	49 -
Figura 4.15: percepción acerca la implementación del sistema señalético -----	49 -
Figura 4.16: Moodboard Escenario-----	51 -
Figura 4.17:Moodboard Conductas-----	52 -
Figura 4.18:Moodboard Discursos -----	53 -

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 4.1: Ficha comparativa instalación fotovoltaica y alumbrado público.....	- 62 -
--	--------

RESUMEN

El diseño gráfico, está inmerso en todo ámbito social, donde el diseñador forma un papel principal resolviendo problemas de comunicación, mediante un lenguaje visual, utilizando códigos cromáticos, lingüísticos e iconográficos.

En el Ecuador, el turismo es un medio de desarrollo económico, atrayendo la afluencia de turistas, tanto nacionales como extranjeros, por tal motivo las entidades turísticas, con el objetivo de proporcionar una adecuada información y orientación al turista, implementan sistemas señaléticos, capaces de hacer utilizables los espacios. La señalética nace por la necesidad de orientación del individuo en un determinado entorno, creando señales como medio de comunicación. La investigación está enfocada en un estudio de campo, el cual determina las necesidades presentes en el entorno, adicionalmente se trabaja con un muestreo probabilístico del número de turistas que visitan la ciudad de Riobamba, permitiéndonos identificar el perfil de usuario. Una vez identificado la necesidad presente en el caso de estudio y tomando en cuenta el perfil de usuario, se propone el desarrollo de un sistema señalético, basado en la metodología de Robert Scott, mediante el desarrollo de sus 4 causas; causa primera, causa formal, causa material y causa técnica, se obtiene como resultado el manual señalético, en la cual se presenta 3 etapas, diseño, materiales e implementación, cumpliendo con el objetivo señalético de orientar e informar de manera correcta al individuo.

Palabras clave: chaquiñanes, sistema señalético, señalización.

Abstract

Graphic design is immersed in all social areas, where the designer plays a main role in solving communication problems, through a visual language, using chromatic, linguistic and iconographic codes. In Ecuador, tourism is a means of economic development, attracting the influence of tourists, both domestic and foreign, for this reason the tourist entities, with the aim of providing adequate information and guidance to the tourists, implement signaling systems, capable of making usable spaces. The signal from the need of guidance of the citizen in a particular environment, creating signals as a means of communication. The research is focused on a field study, which determines the present needs in the environment, in addition for working in a probabilistic sampling of the number of tourists who visit the Riobamba city, allowing us to identify the user profile. Once identified the present need in the case of study and taking into account the user profile, the development of a signal system is proposed, based on Robert Scott's methodology, through the development of its four causes; first cause, formal, material, and technical cause, the result is the manual handbook, in which three stages, design, materials and implementation are presented, fulfilling the signage objective to guide and inform to individuals in a correct manner.

Keywords: chaquiñanes, signaling system, guidance.



Reviewed by: Valle, Doris

Language Center Teacher



INTRODUCCIÓN

El ser humano se encuentra en constante movimiento, por tal motivo la sociedad crea marcas o señales que identifiquen su entorno. Así la señalética se crea de forma intuitiva a la necesidad de orientarse en el espacio.

Joan Costa sostiene que, “la señalética es parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones de los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos”. (Costa, 1987, pág. 9)

Siendo así la señalética de carácter autodidáctico, “entendiéndose este como un modo de relación entre el individuo y su entorno”, el cual se emplea al servicio de las personas, mediante un lenguaje de rápida visualización, permitiéndoles orientarse en el espacio de manera accesible, rápida y segura. (Antonini, 2012)

En el Ecuador existen diversos lugares turísticos, a los cuales acuden numerosos grupos etarios, siendo necesaria la presencia de un sistema señalético, para guiar e informar a los individuos sobre la ruta a visitar. Si bien es cierto que la señalética tiene como objetivo orientar al individuo en el espacio, también posee valores proyectuales de la imagen de marca, en donde el diseñador contribuye a la comunicación visual, generando así el reto denominado, “Desarrollo de un sistema señalético para la ruta turística comunitario de los chaquiñanes en las comunidades de Caliatá y Llugshirumi (parroquia flores)”.

El proyecto de investigación abordará, la importancia de la señalética en simplificar las acciones del individuo y no complicarlas, presentando información de acuerdo a las necesidades del usuario, creando un concepto visual capaz de generar pregnancia marcaria.

En el trabajo de investigación se desarrollaron los siguientes capítulos:

Capítulo I: En este capítulo se describe la problemática de la investigación, haciendo referencia a las necesidades comunicacionales presentes en la ruta turística, además de los objetivos y la justificación del proyecto.

Capítulo II: Se detalla aspectos teóricos, sobre los términos concernientes a la investigación, obtenidos mediante fuentes bibliográficas, que aportaron al desarrollo del proyecto investigativo.

Capítulo III: Se describe la metodología utilizada, la población y muestra con la cual se realizó el proyecto, además de detallar los instrumentos de recolección de datos.

Capítulo IV: Se muestra el análisis e interpretación de las encuestas, fichas de observación y moodboards realizadas en la investigación.

Capítulo V: Se detalla el desarrollo de la propuesta de diseño, además las conclusiones y recomendaciones alcanzadas mediante el trabajo de investigación, adicionalmente estará presente la bibliografía y anexos que evidencian el trabajo realizado.

JUSTIFICACIÓN

El turismo es una de las actividades más importantes del Ecuador, debido a que contribuye al crecimiento económico y cultural del país, atrayendo tanto a turistas nacionales como extranjeros, a visitar los diferentes atractivos turísticos, compartiendo vivencias distintas al de su entorno habitual.

Según, (Costa, 1987) “ la movilidad social supone el flujo de grupos de individuos de diferentes nacionalidades, áreas geográficas y con distintos caracteres socio-culturales, que se desplazan de un punto a otro por motivos muy diversos” (pág. 9) ,esta actividad social genera el desconocimiento morfológico y la organización de estos lugares, por tal motivo la señalética responde a las necesidades de conocimiento.

El manual del MINTUR (2011) menciona que la “señalética turística debe satisfacer los requerimientos y expectativas de los visitantes, permitiéndoles dirigirse hacia los diferentes atractivos, mejorando su estancia, orientación, información y desplazamiento, guiándoles hacia su destino “. (pág. 5)

La señalética tiene como objetivo identificar, orientar e informar al individuo de los servicios existentes en el entorno, siendo esta implementada en lugares cerrados con algunas excepciones, a diferencia de la señalización en donde las señales son universales y se ubican en las vías para dirigir el flujos de personas y automóviles.

Scott (1970) señala que “ sin un motivo no hay diseño” (pág. 4), el cual propone 4 causas, que determinan un proceso secuencial de diseño, la causa primera donde se identifica las necesidades del usuario, ¿para qué vamos a diseñar?, la causa formal donde tenemos una idea de cómo estará conformado el diseño; la causa material donde identificamos los materiales con los que serán construidas las señales; y por último la causa técnica donde se analiza las tecnologías a utilizar para la manipulación de los materiales.

Partiendo de lo mencionado con anterioridad, todo lugar turístico requiere crear un sistema señalético, que contribuya al desplazamiento del usuario en el entorno. Por tal razón basada en una investigación previa, el trabajo se justifica por la necesidad, de elaborar un sistema señalético, capaz de informar al usuario y contribuya al desarrollo de la ruta turística a implementarse en la zona.

En donde el diseño señalético, ayudara a generar afluencia de usuarios en la ruta turística, permitiéndoles identificar los espacios y desplazarse con facilidad por los diversos atractivos propios de la comunidad.

Así también la investigación proyectual se enfocara en el estudio de los elementos que conforman el sistema señalético, abarcando al diseño, materiales e implementación, proporcionando una comunicación clara a través del lenguaje grafico visual.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMATIZACIÓN

El Ecuador es un país que posee una riqueza natural y cultural que se ha desarrollado a través de la historia, por lo cual es considerado uno de los 17 países, con mayor diversidad del mundo. Los pueblos andinos que se encuentran asentados en diversas regiones, hacen de Ecuador un país multicultural y pluricultural.

La sierra ecuatoriana, es una de las regiones donde se encuentran asentados los pueblos andinos, la identidad de estas culturas se ve reflejada en su historia, tradiciones y costumbres, en donde los chaquiñanes conocidos como "camino a pie" forman parte de la red de comunicación entre los pobladores, estos caminos son estrechos, generados mediante el paso continuo, permitiéndoles transitar y movilizarse con sus animales a diferentes lugares.

Hoy en día los gobiernos cantonales tienen el afán de abrir caminos y proyectar la conexión vial entre pueblos y ciudades en busca de su desarrollo, pero si tomamos en cuenta la estructura arqueológica de estos chaquiñanes, el ingreso de maquinaria a estas zonas es desfavorable ya que destruye el patrimonio histórico de la comunidad.

En la ciudad de Riobamba el turismo comunitario es una de las actividades turísticas que se promociona, mediante el desarrollo de estrategias visuales que atraen a los turistas a visitarlos, este tipo de turismo apoya al crecimiento económico local, donde sus productos son la naturaleza, arqueología y la comunidad misma.

Los estudios arqueológicos realizados en la zona determinan la importancia de rescatar y preservar estos chaquiñanes, los cuales poseen unas riquezas naturales y arqueológicas capaces de generar turismo comunitario que contribuya al desarrollo económico del lugar, beneficiando directamente a la comunidad de Caliata y Llugshirumi.

La zona de los chaquiñanes pretende ser preservada por sus pobladores y mediante la realización de turismo comunitario atraer a turistas nacionales y extranjeros. Entre las estrategias visuales empleados por las entidades turísticas, la señalética es un medio visual que orientara y guía al usuario a llegar a su destino.

Ante esto como profesionales en la comunicación visual, planteamos el desarrollo de un sistema señalético que permita satisfacer las necesidades de orientación del usuario, mediante el cual se promueve, la afluencia de turistas, generando un crecimiento económico local; además del rescate y conservación de los chaquiñanes.

El desarrollo del sistema señalético será claro y preciso, en él se aplicará el estudio iconográfico, lingüístico y cromático, que proporcione un diseño capaz de cumplir con su funcionalidad, permitiéndole al usuario movilizarse en los espacios.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 GENERAL

- Diseñar un sistema señalético para la ruta turística comunitaria de los Chaquiñanes de las comunidades de Caliata y Llugshirumi (parroquia Flores).

1.1.2 ESPECÍFICOS

- Analizar las necesidades de información y orientación de los recorridos de los usuarios en la ruta turística comunitaria de los Chaquiñanes de las comunidades de Caliata y Llugshirumi (parroquia Flores), mediante investigación de campo y elaboración de fichas de observación, sustentando la ejecución de la propuesta.
- Establecer el perfil de usuario que transitará por la ruta turística comunitaria de los Chaquiñanes, mediante etnografía, para conocer las necesidades y comportamientos dentro del entorno.
- Definir criterios de diseño y línea gráfica para la señalética a diseñar, apoyándonos en la metodología de Scott.
- Diseñar un sistema señalético para la ruta turística de los chaquiñanes sustentado en la investigación.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación parte desde un previo análisis, de referentes los cuales contribuyen al desarrollo del proyecto. Para la realización de nuestro trabajo investigativo se toma como referencia tres tesis relacionadas con el desarrollo de un sistema señalético, permitiéndonos identificar su punto de vista y los procesos realizados.

Primer trabajo tomado como referencia

Puentes (2017) En su proyecto de tesis denominado “Evaluación del programa señalético del eco zoológico “San Martín” con fines de mejora” parte desde un análisis entre la diferencia de señalética y señalización, determinando así que el sistema a desarrollarse en su proyecto es netamente señalético, posteriormente realiza una evaluación de las señales existentes en el entorno e identificando la problemática existente.

Su proyecto está basado en la metodología de Robert Scott, en la cual define 4 causas (causa primera, causa formal, causa material y causa técnica) que ayudan al desarrollo del proyecto, cumpliendo con su objetivo.

Segundo trabajo tomado como referencia

“Diseño e implementación de un sistema señalético para el Hospital General del Cantón, San Lorenzo de Vinces”

Cevallos (2015) Su objetivo es el de crear identidad visual a través de la señalética, ayudando a la imagen de la institución. El autor menciona que el uso del color y la utilización de formas ayudaran a una mejor comprensión de los usuarios proporcionándoles un ambiente ameno. Su proyecto aborda el estudio de la identidad grafica señalética interna y externa, identificando el problema de orientación tanto de los usuarios como del personal.

Tercer trabajo tomado como referencia

“Diseño de un sistema señalético integrado para la etapa de implementación del MetroQ en el distrito Metropolitano de Quito”

Buenaño (2014), la investigación se enfoca en una problemática social, la cual mediante el diseño del sistema señalético se pretende orientar e informar a los pasajeros, el proyecto conjuga la señalética y señalización, los cuales mediante la aplicación de signos tipográficos, iconográficos y cromáticos, se diseña un lenguaje grafico propio.

En el desarrollo de su proyecto el autor analiza factores como el mensaje- usuario, elementos visuales y comunicacionales, los elementos urbanos, usuarios, coherencia del sistema y efecto de las señales en el usuario estos elementos contribuyen al desarrollo del proyecto realizado.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 HISTORIA DE LA PARROQUIA FLORES

Históricamente la parroquia Flores fue fundada en lo que antes se asentaba la comunidad de Lanlan, los pobladores de Licto, Punín y Guamote fueron los primeros habitantes de lo que hoy en día es Flores, la influencia de los pobladores es visible y se ve presente en su historia, gastronomía, vestimenta y tradición.

La mayoría de las tierras de la zona pertenecían a familias mestizas de Licto y Punín, las comunidades que forman parte de la parroquia fueron adquiridas en el siglo xx a las familias hacendadas como los Chiriboga, Baldeón entre otras.

Entre las comunidades se encuentran la comunidad de Llugshirumi y Caliatá las cuales se identifican por su historia. El nombre de la comunidad Lluishirumi significa, "lava candente" posteriormente se la denomina Tumbug Lluishirumi debido a que está ubicada en el cerro Tumbug, que actualmente significaría cerro de lava candente. La comunidad de Caliatá es una de las más antiguas y se podría decir que es el primer asentamiento de los pobladores de Licto.

En el libro de Historia de Riobamba y su providencia menciona a la comunidad de Caliatá como "el pueblo viejo arqueológico gobernado por el cacique de este pueblo"

En estas comunidades existe una población significativa del pueblo indígena Kichwa/ Puruha, su patrimonio cultural es el conjunto de creencias desarrolladas por los pobladores a lo largo de la historia.

Estos pueblos cuentan con una extensa variedad de riqueza cultural, natural y arqueológica, de gran importancia.

2.2.2 ATRACTIVOS NATURALES Y ARQUEOLÓGICOS

En la ruta turística de chaquiñanes existe una diversidad de atractivos naturales y arqueológicos los cuales se presentan a continuación.

Terrazas incaicas: fueron creados hace millones de años, los Incas situaban estas terrazas en lugares estratégicos, protegiendo así a los cultivos para que no sean afectados por el clima de la zona.

Chaquiñanes: se los define como camino a pie, son senderos de pequeñas extensiones que servían como medio de comunicación entre las comunidades, al atravesar estos tramos los pobladores se conectan con otros lugares.

Vestigios Arqueológicos: en la zona se han encontrado aproximadamente 51 piezas de cerámica, las cuales según su análisis pertenecen a la época del pueblo Puruhá y Panzaleo.

Vivienda: la presencia de casas de teja con tapiales, es un atractivo que llama la atención, su forma arquitectónica antigua.

Capilla: conocida como la iglesia de Santo Cristo, su infraestructura está compuesta de paredes de tierra y paja, aproximadamente de hace 300 años, los pobladores realizan sus ofrendas y se entregan a la oración con mucha fe, conocedores de este hecho son los dueños de la hacienda cercana y los habitantes del pueblo.

Vertientes: aquí se presenta aguas curativas, además de ser una de las principales fuentes de riego para las comunidades.

2.2.3 UBICACIÓN

La ruta turística se encuentra ubicada entre la comunidad de Caliatá y Flores centro, de la ciudad de Riobamba, por la vía a Macas.

Figura 2.1: Mapa de ubicación



Fuente: (PD y OT parroquia Flores ,2015)

2.2.4 TURISMO COMUNITARIO

El Ecuador es un país con una gran biodiversidad cultural, natural e histórica, que forma parte del sistema económico del país, mediante la difusión del turismo tradicional, atrayendo así a 70mil turistas tanto nacional como extranjero al año.

En este contexto se puede mencionar a las comunidades indígenas quienes tienen una intervención significativa en las actividades turísticas, generando nuevas formas de excursión, contribuyendo a las actividades económicas y culturales.

