



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y
TECNOLOGÍAS
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**Título: Vallas polifuncionales como medio publicitario para la provincia
de Chimborazo**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en
Diseño Gráfico**

Autor:

Fiallos Eras, Dayana Nicole

Tutor:

Mgs. Luis Miguel Viñan Carrasco

Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Dayana Nicole Fiallos Eras, con cédula de ciudadanía 1805458617, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: Vallas polifuncionales como medio publicitario para la provincia de Chimborazo, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 12 de mayo de 2025



Dayana Nicole Fiallos Eras

C.I: 1805458617

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Luis Miguel Viñán Carrasco catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: Vallas polifuncionales como medio publicitario para la provincia de Chimborazo, bajo la autoría de Dayana Nicole Fiallos Eras; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, 1 de abril de 2025



Firmado electrónicamente por:
LUIS MIGUEL VINAN
CARRASCO

Mgs. Luis Miguel Viñán Carrasco

C.I: 0603191768

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

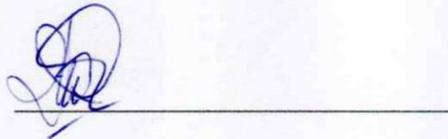
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Vallas polifuncionales como medio publicitario para la provincia de Chimborazo por Dayana Nicole Fiallos Eras, con cédula de identidad número 1805458617, bajo la tutoría del Mgs. Luis Miguel Viñán Carrasco; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 12 de mayo de 2025

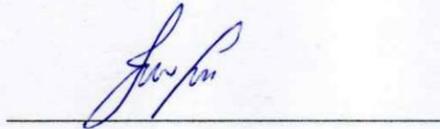
Mgs. William Quevedo
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Santiago Barriga
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Héctor Flores
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **FIALLOS ERAS DAYANA NICOLE** con CC: 1805458617, estudiante de la Carrera de **Licenciatura en Diseño Gráfico**, Facultad de Ciencias De La Educación, Humanas y Tecnologías; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**Vallas polifuncionales como medio publicitario para la provincia de Chimborazo**", cumple con el 9% de similitud, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **COMPILATIO**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 1 de abril de 2025



Mgs. Luis Viñan
TUTOR

DEDICATORIA

Esta dedicatoria es especial, solo Dios sabe lo que espere para este momento y por todo lo que pase, por eso quiero dedicar este proyecto de titulación a mis padres Ing. Mario Fiallos y Lic. María Eras, por ser siempre esos padres amorosos, bondadosos y siempre dándome lo mejor para ser mejor, y puedo decir que así fue, sin ellos y todas sus enseñanzas no estaría donde estoy, no sería quien soy, los amo mucho, siempre han sido parte de todas mis metas y ahora pueden ser testigos de una meta académica más, gracias por siempre estar a mi lado y saber que cuento con su apoyo incondicional.

A mi pequeña Sam, para que veas en tu hermana un ejemplo de perseverancia y responsabilidad, aunque sé que lo hará mucho mejor que yo; porque te veo y sé que hice un buen trabajo a tu lado, gracias por ser mi impulso para ser mejor hermana y persona, por siempre sacarme una sonrisa en mis momentos difíciles, siempre dándome ánimos y siendo mi ayudante sin pedir nada a cambio, te amo mucho.

A mi prometido y futuro esposo Sebas R. por ser quien más me ha apoyado en este camino, por ser mi mejor amigo y compañero, por siempre impulsarme a seguir y no rendirme, aunque las cosas de volvieran pesadas, por siempre ayudarme a buscar una solución y decirme que no todo está perdido, gracias por hacer que esta etapa haya sido más llevadera contigo a mi lado, te amito. Gracias por ser mis ángeles terrenales, sin ustedes mi vida no sería igual.

Mi pequeño Toulouse gracias por aparecer en mi vida en el momento correcto, mi pequeño ángel de cuatro patas que ahora me cuidas desde el cielo, cumpliste tu misión y te fuiste cuando ya terminé esta etapa, ambos morimos ese día, la diferencia es que solo tu dejaste de respirar, me alegra mucho decir que fuiste mi compañerito de desvelos, de juegos y mi consuelo en las noches, mi gatito siempre te recordare como el guerrero que nunca se rindió hasta el final.

Love, Nico

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios por darme la vida, fortaleza y sabiduría para poder culminar una de mis metas más en mi vida académica, a mis docentes todos y cada uno de ellos que han pasado por mi vida universitaria, desde nivelación hasta mi proceso de titulación, por su paciencia, su impulso a ser mejor, por siempre dar más y llegar a ser la mejor profesional, por todo su conocimiento impartido durante todo este tiempo, por cada una de sus enseñanzas como docentes y como persona, siempre los recordare como una parte fundamental, los llevare en mi corazón, a la Universidad Nacional de Chimborazo, por darme la oportunidad de ser parte de su historia por todos los momentos compartidos en eventos representando a mi querida institución.

Dayana Nicole Fiallos Eras

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORIA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

1.	CAPÍTULO I. INTRODUCCION.....	19
1.1	Planteamiento del problema:	19
1.2	Justificación:.....	21
1.3	Objetivos:.....	22
1.3.1	General.....	22
1.3.2	Específicos.....	22
2.	CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	23
2.1	Definición de vallas polifuncionales	23
2.2	Medio publicitario	23
2.3	Tipo de medio.....	23
2.3.1	Medios impresos:.....	23
2.3.2	Medios audiovisuales:	23
2.3.3	Medios digitales:.....	24
2.3.4	Medios exteriores:	24
2.3.5	Medios patrocinados:.....	24
2.4	Teorías de la publicidad:.....	25
2.4.1	Teoría de la persuasión publicitaria:.....	25
2.4.2	Teoría de la comunicación publicitaria:	25
2.5	Funciones de las vallas polifuncionales:	25
2.5.1	Información útil y servicios adicionales:.....	25
2.5.2	Experiencia interactiva:	25

2.6	Impacto de las vallas polifuncionales:.....	26
2.6.1	Mejora de la imagen de marca y percepción del producto:.....	26
2.7	Tipos de Vallas	26
2.7.1	Valla de ocho paños.....	26
2.7.2	Vallas monoposte:	26
2.7.3	Vallas biposte:	27
2.7.4	Vallas iluminadas:	27
2.7.5	Vallas dinámicas:.....	28
2.7.6	Vallas bajas:.....	28
2.7.7	Vallas poliédricas:	29
2.7.8	Vallas digitales:	30
2.7.9	Vallas interactivas:	30
2.7.10	Vallas 3D:.....	31
2.7.11	Vallas móviles:	31
2.8	Materiales para vallas	32
2.8.1	Contenido de la valla:	32
2.8.2	Estructura:.....	33
2.9	¿Qué es la interacción?.....	33
2.9.1	¿Qué es la interacción en los procesos de comunicación social?.....	33
2.9.2	¿Cómo se puede generar la interacción con las vallas?.....	33
2.10	Provincia de Chimborazo	34
2.10.1	Historia:	34
2.10.2	Cantones de la provincia:	34
2.10.3	Habitantes:	35
2.10.4	Clima:	35
2.10.5	Tamaño:	35
2.10.6	Bandera:.....	36
2.10.7	Escudo:	36
2.10.8	Atractivos turísticos:.....	37
2.10.9	Iconos representativos de los cantones de la provincia	40
2.10.10	Marca Turística:.....	50
2.10.11	¿Cuántos turistas al año visitan la provincia de Chimborazo?	50
2.11	Normativas de vallas	50

2.12	Normas INEN.....	53
2.13	Sistema de vallas aplicado a nivel mundial.....	58
3.	CAPÍTULO III. METODOLOGIA.....	61
3.1	Tipo de investigación.....	61
3.1.1	Enfoque metodológico.....	61
3.1.2	Enfoque cualitativo.....	61
3.1.3	Enfoque cuantitativo.....	61
3.1.4	Tipo de investigación según el alcance.....	62
3.1.5	Tipo de investigación según el diseño.....	62
3.1.6	Tipo de diseño etnográfico.....	62
3.2	Diseño de investigación.....	62
3.3	Técnicas de recolección de datos.....	62
3.3.1	¿Qué es un instrumento de investigación?.....	62
3.3.2	Técnica de recopilación de datos cualitativos:.....	63
3.3.3	Técnica de recopilación de datos cuantitativos:.....	63
3.3.4	Técnica de recopilación de datos mixtos:.....	63
3.4	Población de estudio y tamaño de muestra.....	63
3.4.1	Población.....	63
3.4.2	Muestra.....	63
3.5	Métodos de análisis y procesamiento de datos.....	65
3.5.1	Métodos teóricos:.....	65
3.5.2	Método analítico – sintético:.....	65
3.5.3	Métodos empíricos:.....	66
3.5.4	Método proyectual de Robert Scott:.....	66
4.	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	68
4.1	Resultados de las fichas de observación.....	68
4.2	Resultados de las entrevistas.....	72
4.3	Resultados de las encuestas.....	76
4.4	Proceso de diseño de la propuesta.....	80
4.4.1	Abstracción y creación de los iconos.....	81
4.4.2	Iconos representativos.....	84
4.4.3	Creación de la estructura.....	103
4.4.4	Elección de la tipografía.....	106

4.4.5 Elección de la cromática.....	108
5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES	109
6. CAPÍTULO VI. PROPUESTA	110
BIBLIOGRAFÍA	112
ANEXOS	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Costo del metro cuadrado de la publicidad	52
Tabla 2 Pregunta uno de la entrevista para autoridades gubernamentales	73
Tabla 3 Pregunta dos de la entrevista para autoridades gubernamentales.....	73
Tabla 4 Pregunta tres de la entrevista para autoridades gubernamentales.....	74
Tabla 5 Pregunta cuatro de la entrevista para autoridades gubernamentales	75
Tabla 6 Pregunta cinco de la entrevista para autoridades gubernamentales.....	75
Tabla 7 Pregunta seis de la entrevista para autoridades gubernamentales	76
Tabla 8 Resultado de la encuesta para turistas	77
Tabla 9 Resultado de la encuesta para turistas	78
Tabla 10 Resultado de la encuesta para turistas	80
Tabla 11 Referentes Alausí.....	84
Tabla 12 Referentes Guano	85
Tabla 13 Referentes Penipe	87
Tabla 14 Referentes Chambo.....	89
Tabla 15 Referentes Colta	91
Tabla 16 Referentes Guamote	93
Tabla 17 Referentes Pallatanga	95
Tabla 18 Referentes Chunchi.....	97
Tabla 19 Referentes Cumandá.....	99
Tabla 20 Referentes Riobamba.....	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Medios Exteriores	24
Figura 2 Valla de ocho paños	26
Figura 3 Vallas monoposte	27
Figura 4 Valla biposte	27
Figura 5 Valla iluminada	28
Figura 6 Valla dinámica	28
Figura 7 Valla baja	29
Figura 8 Valla poliédrica	29
Figura 9 Valla digital	30
Figura 10 Valla interactiva	30
Figura 11 Valla 3D	31
Figura 12 Vallas móviles	32
Figura 13 Paisaje de la provincia de Chimborazo	34
Figura 14 Cantones de la provincia de Chimborazo	35
Figura 15 Bandera de Chimborazo	36
Figura 16 Escudo de Chimborazo	37
Figura 17 Escudo de Chimborazo	37
Figura 18 Laguna valle hermoso	42
Figura 19 Laguna amarilla	43
Figura 20 Laguna amarilla	43
Figura 21 Nevado Quilimas	44
Figura 22 Laguna de Colta	45
Figura 23 Cerro cachaway	46
Figura 24 Dunas de arena	46
Figura 25 Bosque protector de Jalubí el Corazón	47
Figura 26 Bosque el nogalero	48
Figura 27 Nariz del diablo	49
Figura 28 Cerro puñay	49
Figura 29 Marca de la prefectura 2023-2027	50
Figura 30 Soporte poste simple	55
Figura 31 Soporte poste simple	56
Figura 32 Soporte de dos postes	56
Figura 33 Soporte de dos postes	56
Figura 34 Soporte de voladizo	57
Figura 35 Soporte tipo mariposa	57
Figura 36 Soporte tipo portico	58
Figura 37 Table mountain-Cabo	59
Figura 38 Table mountain	59
Figura 39 Turismo en Panamá	60
Figura 40 Tabulación de datos	76

Figura 41 Tabulación de datos	77
Figura 42 Tabulación de datos	78
Figura 43 Tabulación de datos	79
Figura 44 Tabulación de datos	79
Figura 45 Tabulación de datos	80
Figura 46 Icono lineal.....	81
Figura 47 Retícula 45 grados.....	82
Figura 48 Bocetaje Alausí	84
Figura 49 Digitalización Alausí.....	84
Figura 50 Aplicación en la valla.....	85
Figura 51 Boceto Guano.....	86
Figura 52 Digitalización Guano	86
Figura 53 Aplicación en la valla.....	87
Figura 54 Bocetaje Penipe.....	88
Figura 55 Digitalización Penipe	88
Figura 56 Aplicación en la valla.....	89
Figura 57 Bocetaje Chambo	90
Figura 58 Digitalización Chambo	90
Figura 59 Aplicación en la valla.....	91
Figura 60 Bocetaje Colta.....	92
Figura 61 Digitalización Colta	92
Figura 62 Aplicación en la valla.....	93
Figura 63 Bocetaje Guamote	94
Figura 64 Digitalización Guamote	94
Figura 65 Aplicación en la valla.....	95
Figura 66 Bocetaje Pallatanga.....	96
Figura 67 Digitalización Pallatanga	96
Figura 68 Aplicación en la valla.....	97
Figura 69 Bocetaje Chumchi	98
Figura 70 Digitalización Chumchi	98
Figura 71 Aplicación en la valla.....	99
Figura 72 Bocetaje Cumandá	100
Figura 73 Digitalización Cumandá.....	100
Figura 74 Aplicación en la valla.....	101
Figura 75 Bocetaje Riobamba	102
Figura 76 Digitalización Riobamba.....	102
Figura 77 Aplicación en la valla.....	103
Figura 78 Vistas de la estructura final	104
Figura 79 Diseño aplicado a la retícula aurea	105
Figura 80 Infografía "Construcción de la estructura"	105
Figura 81 Fuente tipografía principal	106
Figura 82 Fuente tipográfica secundaria	107
Figura 83 Tipografías aplicadas	107

Figura 84 Cromática aplicada.....	108
Figura 85 Aplicación en las vías	110
Figura 86 Aplicación en el sitio potencial.....	110
Figura 87 Aplicativo en el caso de incrementar una opción QR	111

RESUMEN

Palabras claves: Medios, publicidad, vallas, propuesta, Provincia de Chimborazo.

En la actualidad nuestro país carece de medios publicitarios creativos y llamativos, entre estos quiero destacar a las vallas publicitarias, que si bien son basadas en varios estilos y tipos de vallas, carecen de creatividad, por lo que mi investigación se establece desde el observador como la escases de vallas dentro de la provincia de Chimborazo, al ser un lugar que es visitado constantemente se desconocen los sitios potenciales, basándonos en su historia e iconos representativos de cada cantón, se muestra la propuesta de vallas polifuncionales como un medio turístico, duradero, innovador y destacando a la provincia con un elemento representativo en base a la cromática de su bandera, con ayuda de la metodología de Robert Scott y una investigación basada en un enfoque mixto para así lograr obtener un análisis amplio de la problemática que tiene actualmente la provincia de Chimborazo, con ayuda de instrumentos como fichas de observación para analizar las actuales vallas en las vías, que ayudaran a verificar que dichas vallas no se las aprovecha de las mejor manera y simplemente se muestran de la forma tradicional como contaminación visual y ambiental, tomando en cuenta tres principales rutas divide en dos fases ,encuestas a turistas nacionales y extranjeros, entrevistas a autoridades gubernamentales y expertos en el área, obtendremos una propuesta nueva, llamativa, funcional las 24 horas del día y con varios usos a más de promocionar los sitios, cantones y la provincia, llevarse un recuerdo que haga que más personas se interesen por esta nueva iniciativa.

ABSTRACT

Currently, Ecuador faces a lack of creative and visually appealing advertising media, particularly billboard field. Although there are several billboard styles, most lack innovation and fail to engage viewers effectively. This study took place in Chimborazo Province, a well-visited tourist region with untapped billboard advertising potential. The research identifies the scarcity of creatively designed billboards that reflect the historical and cultural identity of each canton. To address this gap, the study proposes the development of multifunctional billboards as tourist information tools—durable, innovative structures that highlight the province’s identity using elements such as the colors of the Chimborazo Province flag. The research adopts Robert Scott’s methodology and a mixed-methods approach to provide a comprehensive analysis of the current situation. Data collection tools include observation sheets to evaluate the condition and use of existing billboards along key routes, revealing that many are outdated and contribute to visual and environmental pollution. The study focuses on three major road routes, divided into two phases, and includes surveys of national and international tourists, as well as interviews with local government officials and experts in tourism and advertising. The resulting proposal is a 24/7 functional, aesthetically striking billboard model that not only promotes local attractions and cantons but also serves as a memorable souvenir. This initiative aims to revitalize billboard advertising in Chimborazo Province and stimulate greater interest in the province.

Keywords: Media, advertising, billboards, project proposal, Chimborazo.

Reviewed by

ADRIANA
XIMENA
CUNDAR
RUANO

Firmado digitalmente por ADRIANA
XIMENA CUNDAR RUANO
Fecha: 2025.05.14 21:37:01 -0500'

MsC. Adriana Cundar Ruano, Ph.D.
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 1709268534

1. CAPÍTULO I. INTRODUCCION.

En la actualidad nuestro país carece de medios publicitarios creativos y llamativos, entre estos quiero destacar a las vallas publicitarias, que si bien son basadas en varios tipos de vallas, pero no cumplen con un plus de captar la atención a turistas extranjeros y nacionales, por lo que mi investigación se establece desde el observador como la escases de vallas dentro de la provincia de Chimborazo, al ser un lugar que es visitado constantemente, se desconocen los servicios o lugares que se ofrecen como para pasar una estadía ya sea esta de un fin de semana o un mes, por lo que se implementa una valla polifuncional.

Varios puntos de la provincia de Chimborazo son olvidados, por lo que de dicha manera se pierde el interés en la provincia, de esta manera queremos que tanto como la gente de los cantones aledaños y turistas externos conozcan todo lo que ofrece como: servicios, tradiciones y culturas que resultan llamativas para los visitantes. Con esto podemos lograr que simplemente sea una provincia conocida por los nevados y montañas, mostrar que esto es más allá.

La mayoría de los turistas extranjeros aprecian la cultura que puede ofertar los cantones, pero es muy olvidada rápidamente, lo que se quiere establecer son vallas que resulten atractivas y muestren el interés de tomarse fotografías junto a las mismas, además de ser una ayuda para impulsar a los pequeños productores o sitios que son muy hermosos, pero poco conocidos.

De esta manera queremos constatar la recopilación de datos científicos y estadísticos que permitan avalar esta investigación para conforme se ejecute el diseño de las vallas polifuncionales como medio publicitario. Con la ayuda de una de las metodologías proyectuales que se detalla a continuación, será de aporte para poder ayudarnos con la construcción de todo este proceso investigativo.

Esta investigación se hablará de la metodología proyectual en base a Robert Scott y de tal manera, podremos justificar con ayuda de esta. El proyecto será una recopilación de datos que nos ayude a evaluar las vallas actuales y elaborar el diseño de estas vallas estructurales para que en un futuro sean puestas a recaudo de la prefectura de Chimborazo o municipios de los cantones.

1.1 Planteamiento del problema:

Las vallas en las vías funcionan como un medio para generar publicidad de marcas, propagandas, campañas publicitarias, entre otros. Por lo cual una de las más usadas son las vallas publicitarias en las vías, cada una se destaca por sus elementos que se componen la

misma. Los elementos que son los más usados son: fotografía, tipografía llamativa, elementos decorativos.

Varias de las vallas que nosotros podemos observar en nuestro entorno cuando nos vamos de viaje y queremos conocer lo que ofrece el lugar que visitamos, se encuentran entre las más comunes. Cabe aclarar que existen varios tipos de vallas publicitarias, que solo pueden ser usados para el día o incluso para la noche y tienden a cambiar la forma en la que se muestra, pero llegando con el mismo mensaje a quienes los observan. Los estudios que se han realizado en la actualidad se centran en la cantidad de impactos que se generan según el flujo de tráfico de las ubicaciones en donde existan vallas.

Sin embargo, se analiza que son muy pocos estudios que no ayudan a que se de a conocer de manera clara que tipo de personas observa estos mensajes enfocados en publicidad exterior o incluso no es concreto el porcentaje de audiencia que recuerde con claridad todos los mensajes que se encuentran a lo largo de las rutas viales. Con esto se quiere hacer referencia a lo que esperamos lograr con las vallas polifuncionales, que aporten a los turistas para recordar más que una marca, la provincia con cada una de los lugares, personas, tradiciones o cosas representativas del mismo.

De tal manera dejamos el convencionalismo atrás para poder implementar algo nuevo e innovador. Existen ventajas de las vallas por lo que podemos sacar el mayor provecho de estas, así de tal manera lograremos de que al ser estas duraderas, permanecerán al público durante las 24 horas, todos los días, por tal motivo las mismas deben ser funcionales también el día y en la noche.

Con esto será nuestro medio permanente para captar la atención del consumidor durante sus viajes, ya que estarán en los lugares estratégicos en los cuales normalmente no las vemos, o simplemente en zonas donde carecen de información sobre el sitio en el cual se encuentran. “La publicidad expone explícitamente y se esmera al hacerlo porque su intención es manipular. Declara sus motivos y dicha intención es conocida por todos.”(Jaramillo, 2013, pág 114, pág 14)

Existen tipos de vallas entre los cuales se encuentran los siguientes: valla de ocho paños, valla iluminada, valla monoposte, valla biposte, valla baja, valla de tres caras, valla digital, vallas móviles, vallas 3D, vallas poliédricas.

Las vallas causan impacto en las personas que de cierta manera influyen en su comportamiento, por el cual es favorecedor el consumo visual “el poder de la persuasión existente en diferentes medios publicitarios logra; inducir, mover y exigir con razones a que el individuo quiera hacer algo”. (Salgado,2019, pág 8)

Según el problema empírico, solo encontramos fotografías en donde promocionan lo que es el volcán Chimborazo, u otro tipo de nevados aledaños como el Altar, por lo que carecen de más sitios o lugares turísticos en donde podemos visitar, que no sean los mismos que ya

conocemos. “Los distintos sistemas de comunicación a través de los cuales se dan a conocer productos, se impone una imagen favorable a sí mismos, y se estimula su compra y su consumo, se denominan publicidad”. (Palacios, 2019, pág 5)

1.2 Justificación:

Proceso de señalar con argumentos convincentes y claros; las razones y motivos que permitirán el desarrollo de la investigación.

Responde a:

- **Conveniencia:** La propuesta a desarrollar de la investigación permitirá ayudar por medio de vallas estructurales publicitarias a que sea funcional para los pequeños microempresarios y lugares que son desconocidos por la mayoría, para aquellos que visiten la provincia de Chimborazo, puedan visitarlos sin problema alguno, y destaquen como sitios potenciales, que nos ofrecen así generaremos mayor apertura para aquellos negocios o tradiciones que son olvidadas y que impiden que siga creciendo como un medio turístico y abundante en cultura y tradiciones.
- **Relevancia social:** Chimborazo se destaca por sus nevados, pero por tal motivo es apreciado por los turistas extranjeros, por lo que de tal manera que en sus vallas se muestran solo lo que ya conocemos, queremos agregar un elemento que aporta de tal manera a incentivar a que esta provincia sea visitada, con vallas innovadoras que capten su atención. Considerando que no se ha puesto en investigación una propuesta que resuelva el problema, la relevancia social es la particularidad de estas vallas polifuncionales que son útiles para turistas locales y externos.
- **Implicaciones prácticas:** Ayuda a resolver el convencionalismo que podemos encontrar en cuanto a las vallas publicitarias que se muestran o carecen durante nuestro paso por Chimborazo, por lo que se mostrará el diseño preestablecido para todas las zonas en donde se pretende colocar a un futuro, con variaciones en su mensaje e icono que quiere representar.
- **Valor teórico:** Actualización del conocimiento teórico de datos bibliográficos sobre nuestras variables que son las vallas polifuncionales y la provincia de Chimborazo, complementando con la argumentación de los datos.
- **Utilidad metodológica:** Dentro del desarrollo de investigación se requerirá elaborar fichas de observación para determinar los elementos más importantes, fundamentados en elementos actuales, en base también a encuesta para poder sustentar su funcionalidad e innovación que es lo que se pretende.

1.3 Objetivos:

1.3.1 General

- Diseñar vallas que generen interacción con los turistas sobre los sitios potenciales de los cantones de Chimborazo.

1.3.2 Específicos

- Determinar los referentes teóricos y metodológicos para el diseño de vallas, en la promoción y difusión de los sitios potenciales
- Diagnosticar el estado actual del impacto de las vallas publicitarias en los turistas que visiten los cantones de Chimborazo y su funcionalidad las 24 horas.
- Determinar los componentes de las vallas estructurales que promuevan la difusión de los servicios que ofrecen los cantones, con ayuda de iconos representativos.

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1 Definición de vallas polifuncionales

Las vallas polifuncionales se las determina como vallas que cumplen varias funciones dentro de la misma estructura o ya sea este diseño, en el cual su propósito es funcional durante las veinticuatro horas al día, las estructuras no solamente suelen ser utilizadas para sostener publicidad, ya sea esta de lona, o acrílico, sino que también se implementan servicios adicionales, ya sean estos datos relevantes de la zona en donde se ubican, entretenimiento u otros aspectos referentes al contenido. Su objetivo es generar una mayor interacción con su público objetivo.

Estas vallas podrían ganar popularidad al ser una nueva estrategia de marketing, debido a la capacidad de atención que puede recibir durante el día a día en las rutas, ofreciendo una experiencia para interactiva, estas pueden llevar elementos complementarios como: luces led, paneles de sensores o paneles solares que sirvan para que sean visibles durante la noche o en la lluvia.

2.2 Medio publicitario

Los medios publicitarios también conocidos como canales o plataformas, se las ocupa para poder llegar al público objetivo con mensajes, ya sean estos de servicios o marcas. Los cuales forman parte de un conjunto de medios como: impresos, digitales o audiovisuales.

2.3 Tipo de medio

2.3.1 Medios impresos:

Los medios impresos incluyen periódicos, revistas, folletos, carteles, vallas publicitarias, volantes y otros materiales impresos. Estos medios permiten la difusión de anuncios a través de textos, imágenes y diseños visuales. Los medios impresos suelen tener un alcance local o regional, pero algunos, como las revistas y los periódicos de alcance nacional, pueden llegar a una audiencia más amplia. Además, los medios impresos a menudo tienen una duración más larga, lo que permite a los lectores revisar el contenido en varias ocasiones.

2.3.2 Medios audiovisuales:

Entre los medios audiovisuales podemos encontrar a la televisión, el cine, la radio y el video, así como la publicidad en internet. Los anuncios televisivos y cinematográficos tienen la capacidad de alcanzar una amplia audiencia y pueden integrar imágenes en movimiento, audio, melodías y efectos visuales para elaborar campañas impactantes y con gran carga

emocional. Por otro lado, la radio se apoya en sonidos y música para comunicar mensajes publicitarios.

El surgimiento de la web, la publicidad en línea se ha vuelto mucho más popular en sitios como: YouTube, Facebook, Instagram, entre otras plataformas sociales.

2.3.3 Medios digitales:

Se los conoce, como los sitios web, redes sociales, blogs ayudan a difundir por medio de la internet varios anuncios a propagandas, de esta forma es más fácil analizar el alcance por medio de las mismas funciones de visualizaciones.

2.3.4 Medios exteriores:

Los medios exteriores están visibles en espacios públicos ya sean estos como los carteles publicitarios, anuncios en medios de transporte, señalética vial y mobiliario urbano.

La ventaja de estos canales es que tiene la capacidad de alcanzar a una gran audiencia y captar el interés de los habitantes de la localidad. Las innovaciones tecnológicas han dado lugar a pantallas publicitarias electrónicas que son capaces de presentar información en movimiento y renovarse con regularidad.

Figura 1 Medios Exteriores



Fuente: https://espanol.radio.cz/sites/default/files/styles/cro_16x9_tablet/public/images/billboard1_0.jpg?itok=YrP-yjbH×tamp=1693909130 Por: Barbora Němcová

2.3.5 Medios patrocinados:

Los medios patrocinados son aquellos en los que una empresa o marca paga para tener una presencia publicitaria en un medio editorial o de entretenimiento. Estos pueden incluir la colocación de productos en películas o programas de televisión, patrocinio de eventos deportivos o culturales, y colaboraciones con influenciadores o celebridades para promocionar productos o servicios.