El turismo comunitario forma parte de la estrategia de desarrollo local a través de las actividades turísticas, proporcionando una nueva visión, en la cual se evidencia el rescate de la cultura propia y se genera un acercamiento novedoso hacia las culturas ajenas (los turistas), esta actividad presentan una cierta ventaja en cuanto a la venta de sus productos los cuales son la naturaleza, arqueología y la propia comunidad, dando un plus al turismo (Ruiz Ballesteros & Solis Carrion , 2007)

El Ecuador es considerado como el país pionero en el desarrollo de experiencias del turismo comunitario, donde identificamos diferentes procesos que contribuyen al desarrollo de las comunidades. (Ruiz Ballesteros & Solis Carrion , 2007)

- Mediante la promoción de las comunidades, desde el punto de vista económico, social y cultural, forman estrategias de desarrollo.

- El encuentro cultural formado a través del turismo, donde no solo se fortalece la identidad de los pueblos, sino se crea un ambiente intercultural, proporcionando un plus a este tipo de turismo.
- El desarrollo de actividades económicas, basadas desde el punto de vista ambiental, donde la naturaleza es la principal fuente de atracción.

El señor Custodio Quispe menciona que, mediante el desarrollo del turismo comunitario en el sector se contribuirá al crecimiento socio-económico de la comunidad, aprovechando los valores históricos, naturales y arqueológicos presentes en la zona.

El objetivo del desarrollo de la ruta turística comunitaria es que la juventud retome su identidad, frenando el facilismo y exponer la importancia de los chaquiñanes que forman parte de la red de comunicación de este pueblo.

2.2.5 PERFIL DEL TURISTA

La identificación del perfil de usuario contribuye al sistema turístico ya que la información adquirida, sirve como aporte a una mejor planeación y desarrollo de un producto, mejorando la experiencias del el usuario, mediante la utilización de estrategias visuales.

El perfil del turista es percibida, mediante las actitudes proporcionadas por el usuario en determinado entorno, identificando sus intereses y motivaciones al realizar turismo.

El interés por conocer la historia y costumbres de los pueblos andinos motivan al turista a realizar este tipo de actividad, adquiriendo vivencias distintas al de su entorno habitual.

2.2.6 USUARIO

Considerado un grupo de persona que hacen utilidad de los servicios. Para (Nuñez, 2000) el usuario es quien está en contacto de forma directa o indirecta de la información, son quienes aceptan y adoptan las acciones y conductas del mensaje recibido, cumpliendo con los objetivos de la empresa o entidad.

El usuario que se encuentra presente en la ruta y por tal motivo estará en contacto directo con el sistema señalético, son los pobladores y los turistas tanto nacionales como extranjeros que se desplazan por el entono.

2.2.7 TEORÍA DEL DISEÑO

“El diseño en la sociedad es definido como un medio de embellecimiento exterior de las cosas” (Wong, 1991, pág. 41), pues bien el diseño posee estética pero a más de eso debe ser funcional, cumpliendo con los objetivos para lo cual fue realizado, toda creación visual responde a un proceso secuencial, mediante el cual se desarrolla la propuesta gráfica.

(Wong, 1991) Nos define al diseño como un proceso de creación visual con un propósito, en el cual el producto visual debe ser colocado frente al público y este debe ser comprendido de la mejor manera, en conclusión mediante el manejo de un lenguaje visual se crea un producto comunicacional capaz de ser entendido y comprendido por el público.

Por otro lado (Scott , 1970) hace referencia “al diseño como un acto humano en la cual toda actividad realizada es diseñar”, este responde a la necesidad del ser humano, siendo así definimos que toda acción creadora que cumple su función es diseño.

En el proceso de diseño se presentan dos interrogativas, la primera es ¿Cómo distinguimos un acto creador? y la segunda ¿Cómo saber si cumple con su funcionalidad?, la primera pregunta responde a las necesidades que tiene el ser humano y por lo cual se diseña, y la segunda responde a la fundamentación de nuestro trabajo, teniendo claro que sin un motivo no hay un diseño.

2.2.8 SEÑALÉTICA

La señalética es un conjunto de señales que se creó por la necesidad del hombre con la finalidad de orientarse en el espacio, estas fueron utilizadas como medio de comunicación, generado por la calidad de vida de la sociedad. En términos técnicos la señalética hace referencia a la comunicación visual que tiene por objetivo hacer aprovechables los espacios de acción de los individuos, esto pueden ser tanto interno como externo. (Costa, 1987)

Una de las actividades sociales del ser humano es estar en constante movimiento, el individuo no conoce el entorno al que se dirige, por lo cual crea la necesidad de

conocimiento acerca del entorno donde se encuentra, por tal motivo como respuesta a esta necesidad se crea la señalética. (Costa, 1987)

2.2.9 PREMISAS SEÑALÉTICAS

Estableciendo que cada lugar posee una morfología distinta y diferentes necesidades comunicacionales se crea las premisas señaléticas, las cuales están determinadas por cinco premisas que se debe cumplir, ayudando así a resolver el problema señalético identificado en el entorno. (Costa, 1987, pág. 112)

2.2.9.1 EL INDIVIDUO COMO CENTRO

Joan Costa (1987) “la señalética debe identificar determinados lugares y servicios, en principio externamente y después internamente, facilitando la localización en el entorno, esta información debe permanecer abierta a las necesidades del usuario”. (pág.112)

La señalética responde a las necesidades de orientación del individuo, en este caso la investigación se dirige a turistas nacionales y extranjeros, que les interesa realizar turismo comunitario y conocer más acerca de los pueblos andinos de la ciudad de Riobamba, siendo este un entorno desconocido para el usuario, se presenta la necesidad de información y orientación, por lo cual las señales deben ser claras, cumpliendo con el objetivo señalético.

2.2.9.2 CONDICIONES ARQUITECTÓNICAS

Las condiciones morfológicas o arquitectónicas de cada caso de estudio son diferentes, en las cuales se presentan diversos puntos de información, por lo cual se desarrolla un sistema señalético determinado para cada lugar.

El diseñador realiza el sistema señalético después de la construcción del espacio físico, por lo cual la distribución de los espacios se debe ajustar al entorno, identificando esto como una problemática en el desarrollo de la propuesta.

El acondicionamiento en si del espacio en acción o la ambientación, comparten obviamente significados, pero no comparten mensajes. Se trata de evocación precedentemente del uso social de los espacios de acción, lo cual no está en general implícito en la misma morfología arquitectónica. (Costa, 1987)

Las condiciones arquitectónicas que componen el entorno de estudio son principalmente chaquiñanes intactos los cuales mantienen su morfología siendo así cavados, formando paredes laterales, caminos con paredes de sillares, además se presentan chaquiñanes modificados entrópicamente, siendo senderos de tierra y de piedra, ilustración. (2.2)

Figura 2.2: Condiciones arquitectónicas



Fotografía: Libia Jaya

2.2.9.3 ADECUACIÓN AL MEDIO

Cada lugar posee una estructura arquitectónica diferente por lo cual el estudio de un hospital, escuela, supermercado entre otros, se diferencia en sus características y funciones, los cuales son desarrollados de diferente manera en donde el programa señalético se adecua al espacio. (Costa, 1987)

En el desarrollo de un sistema señalético hay que tener en cuenta el espacio arquitectónico y el estilo del entorno, el cual aporta una organización de los espacios y logra adaptarse al medio. Como bien es cierto cada lugar posee un entorno diferente, la investigación se desarrolla en un ambiente natural, en la cual se observan terrazas de sembríos, bosques, fuentes de agua, paredes de sillares y caminos de tierra y césped, la señalética en este caso debe adaptarse al entorno, tomando en cuenta los aspectos morfológicos del lugar y condiciones arquitectónicas.

2.2.9.4 IMAGEN DE MARCA

La señalética a diferencia de la señalización debe responder a una imagen corporativa, siguiendo un proceso de marcaje mayor que se extiende hasta los soportes señalético. El proyecto señalético trabaja conjuntamente con la identidad marcaria, donde la señalética se adapta a la línea grafica establecida, permitiendo proyectar internamente y externamente la identidad corporativa.

En cuanto a la imagen de marca, la ruta turística que se pretende desarrollar no posee un identificador visual, por lo cual el proyecto parte desde la creación de marca, expandiéndose al sistema señalético. Como referencia en la investigación tenemos el identificador visual de la parroquia.

Figura 2.3: Marca Flores



Fuente: (GAD parroquia / Flores)

2.2.9.5 INFORMACIÓN LINGÜÍSTICA VERBAL

En la señalética debemos tener en cuenta dos aspectos importantes, la primera es que las señales son percibidas por peatones por lo cual su relación temporal- espacial cambia. (Costa, 1989)

En un sistema señalético el mensaje no siempre es expresado por pictogramas, en ocasiones es necesario la incorporación de textos, ya que a diferencia de las señales viales expresar ciertos conceptos dificultan el entendimiento por parte del usuario, por ejemplo, Chaquiñán, es un mensaje que no se puede comprender solo en pictogramas, por lo cual podría dificultar la comprensión del mensaje.

Los mensajes señalético son percibidos de diferentes maneras por los usuarios, por lo cual la información lingüística, en la señalética contribuye a optimizar la comprensión del mensaje por parte del usuario.

2.2.10 CLASIFICACIÓN DE LAS SEÑALES

Según Orozco (2010) en su compilación “Diseño de sistemas de señalización y señalética” cataloga a las señales en dos grupos, el primero de acuerdo a su objetivo y el segundo de acuerdo a su sistema de colocación.

- **DE ACUERDO A SU OBJETIVO**

En este caso se puede identificar 6 clases de señales las cuales se presenta en la siguiente figura (2.4).

Figura 2.4: Clasificación de las señales



Autoría: Libia Jaya

Fuente: Orozco (2010). *Diseño de sistemas de señalización y señalética.*

2.2.10.1 CLASIFICACIÓN DE ACUERDO A SU SISTEMA DE SUJECIÓN O FORMA DE COLOCACIÓN

En este caso se puede identificar 9 tipos de sistemas de sujeción o colocación las cuales se presenta en la siguiente figura (2.5).

Figura 2.5: Clasificación de las señales



Autoría: Libia Jaya

Fuente: (Orozco, 2010) *Diseño de sistema señalético y señalización.*

2.2.11 SEMIÓTICA

(Gonzales & Quindo, 2014) Definen a la semiótica como un campo de conocimiento, la cual estudia los sistemas de signos que permiten la comunicación entre sí. Por otra parte (Eco, 1986) menciona que la semiótica es la que estudia todos los procesos culturales “es decir aquello que interviene en el juego, “agentes humanos que se ponen en contacto sirviéndose de conversaciones sociales”.

Tomando en cuenta estas dos definiciones, podemos mencionar que la semiótica estudia la interpretación del signo, permitiéndonos conocer el significado de un signo, un símbolo, una imagen, un objeto, un gesto, un pictograma, en un determinado entorno, donde su interpretación es expresada a través de un significante y un significado.

2.2.12 SIGNO

El signo es la representación de algo que se quiere comunicar, representado en un ambiente semiótico. Eco (1988) define al signo como un proceso de comunicación mediante el cual se informa sobre algo que se conoce a otra persona, Un signo es la correlación de una forma significante a una unidad lo cual se le define como significado. Por otro lado, Ferdinand de Saussure, sostiene que'' el signo es la unión de un significado con un significante'', donde los signos expresan un mensaje, en la cual interviene un emisor, receptor y canal.

2.2.12.1 CLASIFICACIÓN DEL SIGNO

Símbolo: el ser humano ha creado símbolos por su convicción que presentan un significado, estos pueden ser de origen cultural.

Pictograma: es la representación gráfica en su máxima abstracción de un elemento real, mediante el cual transmite un mensaje semiótico, capaz de ser percibido y comprendido.

Ideograma: Según la REA, el ideograma es la representación abstracta la cual representa una idea y no palabras fijas que tengan significado este tipo de signo está conformado por la unión de pictogramas.

2.2.13 PROGRAMA SEÑALÉTICO

Florencia Antonini menciona que diseñar un programa señalético presume de seguir un método, el cual guiará un conjunto de pasos de forma ordenada, para la creación del proyecto, el cual debe ser capaz de cubrir con las necesidades no solo previstas de inmediato sino a las necesidades futuras. (Antonini, 2012)

El diseño del programa supone ciertos aspectos a tener en cuenta, que contribuye a la creación de los elementos que conforman el programa, creando así un sistema capaz de resolver problemas comunicacionales.

1.-Diseño de los elementos simples: en este punto se determina el signo, los pictogramas, elementos y formas básicas que pueden contribuir a la creación de las señales.

2.- Pauta estructural: denominado también sistema reticular, presentándose de forma invisible en la composición, contribuye a la distribución de los elementos gráficos que componen la señal, siguiendo un mismo orden estructural.

3.- La normativa: el programa señalético poseerá una normativa explicando el método de funcionamiento y uso del sistema diseñado.

2.2.14 ELEMENTOS DEL SISTEMA SEÑALÉTICO

2.2.14.1 TIPOGRAFÍA

Tomando en cuenta las diferentes morfologías de los espacios, el lugar de colocación, las condiciones de iluminación, el ángulo de visión, la legibilidad e imagen de marca, se procede a la elección tipográfica, teniendo presente los caracteres tipográficos como tamaño de letra y grosor, los cuales responderán a los criterios de legibilidad tipográfica. (Antonini, 2012)

Para la aplicación tipográfica en las señales, se debe tener en cuenta aspecto que faciliten la comprensión del mensaje.

- La tipografía debe ser clara.
- Descartar el uso de abreviaturas.
- Tener presente el manejo de espacio, no cortar las palabras.
- Saber cuándo utilizar mayúsculas y minúsculas.
- Para una mejor legibilidad tomar en cuenta la expresión verbal más corta.

Teniendo en cuenta estos aspectos se desarrollara un trabajo limpio y ordenado que cumpla con la función de informar correctamente el mensaje que se pretende dar y ser fácilmente comprendido por el usuario.

- **Elección tipográfica**

Los diseñadores al momento de elegir una familia tipográfica en algunos casos los eligen por criterios como, el conocimiento acerca de las diferentes familias tipográficas, por su manejo en el manual de marca o por gusto propio, siendo esto un tanto erróneo.

La elección de la tipografía para la utilización en la señalética debe estar totalmente basada en un acto fundamentado y racional, respondiendo a las premisas de visualidad e intangibilidad. (Costa, 1987)

- **Variabilidad tipográfica**

“Las familias tipográficas presentan en su diseño variaciones formales, que permiten al diseñador obtener soluciones de diseño, con respecto al ritmo, color y jerarquización de textos”. (Belgrano, 2010)

La variabilidad de la tipografía se clasifica en 3 conjuntos básicos: proporción, tono e inclinación tipográfica.

- **Proporción**

La tipografía se considera normal o regular, cuando su relación ancho/ alto está construida con 5 módulos de alto por 4 de ancho.

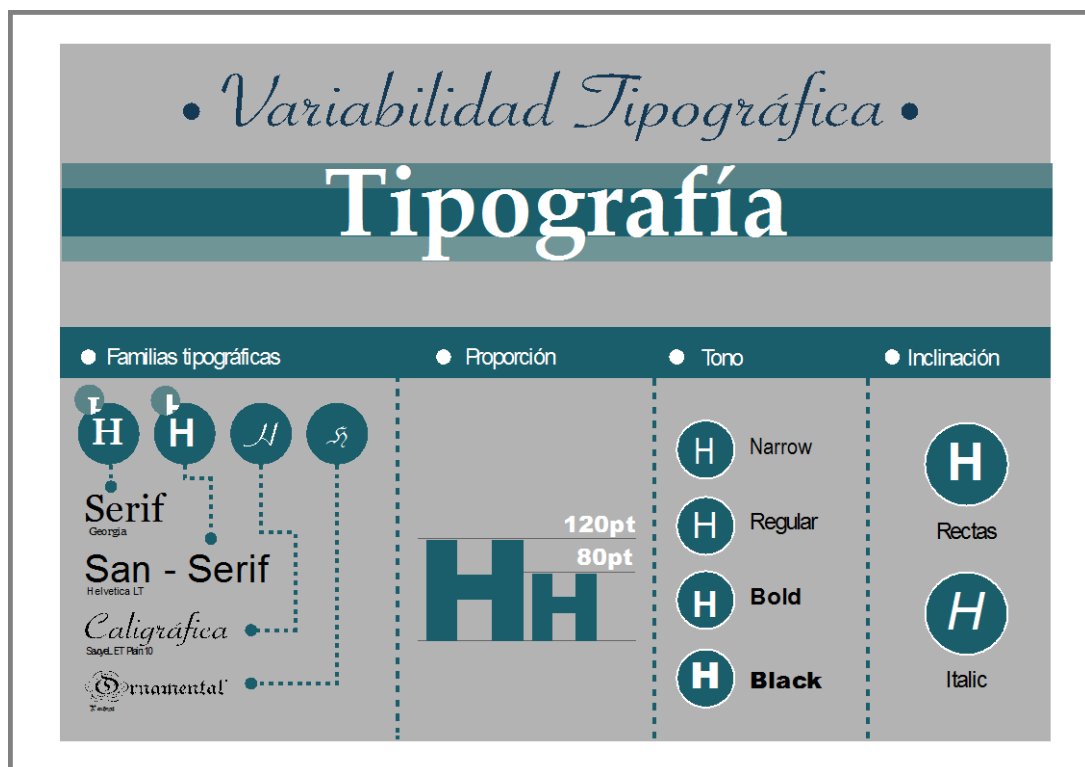
- **Tono**

La tipografía presenta variaciones en su espesor, en esta encontramos la variante bold la cual posee un grosor trazo mayor a la variante regular que posee un grosor de trazo menor.

- **Inclinación**

La variante inclinación se ve representada en el ángulo de inclinación de la tipografía, en relación a la perpendicular de la línea base, compuesta por la variable regular o derecha, inclinada u oblicua.

Figura 2.6: Variabilidad tipográfica



Fuente: Libia Jaya

2.2.14.2 PICTOGRAMAS

Son elementos de comunicación visual los cuales sirven para comunicar de forma simple el mensaje, son representados mediante la abstracción de elementos de un objeto real, identificando las cualidades del objeto. “Un pictograma es un signo iconico que representa las cualidades de lo que es representado y mediante la abstraccion adquiere calidad de signo” (Gonzales & Quindo, 2014)

- **Elementos básicos del pictograma**

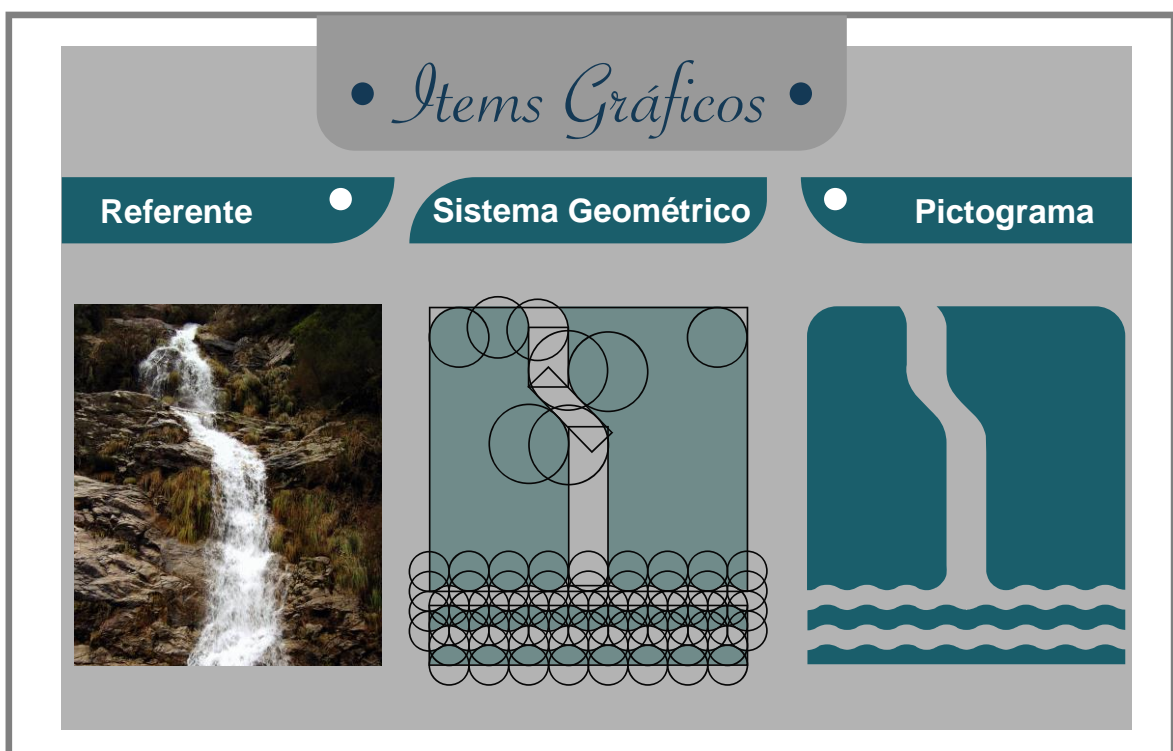
- **Referente**

El referente del pictograma es el objeto real de donde se parte para la abstracción de los elementos.

- **Ítems Gráficos**

Es el conjunto de formas singulares que conforman un todo, creando la representación semiótica del objeto real.

Figura 2.7: Ítems Gráficos del pictograma



Fuente: Libia Jaya

- **Comprensión**

El pictograma además de ser estético debe ser comprendido fácilmente por la mayoría del público, este debe explicarse por sí mismo y su representación debe ser reconocible e inequívoca.

- **Legibilidad**

El pictograma debe constituir basado en un conjunto de normas que le permita poseer una coherencia visual, este debe ser capaz de visualizarse en distintas condiciones como, distancia y lateralización, evidenciando el manejo de un sistema reticular.

El pictograma debe ser lo más simplificado y poseer una buena definición de forma, la aplicación de elementos extras dificultara su entendimiento.

Figura 2.8: Ejemplo de oclusión visual en pictograma



Fuente: Libia Jaya

- **Criterios para la elaboración de pictogramas**

Quintana (2015) menciona que, para la elaboración de un pictograma debemos tener en cuenta 7 criterios que ayudaran a la realización de un pictograma claro que se pueda identificar sin palabras.

1.- Función comunicacional por encima de la estética

Esto no significa que el pictograma no puede ser estético, el diseño debe ser agradables a la vista del usuario y cumplir con su funcionalidad comunicacional.

2.- Se debe de prescindir de elementos superfluos

Mientras más simples sean nuestros pictogramas ayudara a la clara comprensión del mensaje, rescatar los elementos que ayudan a la fácil comprensión y eliminar los que realizan un peso visual que dificulte el entendimiento del mismo.

3.- Reducir el tiempo de interpretación

Un buen pictograma debe ser capaz de ser interpretación por el usuario en un mínimo de 3 segundos.

4.-Flexibilidad ante el soporte

Independientemente del material del soporte que se utilice, el pictograma debe ser capaz de usarse tanto en positivo y negativo correctamente sin perder su estructura compositiva.

5.-Ser comprensibles independientemente del idioma o contexto cultural

Los diferentes contextos culturales que existen implican a la utilización de elementos universales que ayuden a su fácil comprensión sin el manejo de textos, el pictograma debe ser comprendido con facilidad sin importar el contexto cultural en el que se encuentre.

6.-Crear un conjunto armónico

Tomando en cuenta el diseño de los pictogramas de los juegos olímpicos de Múnich, en la cual se creó un conjunto de pictogramas con las mismas características, con la ayuda de una retícula y el uso modular, que contribuyo a la realización de las variaciones de los pictogramas a utilizar. El conjunto de pictogramas deben ser armónicos, presentando una misma línea gráfica y un estilo unificado.

7.- Compatibilidad con otros elementos del diseño

La creación del pictograma, está sujeta a otros elementos de diseño como; la imagen corporativa, por lo cual el diseño está conformado por elementos compositivos de acuerdo a la línea grafica con la que se esté trabajando.

2.2.14.3 DESARROLLO DEL PICTOGRAMA

El pictograma es un recurso gráfico que posibilita la orientación espacial del usuario en el entorno. Mediante un proceso secuencial, el diseño del pictograma se realiza de forma precisa, cumpliendo con el objetivo de ser percibido y comprendido por el público.

Gonzales & Quindo (2014) en su libro “Diseño de iconos y pictogramas” presentan dos etapas al momento de diseñar un sistema pictográfico, la primera etapa hace referencia a la

representación conceptual, la cual se conjuga en la segunda etapa especificando el lenguaje gráfico a utilizarse.

- **Definición del referente**

El referente es el vínculo, necesario para que la comprensión del mensaje sea óptima, por tal motivo la elección de este debe ser el más adecuado, en el cual el punto de vista influirá en la identificación de sus rasgos.

- **Los bocetos**

En esta etapa empezaremos a realizar esbozos en la cual delimitaremos los elementos comunes que darán coherencia al sistema pictográfico.

- **Procedimientos sintácticos**

Para la construcción de la familia pictográfica, existen diversos procedimientos sintácticos los cuales trabajados conjuntamente forman la serie pictográfica.

En este punto encontramos:

- Los elementos: punto , línea , plano
- Calidad: regular, irregular, recto, redondo, etc.
- Demarcación: positivo, negativo, forma vacía, forma abierta, entre otras.
- El formato: redondo, cuadrado, etc.
- El marco: utilización de orlas, en forma redondo, cuadrado
- Estructura: retícula, cuadrícula, módulos.
- El color

Cada proceso responde simultáneamente el uno del otro, como lo visualizaremos en el siguiente esquema.

Figura 2.9: Esquema de pasos para la elaboración de pictogramas



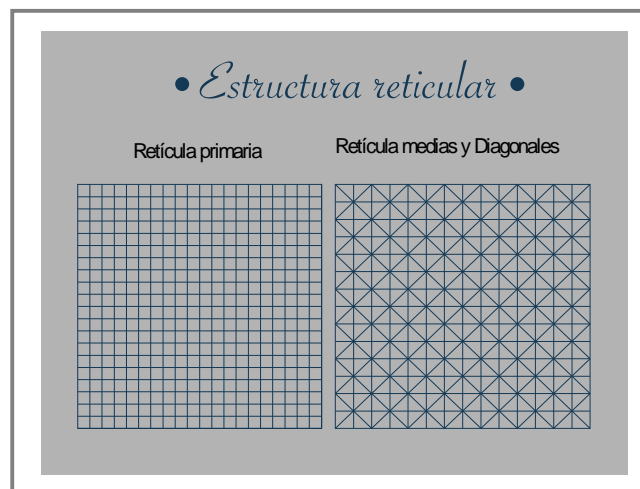
Fuente: Libia Jaya

2.2.14.4 LA RETÍCULA

Los pictogramas están contruidos en base a un sistema reticular el cual permite tener un orden en la composición. Para la creación de la retícula debemos tener en cuenta las necesidades estructurales de la familia pictográfica.

La retícula puede subdividirse, permitiendo establecer un equilibrio visual al diseño.

Figura 2.10: Ejemplo de estructura compositivas



Fuente: Libia Jaya

2.2.14.5 CÓDIGO CROMÁTICO

La codificación cromática nos permite diferenciar e identificar los recorridos, en este caso el color es un medio de integración entre la señalética y el medio ambiente, también posee la capacidad informacional de imagen de marca que se genera mediante la cromática. (Costa, 2007)

2.2.14.6 CROMATISMO SEÑALÉTICO

La cromática es el medio de identificación e integración de las señales con el ambiente, la función del cromatismo señalético es de hacer perceptible y utilizable la información, mediante la utilización de la cromática en la señalética se pretende el realce de la imagen de marca. La cromática debe ser utilizada de acuerdo al contraste entre figura (pictogramas, flechas) en relación con el fondo del soporte.

El uso del color en los sistemas de señales de orientación obedecen a diferentes criterios, como son: criterios de identificación, de contraste, de integración, de connotación, de realce, de pertenencia, a un sistema de la identidad corporativa o de la imagen de marca. (Costa, 1987, pág. 182)

La ruta turística de chaquiñanes, no posee una imagen de marca creada, por lo cual no existe un referente cromático que se lo pueda emplear, el estudio ayudara a la creación de un identificador visual, por lo cual el manejo cromático que se trabaje en la identidad corporativa será aplicada en el sistema señalético, manteniendo la línea gráfica.

- **El color según normativa señalética**

El color genera carga de valores en el diseño de señales, el ministerio de turismo en el Ecuador incorpora la normativa INEN, utilizando el color de acuerdo al tipo de señal a diseñar.

Los colores normalizados por el ministerio de turismo MINTUR (2011) son:

Rojo: se utiliza para señales de prohibición, pare, peligro.

Negro: se utiliza como color de símbolos, leyendas y flecha, de señales con diferentes fondos.

Blanco: utilizado como color de fondo para señales regulatorias, delineadores de rutas, nomenclaturas de calles y señales informativas.

Amarillo: utilizado como color de fondo para señales preventivas, complementarias de velocidad.

Naranja: utilizado como fondo para señales de trabajos temporales.

Verde: utilizado como fondo para señales informativas de destino, control de peajes.

Azul: se usa como color de fondo para las señales informativas de servicios.

Café: se utiliza como fondo para señales informativas y ambientales.

Verde limón: utilizado para señales que indiquen una zona escolar.

- **Colores corporativos**

Joan Costa (1989) menciona que “los colores señaléticos constituyen un medio privilegiado de identificación” (pág.182), donde la identidad corporativa forma parte de las directrices del uso del color, cada vez que este debe incorporarse a un programa que lo procede.

Por tal razón en el proyecto señalético, la utilización de la cromática, está basada en las pautas de la identidad corporativa realizada.

Ocre: utilizado como color de fondo y aditamentos señalético.

Blanco: utilizada como fondo del pictograma complementario (flechas) y orlas de todas las señales, generando un contraste cromático. Adicionalmente se utilizó en párrafos en el idioma inglés.

2.2.15 SEÑALÉTICA EN ÁREAS RURALES

La señalética sin duda es uno de los elementos de comunicación que contribuye con la orientación del turista en el espacio, actuando como medio estratégico de comunicación territorial, el cual ayuda al turista a disfrutar de los lugares que se presentan mejorando la estadía del mismo.

El manejo de una buena comunicación visual grafica en lugares turísticos cautiva la atención de los visitantes, por tal motivo es necesario informar sobre los atractivos existentes y orientar de forma correctamente al usuario.

2.2.16 APLICACIÓN DE SEÑALÉTICA EN ÁREAS RURALES

La señalética en áreas rurales debe estar de acorde con las condiciones territoriales y debe contar sistemáticamente con elementos de carácter informativos, identificativo, interpretativo y de orientación. (Romero & Andrade, 2013)

1.- Al inicio de la ruta

Todo sistema señalético, debe contar con diferentes tipos de señales, que ayuden a la orientación del usuario, por lo cual se presentan señales que van al inicio del recorrido, atrayendo la atención del usuario.

a.- Paneles informativos de senderos

b.- Paneles de bienvenida

2.- Durante el recorrido

En el recorrido se debe tener presente, señales que vayan acompañando al usuario proporcionando, información del lugar donde se encuentran y por donde debe seguir su recorrido, las señales que están inmersas en este punto son 4:

a.- Identificativa o Informativa

b.- Mesa o Panel informativo

c.- Orientativa

d.- De uso general

3.- Fin de recorrido:

Al final del recorrido se debe presentar una señal que ayude al turista a saber hasta dónde llega el recorrido.

2.2.17 ERGONOMÍA

La ergonomía “como campo de conocimiento multi disciplinario que estudia las características, necesidades, capacidades y habilidades, de los seres humanos, analizando aquellos aspectos que afectan al diseño de productos o de procesos de producción” (Gomez Conesa, 202)

Mediante la conjunción de la antropometría y la ergonomía, se compone una armonía y funcionalidad señalética, en la cual la relación señal/ usuario y entorno debe poseer una óptima comprensión.

2.2.18 ERGONOMÍA VISUAL

Si bien es cierto, la ergonomía estudia las relaciones entre el usuario y objeto de uso en un determinado entorno, la ergonomía visual, responde a las necesidades de ambientación del usuario, en donde la postura, iluminación y percepción óptica debe ser la apropiada en relación a la distancia en donde se encuentre el observador.

2.2.18.1 FACTORES GENERALES DE LA ERGONOMÍA

- Geométrico
- Temporal
- Esfuerzo físico-mental
- Ambiental

2.2.18.2 FUNCIONES BÁSICAS DEL SISTEMA VISUAL HUMANO

Dentro de las funciones básicas del sistema visual humano, están presentes la detección, el reconocimiento y la discriminación, los cuales poseen una subdivisión.

- **Aspectos de detección**

- Adaptación luminosa
- Sensibilidad al parpadeo
- Sensibilidad al contraste

- **Aspectos de reconocimiento**

- Dirección visual
- Agudeza visual

- **Aspectos de discriminación**

- Hiperagudeza
- Discriminación cromática
- Percepción de la profundidad.

2.2.19 ANTROPOMETRÍA

El estudio antropométrico se centra en estudiar las estaturas de los individuos, por tal motivo en el diseño señalético este es un factor primordial, ya que nos ayuda a determinar la distancia visual a la cual estará colocada la señal, proporcionándonos una adecuada ubicación de los mensajes en el entorno.

En el programa señalético se detecta la altura promedio del usuario, con el fin de proteger al individuo al momento de interactuar con las señales en el entorno.

Figura 2.11: Estatura promedio



Fuente: Libia Jaya

2.2.20 RELACIÓN DE LAS SEÑALES CON EL USUARIO.

Mediante la correcta aplicación de las señales en el entorno, se lograra la percepción óptima de las señales por parte del usuario. En el desarrollo del sistema señalético hay que tener en cuenta la distancia a la cual será percibida la señal, ya que según la distancia deben variar las medidas de los elementos como también la altura a la cual será colocada.