2.4 Teorías de la publicidad:

2.4.1 Teoría de la persuasión publicitaria:

La teoría de la persuasión publicitaria, propuesta por McGuire, se centra en la capacidad de la publicidad para influir en las actitudes, creencias y comportamientos de los consumidores. En el caso de las vallas polifuncionales, la combinación de elementos visuales atractivos, mensajes persuasivos y funciones adicionales genera un mayor impacto en el público objetivo. Al proporcionar utilidades prácticas o entretenimiento, estas vallas pueden captar la atención de manera más efectiva y persuadir a los consumidores a tener una actitud favorable hacia la marca o producto promocionado.

“La publicidad persuasiva se fundamenta en que la noción de que tiene la capacidad de influir en las actitudes que pueden llegar a captar más la atención del público, creencias y comportamientos de los consumidores”. (McGuire,1985).

2.4.2 Teoría de la comunicación publicitaria:

Se enfoca en la interacción que ocurre entre los anunciantes y el público, mediante mensajes publicitarios. Se sostiene como una comunicación que funcione de manera correcta y se lleve a cabo una transmisión efectiva de un mensaje y asegura que el receptor lo entienda. Integran componentes visuales atractivos, datos de interés y diversión para formar una experiencia agradable más interactiva que logre llegar a su memoria y se grave el mensaje comercial.

2.5 Funciones de las vallas polifuncionales:

2.5.1 Información útil y servicios adicionales:

Los anuncios publicitarios polivalentes pueden ofrecer datos valiosos y servicios extras que son de ayuda para quienes pasan por allí. Estas funciones adicionales superan la simple publicidad y buscan ofrecer entregas en la ciudad o datos relevantes para enriquecer la experiencia de la comunidad.

“Los paneles publicitarios generales pueden ofrecer a los peatones datos valiosos y servicios complementarios, como guías de la urbe, horarios de transporte colectivo, pronósticos del tiempo, noticias relevantes, entre otros. Estas características extras contribuyen a captar el interés y generar mayor utilidad para el público, aumentando de este modo la efectividad de la promoción”.(Vanden, 2010).

2.5.2 Experiencia interactiva:

Para poder lograr una experiencia interactiva en el usuario es necesario agregar elementos que nos ayuden a que genere atención en nuestro diseño, en este caso se pueden añadir

relatos, figuras, imágenes o incluso otro tipo de interacciones como ya sean estas luces, sonidos ambientales o incluso efectos por medio de agua, viento, entre otros más.

2.6 Impacto de las vallas polifuncionales:

2.6.1 Mejora de la imagen de marca y percepción del producto:

Se las puede vincular como valores positivos con respecto a la creatividad, funcionalidad o ya sea del apoyo comunitario, mostrando su valor añadido. De esta manera se puede fortalecer la imagen de la marca que queremos que se de a conocer o una meta en específico que queramos lograr con nuestras vallas.

2.7 Tipos de Vallas

2.7.1 Valla de ocho paños.

Esta valla está compuesta como su propio nombre lo indica, de ocho impresiones del diseño final que, encoladas y unidas sobre un panel, llegan a formar el mensaje completo.

Figura 2 Valla de ocho paños



Fuente: <https://www.letterosenaceroinoxidable.site/wp-content/uploads/Vallas-de-ocho-panos.jpg> **Por:** Letters

2.7.2 Vallas monoposte:

El concepto de la valla publicitaria monoposte radica en su capacidad para destacar un mensaje publicitario de manera prominente y visible. Estas vallas suelen tener un tamaño considerable y están ubicadas estratégicamente para captar la atención del público objetivo. Por lo general, están fabricadas con materiales duraderos y resistentes a la intemperie para garantizar su visibilidad y efectividad a lo largo del tiempo. Sin embargo, estas se las encuentra por lo general en zonas transitadas amplias como es las carreteras.

Figura 3 Vallas monoposte



Fuente: https://www.pypmedios.com/images/Noticias_2022/valla-monoposte.jpg **Por:** PPMedios

2.7.3 Vallas biposte:

Se basa en su capacidad para destacar un mensaje publicitario de manera prominente y visible. Al tener dos postes, esta estructura proporciona una mayor estabilidad y resistencia, lo que la hace adecuada para soportar carteles de mayor tamaño o en áreas con condiciones climáticas adversas.

Figura 4 Valla biposte



Fuente: https://www.pypmedios.com/images/Noticias_2022/valla-biposte.jfif **Por:** PPMedios

2.7.4 Vallas iluminadas:

Son las que se enfocan en aumentar la visibilidad y la efectividad de los mensajes publicitarios. Al incorporar luces brillantes, ya sea a través de luces LED, neón u otros

sistemas de iluminación, estas vallas destacan entre su entorno, atrayendo la atención de los transeúntes y conductores. Esto las convierte en una herramienta publicitaria poderosa para promover productos, servicios o eventos, especialmente en áreas de alto tráfico donde la competencia por la atención del público es alta.

Figura 5 Valla iluminada



Fuente: <https://www.letterosenaceroinoxidable.site/wp-content/uploads/Vallas-con-iluminacion.jpg> **Por:** Letters

2.7.5 Vallas dinámicas:

Se trata de vallas que contiene un rollo de anuncios que van rotando, sin duda esto va rotando en un lapso determinado. Así de esta manera se puede colocar varios anuncios y así abarcar más publicidad en una sola valla.

Figura 6 Valla dinámica



Fuente: https://www.rotapanel.es/fileadmin/user_upload/Hoofdslider-rotapanel-2.jpg **Por:** Rotapanel

2.7.6 Vallas bajas:

Estas como su nombre son las que van al ras de suelo. Es el caso, por ejemplo, de las vallas de publicidad que se ven en estadios, canchas rodeando el campo o ya sean las que se muestran durante los circuitos de ciclistas o competencias. El propósito principal de las vallas bajas es proporcionar una forma efectiva de comunicar mensajes publicitarios en entornos donde las vallas tradicionales pueden no ser viables debido a restricciones de altura

o regulaciones locales. Además, su perfil más bajo puede integrarse mejor en entornos urbanos y paisajes naturales sin obstruir la vista o interferir con la estética del entorno.

Figura 7 Valla baja

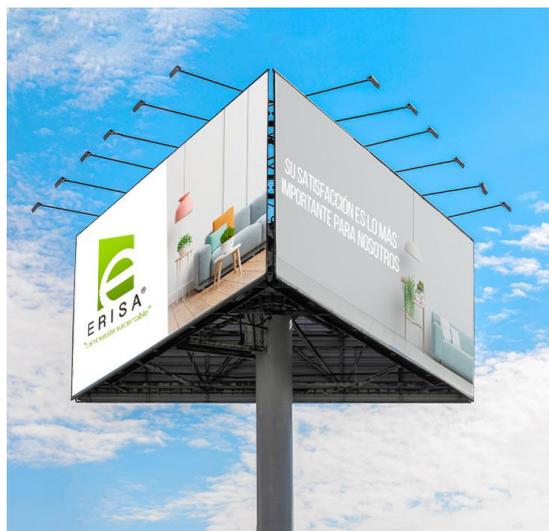


Fuente: https://www.pypmedios.com/images/Noticias_2022/vallas-bajas.jpg Por: PPMedios

2.7.7 Vallas poliédricas:

La principal característica distintiva de las vallas publicitarias poliédricas es su capacidad para exhibir múltiples mensajes o imágenes simultáneamente, lo que las hace ideales para ubicaciones con alto tráfico y visibilidad desde múltiples direcciones. Estas vallas pueden girar o cambiar automáticamente porque es normal que lleven un motor incorporado y así se puede mostrar varios paneles de contenido publicitario, lo que les permite adaptarse a diferentes audiencias y maximizar su efectividad en la promoción de productos, servicios o eventos.

Figura 8 Valla poliédrica



Fuente: https://www.pypmedios.com/images/Noticias_2022/vallas-poliedricas.jpg Por: PPMedios

2.7.8 Vallas digitales:

Las vallas digitales son paneles publicitarios que utilizan tecnología LED o pantallas de alta resolución para mostrar contenido publicitario en formato digital. Según Vanden (2010), las vallas digitales permiten una mayor flexibilidad en la gestión de contenido y la segmentación de audiencia, ya que pueden mostrar anuncios en tiempo real y adaptarlos a diferentes momentos del día.

Figura 9 Valla digital



Fuente: https://www.pypmedios.com/images/Noticias_2022/vallas-digitales.jpg Por: PPMedios

2.7.9 Vallas interactivas:

Las vallas interactivas, como señala Dinnie (2008), son paneles que permiten la interacción directa del público con el contenido publicitario. Pueden incluir pantallas táctiles, sensores de movimiento o tecnología de realidad aumentada para brindar experiencias inmersivas y atractivas. Estas vallas fomentan la participación del público y generan un mayor impacto y recordación de la marca.

Figura 10 Valla interactiva



Fuente:

https://blogger.googleusercontent.com/img/b/R29vZ2xl/AVvXsEj5eOjBG_WClzfsIhD0kyqzmNqf3LNgJt20ZrArbb_AF9ADyOT9WYa7qaY7MLh1_Omq7uBd7q5143v1FqJaNUGrtpFuQEJj3Yar00W6qDteO3goVrJAqxDXAo74Jj1ZJIVVbh3cXk1-fhs/s400/vallas-interactivas.jpg Por: Pixel Creativo

2.7.10 Vallas 3D:

Este tipo de vallas publicitarias se caracterizan por su diseño tridimensional y su apariencia escultórica. Según Belch y Belch (2009), las vallas 3D llaman la atención debido a su aspecto único y creativo, creando un impacto visual memorable en el público objetivo.

Figura 11 Valla 3D



Fuente: <https://visualgroupperu.com/wp-content/uploads/2020/03/3D.jpg> Por: Marketing

2.7.11 Vallas móviles:

Las vallas móviles se refieren a paneles publicitarios montados en vehículos, como camiones o remolques, que circulan por las calles y áreas concurridas. Este tipo de vallas permite alcanzar diferentes ubicaciones y llegar a una audiencia más amplia. Según Kotler y Armstrong (2012), las vallas móviles son una forma efectiva de publicidad exterior, ya que pueden adaptarse a diferentes eventos y áreas específicas para maximizar la visibilidad y el impacto publicitario.

Figura 12 Vallas móviles



Fuente: https://www.pypmedios.com/images/Noticias_2022/vallas-digitales.jpg Por:PPMedios

2.8 Materiales para vallas

2.8.1 Contenido de la valla:

Papel: Este es el recurso más empleado para la impresión de anuncios en vallas. Como mencionamos anteriormente, se usan 8 paneles que conforman un cartel de 8 x 3 metros. Normalmente, el peso es de 120 gramos, lo que implica que se trata de un material robusto y fuerte, apto para soportar diversas condiciones climáticas, lo cual es fundamental, puesto que la mayoría de los anuncios se colocan en exteriores.

Vinilo: Las dimensiones que se recomienda para trabajar con este material es de: ocho por tres, de hecho, es el material más utilizado para las vallas de exterior por su resistencia y durabilidad, ya que su vida útil proporciona una mejor inversión, ya que así no requiere de un mantenimiento frecuente.

Tela: Este se realiza de alambre galvanizado de hierro y que tienen la ventaja de que resultan muy económicas.

Acrílico: Se ha convertido en uno de los materiales más demandados porque ofrece una larga lista de beneficios tales como es: peso ligero, gran resistencia frente a las condiciones climáticas, como la corrosión, y da la apertura a ser completamente personalizada sin tener limitantes.

Lona: Es uno de los materiales baratos, la cual se puede hacer uso en interiores y exteriores, se caracteriza por su excelente resistencia.

Latón: Su característica principal es tener un acabado elegante, profesional y sofisticado.

2.8.2 Estructura:

Acero galvanizado: Iniciamos con uno de los materiales más utilizados debido a su sólida naturaleza y larga vida útil. El proceso de galvanizado resguarda la cerca de los efectos dañinos del clima, incrementando la durabilidad de la valla. Los paneles de malla soldada utilizan este material y son el tipo de cercado que se observa en parques, áreas de piscina, escuelas, centros de salud y otras instalaciones públicas. A veces se le conoce como tipo Hércules, dado que se trata de un cercado extremadamente sólido, fuerte y seguro. Su único inconveniente podría ser el diseño, ya que resulta algo tradicional.

Aluminio: El aluminio es el material más común para la fabricación de vallas y el más usado en la industria, ya sea esta en pública o privada, por su fácil mantenimiento y su excelente resistencia a los cambios climáticos, lo que la hace un material ideal para que no sea fácil de que se oxide con el paso de los días.

Chapa perforada: Este material es muy frecuente para las vallas de hogar o empresas, al ser pesado y muy resistente garantiza una estructura firme y densa para exteriores.

Acero inoxidable: El acero inoxidable al ser una mezcla de hierro y cierta parte de cromo, se la caracteriza por ser ideal para evitar la corrosión frente a los cambios climáticos a los cuales se la expone, ya sea esta torrenciales lluvias o gran radiación solar.

2.9 ¿Qué es la interacción?

Se define como " un procedimiento donde varias entidades comparten datos y contestan entre ellas, de tal manera que sus actividades están alineadas y se afectan recíprocamente". (Smith, 2015)

2.9.1 ¿Qué es la interacción en los procesos de comunicación social?

La comunicación social se expresa en múltiples formas y niveles, que oscilan entre la interacción verbal y no verbal hasta las que son propiciadas por dispositivos tecnológicos.

2.9.2 ¿Cómo se puede generar la interacción con las vallas?

Se puede lograr la interacción por medio y una combinación en su diseño ya sea este atractivo ya agradable a la vista, colocado una ubicación estratégica y de alto impacto, y así mismo mostrando un contenido relevante y curioso para quienes lo observan.

2.10 Provincia de Chimborazo

2.10.1 Historia:

Riobamba se fundó un día 15 de agosto en 1534 por Diego de Almagro, en la antigua llamada Ciudad de Liribamba. Fue la primera ciudad fundada por españoles en aquel tiempo. Durante la época colonial fue muy prospera, pero no fue sino hasta un 4 de febrero de 1797 que un terremoto acabo con todo lo que era dicha ciudad. Se dice que este lugar es uno de los más ricos en historia, además aún conserva parte del Qhapaq Ñan y del Camino del Inca, que era la cuna del pueblo Puruhá. Durante el período de la conquista española se dio lugar a las primeras fundaciones de Quito y Guayaquil, en Riobamba su capital nació la República del Ecuador un 11 de septiembre de 1830. Además, se encuentra la ruta del ferrocarril, algo que con lo que como ecuatorianos nos enorgullece, también es conocido como el “Tren más difícil del mundo” por su ascenso y descenso. La interculturalidad se puede vivir en todos los rincones de esta tierra, generando expresiones únicas como: culturales, religiosas y materiales como los Carnavales, Semana Santa, el día de los Difuntos, los Pases del niño Jesús y del Rey de Reyes, así como los 4 Raymis, expresiones propias y sincretismo. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A. , 2024)

Figura 13 Paisaje de la provincia de Chimborazo



Fuente: <https://www.facebook.com/359490914137939/photos/a.611480072272354/986006411486383/?type=3> **Por:** Ruth Is

2.10.2 Cantones de la provincia:

La provincia de Chimborazo cuenta con 10 cantones: Guano, Penipe, Chambo, Colta, Riobamba, Guamote, Pallatanga, Cumandá, Alausí, Chunchí.

Figura 14 Cantones de la provincia de Chimborazo



Fuente: https://www.familysearch.org/es/wiki/Chimborazo,_Ecuador_-_Genealog%C3%ADa **Por:** FamilySerch

2.10.3 Habitantes:

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos menciona que: en el Ecuador se pudo conocer los resultados del 8vo. Censo de Población y 7mo. de Vivienda, que contó a 471.933 personas en la provincia de Chimborazo y dio como resultado que en esta provincia predomina la cantidad de mujeres 137.394 (52,7%) sobre los hombres 123.488 (47,3%). De los 5.188.402 de hogares a nivel nacional, 149.393 corresponden a Chimborazo. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023)

2.10.4 Clima:

“El clima varía según la altura, que oscila entre los 1.000 y 4.000 metros sobre el nivel del mar con temperaturas que van desde los 6 a los 20 grados centígrados. La temperatura promedio es de 13 grados centígrados.” (Ministerio de Turismo, 2022)

2.10.5 Tamaño:

“Ocupa un territorio de unos 5.287 km², siendo la décima séptima provincia del país por su extensión. Se encuentra en el límite con Tungurahua al norte, al sur con Cañar, por el occidente con Bolívar, al sureste con Guayas y al este con Morona Santiago.” (iWanaTrip, 2023)

2.10.6 Bandera:

“La bandera de la Provincia de Chimborazo que será el símbolo de sus glorias y sus lauros. Lleva dos colores característicos: azul que denota hermosura, claridad y lealtad; y rojo significa ardidez, alteza, fortaleza, vencimiento con sangre, se reparten en dos franjas horizontales iguales. Dado en la Sala de Sesiones del Consejo Provincial de Chimborazo a los treinta días del mes de junio de 1960.”(Juanpach,2013, p.1)

Figura 15 Bandera de Chimborazo



Fuente: https://www.ecured.cu/Provincia_de_Chimborazo#/media/File:Bandera_Prov%C3%ADncia_Chimborazo.svg.png Por: Yanna

2.10.7 Escudo:

Las figuras que son representativas naturales son el Chimborazo y el Altar que hace referencia a nuestros paisajes. La aureola policromada representa la belleza y la paz de nuestro cielo. Se encuentran diez estrellas engastadas en la aureola que simbolizan a los diez cantones de Chimborazo. La franja horizontal decorada con motivos puruhaes representan a la historia de la provincia de Chimborazo. El piñón y las fábricas en forma estilizada significan el trabajo y la industria. La gavilla representa la riqueza agrícola del suelo. La lira y la antorcha que se dividen en cuarteles el Escudo y se levantan a la altura de los montes para confundir su luz fulgurante en la aureola policromada del cielo, representa a nuestros poetas y al progreso. Los colores que predominan en el Escudo son: rojo que simboliza la ardidez, alteza, fortaleza, vencimiento con sangre; y el azul que denota hermosura, claridad y lealtad” (Digvas, 2018)

Figura 16 Escudo de Chimborazo



Fuente: <https://digvas.wordpress.com/2018/04/02/la-artista-que-creo-el-escudo-de-chimborazo/> Por: Rosa Angélica Fernández

Figura 17 Escudo de Chimborazo



Fuente: https://www.ecured.cu/Provincia_de_Chimborazo#/media/File:Ecudo_de_chimborazo.jpg Por: Yanna

2.10.8 Atractivos turísticos:

2.10.8.1 Guano

Guano se caracteriza por ser el centro artesanal que trabaja con lana. Su especialidad es la elaboración de alfombras. Algunos de los lugares culturales que ofrece este cantón son los siguientes: La Momia de Guano Identificado como el misionero Fray Lázaro de Santofimia, la momia ha sido centro de varias investigaciones internacionales, las ruinas del Monasterio de la Asunción, la iglesia Santa Teresita,

la Inmaculada, la colina de Lluishig Formación rocosa de origen volcánico, el último hielero se encuentra en el museo municipal, la laguna valle hermoso, la cascada del cóndor, la estación del tren de Urbina, la reserva de producción de fauna Chimborazo, el coloso de los Andes, el teleférico llamado el crucero del amor. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A., 2024)

2.10.8.2 Penipe

“El clima de Penipe es 13 a 15 °C. Es uno de los territorios que cuenta con bellezas naturales como el nevado Altar. Su gastronomía son las tortillas hechas en piedra, rellenas con queso de la zona, además se enriquecen con sus tradiciones con el personaje del Animero, recorre las 59 esquinas del pueblo llamando almas en el día de los Difuntos”. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A. , 2024)

“En la caldera del extinto volcán se encuentra la laguna amarilla, que presenta la coloración que le da el nombre a raíz de los minerales disueltos en sus aguas. En este cantón también se encuentra el volcán Tungurahua”. (Go Raymi, 2024)

2.10.8.3 Chambo

Su clima es templado, va desde 14 a 15°C. Esta ubicado al noroeste de la provincia a las faldas de las elevaciones naturales Quilimas y Cubillines de la Cordillera Oriental. El atractivo más representativo es la montaña de los Cubillines que forman parte del parque nacional Sangay, que se caracteriza por las montañas de gran altitud donde sobresalen picos con sus cumbres nevadas. También se encuentran las aguas termales de Aguayllanchi se encuentran en los depósitos aluviales del río Timbul de origen volcánico, ricas en minerales como azufre, calcio y magnesio lo que les atribuye propiedades curativas o terapéuticas. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A. , 2024)

2.10.8.4 Colta

El clima de Colta es de 6 a 20 °C, se encuentra ubicado en la parte noroccidental. En lo que fue la antigua ciudad de Riobamba, Colta cuenta con diferentes atractivos turísticos como: ruinas de la antigua ciudad de Riobamba, primera iglesia católica del Ecuador, ruta de las iglesias, páramos, cascadas, laguna de Colta, complejo Turístico Cunucpogyo, Volcán Tungurahuilla, Chorrera Cóndor Puñuna, Iglesia de Balbanera, Ruinas de la Antigua ciudad de Riobamba, Ruta de las Iglesias, Páramos de Navag, Casa del Sabio Pedro Vicente Maldonado, la primera ciudad colonial Santiago de Quito, turismo Comunitario, Orquideario Sisa. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A. , 2024)

2.10.8.5 Riobamba

La antigua capital del Ecuador se la conoce como la Sultana de los Andes y se encuentra rodeada de varios nevados, entre ellos el Chimborazo que se encuentra a 6.310 msnm. Cuenta con varias zonas arquitectónicas coloniales, consideradas patrimonio cultural entre esas se encuentran las siguientes: el parque Pedro Vicente Maldonado es uno de los lugares preferidos por los visitantes. Otros puntos de interés son el museo didáctico de Ciencias Naturales del Colegio Maldonado, el museo de arte religioso del convento de la Concepción, el museo del Banco Central, la Catedral, la iglesia de San Antonio, la Basílica y La Merced. (Guambo, 2014)

2.10.8.6 Guamote

El clima de Guamote es de 13 a 18 °C, con edificaciones antiguas y producción de artesanías en lana y cabuya. En este cantón se puede disfrutar de verdes montañas en donde se aprecian los sembríos de quinua, papas y otros productos locales que se venden en una feria los días jueves y se encuentra una explosión de colores en todas sus tonalidades. Entre los sitios que se pueden visitar son: Lagunas de Atillo, estación del tren, el Señor de las Misericordias en Palmira. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A. , 2024)

2.10.8.7 Pallatanga

El clima de Pallatanga es de 18 a 21 °C. Sus once cascadas que brotan de las montañas altas que rodean al cantón y desembocan en ríos que ofrecen una relativa calma y energía. Su principal atractivo son los ambientes y pisos climáticos que existen en dicho lugar. También cuenta con lugares vacacionales que permiten apreciar la belleza de sus paisajes, así como también son considerados uno de los principales productores agrícolas de la provincia. Es un hermoso destino turístico de clima subtropical, que pasa por cascadas, miradores naturales, bosques y zonas de páramo. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A., 2024)

2.10.8.8 Cumandá

El clima de Cumandá es de 18 a 26 °C. Los ríos Chimbo y Chanchán, permiten que se pueda realizar deportes acuáticos. Su principal atractivo turístico es el Bosque Primario de Chilicay, muy propicio al avistamiento de aves. La diversidad de microclimas del cantón la convierten en una de las zonas más biodiversas del país, gracias a su privilegiada ubicación entre sierra y costa. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A., 2024)

2.10.8.9 Alausí

Alausí, es un cantón con profundos contrastes que encierran todos los climas y paisajes. Debido a su colorida belleza fue declarado patrimonio cultural del Ecuador. Además, cuenta con el sitio turístico conocidos como “Nariz del Diablo” con una obra monumental y una arquitectura en la vía férrea, siendo uno de los atractivos más visitados por los turistas. Entre los sitios turísticos encontramos: el centro histórico de la ciudad, mirador natural de la loma de Lluglli, plaza Eloy Alfaro, realizar un recorrido por la tienda del Tren y tienda artesanal donde podrá encontrar diferente clase de artesanías. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A., 2024)

2.10.8.10 Chunchí

El clima de Chunchi es de 4 a 21 °C. Para quienes gustan de la caza deportiva, Chunchi ofrece grandes posibilidades. En Piñancay se cultivan árboles frutales de clima tropical. En algunos sitios se conserva el bosque andino y en el páramo aún subsisten lobos, zorros, conejos, venados, entre otras especies. Sus principales atractivos turísticos son: la cascada de Espíndola, el Puñay y el páramo de Chunchi el cual posee senderos para caminatas y deportes en bicicletas. Dentro de los principales atractivos turísticos de este hermoso cantón resaltan el bosque nativo Bacúm. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A., 2024)

2.10.9 Iconos representativos de los cantones de la provincia

2.10.9.1 ¿Qué es un icono?

Se lo conoce como icono a las abstracciones de objetos que son parte de la identidad visual de un programa del cual se puede transmitir un significado de los usuarios lo cual se convierten en también llamados pictogramas.

Signos visuales que representan una idea, un objeto o una acción. Hay distintos tipos de íconos según su forma, su función y el lugar donde aparecen. Hay íconos que se encuentran en distintos lugares de la vida cotidiana y que representan un objeto o un concepto.

2.10.9.2 Tipos de iconos

Según su estilo:

Íconos Lineales:

También conocidos como íconos de línea o de contorno, son simples y minimalistas.

Íconos Sólidos:

Conocidos como íconos llenos, tienen un área sólida de color sin contornos definidos, suelen ser más llamativos y con mayor presencia visual.

Íconos de Estilo Plano:

No tienen efectos de profundidad, ya sean estas sombras, gradientes o algún otro efecto que haga que se asemeje al 3D.

Iconos simbólicos:

Se las conoce como iconos que muestran conceptos o ideas simplificados a un símbolo concreto y claro. No se muestran literalmente o explícitamente el objeto que quiere representar, se enfoca en bases culturales, normas o interpretaciones que puede llegar a tener.

Rasgos de los Iconos Simbólicos:

Simplificación:

Son elementos que se han reducido en casi su totalidad, pero sin perder la forma a la cual quieren representar.

Generalidad:

Frecuentemente se crean para ser entendidos de manera global, sin importar el idioma o la cultura.

Conexión Cultural:

Se las puede asociar con sus significados históricos, pero que no pierdan su forma sencilla y fácil de plasmar.

Comprensión:

Necesitan que el observador realice una interpretación fundamentada en experiencias anteriores y conocimientos culturales.

Iconos pictográficos:

Los pictogramas como ya conocemos son elementos que se utilizan en las señaléticas del cotidiano vivir, pues estas representan acciones, objetos o conceptos de una manera fácil de reconocer, por tal motivo son utilizados universalmente, así se logra facilitar la comunicación visual sin necesidad de texto.

Características de los Iconos Pictográficos:

Generalidad:

Buscan ser entendidos por individuos de variadas culturas y lenguas, usando imágenes con significados compartidos y comunes.

Utilidad:

Frecuentemente se utilizan para señalar funciones, orientaciones, o directrices de forma clara y sencilla.

2.10.9.3 Iconos representativos de los cantones de la provincia de Chimborazo

Guano:

Laguna Valle hermoso:

Está ubicada a 200 m. a la izquierda de la carretera en el sentido Guano - Riobamba. Se la conoce por su variedad en cuanto a su vegetación y fauna; además de que su clima sea frío, seco y nublado. Muestra al fondo el Altar, y alrededor se puede mirar un bosque de pinos que rodea la laguna. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A., 2024)

En los bordes de la laguna se pueden observar algas, la cual es la materia prima para la elaboración de artesanías. Alrededor de esta hermosa laguna se encuentra un bosque de pinos en el que resalta una vegetación de tipo arbustiva, dando al lugar un ambiente natural perfecto para poder pasar un momento de tranquilidad en contacto con la naturaleza. Los fines de semana en la mañana, cientos de personas disfrutan del paisaje andino, con su fauna y flora endémica: patos, gansos, patillos, garzas, peces de colores entre otros forman la variopinta gama faunística digna de admirar en Guano. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A., 2024)

Figura 18 Laguna valle hermoso



Fuente: https://img.goraymi.com/2020/12/13/4565b96b14e35d4a978ca0dd872d175e_xl.jpg Por: GoRaymi

Penipe:

Laguna Amarilla:

Está ubicada en el parque nacional Sangay. Es una de las lagunas del nevado Altar, se encuentra dentro del cráter del nevado a 4.150 m s.n.m., se forma por el deshielo del nevado y debido a los minerales su coloración, de allí su nombre "Laguna Amarilla". La formación tiene unos 220 m a 250 m de ancho por 600 m de largo. (

Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba., 2022)

Se puede observar gran cantidad de especies con gran importancia biológica como: puma, venado de cola blanca, chucuri, lobo de páramo, pico espina arcoíris, cóndor andino, que tristemente está en peligro de extinción. En cuanto a la vegetación está dominada por líquenes, musgos y plantas nativas las cuales son mixtas, entre bosque andino poblado por Polylepys, Quishuar y laurel de cera. (Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba., 2022)

Figura 19 Laguna amarilla



Fuente: https://img.goraymi.com/2019/04/25/56ef2b437d2e7c69ee93b435c77392ba_xl.jpg **Por:** Dirección de Gestión de Turismo de GADM Riobamba.