2.2.21 CRITERIOS DE LEGIBILIDAD

La tipografía es un elemento visual, que será percibido por el usuario a diferentes distancias, para lo cual se desarrolla pruebas de legibilidad, teniendo en cuenta el número de pt, con relación a la distancia a las cuales serán percibidas las señales.

En un sistema señalético la legibilidad se basa en dos aspectos los cuales son el ángulo de visión y la distancia, mediante estas dos variantes podremos calcular el tamaño de la señal, para la cual se aplica la formula trigonométrica tangente, utilizando la distancia y el Angulo de visión tanto del plano vertical como horizontal.

- **Tamaño y distancia**

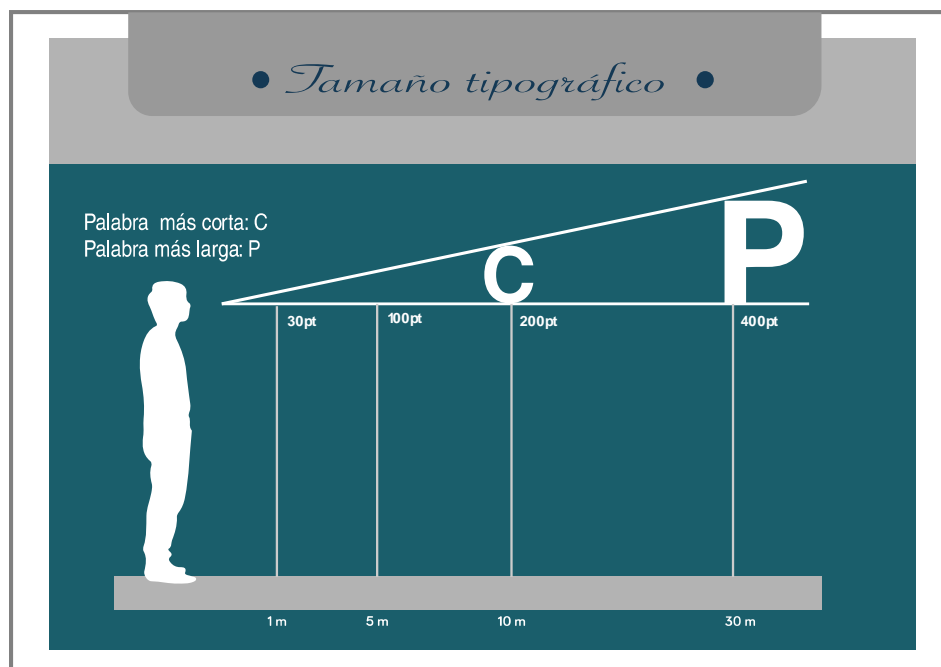
Las señales son percibidas a diferentes distancias, por tal motivo el tamaño de los pictogramas varía según la distancia a visualizarse.

- **Ángulo de visión**

El ángulo de visión, cambia según la distancia en que nos encontremos con respecto a las señales, teniendo en cuenta que mientras más lejos estemos el ángulo de visión crece, por lo cual los elementos cambian en su tamaño.

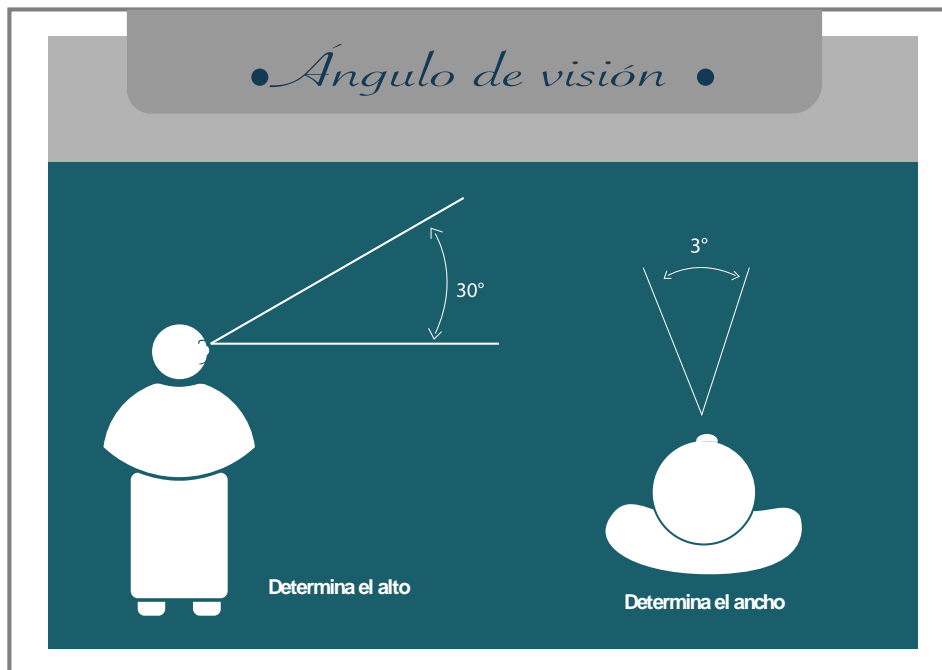
Tomando en cuenta esto para definir los tamaños de las señales se utilizó el ángulo de visión horizontal 3° y el espacio de visión vertical 30° .

Figura 2.12: Pruebas de legibilidad



Fuente: Libia Jaya

Figura 2.13: Ángulo de visión



Fuente: Libia Jaya

2.2.22 MATERIALES

En el desarrollo de un sistema señalético, debemos tener presente el sustrato con el que serán elaboradas las señales, para conocer los materiales que se van a utilizar es preciso tener en cuenta las características de cada material, sus ventajas y desventajas expuestos a diferentes condiciones climáticas.

Estos se clasifican en:

- Metal (Acero/Aluminio)
- Madera (Duras /Blandas)
- Plástico (Termoplásticos / termofijos)
- **Otros materiales**
 - Vidrio
 - Laminados
 - Foto luminiscentes
 - Reflectivos

Mediante el análisis de la clasificación de los materiales podemos identificar cual es el sustrato que se podría utilizar según el entorno donde se vaya a colocar la señal, además podemos combinar los materiales para poder obtener un mejor resultados.

Figura 2.14: Clasificación de materiales



Autoría: Libia Jaya

Fuente: Rods (2014), *Materiales y sistemas de reproducción en la señalética*.

2.2.23 TECNOLOGÍAS PARA EL DISEÑO

El diseño a través de los años ha ido cambiando y adaptándose a las nuevas tecnologías, con la finalidad de responder a las necesidades de comunicación requeridas por la sociedad, una de las herramientas más importantes para el diseñador gráfico es la computadora, herramienta tecnológica que contribuye al trabajo del diseñador mediante programas de diseño.

Las nuevas tecnologías han permitido obtener recursos necesarios para la elaboración de diseños, por lo cual la relación del diseño con la tecnología va de la mano.

2.2.24 PROGRAMAS DE DISEÑO

En el diseño gráfico existen diversos programas de edición y creación de diseños, que contribuye al diseñador aumentar la visión y técnica del diseño.

Los programas utilizados en la creación del sistema señalético son *Adobe Ilustrador*, mediante el cual se puede crear y manipular elementos vectoriales y por otra parte la utilización de *Adobe Photoshop* para la manipulación de imágenes, en la cual se puede trabajar los niveles de color u otras opciones.

Figura 2.15: Programas de diseño



Autoría: Libia Jaya

Fuente: Orenes (2015), *Cuando utilizar Photoshop, Illustrator e InDesign*.

2.2.25 SISTEMA FOTOVOLTAICO AISLADO/AUTÓNOMO

La energía fotovoltaica consiste, en la transformación de la energía solar (energía renovable) la cual produce electricidad de corriente continua, realizado a través de un dispositivo semiconductor denominado celda fotovoltaica.

Hoy en día este sistema ha sido aplicado para la generación eléctrica, en lugares donde no existe corriente eléctrica.

El proyecto investigativo; mediante el análisis del entorno, en el cual se identifica la falta de luz eléctrica en ciertos tramos y mediante una comparación entre la factibilidad de implementar red pública o luz renovable, que proporcione electricidad a los tótems se propone la utilización de un sistema fotovoltaico en tótems luminosos.

2.2.25.1 ELEMENTOS QUE CONFORMAN UN SISTEMA FOTOVOLTAICO

- Generador fotovoltaico
- Batería de acumulación
- Regulador de carga
- Un inversor (si necesita el consumo de energía alterna)
- El consumo

- **Generador fotovoltaico**

Los dispositivos a través de los cuales se capta la luz solar son los paneles solares, quienes observen la energía solar y las transforma en corriente continua.

- **Baterías**

Son los encargados de contener la energía acumulada por los paneles solares, permitiéndonos disponer en horas del día cuando no haya luz, las baterías instaladas para este sistema fotovoltaico son las estacionarias de plomo de ácido.

- **Regulador de carga**

Se encarga de controlar la carga y descarga de las baterías, evitando descargas excesivas, conectado en serie al panel y a la batería.

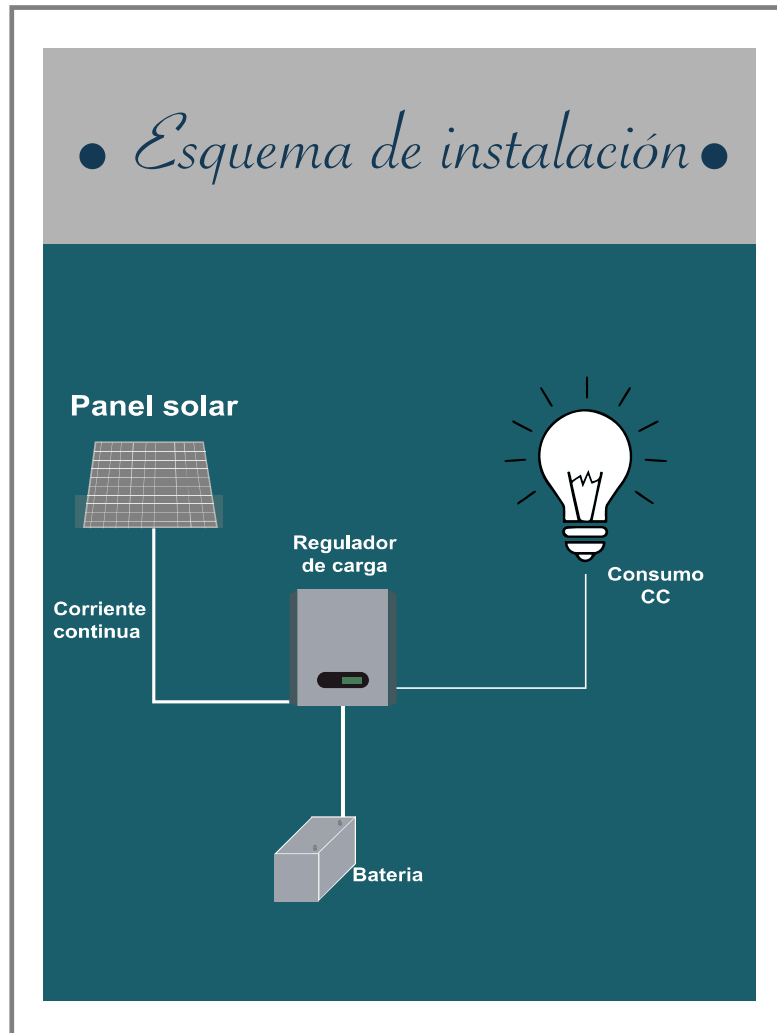
- **Inversor**

Utilizado para la transformación de corriente continua en corriente alterna, según el sistema que necesite alimentar se lo utilizara.

2.2.25.2 ESQUEMA DE INSTALACIÓN EN UN SISTEMA FOTOVOLTAICO.

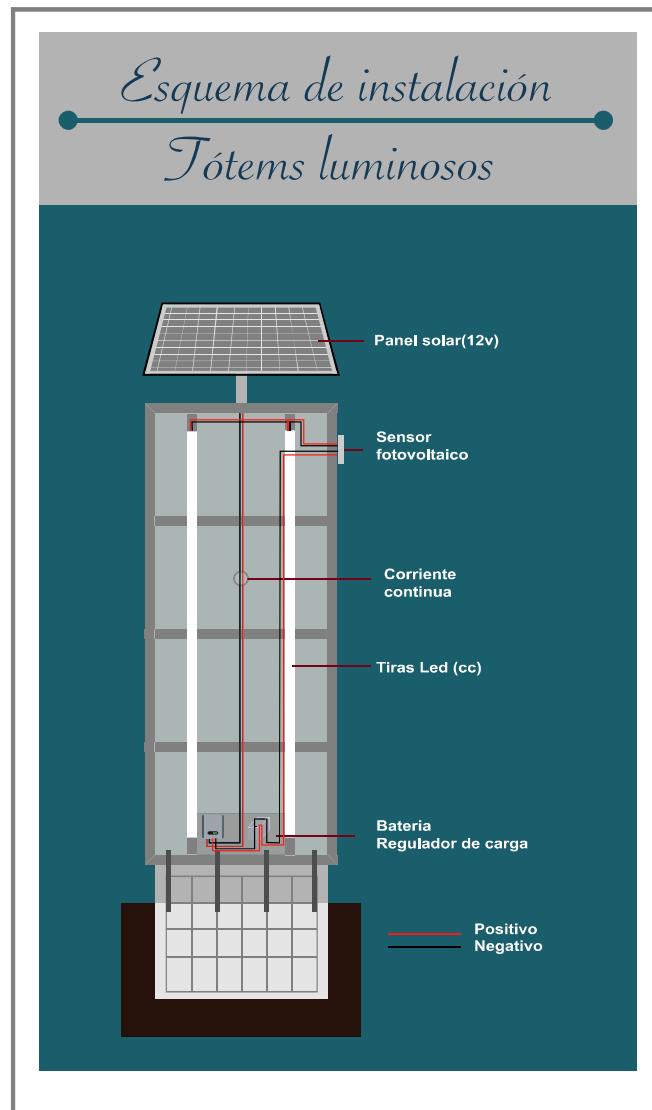
La implementación de un sistema fotovoltaico, contribuye ampliar los métodos de instalación en un sistema señalético aplicados en tótems luminosos.

Figura 2.16: Esquema de instalación



Fuente: Libia Jaya

Figura 2.17: Instalación en tótems luminosos



Fuente: Libia Jaya

El sistema fotovoltaico estará instalado en los tótems de la siguiente manera:

La luz solar se almacenará en el banco de condensadores del panel, el cual emite 12 voltios, que pasara por el regulador de carga, hasta llegar a la batería y se almacenará ahí, el cual posteriormente enviará energía al sensor fotovoltaico, que cerrara el circuito según la luz solar, al cual se conectara la tira led proporcionando luz.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación está basada en las directrices de la metodología de Robert Scott mediante la aplicación de 4 causas (causa primera, causa formal, causa material y causa técnica).

3.2 ENFOQUE

Mixto.- cuanti y cualitativo

La presente investigación se enmarca en una metodología mixta, en la cual se establece el estudio de las variables desde un enfoque cuanti/cualitativo, mediante el cual se recopilara la información necesaria acerca del caso de estudio.

El análisis cuantitativo se ve reflejado en el muestreo probabilístico que se realizó al número de turistas que ingresan a la ciudad de Riobamba, además de la determinación del total de señales a establecer en el sistema señalético.

De los datos adquiridos se evidencia un enfoque cualitativo como respuesta al análisis realizado.

3.3 MÉTODOS

Analítico-sintético.- en el caso de estudio el análisis de los componentes de la investigación se realizó desde un punto metodológico analítico/sintético, en el cual se presentan indicadores numéricos y posteriormente esquematizados.

Exploratorio.- en la investigación se evidencia el método exploratorio, determinado mediante los datos e información adquiridos, en los cuales se identifica las necesidades y problemática de estudio, mediante la intervención del investigador. Este método está justificado en el análisis del recorrido y la información sobre los atractivos que se presenta en la ruta turística comunitaria.

Descriptiva.- la investigación desde el método descriptivo identifica y describe las situaciones o fenómenos a investigar, el estudio se presenta desde este enfoque

metodológico justificando los datos adquiridos, en la cual se identificó las características de la ruta turística, los atractivos, además de identificar los comportamientos del público objetivo al que se pretende dirigir.

Etnográfico.- aplicado mediante la observación y recopilación fotográfica, en la cual identificamos los comportamientos y actitudes de los usuarios en relación con las señales. Mediante su aplicación se logró identificar el perfil del usuario.

Proyectual.- la investigación se realizó bajo la metodología de Robert Scott y su aplicación, la misma que propone etapas que contribuyen al desarrollo de un proyecto ordenado, creativo y ejecutable.

3.4 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

Cuasi-experimental.- en este caso el manejo de las variables, se desarrollará hasta el diseño de la propuesta, la cual estará sujeta a un sistema de evaluación técnica realizado por expertos, sin la necesidad de ser implementada.