Figura 20 Laguna amarilla



Fuente: https://img.goraymi.com/2018/10/18/8860fa45a0cd7cc93d54b44512a43e30_xl.jpg **Por:** Dirección de Gestión de Turismo de GADM Riobamba.

Chambo:**Nevado Quilimas:**

El paisaje es hermoso, su superficie es bastante irregular y escarpado por lo que alcanzar su Cumbre representa un desafío para los andinistas. Está formado por un conjunto de picachos de roca, ubicados en la cordillera oriental de los Andes, se encuentra dentro de los límites del Parque Nacional Sangay, en la zona de vida páramo pluvial Subalpino, la posición de las rocas y la pendiente irregular que posee hace que la dificultad aumente para ascenderlo por lo que es llamativo para el andinismo, además de su belleza escénica, la aventura y los espectaculares paisajes que se observan mediante el transcurso del recorrido, lo convierten en un potencial destino turístico. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A., 2024)

Figura 21 Nevado Quilimas



Fuente: https://img.goraymi.com/2020/05/14/c0c5de5c082ce118ce35ce4858c02832_xl.jpg Por: GoRaymi

Colta:**Laguna de Colta:**

Laguna de Colta permite realizar varias actividades como: caminatas, fotografía, observación de flora y fauna, observación del paisaje y aventura. Se puede decir que Colta es acogedora, llena de gente amable y con una rica cultura ancestral, brinda a los visitantes nacionales y extranjeros. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A., 2024)

Figura 22 Laguna de Colta



Fuente: https://img.goraymi.com/2018/08/27/005b65ba144072eec54b677a6aa00b91_xl.jpg Por: GoRaymi

Riobamba:

Cerro Cachaway:

Cachaway, que en kichwa significa Cacha que es Valle y Guay que es Casa Grande, que se lo traduce como “Valle Grande”. Nos cuenta la leyenda de que en este lugar se daban encuentros a escondidas entre el príncipe Cacha que era el heredero al reino y su futura esposa. Este sitio según los llamados samanes el sitio era considerado como un centro energético que revitaliza el cuerpo y el alma, ideal para ceremonias y compromisos. (Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba, 2022)

Figura 23 Cerro cachaway



Fuente: https://s1.wklcdn.com/image_197/5912650/97378282/63533647Master.jpg Por: Wikiloc

Guamote:

Dunas de arena:

El desierto tiene dos zonas, la más cercana a la vía panamericana que se la conoce como la de las dunas bajas de Palmira, y la otra zona más lejana a unos quince minutos de trekking, es la de las dunas altas de Galte Laime. El desierto de Palmira tiene una belleza muy particular en la que se contrastan tonos dorados de las dunas, con el verde espeso de los pinos, el añil de los cielos que en los atardeceres se pintan de tonos naranjas, son un poema para los amantes de la naturaleza. Su clima suele ser húmedas y nubladas, pero por las tardes su clima es frío. (Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba., 2022)

Figura 24 Dunas de arena



Fuente: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQX3gNdVpD200ujOg-reI8KWUiuKqLbqUTEWw&w> Por: Dirección de Gestión de Turismo de GADM Riobamba.

Pallatanga:

Bosque protector de Jalubí el Corazón:

Ubicado en la comunidad de Jalubí, es la única área protegida por el cantón, si bien es de dominio privado, es importante destacar que aquí existe diversidad de especies de flora y fauna, como tiumbiles, motilones, arrayán cedro, aliso entre otras; así como torcazas, pavas de monte, osos, entre los más importantes respectivamente; cascadas de encanto que manifiestan en sus aguas la pureza de la naturaleza que refleja pura vida. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A., 2024)

Figura 25 Bosque protector de Jalubí el Corazón



Fuente: https://www.espoch.edu.ec/wp-content/uploads/2024/03/53578110337_8a1159954e_k-1024x683.jpg **Por:** ESPOCH

Cumandá:

Bosque el Nogalero:

En cuanto a su flora el bosque alberga una variedad de especies vegetales, incluyendo árboles de nogal, que son característicos de la región. También se encuentran varias especies florales como el arrayá, el cedro y diferentes tipos de helechos y musgos. La conservación del Bosque el Nogalero es una prioridad para las autoridades locales, así como para las comunidades cercanas. (GAD de Cumandá,2023)

Se promueven prácticas sostenibles de turismo y manejo forestal para proteger su biodiversidad. La comunidad local participa en proyectos de reforestación y monitoreo ambiental para preservar este valioso ecosistema. Además del senderismo y la observación de aves, se pueden realizar actividades como camping en áreas designadas y fotografía de naturaleza. Durante ciertas épocas del año, se organizan eventos culturales y festivales que resaltan la importancia del bosque para la comunidad y promueven la conservación.(GAD de Cumandá,2023)

Figura 26 Bosque el nogalero



Fuente: <https://conciencia.eco/wp-content/uploads/2024/04/Hojas-verdes-brillantes-del-nogal-en-primavera.jpg> **Por:** Conciencia Ecológica.

Alausí:

Nariz del diablo:

La Nariz del diablo, es una roca gigantesca en forma de nariz por cuyas faldas pasa el tren, puntiagudas rocas casi rozan la ventana del tren por un lado y profundos abismos al otro dibujan la ruta de la llamada "Nariz del diablo", acompañada de paisajes donde el sol y las nubes disputan un protagonismo digno de cuentos fantásticos. La mitad en ciertos tramos, el tren recorre la montaña herida que fue dinamitada para hacer esta gran obra, para poder unir la región sierra y costa, llegó el ferrocarril para cortar distancias hoy es un transporte de lujo, es un tren crucero. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A. , 2024)

Se puede observar el camino serpenteante camino, sólidas rocas y sus empinadas montañas obligan al tren a realizar dos veces zigzag en la zona del monte Pistishi, conocido también como Cóndor Puñuna o donde duerme el cóndor, aunque esas majestuosas aves ya no surcan esos aires tras la intervención del hombre. (GoRaymi International TouristicPlatform S.A. , 2024)

Figura 27 Nariz del diablo



Fuente: https://img.goraymi.com/2018/04/09/b1fc6ad1e68176f20d16112b82fcc533_xl.jpg Por: GoRymi

Chunchí:

Cerro Puñay:

Se encuentra a 3.245 metros de altura. Debido al clima frío, los pobladores mencionan que para ingresar es necesario el uso de ropa abrigada y llevar panela. Con un área aproximada a los 440 metros, el lugar constituye la pirámide escalonada más larga del mundo. (Mi Destino Ecuador, 2025)

Para acceder a la Pirámide Escalonada del Puñay, se parte desde el cantón Chunchi por la panamericana sur hasta la comunidad el Tablón donde debe ingresar para llegar a la comunidad Santa Rosa, este trayecto le tomará un tiempo aproximado de treinta minutos. La vista desde el cerro se aprecian atardeceres brillantes, acompañados con los rayos que traspasan la gran llanura del litoral y que le dan tonos y colores únicos. (Mi Destino Ecuador, 2025)

Figura 28 Cerro puñay



Fuente: <https://www.midestinoecuador.com/wp-content/uploads/2021/09/caro-punay02-1024x768.jpeg> Por: Carolina Dávila

2.10.10 Marca Turística:

Figura 29 Marca de la prefectura 2023-2027



“Somos Chimborazo”, es el nombre de la marca turística y productiva que la Prefectura de Chimborazo presentará a la provincia y país, este viernes 10 de septiembre de 2021; esta denominación estará plasmada en cada uno de los artículos elaborados por artesanos, productores y emprendedores chimboracenses, y refleja la identidad y particularidad de cada cantón de la provincia: “los productos elaborados por las hábiles manos de nuestros artesanos, reflejan las identidad de nuestra gente, sus costumbres, tradiciones y su calidad humana” indicó Luisa Ulloa, coordinadora de Gestión Empresarial, Emprendimiento y Comercialización de la Prefectura de Chimborazo. (Diario Regional Los Andes, 2022)

2.10.11 ¿Cuántos turistas al año visitan la provincia de Chimborazo?

Según el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica menciona que: durante el feriado de Carnaval, la Reserva de Producción Faunística Chimborazo y el Parque Nacional Sangay fueron los puntos que recibieron al mayor número de visitantes, esto como resultado positivo del trabajo coordinado entre la Dirección de Chimborazo del Ministerio del Ambiente (MAE), los grupos de artesanos de las comunidades de Pilinguú San Pablo, Chorrera Mirador, Pilinguú Centro y el grupo de guías naturalistas quienes brindaron servicios de calidad a los turistas nacionales y extranjeros. (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2024)

Esta cartera de estado registró, durante los cuatro días de Carnaval, un total de 6 245 turistas nacionales y extranjeros, el 95 % de visitantes corresponden a turistas nacionales y el 5% a turistas extranjeros. Los datos fueron verificados y validados en el Sistema de Información de Biodiversidad (SIB). (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2024)

2.11 Normativas de vallas

Artículo 1. Objetivos y Ámbito de Aplicación: El presente Acuerdo tiene por objetivos administrar y regular, a nivel nacional, la instalación, sustitución, construcción, reconstrucción, exhibición y mantenimiento de todo tipo de publicidad y propaganda, tales como, anuncios, rótulos y vallas

en los caminos a cargo del Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTCP), que será el organismo competente en esta materia, con el propósito de proteger la inversión vial, promover la seguridad de los conductores y usuarios en general, mantener su valor creativo y preservar el paisaje de la contaminación visual.

Artículo 6. Clasificación de la Publicidad y Propaganda: La publicidad comercial y propaganda se clasifica en:

- a. Anuncios: Toda escrito, impreso, imagen generada por medios electrónicos; pintura, emblema, dibujo u otro medio publicitario, cuyo propósito sea hacer una propaganda o llamar la atención hacia un producto, artículo, marca de fábrica o hacia una actividad comercial o negocio, servicio, recreación, profesión u ocupación domiciliaria que se ofrece indiferentemente del área.
- b. Rótulos: Toda escrito, impreso, imagen generada por medios eléctricos, pintura, emblema, dibujo u otro medio publicitario, colocado sobre una estructura de cualquier material, cuyo propósito sea llamar la atención sobre algún producto, actividades o servicios que se ofrezcan y cuya área es menor a 15 metros cuadrados.
- c. Vallas: Toda escrito, impreso, imagen generada por medios electrónicos, pintura, emblema, dibujo u otro medio publicitario, colocado sobre una estructura de metal o materiales de igual consistencia, diseñada para hacer publicidad exterior y anunciar productos, actividades o servicios; cuya área es igual o mayor a 15 metros cuadrados.

Artículo 9. Prohibición del Uso de Determinadas Palabras: En los textos de los anuncios, rótulos y vallas destinados a la publicidad y propaganda, no se permitirá el uso de las palabras o frases que tiendan a confundirse con otras técnicamente utilizadas en el material de seguridad vial.

Artículo 11. Licencia: Es el certificado que faculta a una persona natural o jurídica, el uso u ocupación del derecho de vía de los caminos a cargo del MTOP, para colocar rótulos o vallas, durante el periodo de un año, y cuya validez está supeditada al acatamiento de las disposiciones contenidas en el presente Acuerdo; particularmente a la aprobación de la estructura de sustentación y al pago del derecho correspondiente.

La licencia que otorgue el Ministerio previo a la colocación de rótulos o vallas contendrá acorde con el diseño que se apruebe, con numeración para control.

Artículo 12. Autorización de Licencia: Para Otorgar una licencia se requerirá de la autorización de los Directores Provinciales, que para tal efecto recibirán las solicitudes de los propietarios de los medios de publicidad exterior y las dirigirán a sus unidades de conservación para que constaten el fiel cumplimiento de los requisitos establecidos en este Acuerdo.

Artículo 13. Costo de Licencia: Las unidades de conservación cobraran un valor por la licencia. En tal virtud, el costo de las licencias para rótulos y

vallas se categoriza de acuerdo con su zonificación y área, de la siguiente manera.

- a. Tipo I: Los rótulos y vallas colocados en la vía hasta 5 km a partir de la limitación urbana de las ciudades o de las poblaciones.
- b. Tipo II: Los rótulos y vallas colocados entre los 5 km y los 10 km a partir de la limitación urbana de las ciudades o de las poblaciones.

El costo del metro cuadrado de la publicidad se regira de acuerdo a la siguiente tabla:

Categoria según Ubicación	Valor a Cobrar por metro Cuadrado (En Dólares)	
	Rótulos	Vallas
Tipo I	30	35
Tipo II	25	30
Tipo III	20	25

Tabla 1 Costo del metro cuadrado de la publicidad

Artículo 28. Lineamientos Obligatorios para la Instalación de Vallas: La instalación, altura, distancia, medida y visibilidad de las vallas se regira por los siguientes lineamientos, tomando como punto de partida la velocidad permitida en las diferentes vías públicas terrestres del país:

- a. En las carreteras en las que el límite de velocidad permitido sea de 90 kilómetros por hora, se autoriza la instalación de vallas con un area de 80 metros cuadrados como máximo, con una separación de 1.000 metros de distancia entre una y otra en un solo sentido de vía. El borde exterior de la valla debera estar a una distancia mínima de 8 metros del borde exterior de la cuneta de la vía.

Estas vallas deberan tener un ángulo de visibilidad aproximada de 20 grados sobre el eje de ella y estar colocadas a una altura mínima de 18 metros sobre el nivel de la calzada. Además no podran invadir el derecho de vía de los caminos a cargo del MTOP ya sea en formas terrestre o aérea, por lo que la base de la estructura que soporta el anuncio debera estar ubicada en su totalidad dentro de la propiedad privada, con la autorización del propietario. En casos de estructuras en V, cuando estas sean instaladas en vías de dos sentidos o más en contario, se prohíbe la instalacion de otra valla enfrente de esta y por lo tanto, para la colocación de otra valla publicitaria se debera respetar, de igual manera, los docientos cincuenta metros de separación entre ellas.

- b. En el caso de autopistas en las que el limite de velocidad permitido sea mayor a los 90 kilómetros, con una separacion de 1.200 metros de distancia entre una y otra, en un solo sentido de vía. El bode exterior de

la valla debera estar a una distancia mínima de 6 metros del borde exterior de la cuneta de la vía. El angulo de visibilidad y los demas lineamientos obligatorios son iguales a los requeridos para carreteras cuya velocidad máxima es de 90 kilómetros por hora.

Artículo 29. Otros Criterios Técnicos Aplicables para la Instalación de Vallas: Las vallas frente a carreteras podrán instalarse en cualquiera de las siguientes disposiciones: individuales o 2 en V (tandem horizontal o vertical), con un rótulo por cara o en doble tandem (4 en V) con dos vallas por cara. Independientemente del anuncio que se coloque en una valla, únicamente se permitirá un máximo de diez palabras por valla. (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2012)

2.12 Normas INEN

REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 004 SEÑALIZACIÓN VIAL. PARTE 1: SEÑALIZACIÓN VERTICAL

1. OBJETO

- 1.1** Este reglamento establece los requisitos que deben cumplir los dispositivos de control de tránsito y los principios para su uso, promover la seguridad y eficiencia en las vías a través del movimiento ordenado de todos los usuarios viales en todo el país.
- 1.2** Los dispositivos de control de tránsito informan a los usuarios de las regulaciones y dan prevención y guías necesarias para la operación segura, uniforme y eficiente de todos los elementos del flujo de tránsito.

2. ALCANCE

- 2.1** Este reglamento contiene los principios básicos que determinan el diseño y uso de los dispositivos de control de tránsito en todas las calles, avenidas y carreteras abiertas al público. El texto de este reglamento especifica el uso correcto de cada selección y aplicación de cada dispositivo.

3. DEFINICIONES

- 3.1** Para los efectos de este Reglamento Técnico, a más de las que se encuentran estipuladas en el Reglamento General para la Aplicación de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, se adoptan las siguientes definiciones.

- 3.1.1** *Ancho libre.* Distancia horizontal en la calzada entre obstáculos laterales que limita el ancho máximo para el tránsito de vehículos.
- 3.1.2** *Bordillos semi-montables.* Son bordillos diseñados para que sean montados por los vehículos y minimizar la posibilidad de que ocurra un accidente, estos en casos de emergencia o en circunstancias especiales pueden ser montados por los vehículos; deben ser utilizados en todas las intersecciones, parterres, islas de tráfico. También, pueden ser utilizados a lo largo de senderos peatonales y ciclo vías. El objeto de estos bordillos es para evitar el impacto brusco del vehículo en caso de maniobra eventual inadecuada.
- 3.1.2.1** *Bordillos montables.* **Son bordillos diseñados para que sean montados por los vehículos que circulan a través de redondeles con radios pequeños.**
- 3.1.3** *Camino.* Vía pública rural usada para el tránsito general, con exclusión de las vías férreas.
- 3.1.4** *Carril contra flujo.* Un carril que opera en dirección opuesta al flujo normal de tráfico. Los carriles contra flujo están usualmente separados de los carriles de flujo normal, por postes plásticos, barreras móviles o permanentes, y/o conos.
- 3.1.5** *Carril de vehículo de alta ocupación VAO.* Carril preferencial designado para uso exclusivo de vehículos livianos de alta ocupación.
- 3.1.6** *Cruce regulado.* Intersección controlada por semáforo o señales de tránsito.
- 3.1.7** *Cuadra.* Espacio de una calle comprendido entre dos esquinas; lado de una manzana.
- 3.1.8** *Cunetas de coronación.* Las que se construyen cercanas al borde superior de los taludes de corte.
- 3.1.9** *Desregularización.* Acto administrativo que cambia el carácter de una norma obligatoria a norma voluntaria. También puede significar la derogatoria de un Reglamento Técnico o de un procedimiento de Evaluación de Conformidad.
- 3.1.10** *Dispositivo de control de tránsito.* Es cualquier señal horizontal o vertical semáforo u otro elemento instalado por una autoridad pública que tiene jurisdicción, con el propósito de regular, prevenir o guiar a los usuarios viales.
- 3.1.11** *Línea de ceda el paso.* Señal en las calzadas antes de las intersecciones para indicar a los conductores el sitio donde deben detenerse si son requeridos, acatando los dispositivos de señalización.
- 3.1.12** *Paso elevado.* Cruces peatonales, vehiculares o ferroviarios que pasan sobre el nivel de las vías.
- 3.1.13** *Paso lateral.* Vía alternativa para evitar el ingreso a una zona poblada.
- 3.1.14** *Proveedor.* Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación,

importación, construcción, distribución, alquileres o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes prestan servicios públicos por delegación o concesión.

- 3.1.15** *Semáforos.* Dispositivos ópticos luminosos para control de tránsito vehicular y peatonal.
- 3.1.16** *Señalización.* Símbolo, palabra o demarcación, horizontal o vertical, sobre la vía, para guiar el tránsito de vehículos y peatones.
- 3.1.17** *Vía.* Zona destinada para la circulación vehicular peatonal.
- 3.1.18** *Vía mayor.* Vía en una intersección que lleva mayor flujo de vehículos.
- 3.1.19** *Vía menor.* Vía en una intersección que lleva un menor flujo de vehículos.
- 3.1.20** *Vía clara.* Tramo o corredor vial donde es prohibido detenerse o estacionarse, excepto el transporte público y taxis. (1library.co, 2025)

Ubicación de señales laterales (Dimensiones en metros)

1. SOPORTE DE POSTE SIMPLE - URBANO

Figura 30 Soporte poste simple

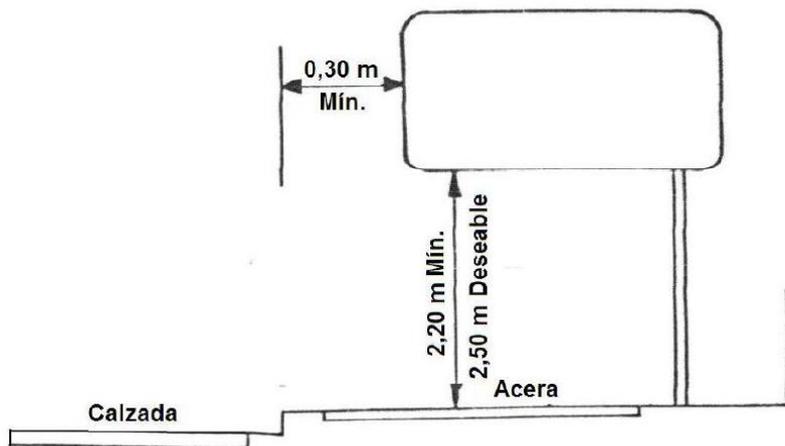
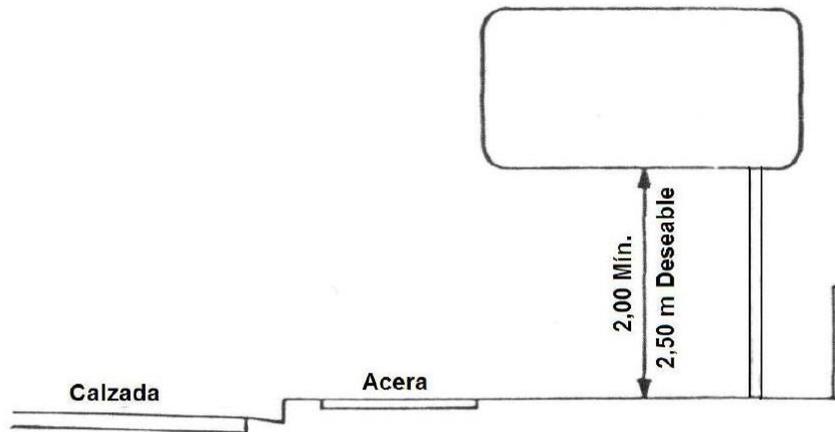
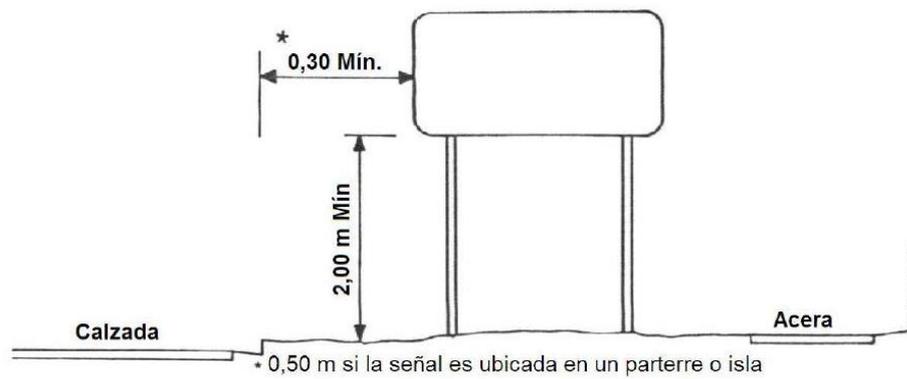


Figura 31 Soporte poste simple



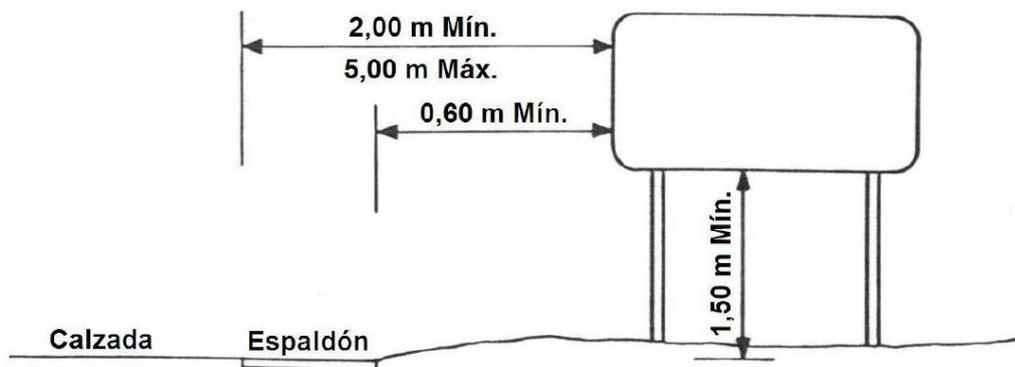
2. SOPORTE DE DOS POSTES – URBANO

Figura 32 Soporte de dos postes



3. SOPORTE NORMAL DE DOS POSTES - RURAL

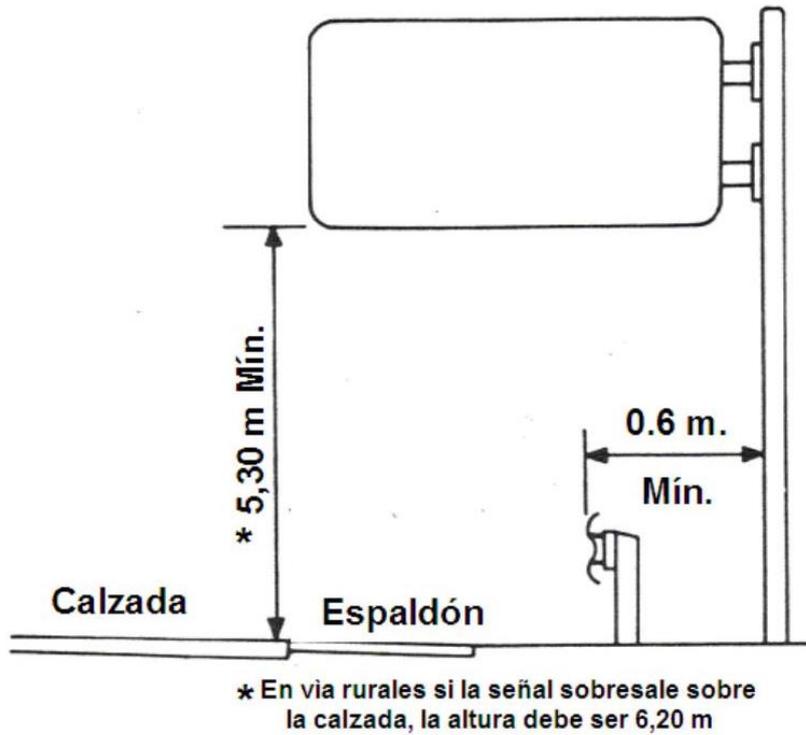
Figura 33 Soporte de dos postes



**Estructuras típicas para señales elevadas
(Todas las dimensiones en metros)**

1. SOPORTE EN VOLADIZO

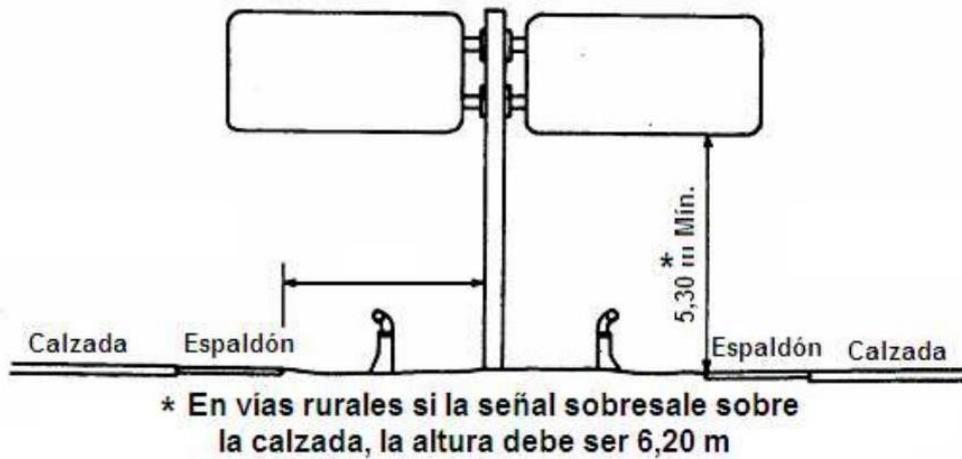
Figura 34 Soporte de voladizo



UBICACIONES RURALES CON RIEL DE BARRERA

2. SOPORTE TIPO MARIPOSA

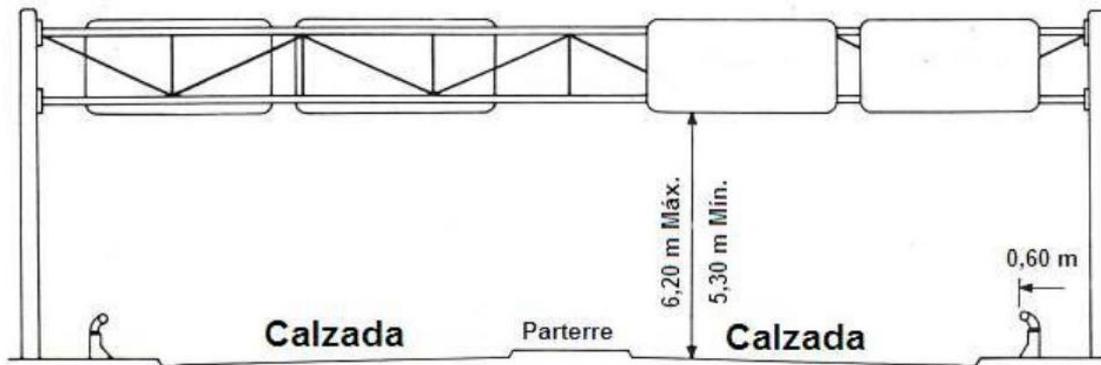
Figura 35 Soporte tipo mariposa



Las señales tipo mariposa, no deben utilizarse en sitios donde hay riesgo de choque frontal con vehículos.

SOPORTE TIPO PÓRTICO

Figura 36 Soporte tipo portico



2.13 Sistema de vallas aplicado a nivel mundial

Turismo en Sudáfrica

En Ciudad del Cabo implementan esta forma de guardar una de las visitas a través de una estructura en donde se muestra de fondo Table Mountain, en la cual se forma un lindo paisaje de fondo, para que de esta manera quienes visiten esta ciudad se lleven un bonito recuerdo y lo immortalicen a través de una fotografía.

La idea de los marcos amarillos en Ciudad del Cabo nació en el año 2014. Estos marcos se colocaron como parte de un proyecto destinado a conmemorar la elección de Ciudad del Cabo como Capital Mundial del Diseño 2014, un reconocimiento otorgado por la Organización Internacional del Diseño. El propósito de la iniciativa era resaltar los paisajes emblemáticos de la ciudad y fomentar el turismo mediante una experiencia visual e interactiva cautivadora.

Figura 37 Table mountain-Cabo



Fuente: https://farm5.staticflickr.com/4485/37850049496_8757550b36_b.jpg Por: La Gaveta Voladora

Estos son algunos de los puntos estratégicos que se logra por medio del proyecto:

Promoción de destinos turísticos: Los cuadros están ubicados en puntos estratégicos que muestran vistas espectaculares de Table Mountain y otros paisajes icónicos. Esto promueve estos lugares como destinos turísticos imprescindibles.

Aumento de la exposición en plataformas sociales: Las personas que capturan momentos en fotografías y los difunden en redes sociales ayudan a promover la ciudad.

Participación y conexión: Los marcos estimulan la conexión entre los visitantes y su entorno, así como entre ellos. Esta actividad es entretenida y cautivadora, lo que mejora la experiencia de quienes viajan.

Figura 38 Table mountain



Fuente: <https://media.tacdn.com/media/attractions-splice-spp-674x446/06/73/ef/5f.jpg> Por: Viator

Turismo en Panamá

Según lo mencionado por Caribbean News Digital dice que: con el propósito de seguir promoviendo los sitios turísticos de las regiones del país, el administrador de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), Gustavo Him, hizo el lanzamiento oficial en Santiago de Veraguas de un nuevo proyecto que consiste en la instalación de vallas turísticas publicitarias, a lo largo de la carretera interamericana. Una de estas vallas se instaló en el puente peatonal que conecta con la Escuela San Antonio, en el corregimiento de Santiago, la cual muestra un gráfico de la playa Santa Catalina, muy visitada por los amantes del surf. (Caribbean News Digital., 2017)

Caribbean News Digital menciona que: este lugar es uno de los sitios turísticos más concurridos de la provincia, localizada en el distrito de Soná, aproximadamente a 111 kilómetros de Santiago de Veraguas. Him señaló que este nuevo proyecto de promoción turística forma parte de la campaña de publicidad nacional que se lanzó en noviembre de 2016, consta de dos etapas: “Tu Panamá, ¿ya la conoces?”, que invita a los panameños a conocer lugares hermosos de nuestro país; mientras que la segunda etapa “Turismo empieza contigo”, apela a la cultura turística del panameño. (Caribbean News Digital., 2017)

Figura 39 Turismo en Panamá



Fuente: https://www.excelenciaspanama.com/sites/default/files/sites/default/files/panama/imagenes_noticias/valla-publicitaria-panama.jpg **Por:** Excelencias News Panamá

3. CAPÍTULO III. METODOLOGIA.

3.1 Tipo de investigación

3.1.1 Enfoque metodológico

Se define que el enfoque empírico que tiene una aproximación sistemática y basada en la evidencia conjuntamente con el conocimiento científico, que se apoya en la observación e investigación mixta ya que se emplearan varios instrumentos para la investigación y validación del proyecto.

Tanto como el enfoque cualitativo y cuantitativo serán usados de manera complementaria para así poder obtener una visión amplia y enriquecida para las vallas polifuncionales, de esta forma los datos del enfoque mixto se conseguirá varias percepciones que ayuden a influir en la efectividad para este medio publicitario exterior.

3.1.2 Enfoque cualitativo

La investigación cualitativa se centra en comprender en profundidad las experiencias, percepciones, opiniones y significados subjetivos que tienen las personas involucradas en el tema de estudio. En el contexto de la investigación sobre vallas polifuncionales como medio publicitario, la investigación cualitativa en donde se aplicará el instrumento de fichas de observación participante, por otro lado, se podría hacer uso de entrevistas a las autoridades gubernamentales y otros actores relevantes en la provincia de Chimborazo o que los mismos influyan en la parte turística.

3.1.3 Enfoque cuantitativo

El estudio cuantitativo se centra en la recolección y el examen de información numérica, facilitando la identificación de patrones, tendencias y conexiones que se pueden medir. En este marco, podemos utilizar enfoques cuantitativos para analizar la eficacia de las vallas polivalentes como medio de publicidad.

Para abordar los aspectos cuantitativos de esta investigación, se llevará a cabo una ficha de observación en donde se analizará el número de vallas existentes en la provincia de Chimborazo, según las rutas establecidas en cada ficha. La ficha de observación participativa fase 1 recopilará datos numéricos sobre las vallas existentes hasta la actualidad, durante este periodo de recolección de datos para este proyecto investigativo, según los tipos de vallas que se detallan en el marco teórico. Además, se realizará un análisis estadístico de los datos obtenidos para identificar patrones y relaciones significativas que ayuden a comprender la efectividad o relevancia que estas pueden tener.

Además, se elaborará un cuestionario, en donde el mismo sea para los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo. Según su punto de vista se podrá saber

que medio es de su preferencia o cual es el más llamativo según su perspectiva, obteniendo datos numéricos según el número de encuestados.

3.1.4 Tipo de investigación según el alcance

3.1.4.1 Alcance descriptivo

La descripción detallada será utilizada para definir y examinar la información obtenida en el estudio. A través de la observación, se reunirán datos acerca de los gustos del público meta respecto a las vallas publicitarias y las conexiones emocionales que puedan generar en los consumidores, además de la imagen que tienen sobre las características de su diseño.

3.1.5 Tipo de investigación según el diseño

Se empleará un enfoque mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos, por medio de estos datos se podrá obtener información que corroborara la problemática y ayudaran a afirmar la innovación del proyecto.

3.1.6 Tipo de diseño etnográfico

Por medio del diseño etnografico analizaremos el porque la gente prefiere a la Provincia de Chimborazo como medio turístico y de tal forma se corroborara que la provincia solamente es conocida en su mayoría por el nevado Chimborazo.

3.2 Diseño de investigación

Dentro de mi investigación al ser mixta, se aplicaran instrumentos cualitativos y cuantitativos, que ayudarán a verificar y corroborar información que sea de apoyo hacia la propuesta final, así tendremos el criterio de expertos en el área turística de la provincia, dicha información será recopilada por medio de entrevistas, se analizará el estado actual y el número de vallas existentes en la provincia divididos en siete rutas que toma como referencia la ciudad de Riobamba siendo su capital, a lo cual se aplicarán fichas de observación divididas en dos fases de análisis. Por otro lado, también se aplicarán entrevistas a un número de turistas nacionales y extranjeros que visiten la provincia, de tal forma que todos estos resultados serán analizados y colocados en base a la metodología de Robert Scott, cómo dicta su metodología proyectual: causa primera, causa formal, causa material, causa técnica.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 ¿Qué es un instrumento de investigación?

Según Chávez (2001), los instrumentos de recopilación de datos son los medios que utiliza el investigador para medir el comportamiento o atributos de las variables.

3.3.2 Técnica de recopilación de datos cualitativos:

Observación participante: Por medio de la observación participante se podrá observar los puntos y sitios en donde se encuentran ubicados con más frecuencia en las rutas de la provincia, por medio de un número de preguntas de análisis de las mismas que nos ayudaran a obtener un análisis actual de las vallas tradicionales.

3.3.3 Técnica de recopilación de datos cuantitativos:

Encuestas: Se elaborará un formulario organizado que se llevará a cabo con una muestra representativa de la gente de Chimborazo. Esta indagación reunirá información cuantitativa sobre cómo perciben las audiencias las vallas polifuncionales, su efectividad según la percepción, el grado de exposición y su impacto en las decisiones de compra.

3.3.4 Técnica de recopilación de datos mixtos:

Integración de datos: Se unirán los resultados tanto cualitativos como cuantitativos para ofrecer una perspectiva completa y enriquecida sobre la eficacia y efecto de las vallas multifuncionales como forma de publicidad en la región de Chimborazo.

Al implementar diversas estrategias para la recolección de información, se logrará una comprensión profunda y detallada del tema en cuestión, aportando hallazgos significativos para la investigación. En este contexto, dado que se utiliza un enfoque mixto, se aplicará una herramienta mixta que consiste en la fusión de dos instrumentos; la observación participativa como método cualitativo y la encuesta como técnica cuantitativa.

3.4 Población de estudio y tamaño de muestra

3.4.1 Población

La población de interés en esta investigación son las personas de 18 a 45 años de edad. El objetivo de esto es tener un criterio amplio sobre los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia y desconozcas los sitios potenciales de los cantones de Chimborazo.

3.4.2 Muestra

Según los datos que son emitidos por la Dirección de Chimborazo del Ministerio del Ambiente (MAE) durante carnaval 2024, nos da un valor de 6245 visitantes nacionales y extranjeros en la provincia de Chimborazo, los cuales se dirigen a varios sitios potenciales de varios cantones. Mediante los datos adquiridos, se realiza una fórmula estadística para el muestreo probabilístico.

N= Tamaño de la población entre turistas nacionales y extranjeros= 6245

Z= Nivel de confianza 95%

P= Probabilidad a favor

Q= Probabilidad en contra
e= Margen de error 0,03
n= Tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2 PQ N}{e^2 (N-1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) 6245}{(0,03)^2 (6245-1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

n= 11

3.4.2.1 ¿Qué es la muestra?

Tamayo y Tamayo definen a la muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (p.176).

Muestreo por conveniencia: De esta manera como su nombre mismo lo dice se eligen a sus miembros por su proximidad, es decir es el método de investigación que ayuda a obtener puntos de vista y opiniones por medio de un análisis de comportamiento o enfocarse en un área en específica, comúnmente este método es usado para analizar grandes poblaciones.

Muestreo no probabilístico: También es llamado muestras dirigidas o intencionales, la elección de los elementos no dependen de la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo; son seleccionadas con mecanismo informales y no aseguran la total representación de la población o sitio dentro de la investigación basada en los objetivos. Entre los cuales se pueden destacar los siguientes tipos de muestreos no probabilísticos:

Muestreo intencional u opinático:

El investigador es quien se encarga de seleccionar la muestra e intenta que sea representativa, por lo cual, depende de su intención. Queda clara la evaluación de representatividad es subjetiva.

En este caso el investigador elige solo aquellas personas que cree que son adecuados para participar en un estudio de investigación, que en este caso son especialistas generales sobre el tema de turismo de la provincia de Chimborazo, expertos que tienen relación directa con quienes conocen los sitios potenciales de la provincia.

Muestra por cuotas:

Es utilizado comúnmente en estudios de mercado y de opinión pública, la cual, consiste en la administración de un cuestionario o basándonos en los sitios que reciben más visitas constantemente o son fáciles de reconocer o recordar de los mismos habitantes como un

icono de cada cantón como tal. Para esta investigación se basará en el número de visitas de sitios emblemáticos: naturales y galerías o infraestructuras arquitectónicas.

3.5 Métodos de análisis y procesamiento de datos

3.5.1 Métodos teóricos:

Como método teórico para el proyecto se usará el método analítico- sintético, en donde se analizan los elementos fundamentales para la investigación, tomando en cuenta los sitios potenciales, las vallas polifuncionales, además de hacer uso de este como un medio publicitario, para lo cual se detalla a continuación.

3.5.2 Método analítico – sintético:

Según el análisis desde la vista externa como un turista que quiere visitar la provincia de Chimborazo motivándolo mediante, vallas llamativas, las mismas que generaran el incremento de visitas a los sitios potenciales que se encuentren en los cantones de la provincia, centros recreativos, además de mostrar la gastronomía y un poco más de la cultura que puede ofrecer cada cantón a sus visitantes, siendo este un medio que ayuda a generar impacto en otras personas, impulsando el desarrollo de la misma.

Análisis de vallas publicitarias: Con las vallas existentes en la provincia se analizarán los usos, mantenimiento, características, cantidad y funcionamiento de las mismas, durante el recorrido de cada cantón, así tendremos una cifra de vallas y las mismas que con este proyecto puedan ser mejoradas y ejecutadas en un futuro, de esta forma nos ayuda como nuestro medio publicitario, el incentivo y promoción a los sitios potenciales de la provincia.

Análisis de los sitios potenciales: Para poder analizar los sitios potenciales que nos ofrece la provincia, se investigara cuáles son los lugares que se destacan o ya sean que no conocen para poder visitarnos y que tiene oportunidad de generar turismo dentro de la zona.

Análisis para mensajes clave: Para poder tener los mensajes claves, que en este caso pasarían a ser los eslogan y frases llamativas y representativas para poder generar, un símbolo de identidad por medio de esta, se analizaran datos relevantes de su historia y al ser concretos ayudaran a que perduren en la mente del turista.

Análisis de ubicaciones: Las vallas deben ser colocadas en puntos estratégicos, ya sean estos para mayor impacto por hora, que se refiere a las visualizaciones por mayor afluencia de tránsito en las rutas principales de la provincia y de tal forma una segunda valla en el lugar turístico.

3.5.3 Métodos empíricos:

Se utilizará el método de observación científica, ya que con esta nos referimos a la observación participativa, en base a los instrumentos de recolección de la información y datos para fundamentar la observación de las vallas dentro de la provincia de Chimborazo.

Según el análisis desde la vista externa como un turista que quiere visitar la provincia de Chimborazo motivándolo mediante, vallas llamativas, las mismas que generaran el incremento de visitas a los sitios potenciales que se encuentren en los cantones de la provincia, centros recreativos, además de mostrar la gastronomía y un poco más de la cultura que puede ofrecer cada cantón a sus visitantes, siendo este un medio que ayuda a generar impacto en otras personas, impulsando el desarrollo de la misma.

3.5.3.1 Observación abierta

En este tipo de observación, el investigador se abstiene de establecer categorías predefinidas o estructuradas y se enfoca en captar de manera amplia y libre los comportamientos relacionados con las vallas publicitarias y con las personas que son partícipes de esta a lo cual hacemos referencia a los ciudadanos de entre 18 a 45 años de la provincia de Chimborazo.

3.5.3.2 Medios Audiovisuales

Como medios audiovisuales, se hará uso de fotografías de las vallas existentes en la provincia, fotografías a detalle de su estructura, soporte, dimensión, y características que comúnmente se encuentran en las mismas, de esta manera quedara evidenciado los elementos que son esenciales dentro de esta investigación.

3.5.4 Método proyectual de Robert Scott:

Su proceso metodológico se hizo conocido gracias a su libro Fundamentos del Diseño, aquí nos presenta cuatro causas que considera se encuentran presentes al momento en el que se diseña, donde nos plantean los problemas a resolver en el diseño siendo el mismo respondiendo con:

Causa Primera: Indica la finalidad con la cual se debe cumplir en el diseño. Se debe analizar lo que ocurre cuando diseñamos, tener un motivo de su ejecución. ¿Porque y para que diseñamos?

Causa Formal: Empezamos a dar forma al diseño que tenemos en nuestra mente haciendo que tenga un equilibrio entre lo consciente y lo intuitivo. Este proceso se realiza al momento de hacer el bocetaje y visualización de la forma preliminar, hacemos la elección de los materiales y como ensamblarlo.

Causa Material: Es necesario determinar cuáles son los materiales que necesitaremos durante todo este proceso debido a que de la forma no podemos seguir avanzando. Dependiendo ya del material escogido se puede saber las técnicas y herramientas con las que se puede proseguir.

Causa Técnica: Aquí se hace uso de las técnicas y las herramientas apropiadas según el material y proyecto que tengamos en mente para poder finalizarlo.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados de las fichas de observación

Estas fichas fueron aplicadas a las siguientes rutas: Ambato – Riobamba, Cuenca – Riobamba, Guaranda – Riobamba. Todas estas rutas fueron analizadas en base a dos fases por cada ruta, las cuales muestran la cantidad de vallas encontradas, estado y varias preguntas que nos ayudan a verificar y corroborar datos con nuestra investigación previa todas estas fichas están guiadas por una fecha y hora de análisis de cobertura por cada una de las rutas, se tomó en cuenta también las vallas que solo son estructuras y no contienen información como lonas, vinil o algún otro material que se adhiera a la misma.

Ruta: Ambato - Riobamba

Ficha de observación participativa fase 1

1. ¿Qué tipo de vallas encontramos en la ruta?
2. ¿Cuántas vallas se encontró desde la ruta establecida?

Análisis: Se encontraron once vallas monoposte, ocho biposte, dos en 3D, de las cuales también siete llevan iluminación incorporada, de los otros tipos de vallas como las 8 paños, dinámicas, bajas, poliédricas, digitales, interactivas y móviles no se obtuvo resultado ya que en la ruta carece de las mismas.

Ficha de observación participativa fase 2

1. ¿Cuál es la funcionalidad de la valla?

Análisis: Las diecisiete vallas observadas en la fase dos, son medios publicitarios informativos, que corresponden a los siguientes rubros: automotriz, textil, alimenticio, gubernamental y entidades bancarias.

2. ¿Cuál es el estado actual de las vallas?

Análisis: Once de las diecisiete vallas observadas en la fase dos, se encuentran en óptimas condiciones al cien por ciento de funcionamiento, en cuanto a las seis restantes tienen problemas para poder ser utilizadas en un futuro debido a su falta de mantenimiento, por lo que les caracteriza que sus estructuras se encuentran oxidadas.

3. ¿Es funcional las 24 horas?

Análisis: Siete de las diecisiete vallas en total, cuentan con iluminación incorporada para ser funcional durante las veinticuatro horas del día.

4. ¿En qué material está fabricado?

Análisis: En su totalidad, las diecisiete vallas se encuentran elaboradas por un material genérico, que en este caso es el metal, con tuercas de soporte al suelo y las mismas que ayudan a sostener el contenido que en este caso se observó ser de lona y acrílico para mayor durabilidad, debido a los factores climáticos que son expuestas a diario.

5. ¿El mensaje es claro?

Análisis: Las quince vallas de diecisiete, tienen un mensaje claro y directo en sus diseños.

6. ¿La tipografía es legible?

Análisis: Las quince vallas observadas de diecisiete tienen una tipografía legible, pues se caracterizan por tener una tipografía de palo seco en su texto principal.

7. ¿Sus imágenes son nítidas?

Análisis: Las quince de diecisiete vallas observadas tiene sus imágenes nítidas, no se muestra irregularidades en la calidad, pues todas muestran buena definición.

8. ¿El contraste es el adecuado?

Análisis: Quince de las diecisiete vallas observadas, tienen un contraste adecuado, en cuanto a las que han sido editadas individualmente o a sus colores que se mezclan a la hora de elaborar el diseño.

9. ¿El tamaño de la tipografía es adecuado?

Análisis: Las quince vallas observadas de diecisiete, cumplen con la jerarquía tipográfica, pues varias muestran textos de direcciones, números de contacto y eslogan de las mismas empresas, o ya sean las características de su producto, pues son legibles al cumplir con esta norma.

10. ¿Es armónico el diseño?

Análisis: Las quince vallas observadas cuentan con una armonía visual a su manera, pues se rigen a la línea grafica de sus marcas, algunas con mayor contenido y otras con menos.

11. ¿A quién le pertenecen?

Análisis: Siete de las vallas observadas pertenecen a entidades bancarias, en este caso son cooperativas, dos vallas pertenecen al rubro textil, una valla al rubro automotriz, una valla gubernamental, una valla un consorcio jurídico, una valla a un paradero de comida, y dos vallas son privadas para alquiler que no contienen plasmado el nombre del dueño.

12. ¿A que distancia se observa con claridad las vallas?

Análisis: Las vallas biposte, al tener una altura mayor de catorce metros de altura, se pueden observar a mayor distancia y al tener más anchura de igual forma sus elementos, que en este caso son imágenes como tipografía en su texto principal, se las observa con claridad desde los veinticinco metros de distancia, sin embargo por otro lado las monoposte al ser más cortas de altura desde el suelo, y menos anchas, se las observa con claridad a menos distancia, en este caso es a veinte metros de distancia.

Ruta: Cuenca - Riobamba

Ficha de observación participativa fase 1

3. ¿Qué tipo de vallas encontramos en la ruta?

4. ¿Cuántas vallas se encontró desde la ruta establecida?

Análisis: Se encontraron cuatro vallas monoposte, cuatro biposte, una poliédrica, una en 3D, de las cuales también dos llevan iluminación incorporada, de los otros tipos de vallas como las 8 paños, dinámicas, bajas, digitales, interactivas y móviles no se obtuvo resultado ya que en la ruta carece de las mismas.

Ficha de observación participativa fase 2

1. ¿Cuál es la funcionalidad de la valla?

Análisis: Las ocho vallas observadas en la fase dos, son medios publicitarios informativos, que corresponden a los siguientes rubros: servicio de internet, automotriz, de construcción, aseguradora y entidades bancarias.

2. ¿Cuál es el estado actual de las vallas?

Análisis: Seis de las ocho vallas observadas en la fase dos, se encuentran en óptimas condiciones al cien por ciento de funcionamiento, en cuanto a las seis restantes tienen problemas para poder ser utilizadas en un futuro debido a su falta de mantenimiento, por lo que les caracteriza que sus estructuras se encuentran oxidadas.

3. ¿Es funcional las 24 horas?

Análisis: Dos de las ocho vallas en total, cuentan con iluminación incorporada para ser funcional durante las veinticuatro horas del día.

4. ¿En qué material está fabricado?

Análisis: En su totalidad, las ocho vallas se encuentran elaboradas por un material genérico, que en este caso es el metal, con tuercas de soporte al suelo y las mismas que ayudan a sostener el contenido que en este caso se observó ser de lona y acrílico para mayor durabilidad, debido a los factores climáticos que son expuestas a diario.

5. ¿El mensaje es claro?

Análisis: Las seis vallas de ocho, tienen un mensaje claro y directo en sus diseños.

6. ¿La tipografía es legible?

Análisis: Las seis vallas observadas de ocho tienen una tipografía legible, pues se caracterizan por tener una tipografía de palo seco en su texto principal.

7. ¿Sus imágenes son nítidas?

Análisis: Las dos de ocho vallas observadas tiene sus imágenes nítidas, no se muestra irregularidades en la calidad, pues todas muestran buena definición, las restantes pues carecen de imágenes.

8. ¿El contraste es el adecuado?

Análisis: Dos de las ocho vallas observadas, tienen un contraste adecuado, en cuanto a sus montajes y edición de fotografía real, pero las demás carecen de imágenes, solo muestran la cromática de su identidad corporativa.

9. ¿El tamaño de la tipografía es adecuado?

Análisis: Las seis vallas observadas de ocho, cumplen con la jerarquía tipográfica, no son textos muy largos, solo llevan la marca y su eslogan, algunos muestran un texto grande pero de igual forma cumple con las normas.

10. ¿Es armónico el diseño?

Análisis: Las seis de ocho vallas observadas cuentan con una armonía visual a su manera, pues se rigen a la línea grafica de sus marcas.

11. ¿A quién le pertenecen?

Análisis: Una de las ocho pertenece a una aseguradora, dos vallas pertenecen al rubro construcción, que en este caso es Cemento Chimborazo y Novacentro respectivamente, una pertenece al internet en este caso Xtrim, una al rubro bancario, la cooperativa Daquilema y las dos vallas restantes, se desconoce el dueño de sus vallas pues solo muestran su estructura.

12. ¿A que distancia se observa con claridad las vallas?

Análisis: Las vallas biposte, al tener una altura mayor de catorce metros de altura, se pueden observar a mayor distancia y al tener más anchura de igual forma sus elementos, que en este caso son imágenes como tipografía en su texto principal, se las observa con claridad desde los veinticinco metros de distancia, sin embargo por otro lado las monoposte al ser más cortas de altura desde el suelo, y menos anchas, se las observa con claridad a menos distancia, en este caso es a veinte metros de distancia.

Ruta: Guaranda - Riobamba

Ficha de observación participativa fase 1

1. ¿Qué tipo de vallas encontramos en la ruta?
2. ¿Cuántas vallas se encontró desde la ruta establecida?

Análisis: Se encontraron dos vallas monoposte, seis biposte, una en 3d, ninguna cuenta con iluminación, de los otros tipos de vallas como las 8 paños, dinámicas, bajas, poliédricas, digitales, interactivas y móviles no se obtuvo resultado ya que en la ruta carece de las mismas.

Ficha de observación participativa fase 2

1. ¿Cuál es la funcionalidad de la valla?

Análisis: Las ocho vallas observadas en la fase dos, son medios publicitarios informativos, que corresponden a los siguientes rubros: turístico, servicio de internet, gubernamental, alimenticio.

2. ¿Cuál es el estado actual de las vallas?

Análisis: Siete de las ocho vallas observadas en la fase dos, se encuentran en óptimas condiciones al cien por ciento de funcionamiento, en cuanto a la valla restante, su estructura es realizada con base de cemento y madera, por lo que no resistiría a la corrosión durante el tiempo y debido a las condiciones climáticas.

3. ¿Es funcional las 24 horas?

Análisis: Las ocho vallas no cuentan con iluminación incorporada para ser funcional durante las veinticuatro horas del día, por lo que no son funcionales a horas con poca iluminación, lluvia o neblina.

4. ¿En qué material está fabricado?

Análisis: Siete de las ocho vallas se encuentran elaboradas por un material genérico, que en este caso es el metal, con turcas de soporte al suelo y las mismas que ayudan a sostener el contenido que en este caso se observó ser de lona y acrílico para mayor durabilidad, debido a los factores climáticos que son expuestas a diario, la restante pues es fabricada improvisadamente con cemento y madera.

5. ¿El mensaje es claro?

Análisis: Solamente cuatro vallas de ocho tienen un mensaje claro y directo en sus diseños, sin embargo las otras carecen de diseño o su mensaje no es claro para los turistas.

6. ¿La tipografía es legible?

Análisis: Solamente tres vallas son legibles, pues es de palo seco y no tiene aditamentos que compliquen la lectura.

7. ¿Sus imágenes son nítidas?

Análisis: Las tres de ocho vallas observadas tiene sus imágenes nítidas, no se muestra irregularidades en la calidad, sin embargo, una de ellas esta opaca y ya no se pueden observar sus colores, las cuatro restantes no llevan imágenes.

8. ¿El contraste es el adecuado?

Análisis: Dos de las ocho vallas observadas, tienen un contraste adecuado, en cuanto a las que han sido editadas individualmente o a sus colores que se mezclan a la hora de elaborar el diseño.

9. ¿El tamaño de la tipografía es adecuado?

Análisis: Solamente tres vallas cumplen con el tamaño de tipografía adecuado, pues sin embargo las cinco restantes, no cumplen con la jerarquía de tipografías, por lo que dificulta a la lectura a largas distancias y a cierta velocidad a la cual se transita por la zona.

10. ¿Es armónico el diseño?

Análisis: Solamente dos de las vallas cuentan con armonía visual a su manera, pues se rigen a la línea grafica de sus marcas, por lo contrario, las cuatro restantes que si tienen contenido, sus diseño no son para nada armoniosos, parecen improvisados y poco agradables a la vista, ya sea por sobreponer muchos elementos y sobre cargar al diseño.