3.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

De campo.- la observación es la técnica que contribuye al estudio de la investigación, el investigador interviene en el entorno, contribuyendo a la obtención de información acerca de los atractivos turísticos y las necesidades de información que presenta la ruta. Además, este tipo de investigación, posee un carácter participativo que aporta a la identificación de los comportamientos y actitudes de los turistas, para determinar el perfil de usuario.

3.6 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Lengua y Arte.- el sistema señalético está conformado desde un ámbito lingüístico y simbólico, el cual contribuye al usuario a tener una mejor orientación en el entorno.

Partiendo desde el área de lenguaje la investigación se basa en elementos iconográficos y lingüísticos que apoyan a tener una mejor recepción del mensaje, por otro lado desde el ámbito artístico, mediante la contribución de elementos cromáticos y estéticos se desarrolla el sistema señalético.

Basados que el proyecto está enfocado en el desarrollo de un sistema señalético para la ruta turística comunitaria de chaquiñanes, tomamos como referencia esta línea de investigación.

3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

- **Población**

La investigación se dirige a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Riobamba. Se puede destacar que esta población, muestra interés por la cultura e historia de los pueblos andinos de la ciudad, por tal motivo siendo este un ambiente desconocido nace la necesidad de información y orientación.

- **Muestra**

Según datos emitidos por el Ministerio de Turismo de la provincia de Chimborazo, el ingreso de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Riobamba es de 92.372, los cuales se dirigen a los diferentes lugares turísticos. Mediante estos datos adquiridos, se trabajó con una muestra estratificada enfocada a un muestreo probabilístico usando la siguiente formula.

N= Tamaño de la población 14.714 nacionales 77.658 extranjeros = 92.372

Z= Nivel de confianza 90%

P= Probabilidad a favor

q=Probabilidad en contra

e= Margen de error 0.10%

n= Tamaño de muestra

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2(N - 1) + z^2 pq}$$
$$n = \frac{(1.65)^2 (0.5)(0.5)92\ 372}{(0.10)^2(92\ 372 - 1) + (1.65)^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{(2.72)^2 (0.25)(92\ 372)}{(0.01)(92\ 371) + (2.72)(0.25)}$$
$$n = \frac{(0.68)(92\ 372)}{925 + 0.68}$$
$$n = \frac{62948}{925.68}$$
$$n = 68$$

3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En la recolección de datos, se puede mencionar técnicas e instrumentos, que apoyaron a la obtención de información, tales como información bibliográfica, entrevistas, encuestas al público objetivo, fichas etnográficas y de observación, los cuales contribuyeron a la adquisición de datos, identificando el estado actual de la ruta turística de los chaquiñanes.

3.9 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO ANÁLISIS DE DATOS

En la investigación se realizó un análisis del estado actual de la ruta turística, los atractivos que presenta y el sistema señalético que posee, además de la identificación del público objetivo al que está dirigido. Para la adquisición y análisis de los datos se presenta instrumentos de investigación.

- **Entrevistas**

Análisis de las entrevistas realizadas a los impulsores de la ruta turística, para identificar las necesidades del entorno

- **Encuesta**

Análisis y tabulación de los resultados adquiridos por los turistas nacionales y extranjeros de la ciudad de Riobamba.

- **Etnografía**

Pizarras gráficas de los comportamientos y actitudes de los turistas.

- **Ficha de observación**

Elaboración de conclusiones acerca de las señales existentes en la ruta turística.

- **Rúbrica de evaluación**

Análisis de criterios emitidos por expertos sobre la propuesta de marca y sistema pictográfico diseñada para la ruta turística de chaquiñanes.

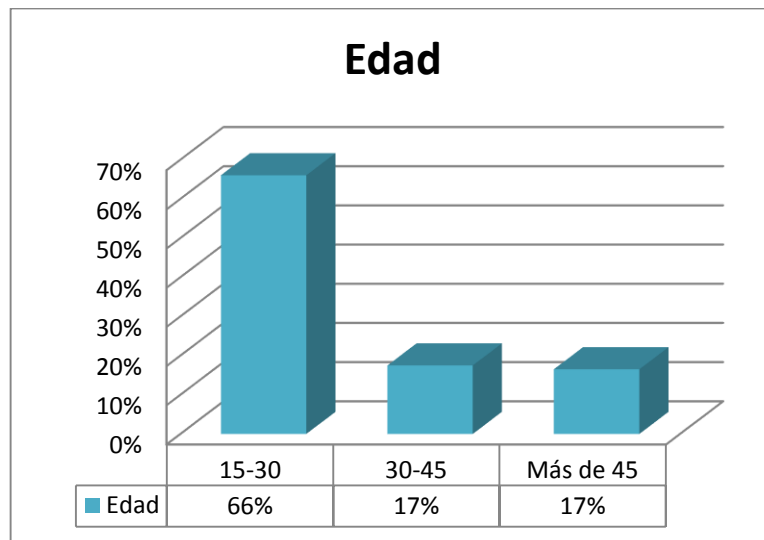
CAPÍTULO IV

4. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 INTERPRETACIÓN Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

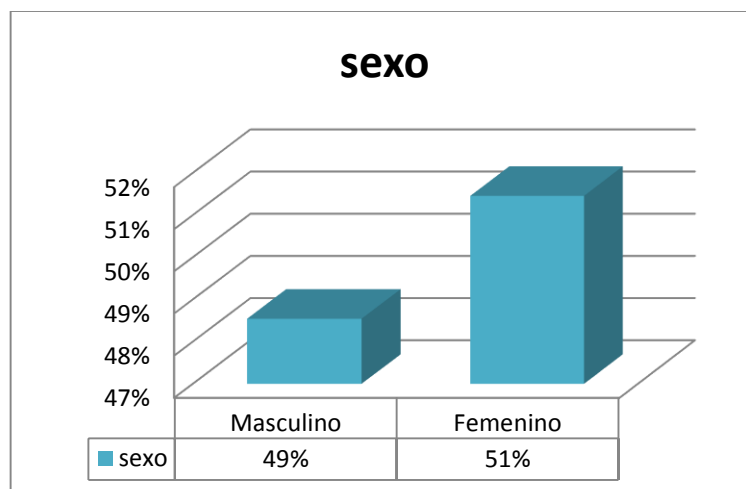
- Sección I: Datos demográficos

Figura 4.1: Rango de edad



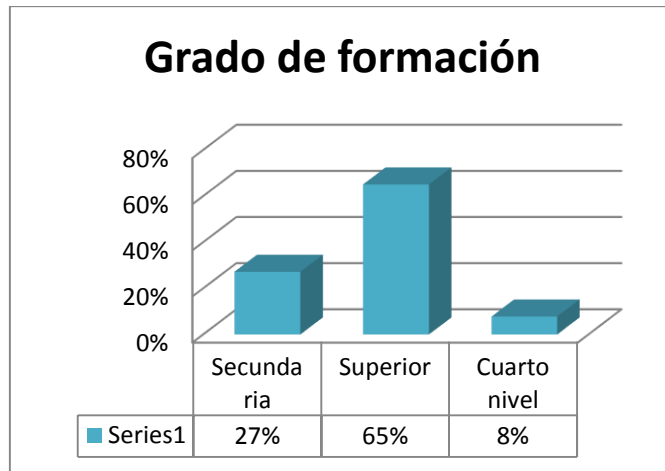
Fuente: Libia Jaya

Figura 4.2: Sexo



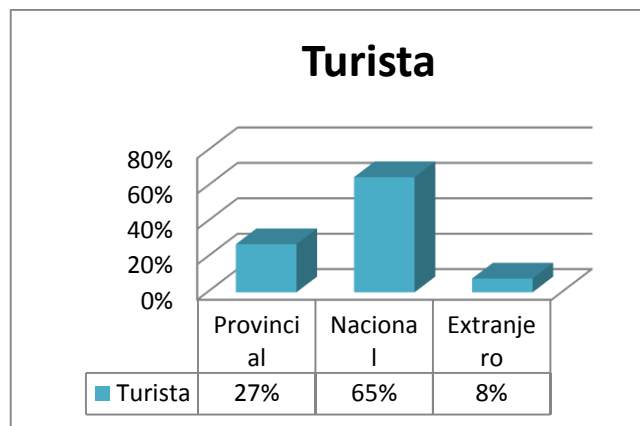
Autoría: Libia Jaya

Figura 4.3: Grado de formación



Autoría: Libia Jaya

Figura 4.4: Clasificación de los turista



Autoría: Libia Jaya

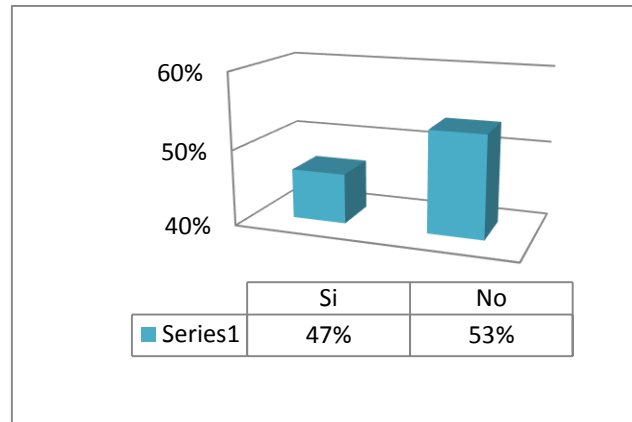
- **Análisis sección I: Datos demográficos**

En el estudio, se realizó 68 encuestas de la muestra probabilística la cual se ejecutó a turistas nacionales, provinciales y extranjeros quienes serán nuestros usuarios, mediante la ejecución de las encuestas se determinó el público objetivo el cual está comprendido entre hombres y mujeres, en un rango de edad de 15 años a más de 45 años con diferentes grados de formación.

- **Sección II: Datos generales**

1.- ¿Sabe que es un Chaquiñán?

Figura 4.5: Sabe que es un chaquiñán

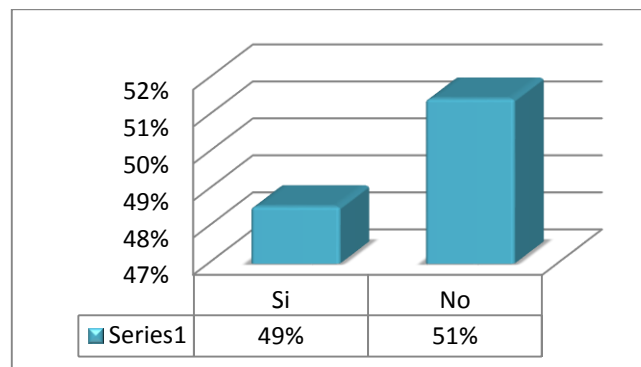


Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: la mayoría de los turistas entrevistados desconocen que es un chaquiñán pero favorablemente la diferencia de los que conocen lo que es un chaquiñán es de un 6% por ciento de diferencia.

2.- ¿Sabe que es turismo comunitario?

Figura 4.6: Sabe que es turismo comunitario

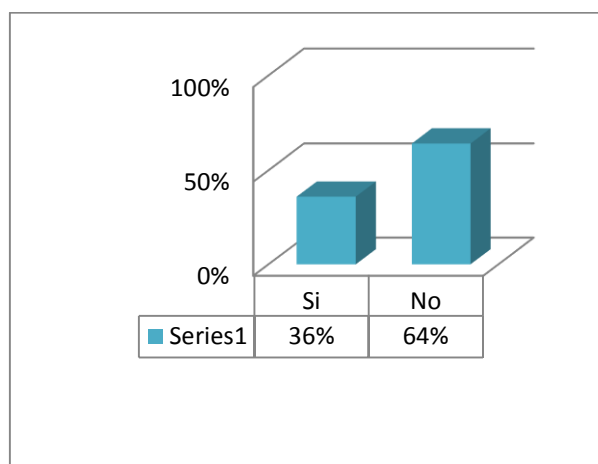


Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: los turistas encuestados acerca del conocimiento que tienen sobre el turismo comunitario, la mayoría de los encuestados mencionan que desconocen sobre este tipo de turismo, siendo este un aspecto negativo, pero tomando en cuenta los porcentajes de diferencia entre quienes si conocen este tipo de turismo y siendo este de un 2% de diferencia, se identifica que no es mucho la diferencia entre los que no conocen sobre el tema, tomando esto como un aspecto positivo en la investigación.

3.- ¿Usted ha realizado turismo comunitario?

Figura 4.7: Ha realizado turismo comunitario



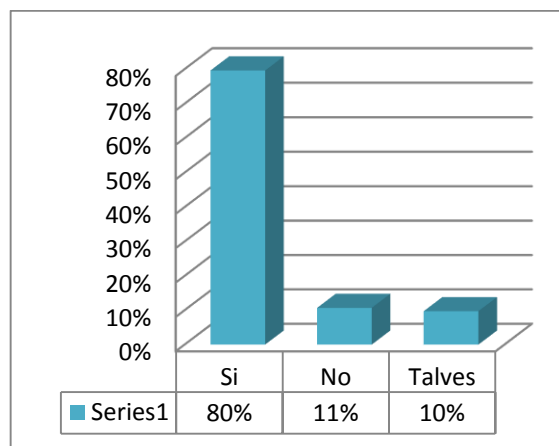
Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: de los turistas encuestados el mayor porcentaje nos dicen que no han realizado turismo comunitario, pero conversando con ellos y explicándoles de lo que es este tipo de turismo mencionaron que si lo han hecho pero no sabían que era ese tipo de turismo.

Destacando los lugares en los que han realizado este tipo de turismo, en la provincia de Chimborazo es Palacio Real.

3.- ¿Le interesaría realizar turismo comunitario?

Figura 4.8: Realizaría turismo comunitario



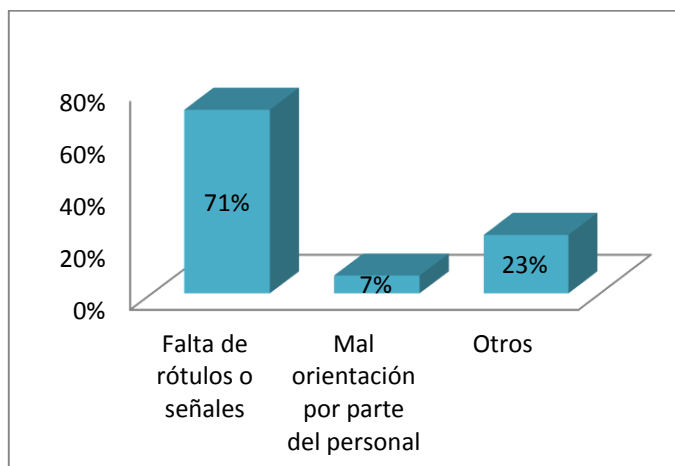
Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: de los turistas encuestados un 80% nos afirman que realizarían turismo comunitario, siendo este el mayor porcentaje podemos identificar satisfactoriamente que los turistas visitarían el lugar turístico comunitario a desarrollarse.

- **Sección III: Datos técnicos**

4.- ¿Qué tipo de inconvenientes ha tenido para poder guiarse en algún lugar?

Figura 4.9: Qué tipo de inconvenientes ha tenido para guiarse en un lugar

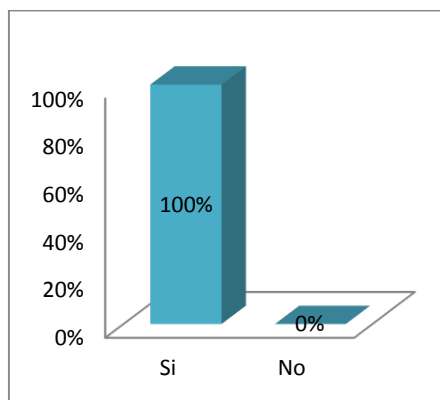


Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: de los turistas encuestados se identificó que el principal inconveniente para poder movilizarse con facilidad en un lugar es la falta de rótulo o señales, además de otros factores que dificultan a su orientación como es la falta de comunicación entre usuario, señalética y personal.

5.- ¿Cree necesario la presencia de un identificador visual o marca en una ruta turística?

Figura 4.10: Presencia de marca en ruta turísticas

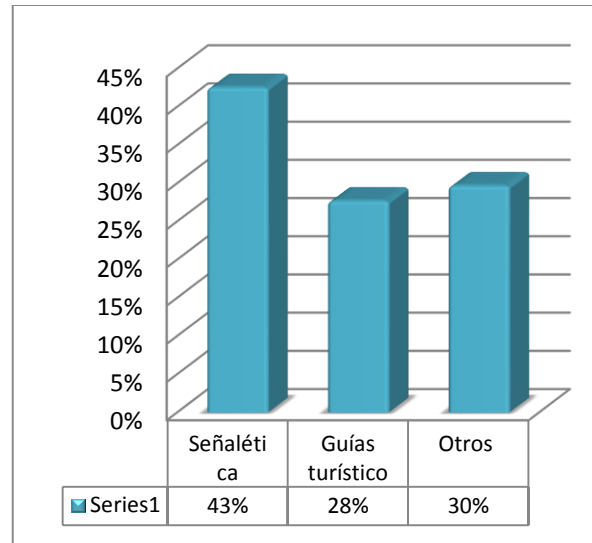


Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: de los turistas encuestados el 100% nos afirman que la utilización de un identificador o marca es necesario para una ruta turística ya que apoya a la identidad corporativa y facilita la identificación del lugar por los usuarios.

6.- ¿Mediante qué tipo de información se ha podido guiar en los lugares que ha visitado?

Figura 4.11: Tipos de información para guiarse



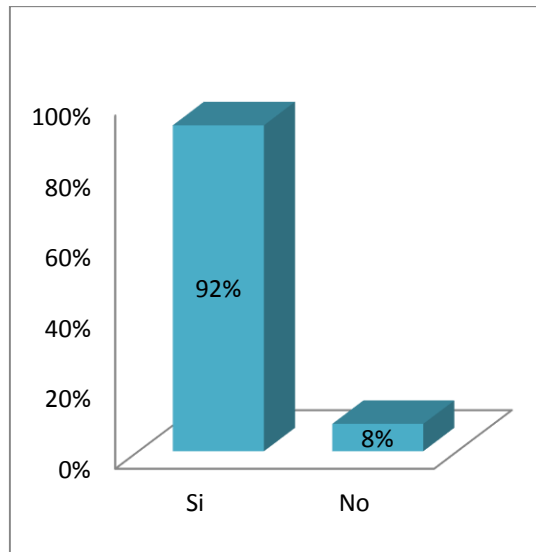
Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: de los turistas encuestados un 28% y un 30% mencionan que se han podido guiar por otras personas o guías turísticos, sumando estas dos variables nos da un porcentaje de 58% siendo este valor mayoritaria al 43% de los encuestados que mencionaron que la señalética es un tipo de información que los ayuda a su orientación.

Teniendo en cuenta estos porcentajes podemos decir que el porcentaje de quienes mencionan que la señalética es un medio de orientación es menor por lo cual haremos énfasis en el estudio de la misma.

7.- ¿Toma en cuenta las señales o mensajes existentes dentro de rutas turísticas?

Figura 4.12: Reconocimiento de las señales en una ruta turística

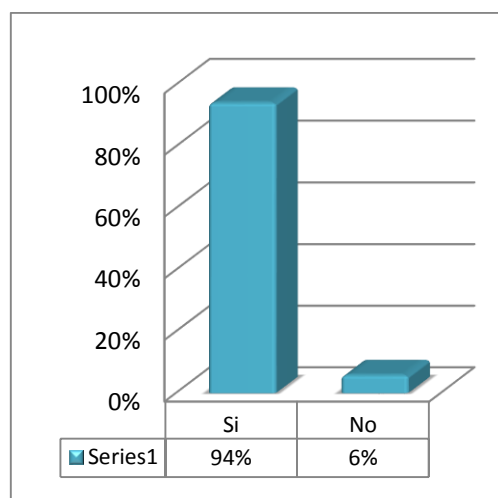


Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: con un porcentaje mayoritario del 92% los turistas encuestados enfatizan que tienen presente las señales o mensajes que existen en una ruta turística ya que esto les ayuda a su orientación y movilización en el lugar, sin embargo un 8% de los encuestados mencionan que no toman en cuenta las señales, percibiendo una mala utilización de las mismas.

8.- ¿Cree que es necesario la presencia de un sistema señalético para poder identificar u orientarse a los distintos puntos turísticos comunitarios?

Figura 4.13: Es necesario un sistema señalético

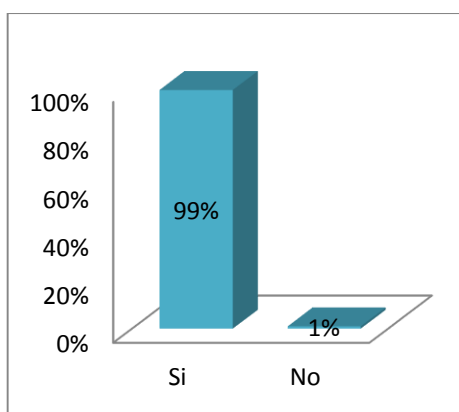


Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: el 94% de los turistas encuestados nos mencionan que si es necesario la presencia de un sistema señalético en rutas turísticas comunitarias ya que los ayuda a su ubicación en el medio, además de identificar y ubicarse en el lugar con facilidad.

9.- ¿Cuándo realiza un recorrido turístico la presencia de señales le ayudo a su orientación en el lugar?

Figura 4.14: La presencia de señales le ayuda a su orientación

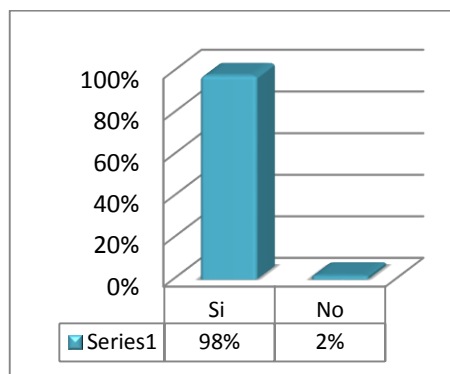


Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: la mayoría de los entrevistados mencionaron que gracias a la presencia de señales, en las rutas turísticas les ayudado a su orientación en el lugar y así no correr riesgos de perderse o de tener algún accidente

10.- ¿si se implementara un programa señalético turístico, cree que se contribuiría al desarrollo socio económico del sector donde están los atractivos?

Figura 4.15: percepción acerca la implementación del sistema señalético



Autoría: Libia Jaya

Análisis e interpretación: la mayoría de los entrevistados afirmaron que la implementación de un sistema señalético ayudaría al crecimiento socio económico de la zona en la cual se encuentran los atractivos, gracias a la afluencia de personas que existiría.

11.- ¿En un recorrido turístico comunitario, que elementos considera necesario señalarlos?

- Ingreso de ruta
- Distancia
- Atractivos
- Descripción del atractivo
- Servicios turísticos
- Otros

Análisis e interpretación: de los enunciados propuestos para la elección de elementos que los posibles usuarios consideran necesarios señalar hay diversas opiniones acerca del tema, por lo cual esta pregunta es cualitativa, tomando en cuenta esto, según la opinión de los turistas, es necesarios señalar, el ingreso a la ruta, los atractivos que se presentan, los servicios que prestan y la descripción de los atractivos, siendo estos las opciones más mencionados por los encuestados.

Figura 4.19: Moodboard Discursos



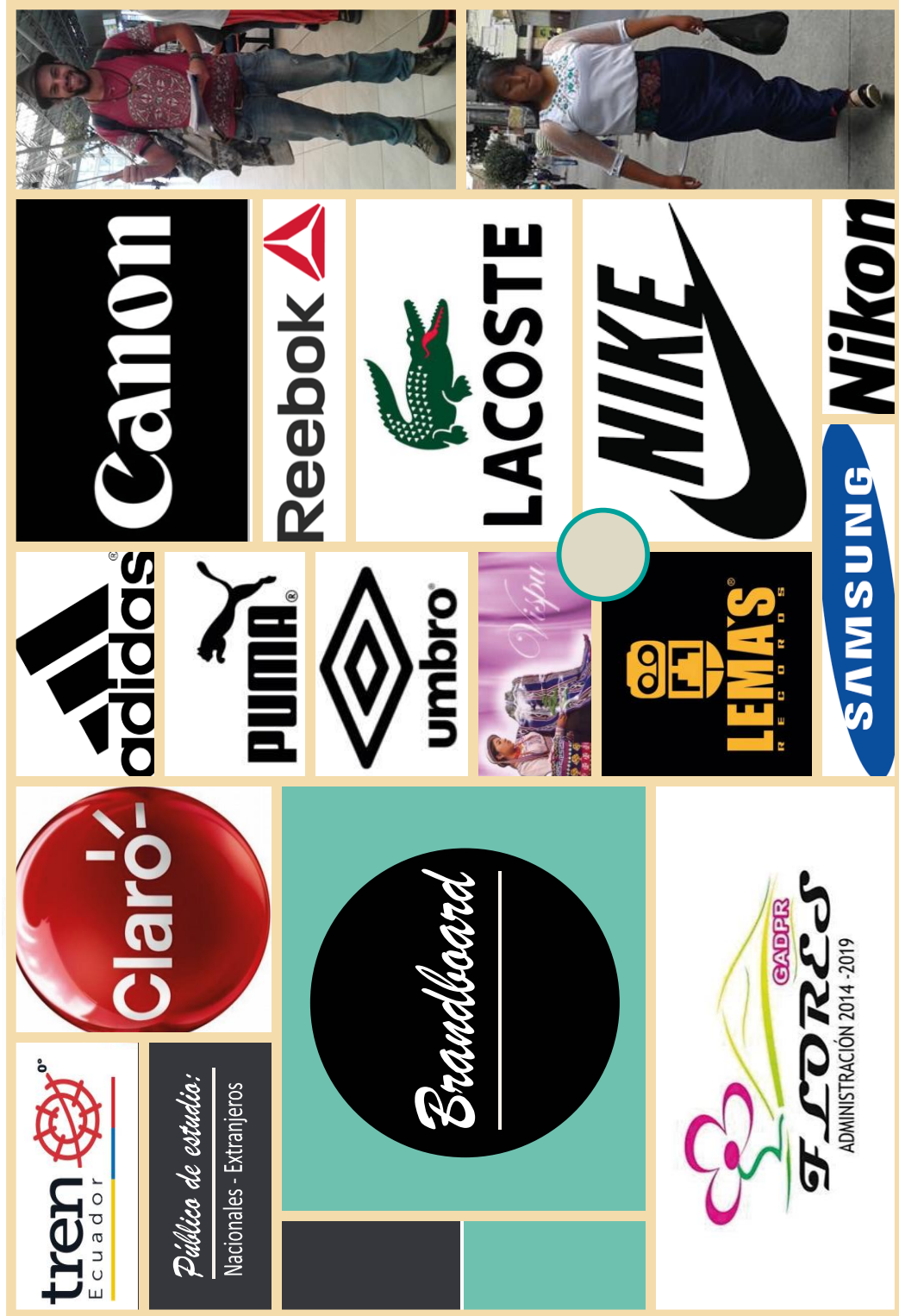
Autoría: Libia Jaya

Figura 4.20: Colboard



Autoría: Libia Jaya

Figura 4.21: Colboard



Autoría: Libia Jaya

4.2.1 INTERPRETACIÓN DE PIZARRAS GRÁFICAS

1. Moodboard

- **Escenarios**

Ecuador un país multicultural y con una gran diversidad natural y cultural, se ha posicionado en el ámbito turístico, siendo uno de los países con mayor afluencia de turistas a los diferentes atractivos que se presentan en las diferentes regiones del país.

Los turistas tanto nacionales y extranjeros atraídos por la diversidad cultural y natural visitan cada una de las regiones del país. La provincia de Chimborazo ubicada en la región sierra es visitada por los turistas por sus diferentes atractivos que posee.

Los turistas se sienten atraídos por los distintos tipos de turismo que se realiza en la ciudad de Riobamba, como es el turismo comunitario, de aventura, natural y cultural, siendo estos escenarios parte del entorno en que los turistas se movilizan e interactúan. Los diferentes escenarios presentan un ambiente natural, acompañados de estructuras arquitectónicas que ayudan al usuario a poder moverse en el entorno, cabe recalcar que en ciertos entornos la ausencia de señalética dificulta la orientación del usuario en los diversos escenarios.

- **Conductas**

Los turistas que visitan los diferentes lugares turísticos de la ciudad son personas de carácter aventurero, buscan conocer sobre la historia de los pueblos y estar en contacto con la naturaleza, ellos disfrutan tomar fotografías del paisaje o del lugar que visitan, como también de ellos mismos para recordar su estadía en el lugar.

La interacción con la naturaleza y los pueblos andinos es una de las actividades que realizan, por lo cual buscan diversos lugares turísticos que atraigan su atención y así pasar tiempo con amigos o familia.

Siendo estos lugares desconocidos para los visitantes, la señalética existente sirve de guía para los usuarios y su ausencia en ciertas partes, ocasiona que el turista no pueda orientarse ni moverse con facilidad.

- **Discurso**

Cuando un turista o visitante llega a un lugar turístico lo que realiza es buscar información sobre el lugar e identificar la ruta y señales presentes para poder guiarse. Durante el

trayecto que realizan ellos realizan comentarios sobre los atractivos que visualizan, buscan información sobre el atractivo y comentan si este es interesante o si están disfrutando de la vista, además realizan interrogantes de cómo llegar al lugar y que servicios turísticos presta.

En cuanto a los usuarios internos y turistas que visitaran la ruta comunitaria podemos destacar los idiomas, español, kichwa e inglés, que son los idiomas universales.

- **Estética**

La estética de los turistas y usuarios internos es opuesta. El aspecto personal de los turistas es introvertido, con un grado de formación superior, son hombres y mujeres que disfrutan de la cultura y la naturaleza, visten semi-formal o deportivo disfrutando de las caminatas en la naturaleza. Tienen presentes los climas por lo cual es posible verlos con sombreros o gafas de sol.

En cuanto al aspecto personal de los usuarios internos podemos identificar tradición, ya que llevan puestos su vestimenta cultural la cual consiste en prendas como; anaco y blusas bordadas en las mujeres.

2. Coolboard

En los recorridos que realizan los turistas se puede destacar la comodidad que llevan en su vestimenta. En algunas ocasiones se los puede observar con jeans, calentadores, camisetas y la utilización de zapatillas, que les da comodidad al momento de realizar sus actividades. Tomando en cuenta el clima y dependiendo del lugar que visiten, se los puede observar con sombreros, gorras o gafas de sol, y la utilización de chompas o gorros para el frío. Además se observa el uso de mochilas en las cuales llevan sus pertenencias.

3. Brandboard

Los turistas extranjeros para poder satisfacer sus necesidades utilizan diferentes marcas, en las cuales se pueden destacar *Nike, Adidas*. En cuanto a los usuarios internos destacan marcas como *Vispu y Lemas record*, que son marcas indígenas.

Identificamos la utilización de celulares y cámaras para la toma de fotografías, predominando las marcas *Samsung y Nikon* como las más utilizadas. Mediante el análisis de marcas se puede observar personas de clase media que le gusta viajar.

4.3 CONCLUSIÓN DE FICHAS DE OBSERVACIÓN

Luego de analizar las señales existentes en la ruta turística de chaquiñanes, las cuales únicamente son 3, ya que no se cuenta con un programa señalético instalado, podemos mencionar los siguientes puntos.

- Nos encontramos con la falencia de señalética ya que aún no se implementa un sistema señalético.
- La primera señal es una de tipo direccional cumple en cuanto a iconografía y cromática de acuerdo al manual del MINTUR.
- La segunda señal no cumple con las normas establecidas en cuanto a cromática e iconografía de acuerdo a los parámetros de los manuales (PANE, MINTUR, NORMA ISO 7010) de los cuales sirvieron de referencia para la evaluación.
- No presentan ninguna tipo de información tipográfica así que no cumple con la función de informar.
- De acuerdo al sistema de sujeción son señales de piso.
- De acuerdo a su objetivo las señales son informativas y direccionales.
- Las señales según el material en el cual se los ha realizado por factores externos se han deteriorado.
- La ubicación de las señales no contribuye a tener una información clara de lo que se quiere identificar y en qué espacio se encuentra cada elemento señalizado.
- La tercera señal cumple en cuanto a iconografía y cromática de acuerdo al manual del MINTUR.

La ausencia de un sistema señalético en la ruta turística de Chaquiñanes es evidente, y se concluye que con una intervención en cuanto a diseño, materiales y colocación, se podría cumplir con la función de orientar e informar a los turistas adecuadamente.

4.4 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS RÚBRICAS DE EVALUACIÓN MARCARÍA, EJECUTADAS BAJO UN CRITERIO DE EXPERTOS.

Partiendo desde la comunicación visual, se puede decir que la identidad corporativa se hace visible en las manifestaciones visuales, las cuales establecen diferencias entre las organizaciones, la cultura marcaría se expresa tanto verbal como formal, la marca es la

representación visual de la organización mediante el cual se identifica al emisor, es decir marcamos las cosas para poder identificarlas.

Las rúbricas de evaluación, se aplicaron a 4 docentes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Nacional de Chimborazo, quienes expusieron sus opiniones basados en criterios técnicos de marca.

Poniendo a consideración dos diferentes propuestas, en la rúbrica se menciona ciertos elementos y tipologías marcarías, las cuales bajo determinados parámetros, fueron evaluadas.

1.-Fonotipo.- para la evaluación del fonotipo se tomó en cuenta los siguientes criterios:

- Memorización Visual
- Memorización Auditiva
- Adjetivación
- Eufonía

En este caso los expertos estuvieron expuestos a la evaluación, de dos fonotipos los cuales hacen referencia al mismo servicio.