11. ¿A quién le pertenecen?

Análisis: Dos de sus vallas parecen al cantón Colta como tal, una pertenece a la comunidad de Cachabamba, una al servicio de internet Xtrim y una a una panificadora, las restantes no cuentan con nombre en sus estructuras.

12. ¿A que distancia se observa con claridad las vallas?

Análisis: La valla biposte, al tener una altura mayor de catorce metros de altura, se pueden observar a mayor distancia y al tener más anchura de igual forma sus elementos, que en este caso son imágenes como tipografía en su texto principal, se las observa con claridad desde los veinticinco metros de distancia, sin embargo por otro lado las monoposte al ser más cortas de altura desde el suelo, y menos anchas, se las observa con claridad a menos distancia, en este caso es a veinte metros de distancia.

4.2 Resultados de las entrevistas

Entrevista para las autoridades gubernamentales y otros actores relevantes en la provincia de Chimborazo o que los mismos influyan en la parte turística.

Pregunta 1	¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de Chimborazo?
Entrevista Prefectura de Chimborazo	Nevado Chimborazo, volcán Tungurahua y el Altar, Penipe tenemos el ojo del fantasma, la laguna amarilla. Riobamba, el centro histórico; Guano la ruta del hielero, la ruta de la piedra negra de Simón Bolívar.

	<p>Colta la iglesia de Valvanera, la laguna de Colta Guamote, las dunas de palmira y la cumbre de Attillo. Vía Guamote – Macas, en la parroquia Cebadas, Alausí, tenemos el tren de la nariz del diablo, el complejo la cumbre de Osogoche, Capacñan, que comparten con Chunchi y con Cañar que conecta a Ingapirca.</p> <p>Chunchi, tenemos el templo andino del Puñay; Cumandá el tema de cascadas, como la cascada del naranja pata, la soberana que son ideales para hacer turismo de aventura como canyoning.</p>
Entrevista Ministerio de Turismo	<p>El parque nacional Sangay nevado Chimborazo, el volcán el Altar, cascadas en la parte del subtrópico. Pallatanga, Cumandá, tenemos las lagunas de Attillo, las lagunas de Osogoche, vía Chunchi de la montaña del Puñay, centros culturales en Guamote, gran línea férrea que es patrimonio; tenemos la momia de Guano, en Penipe todo lo que es naturaleza, una vinculación con el volcán Tungurahua, Carihuariazo.</p>

Tabla 2 Pregunta uno de la entrevista para autoridades gubernamentales

Interpretación:

Nos dan a conocer los sitios turísticos más conocidos a lo largo de la historia, sitios que ayudan a potencializar la provincia y son entes representativos de los mismos, los cuales sin duda son muy conocidos y otros por conocer, que no se quedan atrás tratando de fomentar las visitas turísticas en todos los cantones.

Pregunta 2	¿Qué esfuerzos se están realizando para promover el turismo sostenible en la provincia?
Entrevista Prefectura de Chimborazo	Pasa por un tema de articulación de generar modelos de gestión para que esto pueda ser operativo y se involucre a la misma comunidad dentro de sus actividades, de los circuitos atractivos o rutas turísticas.
Entrevista Ministerio de Turismo	Establecemos una política con el ministerio del ambiente de la cual nos permite el manejo de los recursos naturales dentro de las áreas protegidas igualmente dentro de los manejos para las operaciones para los paquetes turísticos, los prestadores de servicio turísticos, a la cual deben brindar un servicio seguro, adecuado cuidar de la mejor manera a cada uno de sus pasajeros, de los turistas.

Tabla 3 Pregunta dos de la entrevista para autoridades gubernamentales

Interpretación:

Fomentan la seguridad y el mantenimiento de los recursos naturales, los mismos que forman parte de los lugares turísticos, de esta forma involucrando al turista como parte de la naturaleza y no siendo invasivos en los lugares que tengan rutas naturales.

Pregunta 3	¿Cómo se está abordando el impacto del cambio climático en los sitios potenciales naturales de la provincia?
Entrevista Prefectura de Chimborazo	Darles una alternativa de vida con el turismo, de una forma ordenada, responsable que pueda de alguna forma contribuir y frenar todas estas actividades que a lo largo han sido las que han creado impacto en el cambio climático.
Entrevista Ministerio de Turismo	Establecemos la adecuada visita a cada uno de los atractivos, de tal manera como ministerio del ambiente es el ente rector de la parte ambiental, nosotros también nos amparamos en esas leyes, que sean los guardianes de cierta manera y de esta manera tratar de minimizar el tema del calentamiento global.

Tabla 4 Pregunta tres de la entrevista para autoridades gubernamentales

Interpretación:

De tal forma nos muestran que el impacto ambiental es un tema fundamental que quiere evitar tanto en la provincia de Chimborazo, y fomentar a todas las personas a ser parte de un mejor cambio, un cambio positivo, para conservar lo que caracteriza a la provincia en cuanto a sus sitios potenciales.

Pregunta 4	¿Qué estrategias de marketing se están implementando para atraer a turistas internacionales?
Entrevista Prefectura de Chimborazo	Temas digitales, la elaboración de fotos, de videos, de pequeños spots publicitarios a nivel de medios televisivos, para que puedan visitar cada uno de estos lugares.
Entrevista Ministerio de Turismo	Nuestro ministro estableció un presupuesto de 47.3 millones de dólares para temas de promoción, dividido en muchas actividades de 2022 hasta el año 2025, estas actividades son: ferias a nivel nacional e internacional, campañas en redes sociales, participación en eventos nacionales, campañas de destinos, campañas de gastronomía internas y globales.

	Estamos haciendo que el Ecuador sea atractivo para que aerolíneas venga a volar acá al país y de esta manera de creen rutas que permitan a los aviones llegar a nuestro país y con eso atraer más turistas.
--	---

Tabla 5 Pregunta cuatro de la entrevista para autoridades gubernamentales

Interpretación:

Varias de las estrategias para fomentar el turismo se enfocan en la parte de redes sociales, ya que de esta manera es más fácil llegar dentro y fuera de la provincia con todo lo que ofrece la misma, ya sea esta desde rutas y destinos; hasta gastronomía, ya que sin dejar de lado es algo que también se destaca.

Pregunta 5	¿Cuáles son las temporadas más altas de turismo en Chimborazo y cómo se preparan para ellas?
Entrevista Prefectura de Chimborazo	Este mes de septiembre y avanza hasta terminar lo que es carnaval, meses de febrero que son las vacaciones que usualmente la gente de la costa suele visitar la provincia de Chimborazo.
Entrevista Ministerio de Turismo	Específicamente en temas de feriados es donde más llegar turistas acá a la provincia e igualmente cuando en la costa están de vacaciones. Se entrega de material previo a los feriados, o tener sus unidades de turismo, con material actualizado, información turística a donde pueden llegar de igual forma aquí en el ministerio de turismo les damos esa información.

Tabla 6 Pregunta cinco de la entrevista para autoridades gubernamentales

Interpretación:

Se preparan con material físicos o digital actualizado de cada año y mes, para que sea más fácil guiar a los turistas nacionales y extranjeros a los sitios que gusten visitar o sean más llamativos, así se genera un interés por la provincia.

Pregunta 6	¿Qué tanto presupuesto es designado para el tema de vallas publicitarias en las vías?
Entrevista Prefectura de Chimborazo	No contamos con presupuesto como tal exclusivamente para lo que son vallas, pero trabajamos en otros proyectos de cómo son de señalética interna a nivel de los atractivos, este año ejecutar un proyecto de alrededor de cincuenta mil dólares que se han focalizado en algunos proyectos del cantón Cumandá, del cantón Pallatanga, de las dunas

	de palmira, también esta del acceso al cerro puñay en Chunchi y del geoparque volcán Tungurahua en estos sectores se va a hacer la inversión en señalización turística.
Entrevista Ministerio de Turismo	En el 2016 entregamos las competencias a los GADS y ellos son quienes deben invertir todos los temas de promoción propia de su territorio, ellos deben establecer dentro de su presupuesto porcentaje que servirá para el tema de promoción.

Tabla 7 Pregunta seis de la entrevista para autoridades gubernamentales

Interpretación:

Ronda en un rango de cincuenta mil dólares para toda la provincia, en la cual no se enfoca en vallas, más bien en señalética que ayude al turista de cierto modo a guiarle durante su visita en la provincia.

4.3 Resultados de las encuestas

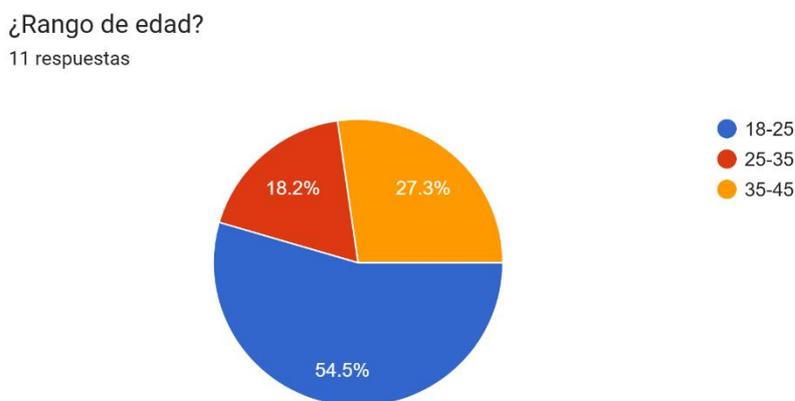
Encuesta para turistas nacionales y extranjeros que conocen los sitios turísticos de los cantones de la provincia de Chimborazo

Tabulación y análisis de los resultados

En este caso se hace uso del instrumento encuesta para poder recopilar datos de los turistas nacionales y extranjeros que acostumbran a visitar los lugares más conocidos de la provincia de Chimborazo, basándonos en el rango de edad de 18 años hasta los 45 años con un total de 11 personas encuestadas según los parámetros establecidos previamente en la metodología del proyecto.

1. ¿Rango de edad?

Figura 40 Tabulación de datos



Interpretación:

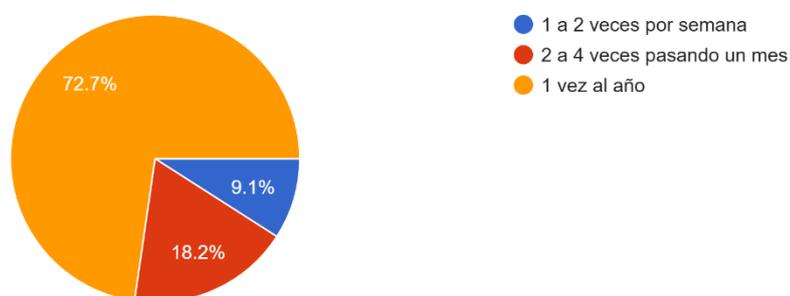
En su mayoría podemos observar que tenemos a personas en el rango de dieciocho a veinticinco años de edad con un 54.5%, le siguen las personas con un rango de edad de treinta y cinco hasta los cuarenta y cinco años de edad con un 27.3%, por último, encontramos a las personas de veinticinco años hasta los treinta y cinco con un 18.2%, por lo cual la provincia de Chimborazo es visitada por el rango más joven.

2. ¿Con qué frecuencia visita la provincia?

Figura 41 Tabulación de datos

¿Con qué frecuencia visita la provincia?

11 respuestas



Interpretación:

De los once encuestados podemos ver que visitan específicamente la provincia de Chimborazo en su mayoría una vez al año con un 72.7% y como menor cantidad una a dos veces al año con un 9.1%.

3. ¿De dónde nos visita?

¿De dónde nos visita?	
Sierra	2
Costa	3
Oriente	1
Galápagos	0
Extranjero	5
Total:	11

Tabla 8 Resultado de la encuesta para turistas

Interpretación:

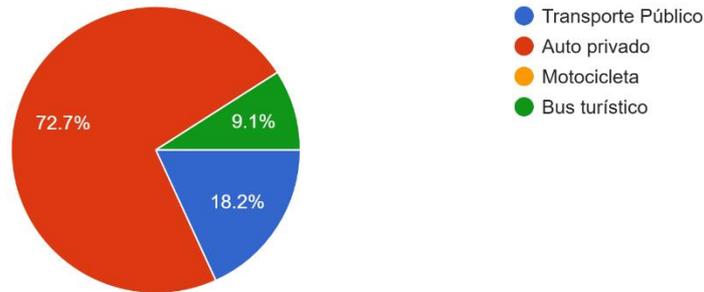
La mayoría de los once encuestados provienen del extranjero haciendo que Chimborazo sea uno de sus destinos en el Ecuador favorito por visitar, pero dentro del Ecuador podemos confirmar que los visitantes son de la región costa, que prefieren visitar la provincia.

4. ¿En qué se movilizó?

Figura 42 Tabulación de datos

¿En qué se movilizó?

11 respuestas



Interpretación:

En su mayoría nuestros visitantes llegan por medio de auto privado con un 72.7%, y con menor cantidad en bus turístico, se entiende que muy pocos deciden tomar rutas con agencias de viaje con un 9.1% y nadie se moviliza en motocicleta.

5. ¿Qué ruta tomo?

¿Qué ruta tomo?	
Ambato-Riobamba	3
Guaranda- Riobamba	1
Baños- Riobamba	3
Cuenca- Riobamba	3
San Juan - Riobamba	1
Total:	11

Tabla 9 Resultado de la encuesta para turistas

Interpretación:

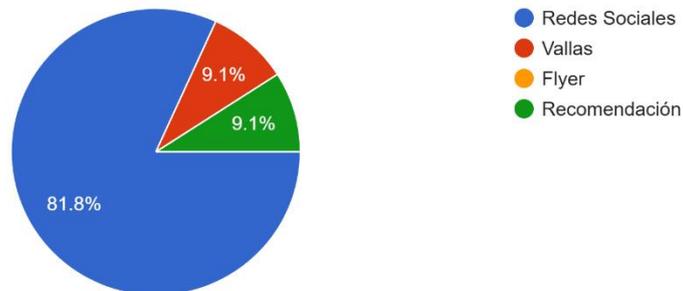
Tres de once personas tomaron la ruta Ambato, Baños y Cuenca para poder llegar a la provincia, sin embargo una de once decidieron tomar la ruta Guaranda y San Juan par poder llegar a su destino.

6. ¿Por qué medio se enteró de este lugar turístico?

Figura 43 Tabulación de datos

¿Por qué medio se enteró de este lugar turístico?

11 respuestas



Interpretación:

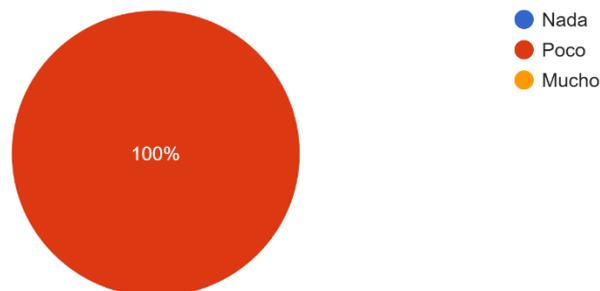
Con un 81.8% de los encuestados tenemos a las redes sociales como medio para dar a conocer a la provincia, y tenemos un 9.1% en vallas y recomendación de boca a boca.

¿Qué tanta información obtuvo? (en el caso de ser vallas)

Figura 44 Tabulación de datos

¿Qué tanta información obtuvo?(en el caso de ser vallas)

1 respuesta



Interpretación:

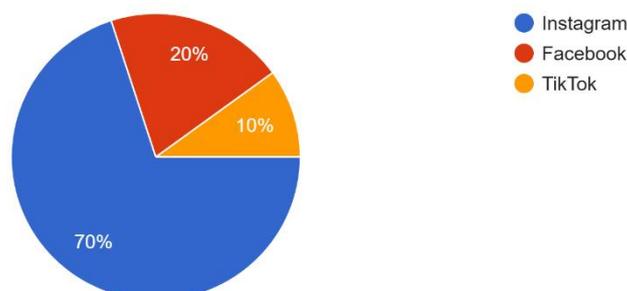
Solamente una persona contestó que obtuvo poca información con las vallas, en cuanto a los sitios potenciales de la provincia.

¿Cuál red social? (en el caso de ser red social)

Figura 45 Tabulación de datos

¿Cuál red social? (en el caso de ser red social)

10 respuestas



Interpretación:

En mayoría el 70% que se enteró por medio de redes sociales, lo hizo por medio de Instagram una de las plataformas que más se utiliza hoy en día, le sigue facebook con el 20% y por último con un 10% la plataforma de tiktok.

7. ¿Qué atractivos turísticos son los que más le llaman la atención?

¿Qué atractivos turísticos son los que más le llaman la atención?	
Volcán Chimborazo	6
Hostería	1
Parques	3
Lagunas	1
Total:	11

Tabla 10 Resultado de la encuesta para turistas

Interpretación:

Todos los encuestados fueron en el Volcán Chimborazo, por lo que la mayoría solo supo responder el volcán Chimborazo, en menores cantidades, otros manifestaron la hostería Andaluza y la laguna Amarilla.

4.4 Proceso de diseño de la propuesta

Para poder llegar a nuestro diseño final en cuanto a la propuesta de vallas polifuncionales como medio publicitario para la provincia de Chimborazo, se abordarán varios pasos para su ejecución de los iconos que tomaran protagonismo en dicha propuesta de vallas que ayuden a promover el turismo en la provincia, tomando en cuenta que existen varios sitios potenciales de cada cantón , de los cuales se han tomados los más representativos y que necesitan ser dados a conocer tanto a turistas nacionales como extranjeros, lo que nos ayudara a generar un mayor índice de turistas en todos los cantones de Chimborazo.

4.4.1 Abstracción y creación de los iconos

Bocetos iniciales

Se realizarán bocetos en hojas milimetradas que ayuden a abstraer en base a tres referentes visuales de cada uno de los cantones de la provincia.

Definición de marcadores de identidad

Procedimientos sintácticos

Los iconos serán de forma lineal, de tal forma que todos sus elementos sean distinguidos de forma clara, a larga y corta distancia.

Figura 46 Icono lineal



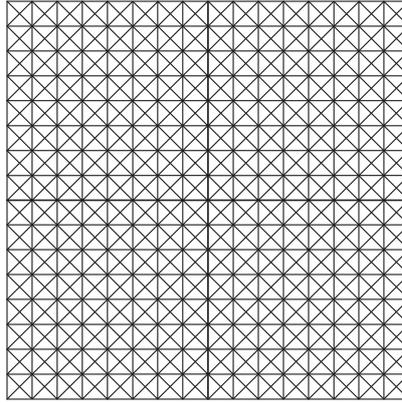
Fuente: <https://fiverr->

[res.cloudinary.com/images/t_main1,q_auto,f_auto,q_auto,f_auto/gigs/271148561/original/eb0cb5bb83229db13aa295841c99d0c5abc28fd8/design-simple-linear-icons-and-line-art-illustration-for-buildings-and-landmarks.jpg](https://fiverr-res.cloudinary.com/images/t_main1,q_auto,f_auto,q_auto,f_auto/gigs/271148561/original/eb0cb5bb83229db13aa295841c99d0c5abc28fd8/design-simple-linear-icons-and-line-art-illustration-for-buildings-and-landmarks.jpg) Por: Leo Troyanski

Retícula

Para la construcción se utilizará la retícula llamada 45 grados que también es conocida como retícula isométrica, es una guía de diseño que consiste en una serie de líneas que se cruzan formando ángulos de 45 grados con respecto a las líneas horizontales y verticales del plano.

Figura 47 Retícula 45 grados



Por: Fiallos Dayana, 2024

Digitalización

Se digitalizará con ayuda del programa adobe ilustrador, así obtendremos nuestros iconos que sean aplicados a la propuesta de las vallas polifuncionales.



1 Bocetos iniciales

Se realizarán bocetos en hojas milimetradas que ayuden a abstraer en base a tres referentes visuales de cada uno de los cantones de la provincia.

¿Sabías que la abstracción de iconos está inspirada en las pinturas rupestres?

Los humanos comenzaron a representar ideas complejas mediante símbolos e imágenes hace miles de años.
Las pinturas rupestres son los primeros "iconos" y representan una forma temprana de abstracción.



2 Definición de marcadores de identidad

Se establecerá de qué manera serán reconocidos de manera individual y colectivo, esa parte es fundamental a la hora de abstraer.



3 Procedimientos sintácticos

Los iconos serán de forma lineal, de tal forma que todos sus elementos sean distinguidos de forma clara, a larga y corta distancia.

ABSTRACCIÓN PARA GENERAR UN ICONO

Proceso para un sistema de pictogramas



4 Reticula

Para la construcción se utilizará la reticula llamada 45 grados que también es conocida como reticula isométrica, es una guía de diseño que consiste en una serie de líneas que se cruzan formando ángulos de 45 grados con respecto a las líneas horizontales y verticales del plano.



5 Digitalización

Se digitalizará con ayuda del programa adobe ilustrador, así obtendremos nuestros iconos que sean aplicados a la propuesta de las vallas polifuncionales.



6 Verificación del sistema

Relación con cada pictograma, de esta forma se verifica si forman parte de la misma familia.



4.4.2 Iconos representativos

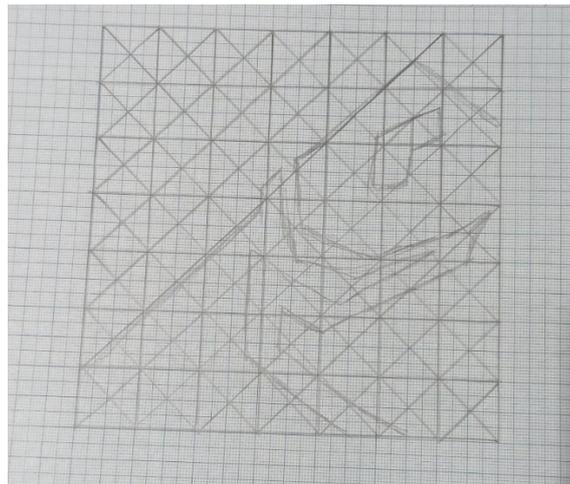
1. Referentes

Cantón Alausí - Nariz del diablo		
		
Vista Lateral	Vista frontal	Vista 3/4

Tabla 11 Referentes Alausí

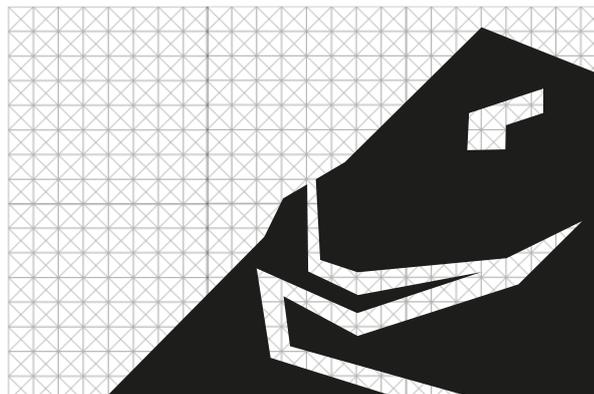
2. Proceso de bocetaje aplicado en la retícula

Figura 48 Bocetaje Alausí



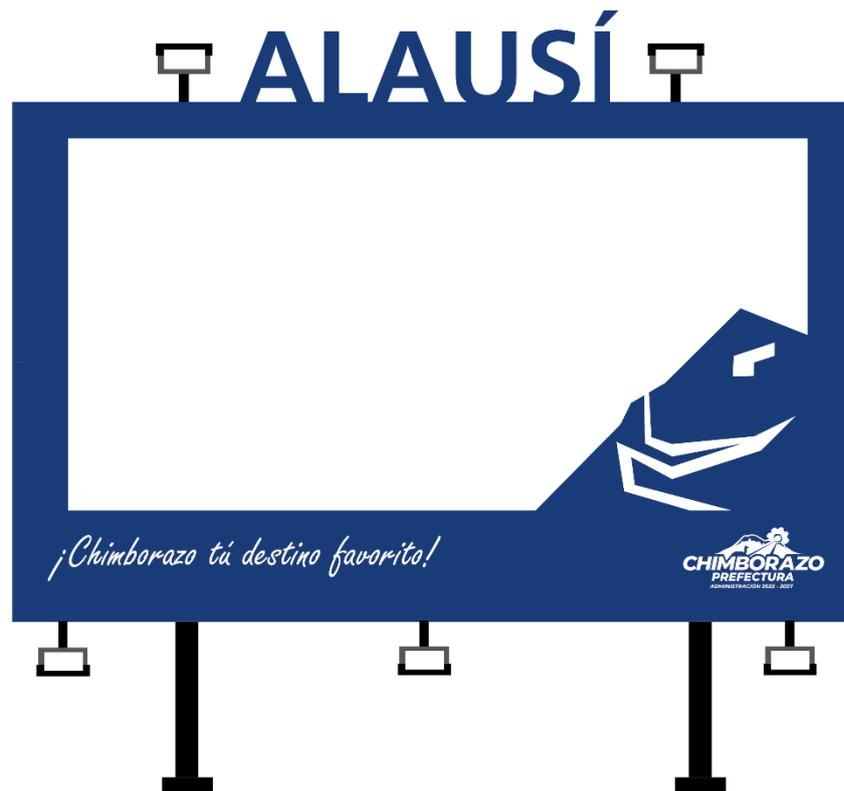
3. Digitalización

Figura 49 Digitalización Alausí



4. Aplicación en la valla

Figura 50 Aplicación en la valla



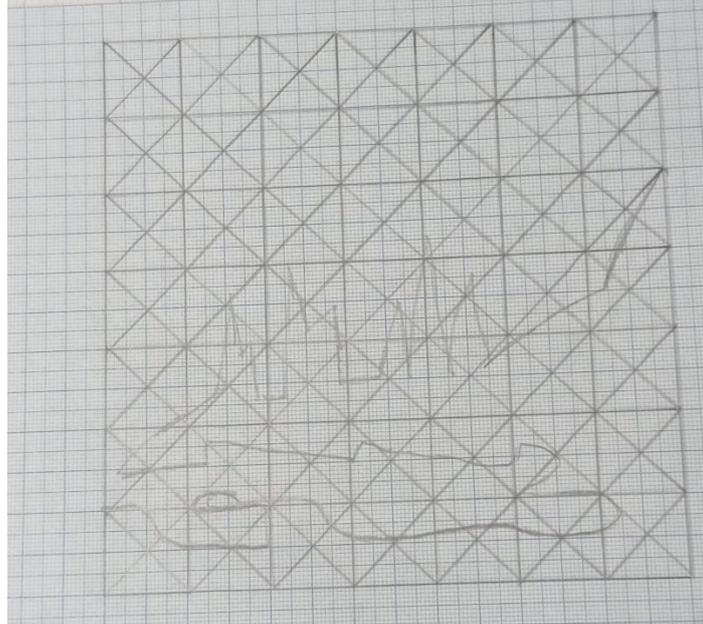
1. Refrentes

Cantón Guano – Laguna Valle hermoso		
		
Vista Lateral	Vista frontal	Vista 3/4

Tabla 12 Referentes Guano

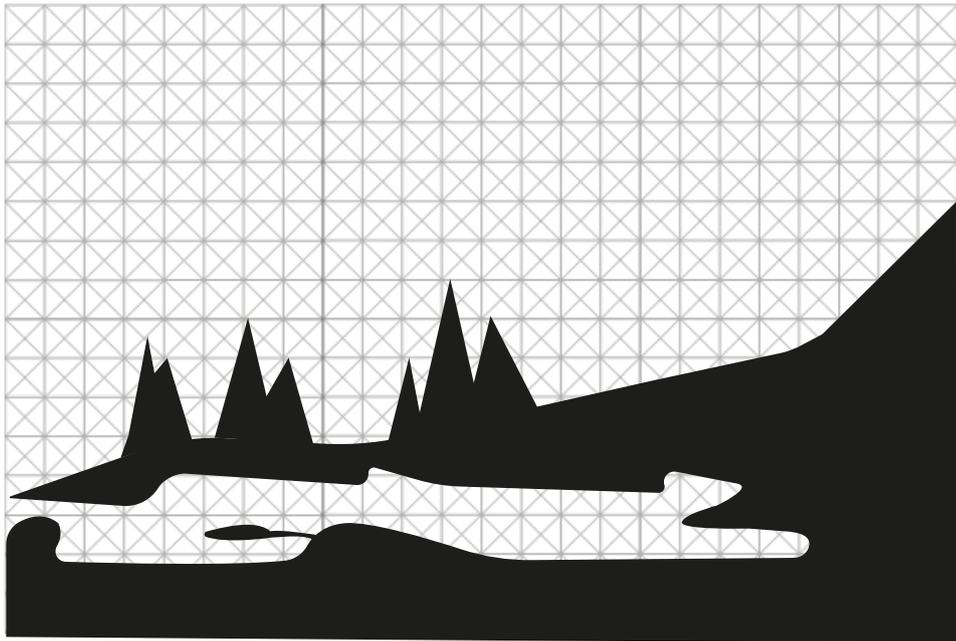
2. Proceso de bocetaje aplicado en la retícula

Figura 51 Boceto Guano



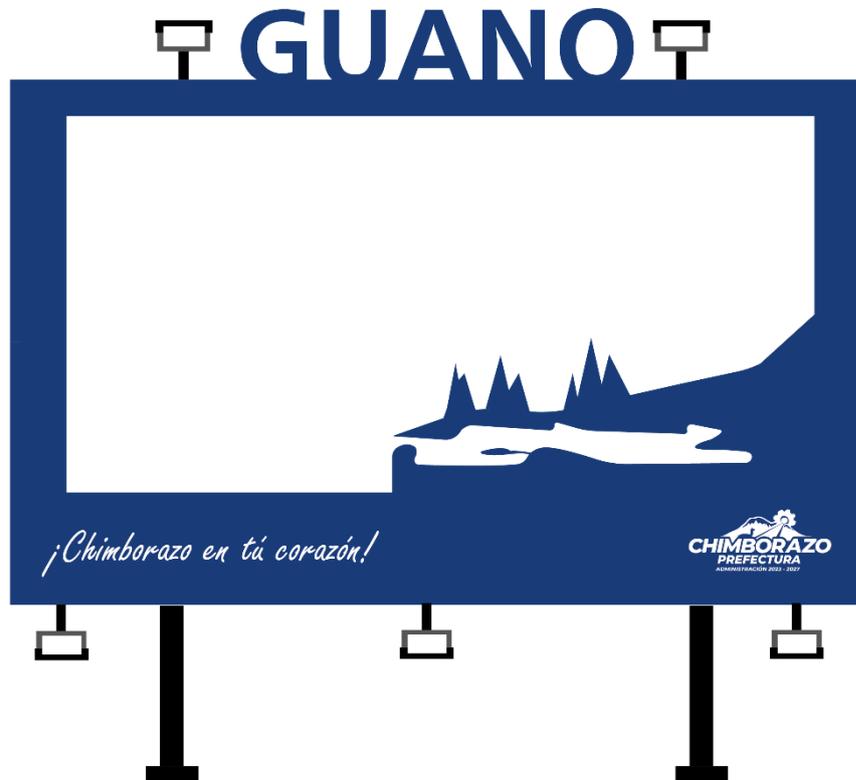
3. Digitalización

Figura 52 Digitalización Guano



4. Aplicación en la valla

Figura 53 Aplicación en la valla



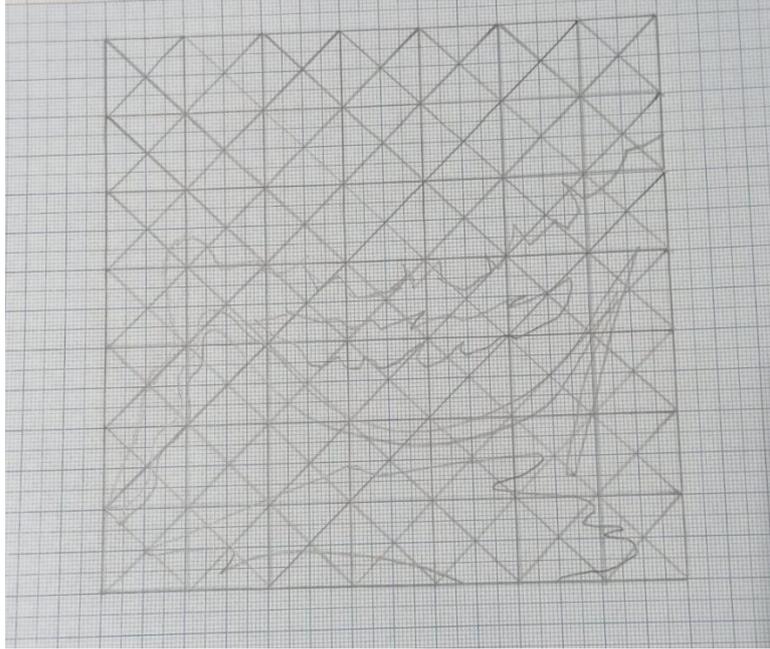
1. Referentes

Cantón Penipe – Laguna Amarilla		
		
Vista Lateral	Vista frontal	Vista 3/4

Tabla 13 Referentes Penipe

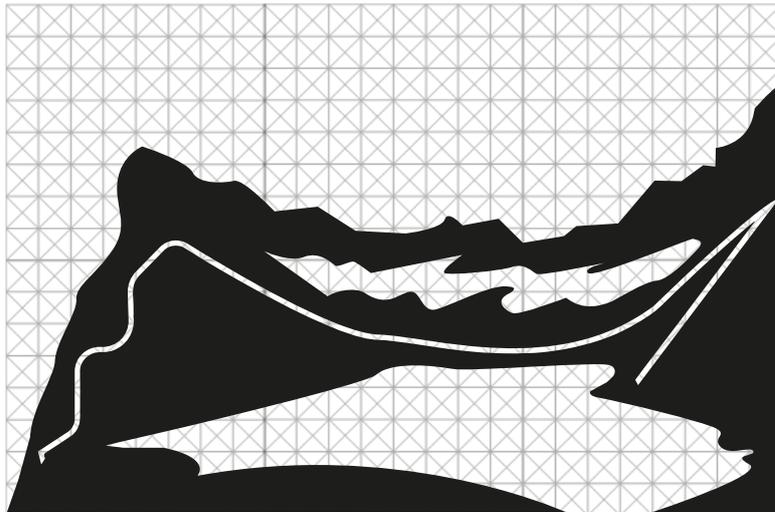
2. Proceso de bocetaje aplicado en la retícula

Figura 54 Bocetaje Penipe



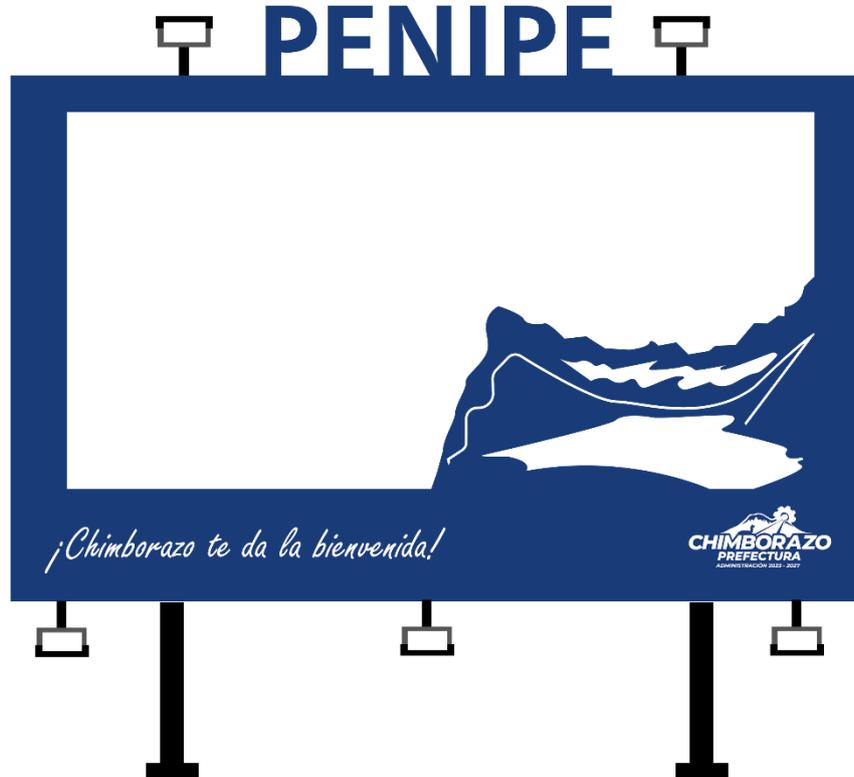
3. Digitalización

Figura 55 Digitalización Penipe



4. Aplicación en la valla

Figura 56 Aplicación en la valla



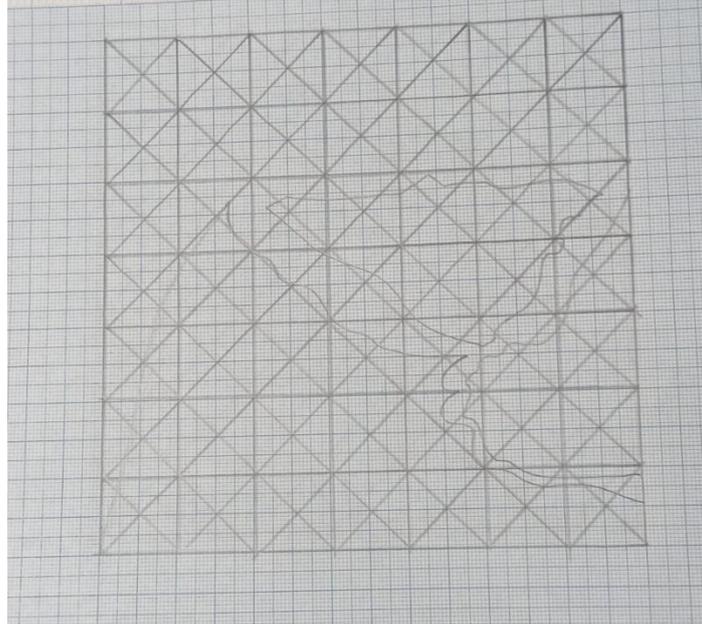
1. Refrentes

Cantón Chambo – Nevado Quillimas		
		
Vista Lateral	Vista frontal	Vista 3/4

Tabla 14 Referentes Chambo

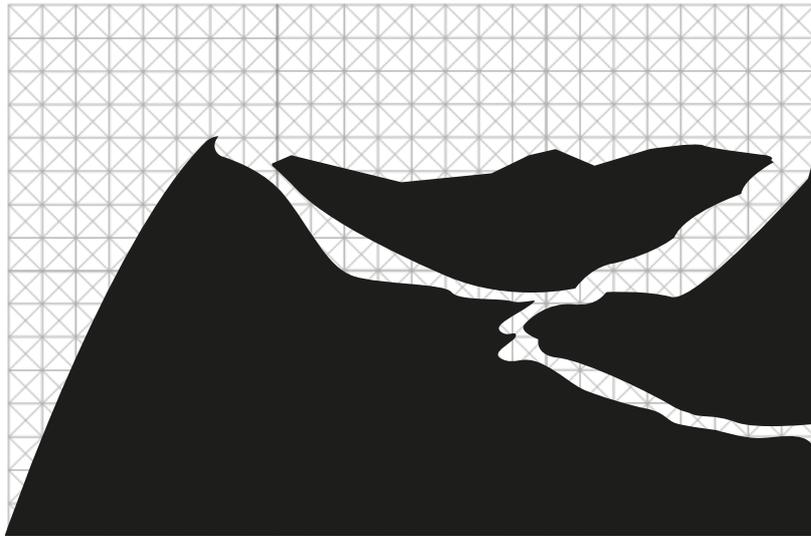
2. Proceso de bocetaje aplicado en la retícula

Figura 57 Bocetaje Chambo



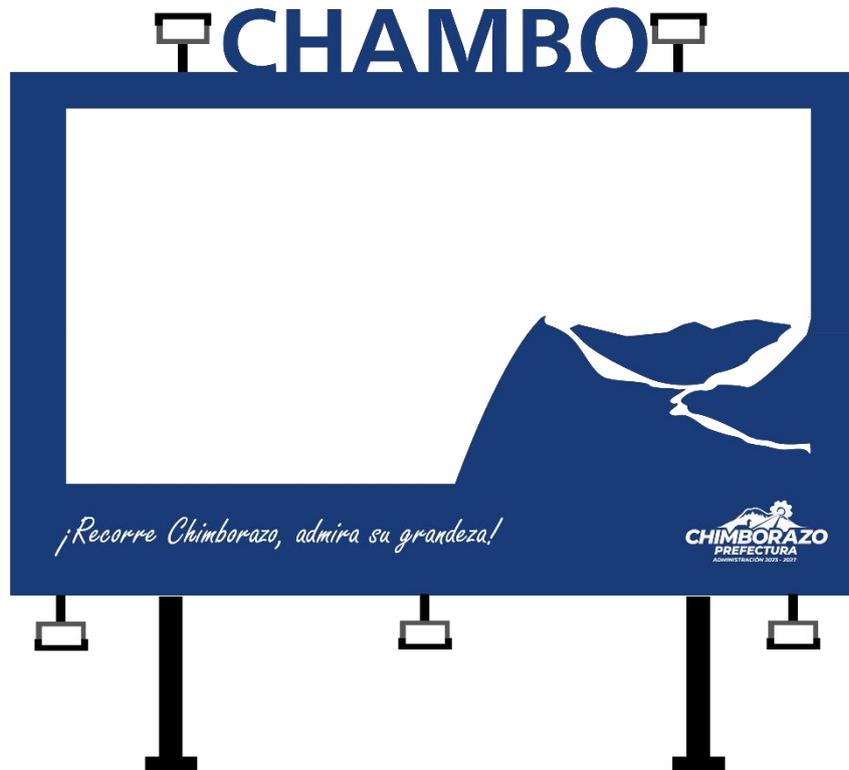
3. Digitalización

Figura 58 Digitalización Chambo



4. Aplicación en la valla

Figura 59 Aplicación en la valla



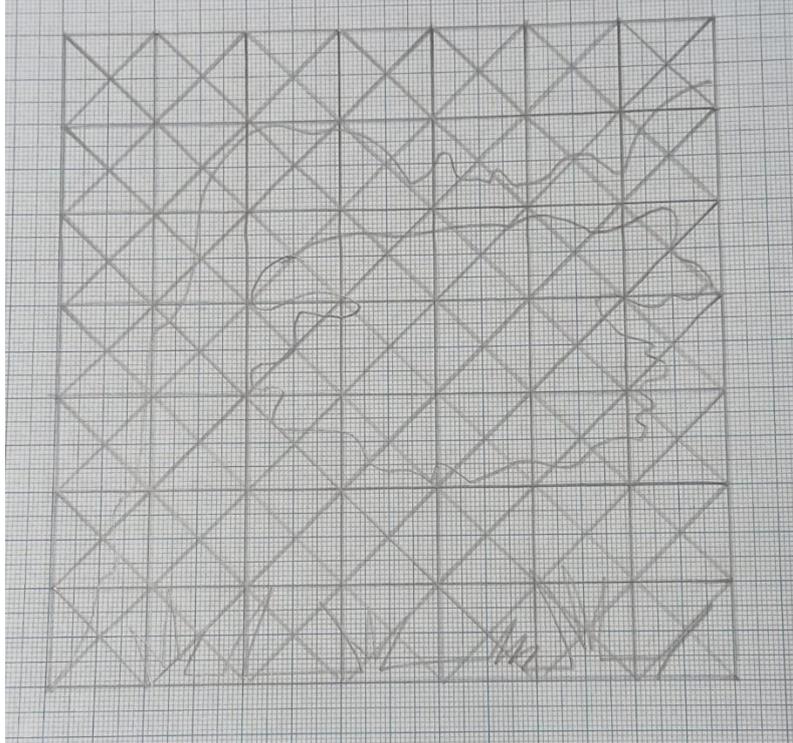
1. Refrentes

Cantón Colta – La laguna de Colta		
		
Vista Lateral	Vista frontal	Vista 3/4

Tabla 15 Referentes Colta

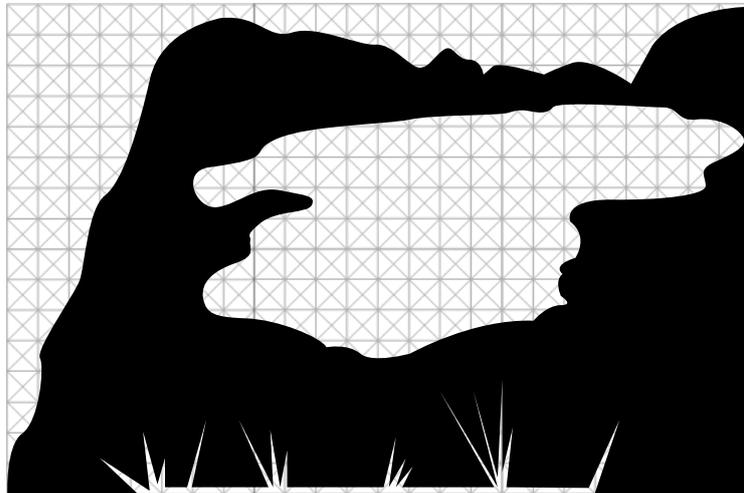
2. Proceso de bocetaje aplicado en la retícula

Figura 60 Bocetaje Colta



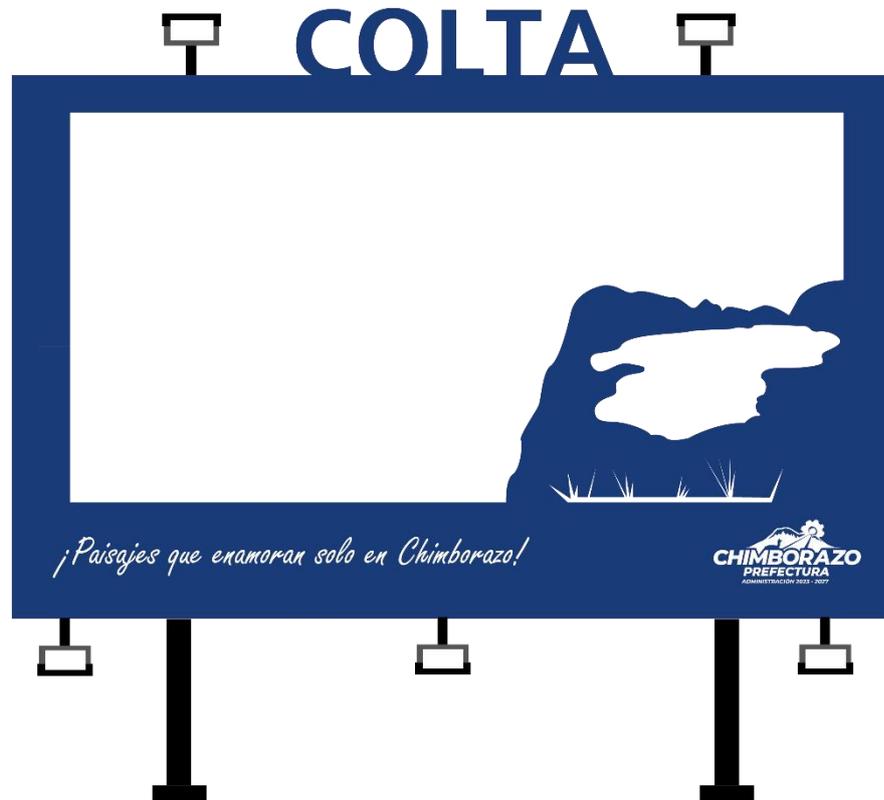
3. Digitalización

Figura 61 Digitalización Colta



4. Aplicación en la valla

Figura 62 Aplicación en la valla



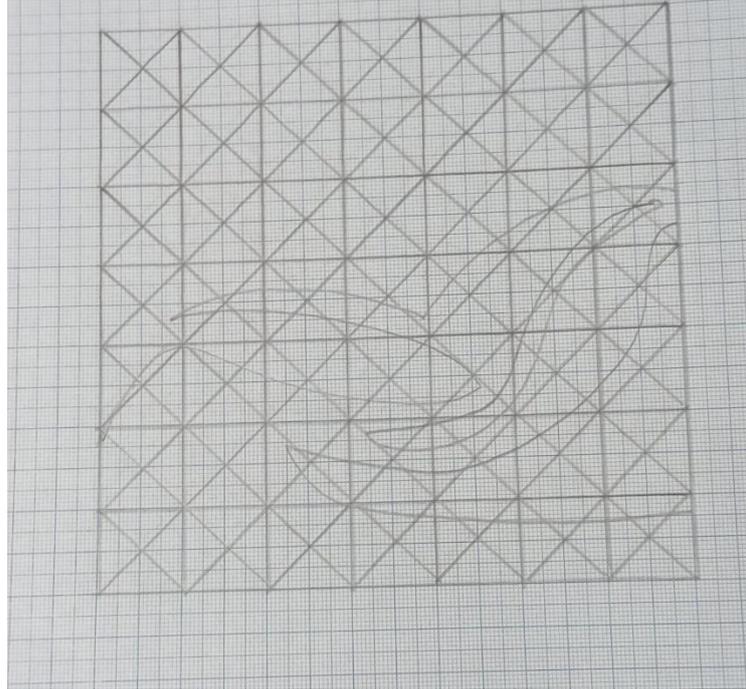
1. Refrentes

Cantón Guamote – Desierto de Palmira		
		
Vista Lateral	Vista frontal	Vista 3/4

Tabla 16 Referentes Guamote

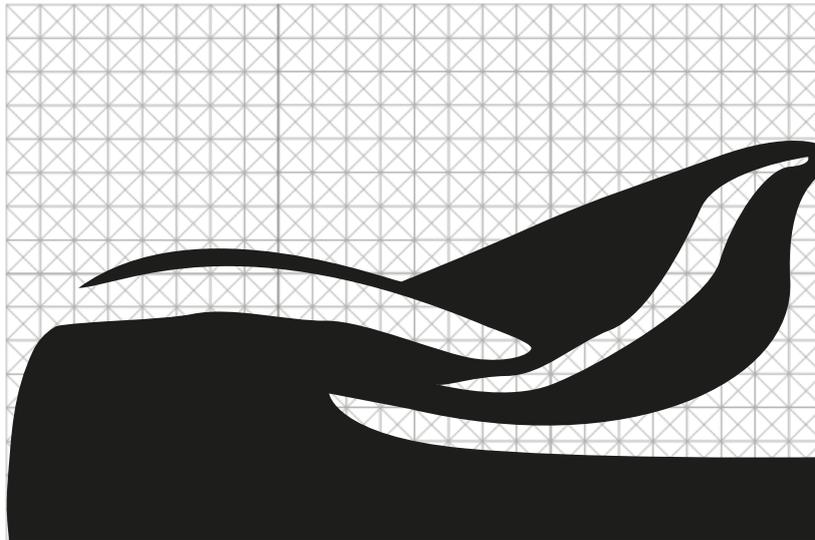
2. Proceso de bocetaje aplicado en la retícula

Figura 63 Bocetaje Guamote



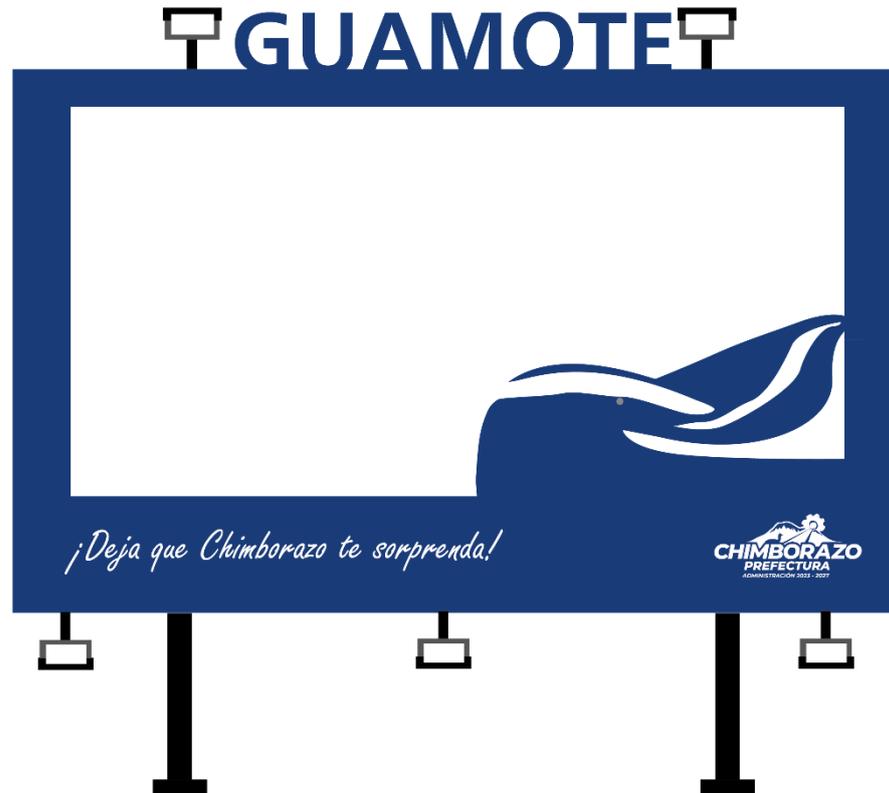
3. Digitalización

Figura 64 Digitalización Guamote



4. Aplicación en la valla

Figura 65 Aplicación en la valla



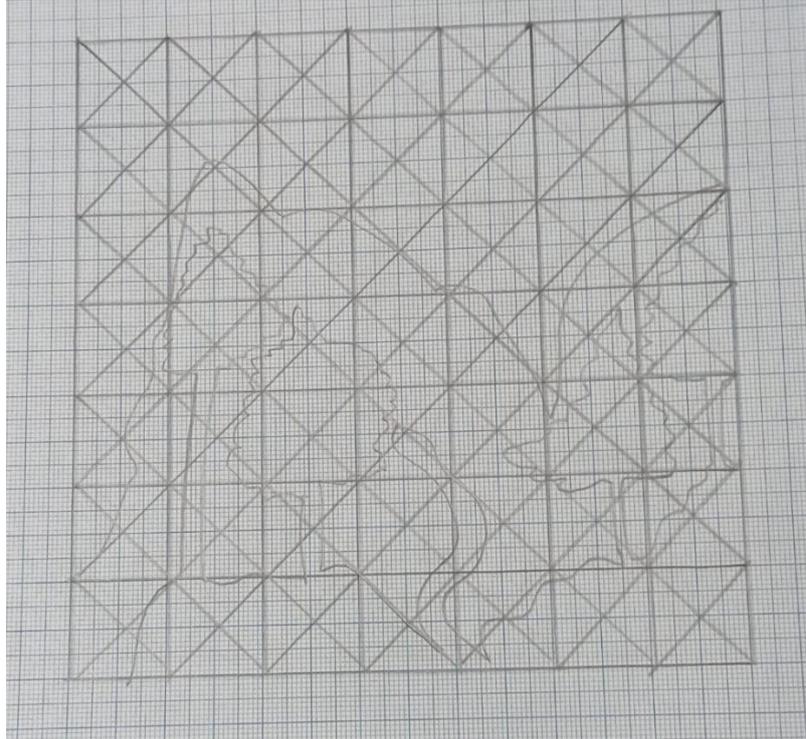
1. Referentes

Cantón Pallantanga – Bosque protector Jalubí		
		
Vista Lateral	Vista frontal	Vista 3/4

Tabla 17 Referentes Pallantanga

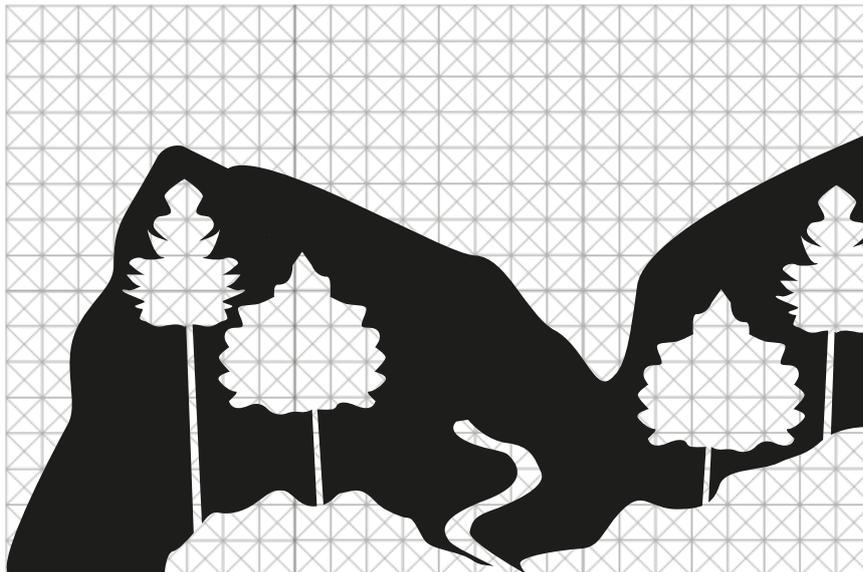
2. Proceso de bocetaje aplicado en la retícula