En la evaluación de *Flores Jarkani*, los expertos tomando en cuenta los criterios a evaluar, discrepan en ciertos aspectos, dando como observaciones que se puede trabajar con este nombre, por la combinación del español y el quichua, además de que hace alusión al servicio que presta, a pesar que es un nombre extenso se puede trabajar gracias a que es altamente eufónico,

En la evaluación de *Sisañan*, los expertos discrepan de igual manera en algunos criterios marcarios, pero la aceptación con respecto a *Flores Jarkani*, es menor. En las observaciones se puede identificar que a pesar de ser un nombre corto, su adjetivación no asemeja al servicio que ofrece, asemejando así el nombre a sisaña que es otro termino.

2.- Imagotipo.-en la valoración del imagotipo se evaluó los siguientes parámetros:

- Calidad gráfica genérica
- Ajuste tipológico
- Compatibilidad semántica
- Reproducibilidad
- Suficiencia

En cuanto a los criterios evaluados, las opiniones coinciden positivamente. En las observaciones, se destaca que gráficamente la propuesta del imagotipo, está construida en

una retícula. La presencia de los elementos, posee una carga semiótica en la cual se comprende el concepto que se pretende comunicar. La suficiencia del identificador visual está concebida en los elementos que lo conforman.

Isologo.- las dos propuestas consolidadas en un todo, fueron evaluadas bajo estos criterios:

- Legibilidad
- Pregnancia

Según el criterio emitido por los docentes, ambas propuestas poseen alta pregnancia y legibilidad. Se destaca que las dos pueden funcionar como identificador visual. Tomando en cuenta los criterios anteriormente mencionados y según el concepto de pertinencia, se considera que la unión de ambos elementos (imagotipo/fonotipo), genera una gráfica de alto rendimiento.

Según (Chaves & Raúl), la concepción de una gráfica estándar y una gráfica de alto rendimiento procede del concepto de pertinencia entre sus partes, es decir la diferencia entre una marca estándar y una marca de alto rendimiento se ve evidenciado en la concepción de la identificación de las características de cada caso.

Acorde con la concepción del autor el ajuste de los signos identificadores de la marca deben ser capaces de identificar y comunicar, tomando en cuenta estas definiciones y parámetros marcarios se determina que la propuesta denominada *Flores Jarkani*, se acerca más a la concepción de una marca estética y funcional.

4.5 ANÁLISIS DEL SISTEMA FOTOVOLTAICO

El sistema fotovoltaico consiste en la obtención de la radiación emitida por el sol, mediante un dispositivo conductor transforma la luz solar en corriente eléctrica continua, siendo este la tercera fuente de luz renovable utilizada.

Tabla 4.1: Ficha comparativa instalación fotovoltaica y alumbrado publico

<i>Ficha comparativa</i>	
Instalación fotovoltaica	Instalación postes de alumbrado público
Costo: 247\$ Sistema e Instalación c/u	Costo: 2.000\$ Instalacion de un poste de alumbrado publico.
Tramites No necesita permisos	Tramites Permisos a la empresa electrica para la implementacion de alumbrado
Factores a identificarse: - Proporciona luz limpia, no conta mina el medio ambiente. - Adecuada para abastecer de energia eléctrica a zonas donde el tendido eléctrico no llega o es inaccesible.	Factores a identificarse: -Donde se implementara los tótems están ubicados a una distancia de 250 m, por lo cual se necesitaría llevar electricidad con la ayuda de más de un poste.

Fuente: Libia Jaya

Análisis:

Mediante la investigación de campo, bibliográfica y teniendo en cuenta las condiciones del entorno, se realizó el cálculo de costo y beneficios, entre la aplicación de un sistema fotovoltaico y la instalación de postes de alumbrado público. En donde tomando en cuenta los factores que intervienen en la colocación de estos sistemas, se elige el más factible a utilizarse en los tótems luminosos.

Si bien es cierto, la aplicación de un sistema fotovoltaico es una inversión, el cual está alrededor de 247\$ cada uno, tomando este como partida a diferencia de la instalación de un poste de luz, el cual mediante peticiones a la empresa eléctrica, nos cuesta alrededor de 2.000\$ cada poste. Adicionalmente analizando la distancia a las cual se deberá llevar luz eléctrica, siendo esto aproximadamente a 250 m se identifica la instalación de más instalación de más de un poste, mediante los factores detectados, la aplicación del sistema fotovoltaico es más económico que solicitar a la empresa eléctrica la instalación de un poste.

Otros factores tomados en cuenta son:

- El sistema fotovoltaico nos proporciona luz limpia, es decir no contamina.

- La utilización de este sistema en tótems orientadores, servirán como puntos de referencia en la noche, generando eficiencia en la función del tótem.
- A diferencia de los postes de luz pública no se necesita sacar permisos, ni algún tipo de documento para su instalación.
- Ya que se instalara 3 tótems luminosos, se necesitara la instalación de 3 sistemas fotovoltaicos, a diferencia de los postes de luz pública, los cuales deberán estar ubicados a una distancia de 50 m, por lo cual se necesitara más de 3 postes para llevar energía al lugar donde ira colocada la señal.

Teniendo en cuenta los factores anteriormente mencionados se plantea la utilización de un sistema fotovoltaico para iluminar los tótems luminosos.

4.6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

- **Introducción**

Una vez analizado los datos correspondientes al proyecto de investigación, se determinó desarrollar la propuesta gráfica, apoyada en la metodología de Robert Scott, dicha metodología nos presenta 4 causas de estudio, las cuales se desarrollaron de forma secuencial, obteniendo los resultados presentados a continuación.

- **Objetivo**

Desarrollar un sistema señalético, capaz de identificar los atractivos naturales y arqueológicos de la zona, cumpliendo con las necesidades del público objetivo.

- **Teoría de Scott**

- **Causa primera**

Robert Scott define que sin una necesidad no hay diseño, por lo cual determina causa primera a las necesidades humanas. Partiendo desde esta definición, el desarrollo de esta causa en la investigación, se realiza en base a las necesidades comunicacionales existentes en el entorno.

Para el desarrollo de la investigación se parte desde dos enfoques, el del turista y el del investigador.

Partiendo desde la perspectiva del turista, se puede identificar las necesidades que tiene el individuo al momento de visitar un lugar del cual no tiene conocimiento. Por tal motivo el turista genera interrogantes en el transcurso de su recorrido, permitiéndonos así identificar

las necesidades que tienen, al momento de movilizarse por el lugar. Una de las interrogativas detectadas es ¿Dónde estoy ubicado?, mediante esta pregunta se identifica la necesidad de manejar señales orientadoras, que permitan identificar donde se encuentra ubicado y que atractivos presenta la ruta, otro interrogante identificada es ¿por dónde seguir?, esta interrogativa responde a la necesidad de utilizar señales direccionales que facilite la orientación del turista, guiando su trayecto. En nuestro estudio de campo realizado en el lugar se evidencia la falta de estas señales adicionalmente nacen otras interrogantes, evidenciando la necesidad de comunicación que presenta la ruta, las cuales como investigadores se pretende resolver.

Partiendo desde el punto del investigador y como profesionales, basados en un conocimiento previo sobre el tema, se desarrolla cuestionamientos de bases teóricas, entre los cuales está; la forma, línea gráfica, cromática y elementos visuales que utilizaremos, respondiendo así a la causa formal.

En el desarrollo del sistema señalético es el entorno en el cual estarán inmersas las señales, por lo cual el tipo de material a utilizar es una de las interrogativas que se nos presenta en el transcurso de la investigación y por consecuencia las herramientas a utilizarse, respondiendo así a la causa material y a la causa técnica.

Otro punto importante en el desarrollo de esta causa es la detección del público objetivo, la cual mediante la recopilación de información proporcionada por los impulsores del proyecto “brief” y análisis de pizarras graficas realizadas anteriormente, se determinó el perfil de usuario, los cuales son turistas nacionales y extranjeros.

Analizadas las necesidades, el público objetivo al que nos dirigimos, y tener una idea de cómo se realizará el proyecto señalético, podemos concluir con la causa primera de la metodología.

- **Causa formal**

Una vez definido en la causa primera la necesidad que debe cumplir nuestro diseño, es momento de seguir con el proceso de creación, en este punto se responderá a cada una de las interrogativas anteriormente identificadas, separando el diseño de la construcción, donde la construcción pasa a segundo plano, en la causa formal se determina los elementos que componen un sistema señalético.

- **Iconografía**

En el proceso de diseño se partió desde la identificación de los atractivos turísticos que compone el entorno, la búsqueda de referentes fotográficos contribuyeron a la creación del sistema pictográfico.

✓ **Atractivos turísticos identificados:**

Chaquiñanes

Iglesia

Vertiente de agua

Casas vernáculas

Bosque

Mirador

Zona arqueológica

✓ **Servicios propuesto a implementar**

Baños

Alimentación

Una vez elegido el referente para la realización del pictograma, se procedió a un previo bocetaje, mediante el cual se plantea los elementos que contribuirán al diseño. El primer pictograma realizado fue la representación del servicio baños, el cual fue la base para la construcción de todos los pictogramas.

Posteriormente al boceteje, nos trazamos la retícula básica, la cual está compuesta de medias y diagonales, de proporciones de 20x20, en donde se construye el pictograma, formado por figuras simples interpuestas y bordes redondeado, determinando así la línea gráfica de la cual estarán compuestas todos los pictogramas.

Adicionalmente se consideró prudente la utilización de pictogramas adicionales, los cuales se tomaron del manual del MINTUR y de las normas ISO 7010, por su posicionamiento y con la finalidad resguardo de seguridad del usuario en el entorno.

- **Cromática**

En la elección de la cromática hay diversos criterios para su elección, una de ellos es la identidad corporativa y el contraste que posee en cuanto figura fondo, entre otras, por tal motivo se parte desde la determinación de un número de pantone, para los colores corporativos.

- Pantone 2002

Si bien es cierto la cromática corporativa debe ser respetada en un sistema señalético, en nuestro caso no es la excepción, sin embargo se desarrolló una variante, ya que la cromática utilizada en los pictogramas son los normados por el ministerio del turismo (MINTUR), por su alta visibilidad y contraste con el fondo.

La variante cromática utilizada, en el sistema señalético es una monocromática, mediante la saturación del color corporativo (pantone 2002), el cual es utilizado como fondo en los soportes señalético.

Por otra parte la cromática normada por el ministerio del Turismo MINTUR, utilizada en los pictogramas, los clasifica de la siguiente manera.

Café: Pantone 464 CP.

Azul: 7690 CP

- **Pictogramas de servicio y apoyo:** Fondo color azul, orla y pictograma color blanco.
- **Pictogramas de atractivos culturales:** fondo color café, orla y pictograma color blanco.

Adicionalmente para las señales restrictivas y prohibitivas se traba con las establecidas por la normativa 7010.

- **Tipografía:**

En el sistema señalético, la tipografía debe cumplir con el criterio de legibilidad y rápida lectura, por tal motivo la elección tipográfica se basa en un análisis razonable, en donde las pruebas de legibilidad realizadas, sugieren la utilización de la fuente helvética LT de la familia San-Serif, utilizada en sus 4 variantes, para su aplicación en el sistema señalético.

Adicionalmente se consideró prudente, la utilización de una tipografía complementaria, la cual será aplicada en las mesas interpretativas e informativas. Cumpliendo con el criterio de legibilidad en cuadros de textos extensos, se determina la utilización de la familia tipográfica Serif, por tal motivo se eligió la fuente aparajita.

Por otra parte, las pruebas de legibilidad realizadas definen el tamaño tipográfico, según las distancias en relación señal-usuario, determinando así a una distancia mínima de 10m el tamaño tipográfico de 200pt.

Por consecuencia una vez definida el código pictográfico, cromático y tipográfico, con la distancia mínima tomada entre la relación usuario- señal y los ángulos de visión tanto vertical (30°) como horizontal (3°), se emplea la función trigonométrica tangente, la cual nos permite determinar el ancho y largo de las señales, donde estarán inscritas los elementos mencionados anteriormente, mediante un sistema modular.

Una vez concluido el diseño de las 55 señales, a emplearse en el sistema señalético, se define la altura promedio del perfil del turista tanto nacional como extranjero, mediante el cual se determinara la altura a la cual estarán colocadas las señales en el entorno.

En la investigación, se identificó la estatura media calculada entre el turista nacional y extranjero es de 1.71m.

- **Causa material**

La causa material responde a los materiales que se utilizaran en el sistema señalético, anteriormente diseñado, identificando los materiales adecuados para su instalación.

Si bien es cierto el entorno en el cual estarán colocadas las señales es 100% natural, pero este no pertenece a una zona protegida del estado, por tal motivo, tenemos más alternativas al momento de seleccionar los materiales a utilizar.

Por otra parte teniendo en cuenta, los agentes externos como clima y el vandalismo y el tipo de señalización a realizarse se descarta la utilización de ciertos materiales.

A continuación se detalla los materiales y en que señal será utilizada.

Aluminio anodizado.- Metal expuesto a un tratamiento de anodizado, el cual permite tener una mejor resistencia y evita la corrosión del material, utilizado como soporte de casi todas las señales en excepción de los paneles orientativos, cabe destacar que este material es recomendado por el ministerio de turismo MINTUR.

Tol galvanizado.- Plancha de acero recubierto con zinc, mediante el cual proporciona dureza al material. Utilizado en la aplicación de los tótems de orientación y en el panel de bienvenida.

Tubo cuadrado galvanizado.- Tubo estructural, al igual que el tol galvanizado posee las mismas características, por su facilidad de soldadura se lo emplea en la estructura de todas

las señales, con la variación de sus pulgadas, los tubos utilizados son de 1” 2”4” dependiendo en que estructura será aplicada.

Vinil reflectivo/grado ingeniería.- Material reflectivo, adhesivo de color blanco, diseñado para convertirse en reflejantes los señalamientos, utilizada en señales direccionales, informativas, ya que se presenta únicamente el manejo pictográfico.

Vinil.- Sustrato adhesivo, capas de pegarse a cualquier superficie, podemos identificar tres tipos de vinilos los cuales utilizaremos en el sistemas señalético, el vinil de electro corte se utilizara en las señales que utilicen como base el vinil reflectivo, el vinil imprimible se lo utilizara en mesas interpretativas e informativas, y por último el vinil translucido, que por sus características se lo utilizado en los paneles luminosos

Lamina anti-graffiti.- Lámina transparente adhesiva, colocada sobre todas las señales, excepto en los tótems luminosos y rotulo.

- **Causa técnica**

Como punto final, para culminar con el desarrollo del proyecto tenemos la causa técnica, en donde presentamos, las tecnologías a utilizarse para la manipulación de los materiales o sustratos identificados en la causa material.

Plotter de corte.- Herramienta utilizada para cortar el vinil, del diseño que será pegado sobre el vinil reflectivo.

Plotter de impresión.- Utilizada para imprimir sobre vinil imprimible y vinil translucido blanco, los cuales se aplicaran en las mesas interpretativas, señales informativas y tótems luminosos.

Laminadora.- utilizada para la colocación de los vinilos sobre el sustrato elegido, permitiendo obtener un mejor resultado.

Computadora.- Tecnología de gran importancia en el desarrollo del proyecto, con la ayuda de programas de diseño como illustrator, photoshop e indesign, nos permiten desarrollar la propuesta de diseño a implementarse.

Sistema fotovoltaico.- Mediante un análisis comparativo entre la implementación de alambrado público y de un sistema fotovoltaico se propone implementar un sistema fotovoltaico en paneles luminosos.

La propuesta se basa en la utilización de paneles solares para iluminar los tótems, en este sistema fotovoltaico intervienen el panel solar, tiras led (CC), baterías 12v y el regulador de energía.

Una vez concluido con todos los pasos de la metodología de Robert Scott, se concluye con el trabajo de investigación, en la cual como resultado se presenta el manual señalético diseñado para la ruta turística.

CAPÍTULO V

5.1.CONCLUSIONES

- Tomando en cuenta que la ruta turística es un proyecto a implementarse a futuro, se considera prudente la creación de un identificador visual, con el fin de aportar identidad corporativa a la ruta.
- Mediante la observación de campo y el inventario de señales realizado, se evidencia la falta de un sistema señalético, que aporte a la identificación de los atractivos existentes y a la orientación del usuario en el entorno.
- Mediante el método etnográfico y las encuestas realizadas a nuestra población, se determinó el perfil de usuario a los cuales está dirigida la investigación, respondiendo así al segundo objetivo del proyecto, donde se identificó como público objetivo al turistas nacional y extranjero entre un rango de edad de 15 a 42 años, quienes están interesados en realizar este tipo de turismo.
- De acuerdo al análisis de las encuestas realizadas al público objetivo, se identificó las necesidades comunicacionales que tienen el turista, al momento de visitar un lugar del cual no tienen conocimiento, adicionalmente se identificó las falencias que presentan las rutas turísticas, en relación con el usuario.
- Mediante las rúbricas de evaluación realizadas a profesionales en el área de diseño, se profundizo en el desarrollo del diseño, obteniendo mejores resultados.

5.2.RECOMENDACIONES

- Para mejorar la identidad corporativa del sendero turístico “Flores Jarkani” se recomienda profundizar en el desarrollo del manual de identidad corporativa, estableciendo normas de aplicación de la marca en diversos soportes.
- Con la finalidad de adquirir afluencia turística, se recomienda manejar estrategias publicitarias, invitando a conocer el lugar.
- Con la finalidad de cumplir con las necesidades del turista, se recomienda la adecuación de espacios para la implementación de los servicios higiénicos, de alimentación y de estacionamiento.
- Para mejorar la estancia del turista en los trayectos definidos, se recomienda realizar mantenimiento de los trayectos por donde se movilizara.
- Uno de los problemas identificados en el entorno es la destrucción de los chaquiñanes, por tal motivo se recomienda, concientizar a los pobladores sobre la conservación de estos chaquiñanes.
- Mediante un análisis comparativo entre la colocación de luz eléctrica y luz renovable, se recomienda la implementación de un sistema fotovoltaico en tótems luminosos, proporcionándoles una fuente de luz, generando puntos de referencia, en los trayectos.

BIBLIOGRAFÍA

- Antonini, F. (2012). *UNNOBA*. Recuperado el 18 de 07 de 2017, de <http://www.xn--disco-rta.unnoba.edu.ar/wp-content/uploads/senaletica.pdf>
- Belgrano, M. (2010). Recuperado el 15 de 01 de 2018, de https://belgranotipografia.files.wordpress.com/2010/05/apunte2_clasificacion_tipografiamb.pdf
- Chaves, N., & Raúl, B. (s.f.). *la marca corporativa*. Buenos Aires: Paidós.
- Costa, J. (1987). *Enciclopedia del Diseño*. Madrid: CEAC.
- Costa, J. (1989). *señalética*. España: CEACES.
- Costa, J. (2007). *señalética corporativa*. Barcelona.
- Eco, U. (1986). *Introducción a la semiótica*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1988). *El signo*. Barcelona: Labor.
- Gomez Conesa, A. (202). *Ergonomía. Historia y Ambitos*. Recuperado el 19 de 11 de 2017, de http://www.academia.edu/7798689/Articulo_Ergonomia_Historia_y_ambitos_de_aplicacion_1
- Gonzales, E., & Quindo, T. (2014). *Diseño de iconos y pictogramas*. Servicio Editorial.
- MINTUR. (08 de 25 de 2011). *Manual de señalización turística*. Recuperado el 3 de 06 de 2017, de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizacic3b3n-25-08-2011.pdf>
- Núñez, i. A. (2000). Uso y Definiciones de los terminos relativos a los usuarios y clientes . *revista inter Americana de biblioteologia*, 1-2.
- ONCE, F. (2011-2013). *Pautas de diseño de pictogramas para todas las personas*.
- Orozco, R. Q. (2010). *Universidad de Londres*. Recuperado el 12 de 07 de 2017, de https://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/senaletica_universidadlondres.pdf
- Puentes, G. (2017). *objetivo es analizar el desenvolvimiento actual del sistema señalético y posteriormente diseñar una nueva propuesta*. Recuperado el 12 de septiembre de 2017

- Quintana, S. (06 de 07 de 2015). *Sara Quintana*. Recuperado el 29 de 08 de 2017, de <http://saraquintana.com/claves-diseno-pictogramas/>
- Rioja, A. M. (2013). *Teoría y Metodología Aplicada al Diseño 2*. Recuperado el 17 de 07 de 2017, de http://www.postgradoumss.net/claroline/claroline/document/goto/?url=/03.14_UNI_DAD_3_-_SE%D1ALETICA/SE%D1ALETICA_02.pdf&cidReq=TEOYMETODO
- Rods, V. (19 de 03 de 2014). Recuperado el 20 de 08 de 2017, de <https://prezi.com/fvrractbf2dp/materiales-y-sistemas-de-reproduccion-en-la-senaletica/>
- Romero, J., & Andrade, C. (17 de 07 de 2013). Señaletica turistica en areas rurales. QUITO, ECUADOR: GRAPHUS. Obtenido de Congope: <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/Se%C3%B1aleticaTuristica-en-areas-rurales-17-07-2013.pdf>
- Ruiz Ballesteros, E., & Solis Carrión , D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador*. Quito: ABYA-YALA.
- Scott , R. (1970). *Fundamentos del diseño* . Buenos Aires : Victor Leru .
- SECTUR. (2004). *guia para el diseño y operación de senderos interpretativos*. Recuperado el 09 de 08 de 2017, de <http://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Gu%C3%ADa-para-el-dise%C3%B1o-y-operaci%C3%B3n-de-senderos-interpretativos.pdf>
- Wong, W. (1991). *fundamentos del diseño*. Barcelona: Guatavo Gili ,S.A.

ANEXOS 1



Objetivo: Analizar las necesidades de información y orientación de los recorridos de los usuarios en la ruta turística comunitaria de los Chaquiñanes

Ficha # 6

Registro fotográfico



Datos informativos:

Ruta: arqueológico
Ubicación: Llugshirumi
Utilidad: camino al área de restos arqueológico

Datos Descriptivos:

Imagen de marca: No existe
El individuo como centro: Personas de la comunidad
Adecuación al medio: Natural ,Cultural
Condiciones Arquitectónicas: caminos de tierra y piedra
Información lingüística verbal: no existe

Datos Identificativos:

- Mirador: Se puede observar las terrazas andinas.
- Construcciones vernáculas: construidos con paja y tapial
- Área de restos arqueológicos: restos de cerámica.

Análisis Técnico:

● Tipo de Señal

Señal interpretativa: mensajes cortas y claras acerca del lugar.
Señal informativa: situar al usuario, indica por donde debe ir y a que distancia se encuentra.
Señal Identificativa: confirmara la ubicación del usuario en el lugar.

Tipo de Soporte

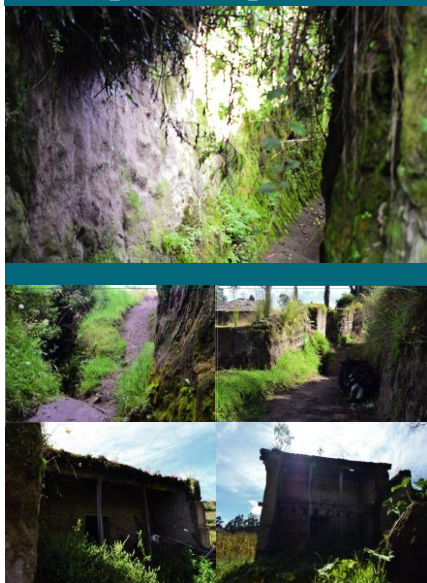
De acuerdo a su sistema de sujetación:
De piso : sujeto al piso
Hitos interpretativos.



Objetivo: Analizar las necesidades de información y orientación de los recorridos de los usuarios en la ruta turística comunitaria de los Chaquiñanes

Ficha # 7

Registro fotográfico



Datos informativos:

Ruta: Entrada a la fuente
Ubicación: Llugshirumi
UTM: X: 762095 Y: 9799591
Utilidad: Camino utilizada para el paso peatonal para el ingreso a fuente de agua

Datos Descriptivos:

Imagen de marca: No existe
El individuo como centro: Personas de la comunidad
Adecuación al medio: Natural ,Cultural
Condiciones Arquitectónicas: caminos de tierra
Información lingüística verbal: no existe

Datos Identificativos:

- Camino a la vertiente de agua.
- Caminos tierra.
- Terrazas Incaicas.
- Arquitectura: casa vernácula y de alto.

Análisis Técnico:

● Tipo de Señal

Señal interpretativa: mensajes cortas y claras hacerca del lugar.
Señal de orientación: situar al usuario, indica por donde debe ir y a que distancia se encuentra.

● Tipo de Soporte

De acuerdo a su sistema de sujetación:
De banda: sujeta a uno o dos muros o postes de manera perpendiculares.
Hitos

ANEXOS 2

Formato entrevistas



Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo levantar datos relevantes para el diagnóstico del comportamiento del público objetivo en relación a un sistema señalético y sus intereses turísticos con la finalidad de desarrollar el sistema señalético. Los datos obtenidos en la presente investigación serán destinados netamente a uso académico. Agradecemos el tiempo y dedicación prestada para responder cada una de las preguntas detalladas a continuación.

Indicaciones: marque con una (x) dentro del cuadro de acuerdo a su situación

SECCIÓN I: DATOS DEMOGRÁFICOS

EDAD	15-30 <input type="checkbox"/>	31-45 <input type="checkbox"/>	más de 42 <input type="checkbox"/>
SEXO	Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>	
GRADO DE FORMACIÓN	Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Superior <input type="checkbox"/>
			Cuarto nivel <input type="checkbox"/>
TURISTA	Provincial <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Extranjero <input type="checkbox"/>

SECCIÓN II: DATOS GENERALES

DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

1.- ¿Sabe que es un Chaquiñán?

Sí No

2.- ¿Conoce que es el turismo comunitario?

Sí No a su respuesta es (sí) pasa a la siguiente pregunta en caso de lo contrario pasa a la pregunta (4)

3.- ¿Usted ha realizado turismo comunitario?

Sí No

Dónde: _____

4.- ¿Le interesaría realizar turismo comunitario?

Sí No

5.- ¿Qué tipos de inconvenientes ha tenido para poder guiarse en algún lugar?

Falta de rótulos o señalética

Mal orientación por parte del personal

Otros:

DATOS TÉCNICOS:

6.- ¿Cree necesario la presencia de un identificador visual o marca en una ruta turística?

Sí No

7.- ¿Mediante qué tipo de información se ha podido guiar en los lugares que ha visitado?

Señalética Guías turísticos

Otras personas

8.- ¿Toma en cuenta las señales o mensajes existentes dentro de rutas turísticas?

Sí No

Por qué: _____

9.- ¿Usted Cree que es necesario la presencia de un sistema señalético para poder identificar u orientarse a los distintos puntos turísticos comunitarios?

Sí No

Por qué: _____

10.- ¿Cuándo realiza un recorrido turístico la presencia de señalética le ayuda a su orientación en el lugar?

Sí No

Por qué: _____

11.- ¿Si se implementa un programa señalético turístico, cree usted que se contribuiría al desarrollo socio económico del sector donde estén los atractivos?

Sí No

12.- ¿En un recorrido turístico comunitario, que elementos considera necesario señalarlos?

Ingreso de ruta Distancia

Atractivos Descripción del atractivo

Servicios turísticos Otros

ANEXOS 3

Pruebas de legibilidad

Distancia 10 metros / 200 pts



Distancia 30 metros / 200 pts.



ANEXOS 4

Rúbricas de evaluación



Proyecto de investigación: Desarrollo de un sistema señalético para la ruta turística de chaquiñanes de las comunidades de Caliata y Llugshirumi

Objetivo: Evaluar técnicamente los pictogramas generados para el proyecto señalético para la ruta turística de chaquiñanes.

Rúbrica de evaluación de pictogramas

El sistema pictográfico diseñado para la ruta turística de chaquiñanes, se compone de 9 propuestas, las cuales corresponden a los servicios existentes dentro del entorno, están diseñados en base a la retícula de medias y diagonales.

Referente	Sistema Geométrico	Pictograma-Baños

Aspectos a evaluar	Criterios	E	MB	B	R
Referente	1. ¿Presenta el referente de donde partió?				
Items Gráficos	1. ¿Utiliza formas singulares?				
	2. ¿La combinación de formas configuran un todo organizado?				
Comprensión	1. ¿Podrá ser comprendido por la mayor parte del público?				
	2. ¿Se explica por sí mismo?				
	3. ¿Es reconocible e inequívoco?				
Legibilidad	1. ¿Se construyó en base a un sistema reticular (coherencia visual)?				
	2. ¿Puede verse en condiciones adversas como distancia y lateralización?				
	3. ¿Tiene una buena definición de formas?				



Proyecto de investigación: Desarrollo de un sistema señalético para la ruta turística de chaquiñanes de las comunidades de Caliatá y Lugshirumi

Objetivo: Evaluar técnicamente los pictogramas generado para el proyecto señalético para la ruta turística de chaquiñanes.

Rubrica de evolución de pictogramas

El sistema pictográfico diseñado para la ruta turística de chaquiñanes, se compone de 9 propuestas, las cuales corresponden a los servicios existentes dentro del entorno, están diseñados en base a la retícula de medias y diagonales.

Referente	Sistema Geométrico	Pictograma-Chaquiñán

Aspectos a evaluar	Criterios	E	MB	B	R
Referente	1. ¿Presenta el referente de donde partió?				
Items Gráficos	1. ¿Utiliza formas singulares?				
	2. ¿La combinación de formas configuran un todo organizado?				
Comprensión	1. ¿Podrá ser comprendido por la mayor parte del público?				
	2. ¿Se explica por sí mismo?				
	3. ¿Es reconocible e inequívoco?				
Legibilidad	1. ¿Se construyó en base a un sistema reticular (coherencia visual)?				
	2. ¿Puede verse en condiciones adversas como distancia y lateralización?				
	3. ¿Tiene una buena definición de formas?				


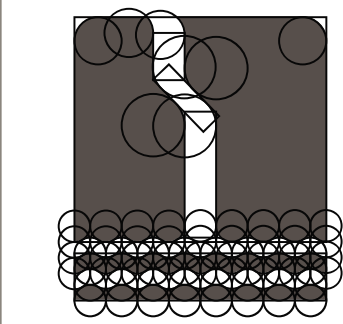
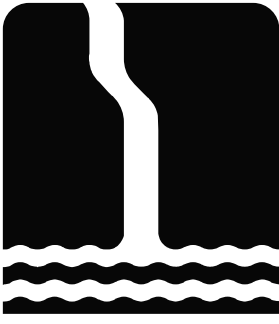


Proyecto de investigación: Desarrollo de un sistema señalético para la ruta turística de chaquiñanes de las comunidades de Callata y Lugshirumi

Objetivo: Evaluar técnicamente los pictogramas generado para el proyecto señalético para la ruta turística de chaquiñanes.

Rubrica de evolución de pictogramas

El sistema pictográfico diseñado para la ruta turística de chaquiñanes, se compone de 9 propuestas, las cuales corresponden a los servicios existentes dentro del entorno, están diseñados en base a la retícula de medias y diagonales.

Referente	Sistema Geométrico	Pictograma Vertiente de agua
		

Aspectos a evaluar	Criterios	E	MB	B	R
Referente	1. ¿Presenta el referente de donde partió?				
Items Gráficos	1. ¿Utiliza formas singulares?				
	2. ¿La combinación de formas configuran un todo organizado?				
Comprensión	1. ¿Podrá ser comprendido por la mayor parte del público?				
	2. ¿Se explica por sí mismo?				
	3. ¿Es reconocible e inequívoco?				
Legibilidad	1. ¿Se construyó en base a un sistema reticular (coherencia visual)?				
	2. ¿Puede verse en condiciones adversas como distancia y lateralización?				
	3. ¿Tiene una buena definición de formas?				



Proyecto de investigación: Desarrollo de un sistema señalético para la ruta turística de chaquiñanes de las comunidades de Calíata y Llugshirumi

Objetivo: Evaluar técnicamente los pictogramas generados para el proyecto señalético para la ruta turística de chaquiñanes.

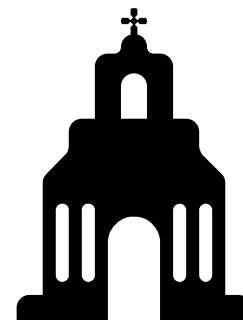
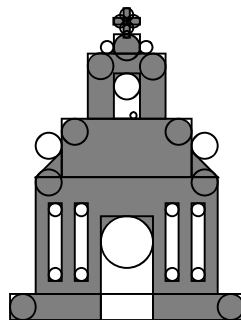
Rúbrica de evaluación de pictogramas

El sistema pictográfico diseñado para la ruta turística de chaquiñanes, se compone de 9 propuestas, las cuales corresponden a los servicios existentes dentro del entorno, están diseñados en base a la retícula de medias y diagonales.

Referente

Sistema Geométrico

Pictograma-Iglesia



Aspectos a evaluar	Criterios	E	MB	B	R
Referente	1. ¿Presenta el referente de donde partió?				
Items Gráficos	1. ¿Utiliza formas singulares?				
	2. ¿La combinación de formas configuran un todo organizado?				
Comprensión	1. ¿Podrá ser comprendido por la mayor parte del público?				
	2. ¿Se explica por sí mismo?				
	3. ¿Es reconocible e inequívoco?				
Legibilidad	1. ¿Se construyó en base a un sistema reticular (coherencia visual)?				
	2. ¿Puede verse en condiciones adversas como distancia y lateralización?				
	3. ¿Tiene una buena definición de formas?				