Figura 66 Bocetaje Pallatanga



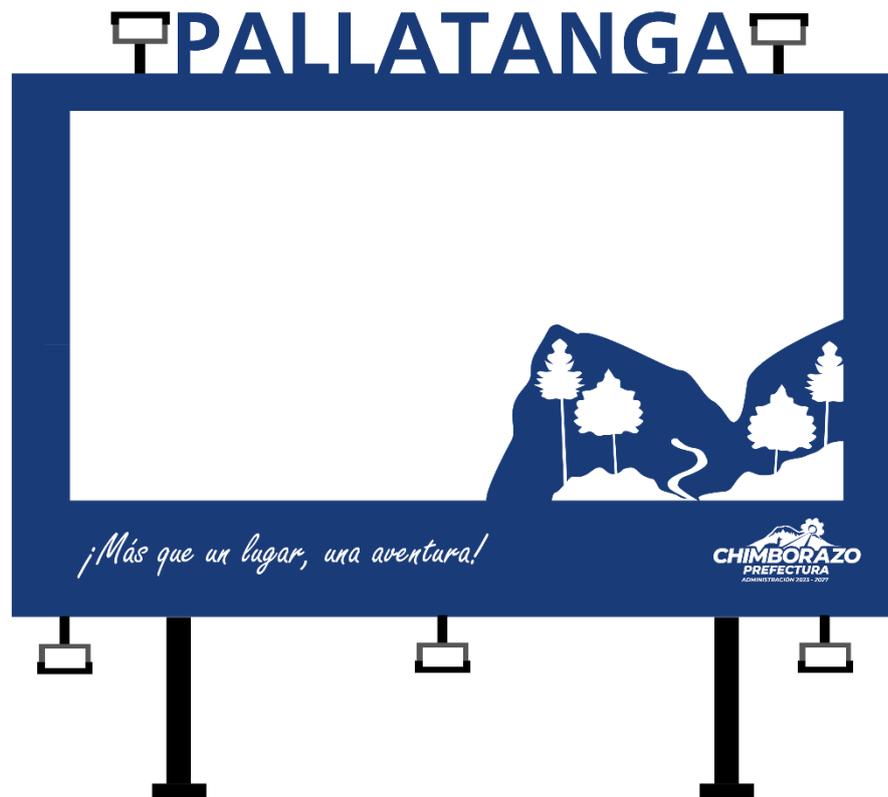
3. Digitalización

Figura 67 Digitalización Pallatanga



4. Aplicación en la valla

Figura 68 Aplicación en la valla



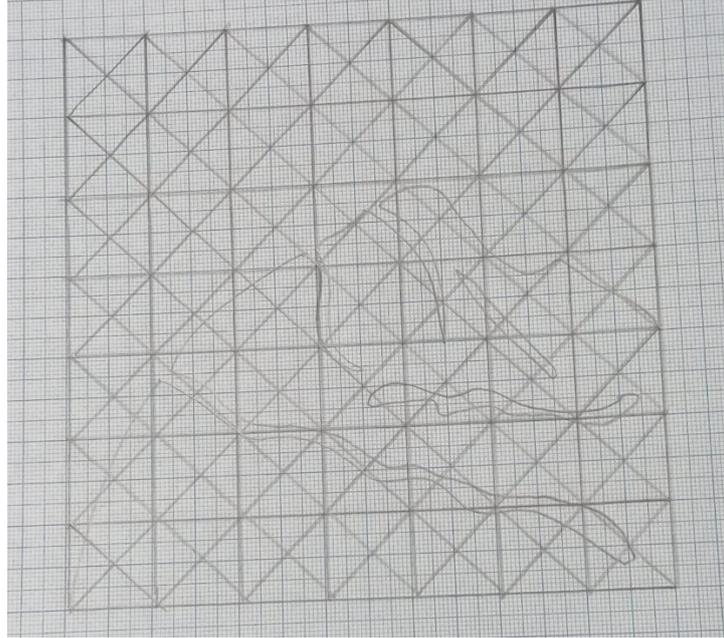
1. Refrentes

Cantón Chunchi – Cerro Puñay		
		
Vista Lateral	Vista frontal	Vista 3/4

Tabla 18 Referentes Chunchi

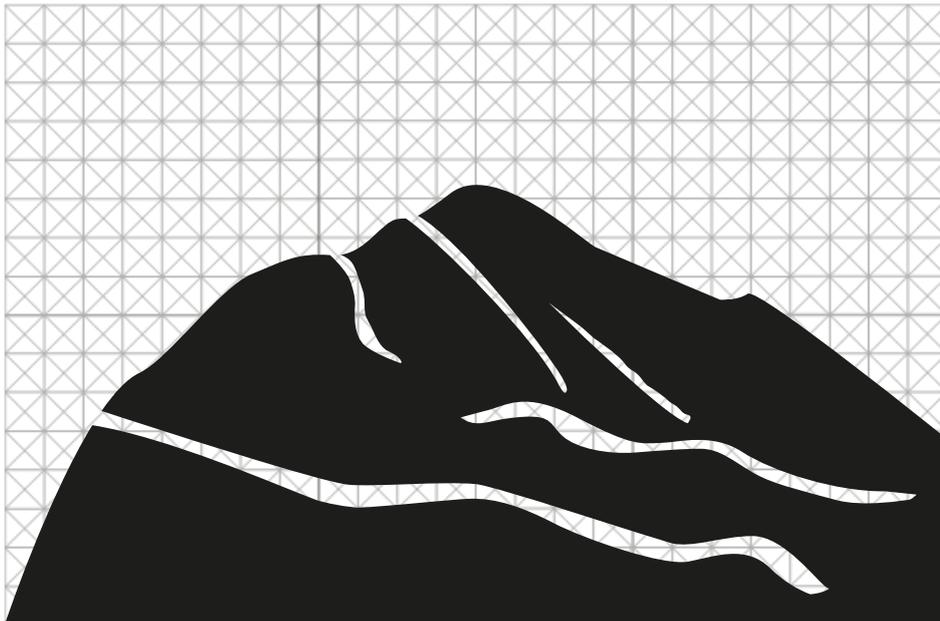
2. Proceso de bocetaje aplicado en la retícula

Figura 69 Bocetaje Chumchi



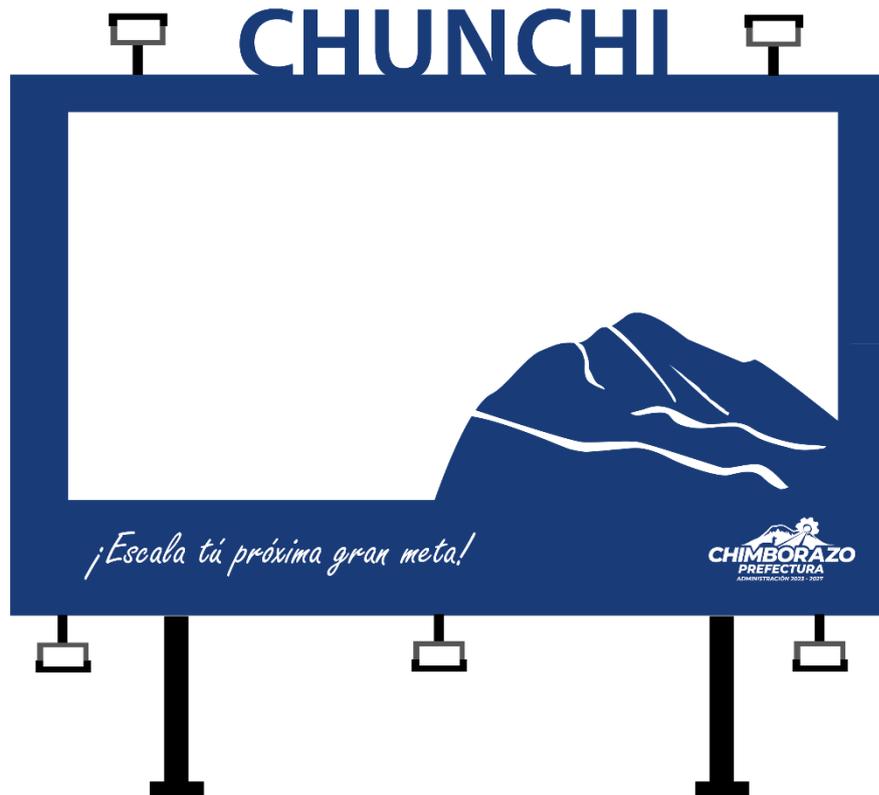
3. Digitalización

Figura 70 Digitalización Chumchi



4. Aplicación en la valla

Figura 71 Aplicación en la valla



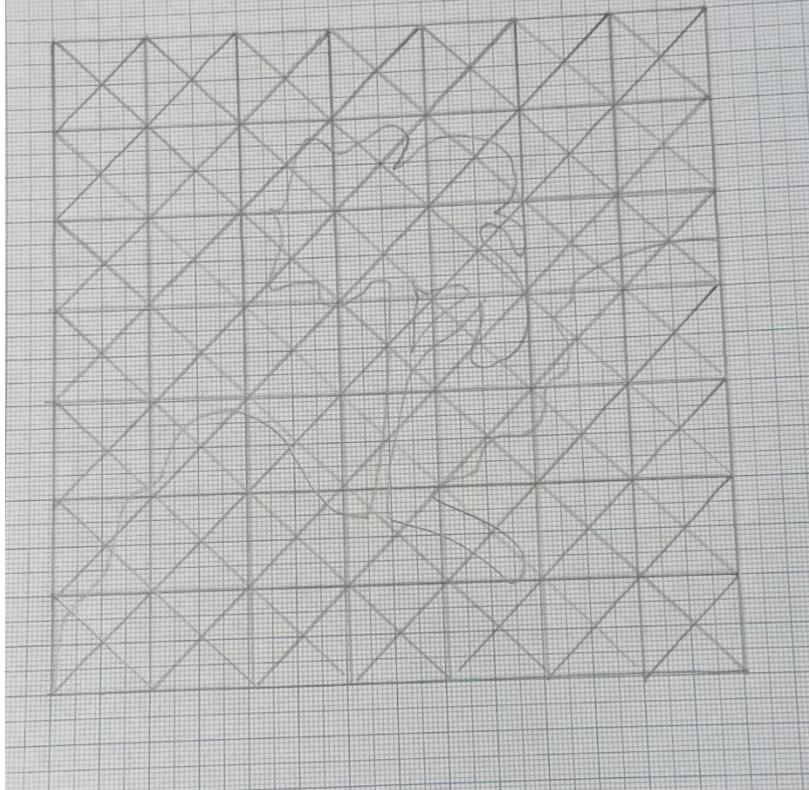
1. Refrentes

Cantón Cumandá – Bosque Nogalero		
		
Vista Lateral	Vista frontal	Vista 3/4

Tabla 19 Referentes Cumandá

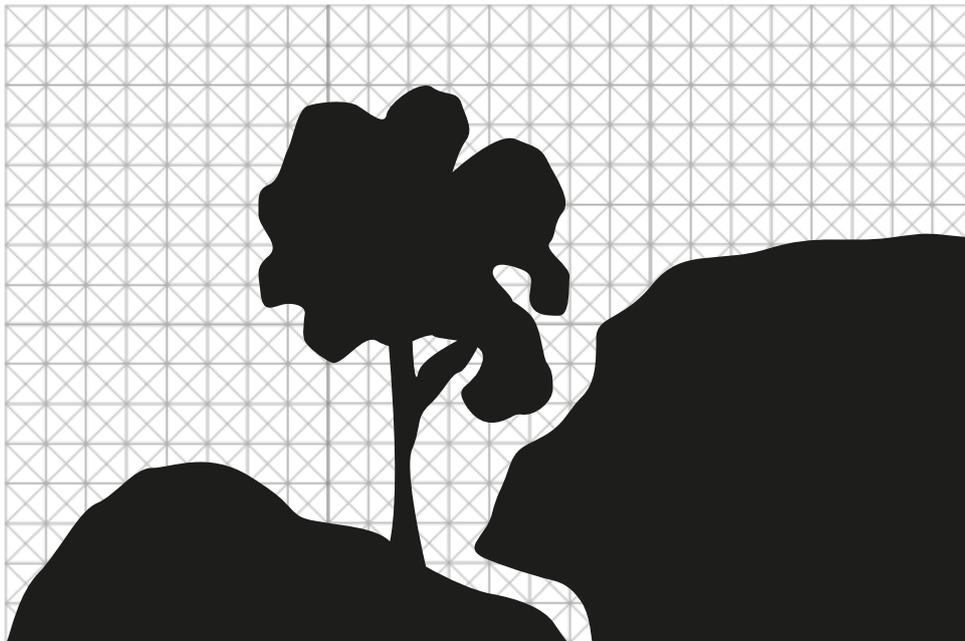
2. Proceso de bocetaje aplicado en la retícula

Figura 72 Bocetaje Cumandá



3. Digitalización

Figura 73 Digitalización Cumandá



4. Aplicación en la valla

Figura 74 Aplicación en la valla



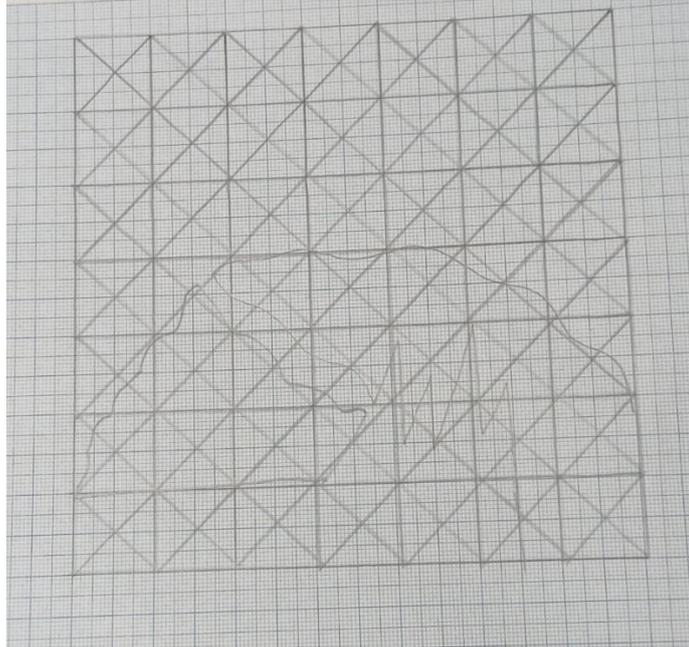
1. Refrentes

Cantón Riobamba – Cerro Cachaguay		
		
Vista Lateral	Vista frontal	Vista 3/4

Tabla 20 Referentes Riobamba

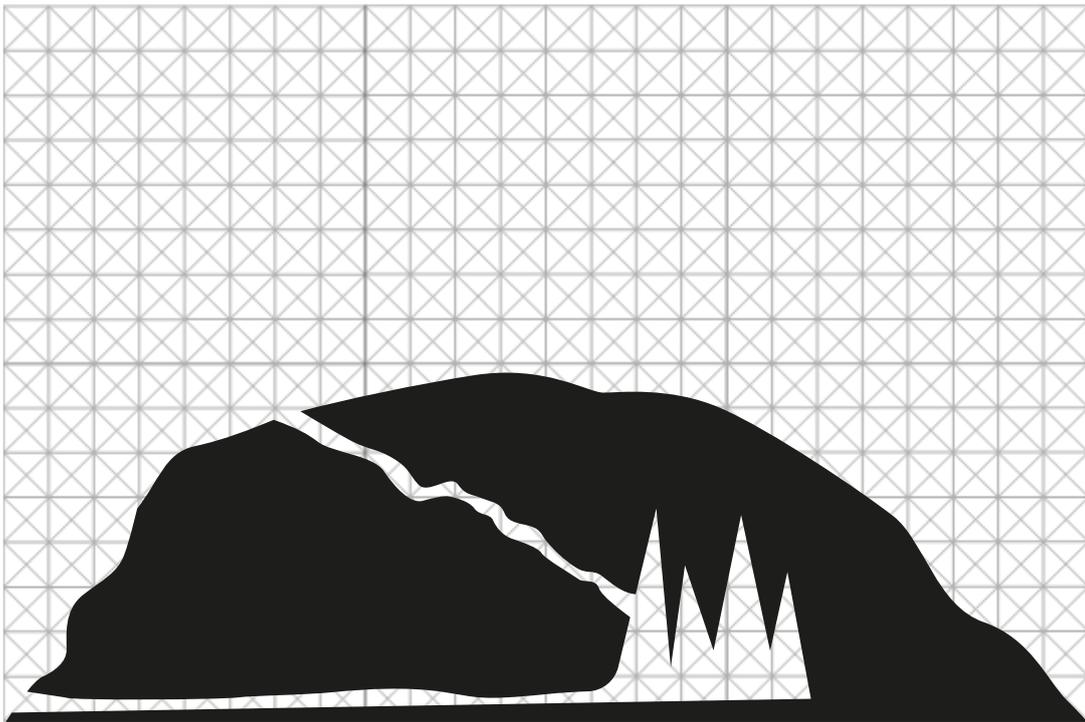
2. Proceso de bocetaje aplicado en la retícula

Figura 75 Bocetaje Riobamba



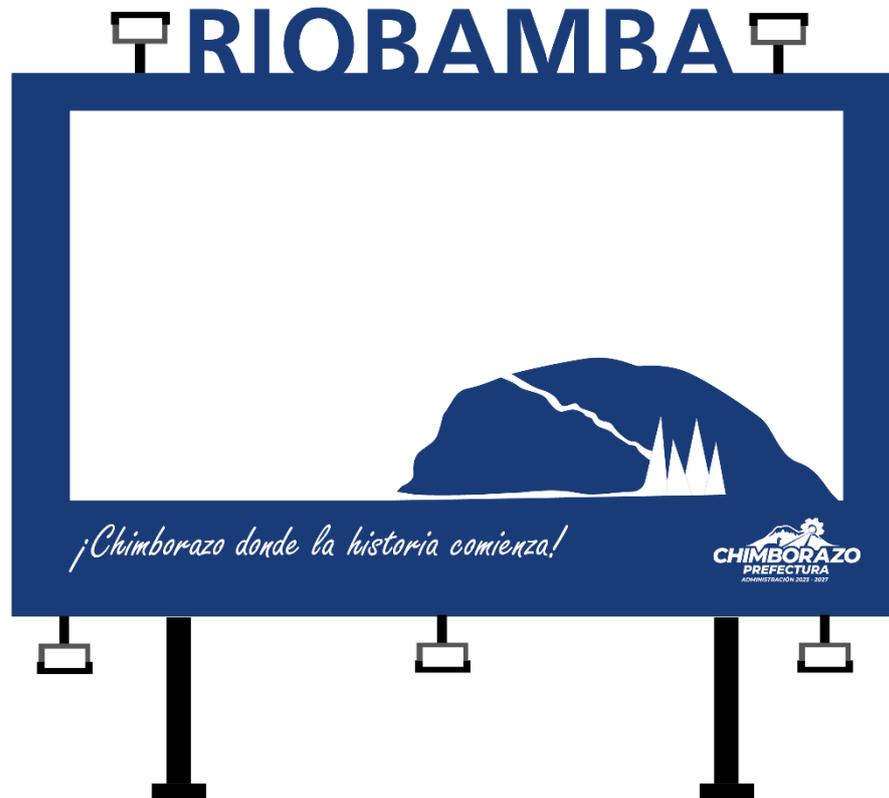
3. Digitalización

Figura 76 Digitalización Riobamba



4. Aplicación en la valla

Figura 77 Aplicación en la valla



4.4.3 Creación de la estructura

La propuesta del diseño en cuanto a la estructura base contará de varias medidas, las cuales nos permitan el soporte y nos brinden el espacio para cada elemento adicional que se colocará en dicha estructura, en la parte inferior derecha el logotipo turístico de la provincia de Chimborazo, en la parte inferior izquierda su eslogan, en la parte superior en el centro de la estructura, se colocara el cantón al cual hace referencia el icono separado por un guion y el nombre de la provincia. Y por último lo que destaca de esto es su icono representativo de cada cantón. Todo esto será colocado en base a la retícula aurea.

Figura 79 Diseño aplicado a la retícula aurea

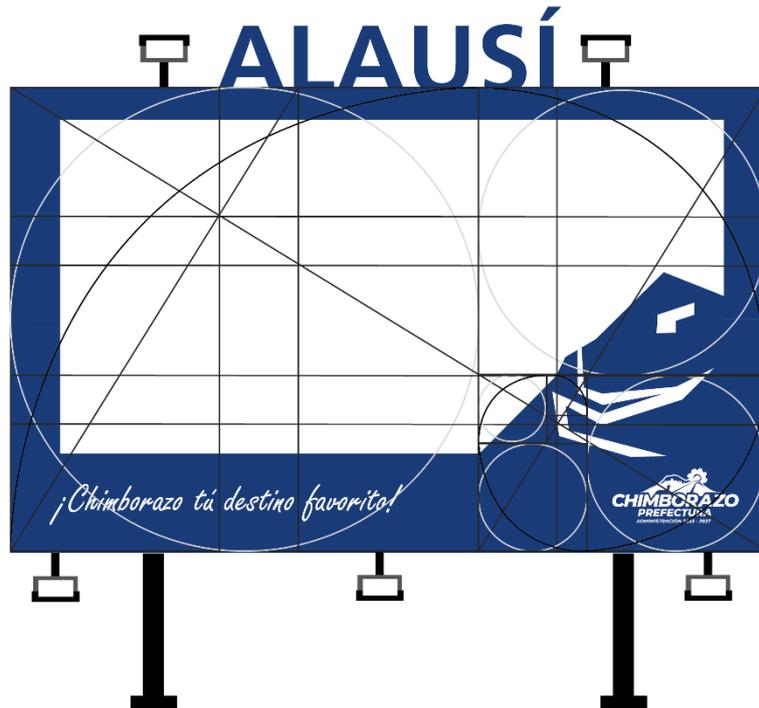


Figura 80 Infografía "Construcción de la estructura"

CONSTRUCCIÓN DE LA ESTRUCTURA

Procesos clave para una valla innovadora

Retícula

La retícula, como parámetro del diseño, no es propiamente un estándar, fue diseñada la distribución en función de la estética de la valla y otros estándares.

Materiales

Tipografía

Se eligieron dos tipografías en donde mandaron al centro y al lado que T indican varios por cada valla.

ALAUSÍ - Tipografía principal
 18 puntos - 180 gpts
 Tamaño: 45 cm de altura x 30 cm de ancho

Tipografía secundaria
 ¡Chimborazo tu destino favorito!
 Tamaño: 25 cm de altura

Sabías que?

El uso de la retícula y el espiral de oro en el diseño de la valla, le da un toque innovador y moderno, lo que la hace destacar entre las demás.

Vistas

Se establece una medida mínima para tener la fotografía y que la mínima altura de la mesa muestra, en relación al objetivo que se determine el cuadro de fondo.

Medidas

Dayana Nicole Fiallos Erazo, 2024

4.4.4 Elección de la tipografía

Análisis tipográfico

Se utilizarán dos tipografías que destaquen y proporcionen armonía a la valla polifuncional, una que será de palo seco sin serifa, esta será la principal, en donde se colocara el nombre del sitio potencial y el nombre del cantón al cual representa, será colocado en la parte superior de la valla de forma que se encuentre en el centro de la estructura. Por otro lado, la segunda tipografía será en palo seco con remates en bold tomando en cuenta que sea legible con claridad, elegante y llamativa, esta será parte del eslogan que será colocado en la parte inferior izquierda de la valla.

Tipografía principal:

La tipografía que se utilizara para captar la atención y a su vez recordar a los turistas el lugar que visitaron, es una tipografía en palo seco bold “Frutiger”, la característica principal de esta tipografía es su legibilidad a largas distancias, además de ser elegante y agradable a la vista de las personas.

Figura 81 Fuente tipografía principal



Tipografía secundaria:

La tipografía secundaria muestra lo que sería el eslogan, esta también debe ser legible a la vez agradable a la vista, por lo que se optó por colocar una tipografía en palo seco con remates, en tamaño bold “Freestyle Script”, el eslogan estará colocado con signos de exclamación.

Figura 82 Fuente tipográfica secundaria



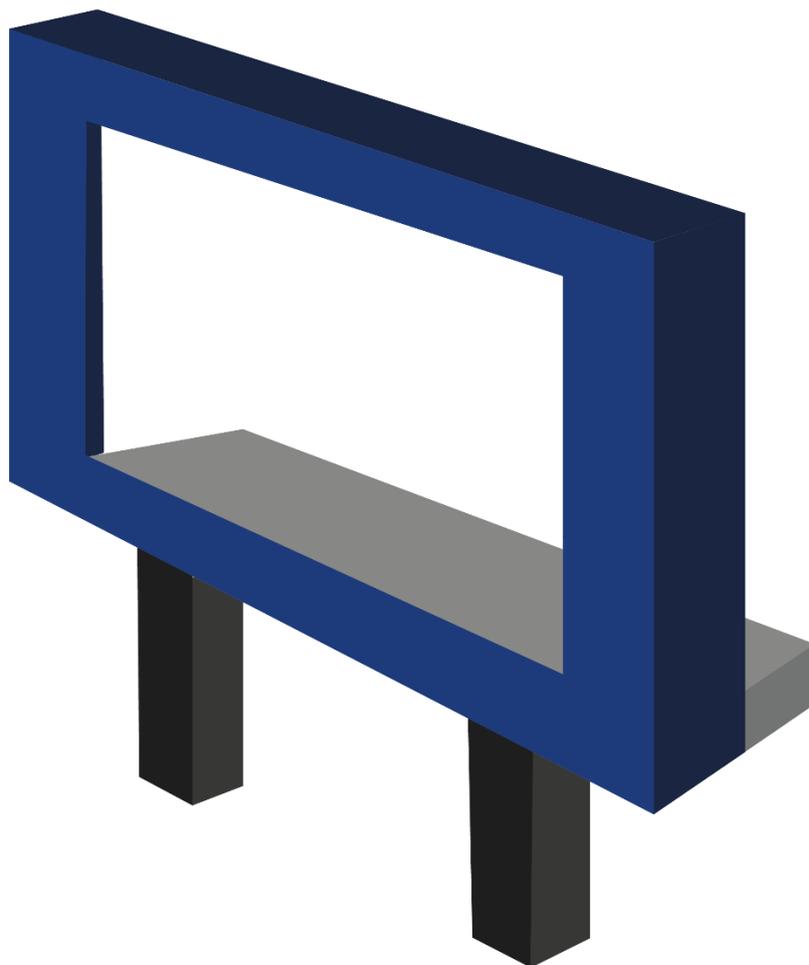
Figura 83 Tipografías aplicadas



4.4.5 Elección de la cromática

Su cromática será basada en uno de los colores característicos de la provincia, el azul, sabiendo que forma parte de su historia y serán el distintivo de que visitaron la provincia de Chimborazo, para hacerlo más estético se opta por darle ese color a todas las propuestas.

Figura 84 Cromática aplicada



5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Las vallas polifuncionales, al ser innovadoras y creativas, generan un impacto en turistas locales y externos, de los cuales, pueden llevarse un recuerdo de su viaje, y hará que llame la atención de sus conocidos y amigos, para que así Chimborazo sea una provincia que atraiga a más turistas por su experiencia turística.
- Se han determinado los referentes teóricos en base a vallas, publicidad y por su puesto nuestro lugar aplicativo de análisis a la Provincia de Chimborazo, con ayuda de los fundamentos de diseño aplicados se ha completado con agrado la propuesta de una valla innovadora, llamada valla polifuncional, para así lograr impulsar a los sitios potenciales dentro de la Chimborazo.
- Se concluye que gracias a las encuestas realizadas hacía los turistas nacionales y extranjeros, sola uno de once persona observo una valla pero obtuvo poca información de la misma, de tal forma quiere decir que no le llamo la atención como para detenerse a observar más información por medio de vallas en las vías, por otro lado el cincuenta por ciento de los encuestados destacan otros sitios como parques y lagunas, pero el otro cincuenta por ciento solamente conoce el nevado Chimborazo como sitio turístico dentro de la Provincia de Chimborazo.
- Se logró analizar determinadamente cada una de las vallas que se muestran dentro de tres rutas principales que tienen como objetivo la provincia, en el cual se pudo mostrar varios puntos entre los cuales se destacan que varias estructuras son abandonadas, carecen de mantenimiento y por lo tanto de innovación y pasan a ser contaminación visual.

Recomendaciones

- La capacitación del uso de la propuesta seria de mucha ayuda para poder implementar en mayor cantidad, en varios puntos de la provincia y sea visible y conocido como algo característico de Chimborazo.
- Por medio de la gestión de las entidades gubernamentales se podrá tener un monitoreo periódico de las estructuras, asegurándose de que su mantenimiento sea periódico, que se encuentren en condiciones agradables y su funcionamiento adecuado.
- Fomentar acuerdo que unan a los GADS de la provincia para implementar este medio publicitario nuevo e innovador, de esta forma destacarse en conjunto con la prefectura.

6. CAPÍTULO VI. PROPUESTA

Figura 85 Aplicación en las vías



Figura 86 Aplicación en el sitio potencial



Figura 87 Aplicativo en el caso de incrementar una opción QR



BIBLIOGRAFÍA

- Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba. (2022). Obtenido de <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/penipe/lagunas/laguna-amarilla-atu43kr72>
- Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba. (2022). *Riobamba*. Obtenido de <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/penipe/lagunas/laguna-amarilla-atu43kr72>
- GoRaymi International TouristicPlatform S.A. . (2024). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/naturaleza/nariz-diablo-ac09b4cf1>
- GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/pallatanga/ciudades/pallatanga-turismo-ae4d095a6>
- UNIVERSIDAD DE COSTA RICA. (2025). *PROLEDI*. Obtenido de <https://proledi.ucr.ac.cr/reglamento-de-los-derechos-de-via-y-publicidad-exterior/>
- 1library.co. (2025). Obtenido de <https://1library.co/document/9ynmjokz-parte-descripcion-uso-dispositivos-elementales-control-transito.html>
- Andrade, J. (febrero de 2016). Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12371/1/UPS-QT09436.pdf>
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (2022). *AME*. Obtenido de <https://ame.gob.ec/2010/05/20/canton-guano/>
- Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación. (2023). *HAZTECO*. Obtenido de https://compromiso.atresmedia.com/hazte-eco/noticias/arte-vallas-publicitarias-reino-unido-luchar-plastico_202007135f0c7dee5175c000014c0ac5.html
- Balón, H. (19 de 05 de 2022). *genially*. Obtenido de <https://view.genially.com/6286c83d8663520011a25d71/presentation-reglamento-ecuadoriano-de-normalizacion-uniformidad-del-diseno>
- Capuz, Y. (11 de 12 de 2016). *ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Obtenido de <https://yadiracapuz11.wordpress.com/2016/12/11/atractivos-turisticos-de-la-provincia-de-chimborazo/>
- Caribbean News Digital. (s.f.). *2017*. Obtenido de <https://www.excelenciaspanama.com/>

Caribbean News Digital. (2017). Obtenido de <https://www.excelenciaspanama.com/noticia/instalan-vallas-publicitarias-para-promover-sitios-turisticos-en-panama>

Caribbean News Digital. (05 de 05 de 2017). *Excelencias New Panamá*. Obtenido de <https://www.excelenciaspanama.com/noticia/instalan-vallas-publicitarias-para-promover-sitios-turisticos-en-panama>

Caribbean News Digital. (05 de 05 de 2017). *Excelencias Panamá*. Obtenido de <https://www.excelenciaspanama.com/noticia/instalan-vallas-publicitarias-para-promover-sitios-turisticos-en-panama>

Digvas. (02 de 04 de 2018). *Historias y personajes desde el corazón del mundo*. Obtenido de <https://digvas.wordpress.com/2018/04/02/la-artista-que-creo-el-escudo-de-chimborazo/>

Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba. (2022). Obtenido de <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/riobamba/hosterias/hosteria-manolas-a8vl2ui3e>

Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba. (2022). *GAD Riobamba*. Obtenido de <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/penipe/lagunas/laguna-amarilla-atu43kr72>

Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba. (2022). *GAD Riobamba*. Obtenido de <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/guamote/montanas-cerros/desierto-palmira-a76vz9lfz>

Ecuador WEB . (2025). *Ecuador WEB* . Obtenido de <https://ecuadorweb.net/banderas-de-las-provincias-del-ecuador-significado-historia-e-imagenes/>

Fiallos, N. (2024). *Google forms*. Obtenido de <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf1r0unttSHN8IuA6rkxZhc0e9LDvIcEWFF4VM7LilAF2WvwA/viewform>

Giani, C. (27 de 09 de 2022). *Enciclopedia de Ejemplos*. Obtenido de <https://www.ejemplos.co/iconos/#:~:text=Los%20C3%ADconos%20son%20signos%20visuales,un%20objeto%20o%20un%20concepto>

Go raymi. (2024). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/provincias/provincia-chimborazo-a1659dd59>

Go Raymi. (2024). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/chambo/aire-libre/guia-turistica-chambo-aeuafy063>

Go Raymi. (2024). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/penipe/ciudades/penipe-turismo-abd362cba>

Go Raymi. (s.f.). *Go Raymi*. Obtenido de 2024: <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/pallatanga/ciudades/pallatanga-turismo-ae4d095a6>

GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). *GoRaymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/mapas/ciudades-chimborazo-aro zp287q>

GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/naturaleza/nariz-diablo-ac09b4cf1>

GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/penipe/nevados/nevado-altar-auu50a7d3>

GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/colta/ciudades/colta-turismo-afe734cfb>

GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/rutas-paseos/lugares-turisticos-alausi-aew86lp72>

GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/chunchi/ciudades/chunchi-turismo-a0fbc6aa7>

GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/guano/lagunas/laguna-valle-hermoso-ah0ebd2dn>

GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/chambo/naturaleza/nevado-quilimas-aoa8kqczy>

GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/pallatanga/agroturismo-ecoturismo/pallatanga-turismo-rural-aa9z5122s>

GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/colta/lagunas/laguna-colta-a9f1c900b>

- GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/guano/rutas-paseos/lugares-turisticos-guano-a6fs1mz4e>
- GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/cumanda/ciudades/cumanda-turismo-a3cfada81>
- GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (2024). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/ciudades/alausi-turismo-af2080a0a>
- GoRaymi International TouristicPlatform S.A. (s.f.). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/rutas-paseos/lugares-turisticos-alausi-aew86lp72>
- Guambo, L. (12 de 09 de 2014). *Blogspot*. Obtenido de <https://luigustavo.blogspot.com/2008/06/lugateas-turisticos-de-chimborazo.html>
- INEC. (04 de 10 de 2023). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/471-933-personas-viven-en-chimborazo/>
- INEN. (20 de 05 de 2011). https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/LOTAIP2015_reglamento-tecnico-ecuatoriano-rte-inen-004-1-2011.pdf. Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/LOTAIP2015_reglamento-tecnico-ecuatoriano-rte-inen-004-1-2011.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (04 de 10 de 2023). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/471933-personas-viven-en-chimborazo/>
- iWaNaTrip Group. (2023). *iWaNatrip*. Obtenido de <https://iwannatrip.com/es/Provincia-de-Chimborazo-Ecuador/1335>
- La Gaveta Voladora. (2023). *La Gaveta Voladora*. Obtenido de <https://lagavetavoladora.com/que-ver-ciudad-del-cabo-turismo-sudafrica/>
- Loachamin, C. (07 de 2016). *UPS-QT10573*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13201/1/UPS-QT10573.pdf>

MÁRQUEZ, G. P. (2018). *DSpace Unach*. Obtenido de <https://dspace.esPOCH.edu.ec/server/api/core/bitstreams/03c92770-85b3-4294-bf70-3cd6b4f93419/content>

Mi Destino Ecuador . (2025). *Mi Destino Ecuador* . Obtenido de <https://www.midestinoecuador.com/destinos/cerro-punay/#:~:text=Para>

Mi Destino Ecuador. (2025). Obtenido de <https://www.midestinoecuador.com/destinos/cerro-punay/>

Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2012). Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/ACUERDO-023_2012.pdf

Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2024). Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/6-245-turistas-visitaron-areas-protegidas-de-chimborazo/>

Ministry of Tourism of Ecuador. (2004). *Sitio Oficial de Turismo del Ecuador*. Obtenido de https://vivecuador.com/html2/esp/chimborazo_es.htm

Oedim. (2025). *Oedim*. Obtenido de <https://www.oedim.com/blog/tipos-de-vallas-publicitarias-clases>

Ortega, C. (2024). *Questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-no-probabilistico/>

P&P Medios. (07 de 03 de 2022). *P&P Medios*. Obtenido de <https://www.pypmedios.com/noticias/tipos-de-vallas-publicitarias>

PGR. (2024). *PGR VALLAS*. Obtenido de <http://www.pgrweb.go.cr/DOCS/NORMAS/1/VIGENTE/D/2000-2009/2000-2004/2000/B31D/3BE7B.HTML#:~:text=Lineamientos>

Planet Andes. (2024). *Planet Andes*. Obtenido de <https://www.planetandes.com/es/ecuador/andes/chimborazo/mapa-turistico-atracciones-riobamba-chimborazo-ecuador/>

Salazar, J. (2024). Obtenido de <https://brandemia.org/dubai-tiene-nueva-marca-turistica>

Tatiana, C. V. (2021). Obtenido de <https://dspace.esPOCH.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b94f313d-801a-4a1e-9733-00e422dde1f1/content>

Tripadvisor LLC. (2024). *Tripadvisor*. Obtenido de https://www.tripadvisor.es/Attractions-g2651583-Activities-c47-Chimborazo_Province.html

ViajandoX. (2025). Obtenido de <https://ec.viajandox.com/colta/laguna-de-colta-A897>

ANEXOS

Enlace de la encuesta:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf1r0unttSHN8IuA6rKxZhc0e9LDvIcEWWF4VM7LilAF2WvwA/viewform>

Formato de la encuesta:

Encuesta para turistas nacionales y extranjeros que conocen los sitios turísticos de los cantones de la provincia de Chimborazo

Proyecto de grado de la carrera de Diseño Gráfico

nicoerasfiallos28@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

¿Rango de edad? *

- 18-25
- 25-35
- 35-45

Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf1r0unttSHN8IuA6rKxZhc0e9LDvIcEWWF4VM7LilAF2WvwA/viewform>

Por: Fiallos Dayana, 2024

¿Con qué frecuencia visita la provincia? *

- 1 a 2 veces por semana
- 2 a 4 veces pasando un mes
- 1 vez al año

¿De dónde nos visita? *

De ser el caso de ser extranjero seleccione otra y el país

- Sierra
- Costa
- Oriente
- Galápagos
- Extranjero
- Otros: _____

Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf1r0unttSHN8IuA6rKxZhc0e9LDvIcEWWF4VM7LilAF2WvwA/viewform>

Por: Fiallos Dayana, 2024

¿En qué se movilizó? *

Transporte Público

Auto privado

Motocicleta

Otros: _____

¿Qué ruta tomo? *

Tu respuesta _____

¿Por qué medio se enteró de este lugar turístico? *

Redes Sociales

Vallas

Flyer

Otros: _____

Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf1r0unttSHN8IuA6rkxZhc0e9LDvIcEWWF4VM7LilAF2WvwA/viewform>

Por: Fiallos Dayana, 2024

¿Qué tanta información obtuvo?(en el caso de ser vallas)

Nada

Poco

Mucho

¿Cuál red social? (en el caso de ser red social)

Instagram

Facebook

TikTok

Otros: _____

¿Qué atractivos turísticos son los que más le llaman la atención? *

Tu respuesta _____

Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf1r0unttSHN8IuA6rkxZhc0e9LDvIcEWWF4VM7LilAF2WvwA/viewform>

Por: Fiallos Dayana, 2024

Entrevistas

Entrevista para las autoridades gubernamentales y otros actores relevantes en la provincia de Chimborazo o que los mismos influyan en la parte turística.

Nombre: Juan Carlos Peña

Edad: 38

Cargo-Profesión: Analista de turismo

Lugar de trabajo: Prefectura de Chimborazo

1. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de Chimborazo?

Como una de las principales actividades de la provincia de Chimborazo, podemos decir que es el nevado con el mismo nombre, el **nevado Chimborazo**. Ya que es reconocido como el punto más lejano del centro de la tierra y por ende el punto más cercano al sol. Otro dentro de su categoría tenemos el mismo **volcán Tungurahua en Penipe y el Altar** que están dentro de la provincia de Chimborazo.

De ahí por la parte de **Penipe tenemos el ojo del fantasma, la laguna amarilla**, y ya entrando en lo que es **Riobamba tenemos el centro histórico de Riobamba**. Yéndonos a la parte de **Guano, igualmente tenemos la ruta del hielero, la ruta de la piedra negra de Simón Bolívar**. Y ya bajando más al sur tenemos en **Colta la iglesia de Valvanera, la laguna de Colta** y continuando en otro de los cantones, en **Guamote, tenemos las dunas de palmira y la cumbre de altillo**, que queda en la **vía Guamote – Macas**, en la parroquia Cebadas, continuando más al sur, tenemos en lo que es **Alausí, tenemos el tren de la nariz del diablo, el complejo la cumbre de Osogoche**, también tenemos parte del **Capacñan, que comparten con Chunchi y con Cañar que conecta a Ingapirca**.

Bajando más al sur al cantón **Chunchi, tenemos el templo andino del Puñay** que es uno de los más reconocidos, de la parte de **Cumandá tenemos el tema de cascadas, como la cascada del naranja pata, la soberana que son ideales para hacer turismo de aventura como canyoning**.

2. ¿Qué esfuerzos se están realizando para promover el turismo sostenible en la provincia?

El tema de articulación, tanto como con las comunidades, los actores principales, los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados, y ONG, en muchos de los casos, que ya viene de alguna forma realizando trabajo dentro de territorio, el **tema pasa por un tema de articulación, un tema de generar modelos de gestión para que esto pueda ser operativo y se involucre a la misma comunidad dentro de sus actividades, de los circuitos atractivos o rutas turísticas**.

3. ¿Cómo se está abordando el impacto del cambio climático en los sitios potenciales naturales de la provincia?

El tema en el cambio climático se ha tratado sobre todo en la parte rural que es donde se encuentran estos atractivos, de **darles una alternativa de vida con el turismo, de una forma ordenada, responsable**, para que puedan tener alternativas, al mismo avance de la frontera agrícola o a la tala de bosques y todo eso, **que pueda de alguna forma contribuir y frenar todas estas actividades que a lo largo han sido las que han creado impacto en el cambio climático**.

4. ¿Qué estrategias de marketing se están implementando para atraer a turistas internacionales?

De acuerdo con las tendencias últimamente se ha estado promoviendo mediante redes sociales, mediante los temas digitales, la elaboración de fotos, de videos, de pequeños spots publicitarios a nivel de medios televisivos, para que puedan visitar cada uno de estos lugares.

5. ¿Cuáles son las temporadas más altas de turismo en Chimborazo y cómo se preparan para ellas?

La temporada de Chimborazo empieza con este mes de septiembre y avanza hasta terminar lo que es carnaval, lo que genera esta dinámica de visitas y también por los meses de febrero que son las vacaciones que usualmente la gente de la costa suele visitar Chimborazo.

6. ¿Qué tanto presupuesto es designado para el tema de vallas publicitarias en las vías?

Nosotros como tal, como dirección de turismo al momento no contamos con presupuesto como tal exclusivamente para lo que son vallas, pero trabajamos en otros proyectos de cómo son de señalética interna a nivel de los atractivos, este año tenemos previsto ejecutar un proyecto de alrededor de cincuenta mil dólares que se han focalizado en algunos proyectos del cantón Cumandá, del cantón Pallatanga, de las dunas de palmira, también esta del acceso al cerro puñay en Chunchi y del geoparque volcán Tungurahua en estos sectores se va a hacer la inversión en señalización turística.

Entrevista para las autoridades gubernamentales y otros actores relevantes en la provincia de Chimborazo o que los mismos influyan en la parte turística.

Nombre: Javier Andrade

Edad: 39

Cargo-Profesión: Líder Zonal 3 del Ministerio de turismo

Lugar de trabajo: Ministerio de Turismo

1. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de Chimborazo?

Bueno como principales atractivos tenemos, las dos áreas protegidas, la reserva de producción de la fauna del Chimborazo, el parque nacional Sangay que involucran varios atractivos, en este caso nuestro principal es el nevado Chimborazo, el volcán el Altar, tenemos el tema de cascadas en la parte del subtrópico, Pallatanga, Cumandá, tenemos las lagunas de Atillo, las lagunas de Osogoche, tenemos todo lo que significa la parte en la vía Chunchi de la montaña del Puñay, tenemos muchos atractivos tanto como naturales como culturales, en este caso tenemos centros culturales en Guamote, el mercado del intercambio en Guamote que son los días jueves, anteriormente el tema del ferrocarril, y pues tenemos una gran línea férrea que es patrimonio, igualmente su gastronomía, aquí en Riobamba el cevichocho, el hornado, el cuy, creo que básicamente esos serían los atractivos principales de la provincia de Chimborazo, bueno en el tema de Guano, tenemos la momia de Guano, en Penipe todo lo que es naturaleza, una vinculación con el volcán Tungurahua, igualmente en la parte de Guano un poco anexo del Carihuarizao, pese a que no estén dentro sino anexados ayudan a los turistas en la provincia de Chimborazo.

2. ¿Qué esfuerzos se están realizando para promover el turismo sostenible en la provincia?

Bueno como ministerio de turismo, como ente rector de la actividad turística, nosotros conocemos todo lo que son las políticas públicas sostenible en una manera en la cual establecemos una política con el ministerio del ambiente de la cual nos permite el ,manejo de los recursos naturales dentro de las áreas protegidas igualmente dentro de los manejos para las operaciones para los paquetes turísticos, dentro de las operadoras de turismo, los prestadores de servicio turísticos, a la cual deben brindar un servicio seguro , adecuado cuidar de la mejor manera a cada uno de sus pasajeros, de los turistas que visitan acá la provincia, igualmente estableciendo el tema de políticas públicas, en el mes de marzo ya se aprobó la nueva ley de turismo en la cual permite a todo el sector turístico beneficiarse de muchas cosas para que el turismo sea en poco tiempo una de las primeras, potencias de la economía del Ecuador.

3. ¿Cómo se está abordando el impacto del cambio climático en los sitios potenciales naturales de la provincia?

Nosotros como ministerio de turismo dentro de nuestras competencias no tenemos injerencia en temas de ambiente, pero igual dentro de nuestras políticas, establecemos el adecuada visita a cada uno de los atractivos, de tal manera como ministerio del ambiente es el ente rector de la parte ambiental, se enfocan en la parte del cambio climático, pero nosotros también nos amparamos en esas leyes y en los prestadores de turismo, que sean los guardianes de cierta manera y de esta manera tratar de minimizar el tema del calentamiento global.

4. ¿Qué estrategias de marketing se están implementando para atraer a turistas internacionales?

Nosotros como ministerio de turismo en el año 2022, nuestro ministro estableció un presupuesto de 47.3 millones de dólares para temas de promoción, dividido en muchas actividades de 2022 hasta el año 2025, estas actividades, son ferias a nivel internacional, son campañas en redes sociales, son ferias a nivel nacional, son participación en eventos nacionales y lo que es todo el manejo de las redes sociales a nivel de todas las oficinas en el país, con campañas de atractivos, campañas de destinos, con campañas de gastronomía internas y globales. Y de igual manera se está haciendo la atracción al país, igualmente dentro de nuestras políticas públicas establecemos acciones de temas de conectividad, estamos haciendo que el Ecuador sea atractivo para que aerolíneas venga a volar acá al país y de esta manera de creen rutas que permitan a los aviones llegar a nuestro país y con eso atraer más turistas.

5. ¿Cuáles son las temporadas más altas de turismo en Chimborazo y cómo se preparan para ellas?

Las temporadas tenemos, específicamente en temas de feriados es donde más llegar turistas acá a la provincia y igualmente cuando en la costa están de vacaciones, muchos de ellos viene acá, como nos preparamos, pues bueno hay que tener en cuenta que los gobiernos descentralizados, prefecturas, GAD cantonales y GAD parroquiales dentro de la competencia que se le atribuyen al año 2016, ellos son los responsables de establecer su política propia en cada uno de sus territorios y de esta manera ellos también son nuestro

soporte en territorio hay que tener en cuenta que ellos son los que establecen la entrega de material previo a los feriados, o tener sus unidades de turismo, con material actualizado, ellos también dan información turística a donde pueden llegar de igual forma aquí en el ministerio de turismo les damos esa información y creo que de esa manera se preparan para los turistas en las temporadas, nosotros también como ministerio hacemos un levantamiento de estadísticas cuando terminan los feriados, en eso nosotros también establecemos un porcentaje de ocupación en establecimientos de alojamiento y también gastos promedio de cuanto gastaron los turistas en ese feriado, entonces nosotros también preparamos a los prestadores para que nos tengan esa información durante los días de feriado.

6. ¿Qué tanto presupuesto es designado para el tema de vallas publicitarias en las vías?

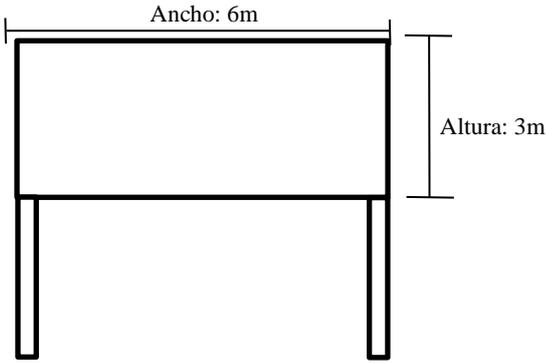
Bueno como ministerio de turismo nosotros no tenemos en la actualidad un presupuesto para el tema de señalización, porque en el 2016 entregamos las competencias a los GADS y ellos son quienes deben invertir todos los recursos de promoción propia de su territorio, entonces que quiere decir eso, si el GAD de Riobamba quiere promocionar su destino, ellos deben establecer dentro de su presupuesto porcentaje que servirá para el tema de promoción, nosotros como ministerio establecemos una política de promoción a nivel nacional como destino Ecuador y con sus principales productos turísticos, que efectivamente tenemos Galápagos, el Chimborazo, el Cotopaxi, la Amazonia, pero específicamente por territorio el ministerio de turismo no tiene competencia, entonces eso es responsabilidad de los GADS.

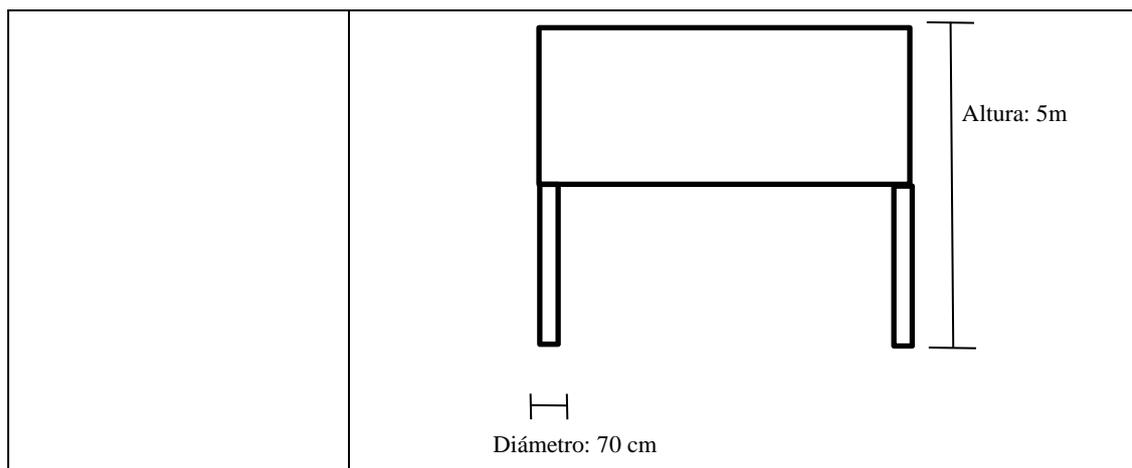
Fichas de observación

Ficha de observación participativa Fase 1			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	1
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Propósito:	Recopilar información sobre las vallas en siete rutas principales de la provincia de Chimborazo		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Tema: Vallas polifuncionales como medio publicitario para la provincia de Chimborazo			
Aspectos a observar	Resultados		
¿Qué tipo de vallas encontramos en la ruta?	8 Paños	No	
	Monoposte	Si	
	Biposte	Si	
	Iluminadas	Si	
	Dinámicas	No	
	Bajas	No	
	Poliédricas	No	
	Digitales	No	

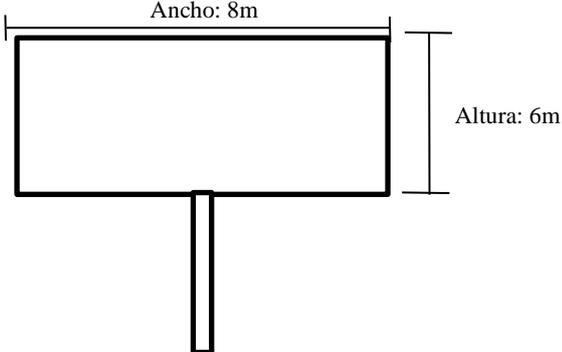
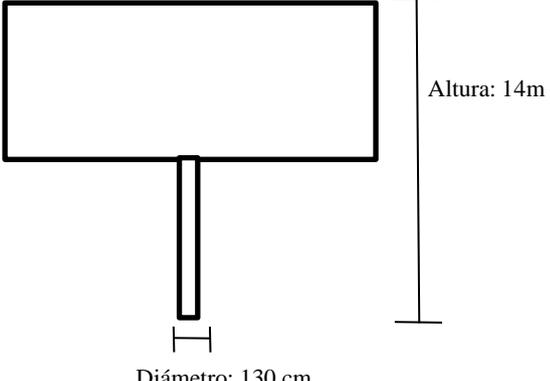
	Interactivas	No
	3D	Si
	Móviles	No
¿Cuántas vallas se encontró desde la ruta establecida?	8 Paños	0
	Monoposte	7
	Biposte	10
	Iluminadas	7
	Dinámicas	0
	Bajas	0
	Poliédricas	0
	Digitales	0
	Interactivas	0
	3D	2
	Móviles	0
Distancia recorrida	Análisis recopilado a partir del Km 424 hasta la coordenada - 1.6215084, -78.6856669, perteneciente al E35 de vías del ecuador.	

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	1
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Informativa publicitaria de un consorcio jurídico.		

¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 10% oxidado debido al factor clima al cual se expone a diario, de igual forma su lona se encuentra un 50% opaca debido al mismo factor, sus colores se han ido perdiendo con el tiempo.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia y externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y aun se puede divisar a largas distancias.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal como tal si, al ser de palo seco y bold.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, son nítidas y un tamaño ideal para divisar.
¿El contraste es el adecuado?	Si, es adecuado, pero ya no se puede analizar con claridad porque ha perdido sus colores originales por el factor clima.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es adecuado en cuanto a su texto principal para llamar la atención, y al igual que el tamaño de los números de contacto.
¿Es armónico el diseño?	Un poco saturado a mi percepción, en cuanto al relleno demás con contenido que no se divis a simple vista.
¿A quién le pertenecen?	Consortio jurídico de Jonathan Vela, por ende, es privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 50 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divis a 70 m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	

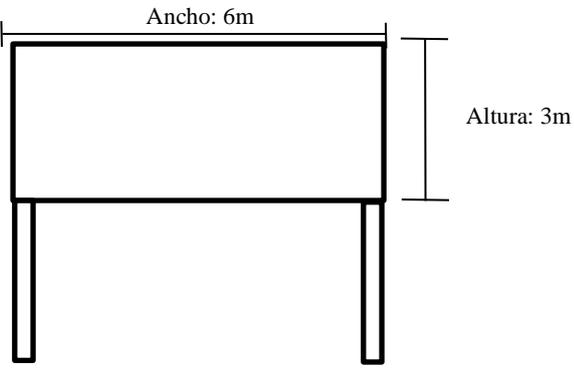
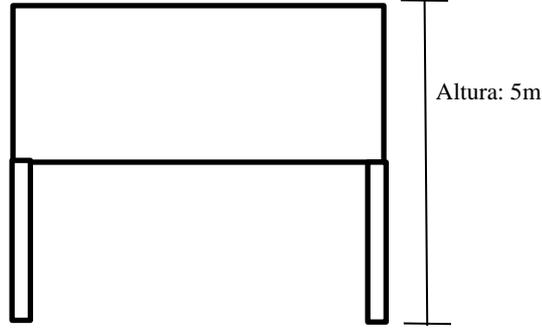


Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	2
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Informativa publicitaria del concesionario JMC.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra en óptimas condiciones 100% funcional, su contenido como tal está en buen estado, la lona no está bien templada a la estructura ocasionado por el clima.		
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia y externa.		
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de acrílico y un papel más elástico.		

¿El mensaje es claro?	Si, es claro y directo.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal como tal si, al ser de palo seco.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, es una imagen nítida.
¿El contraste es el adecuado?	Si, esta correcta la edición de la imagen, contraste adecuado para las sombras y no perder el tono de la camioneta original.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Un poco por el tipo de publicidad que muestra.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, agradable a la vista y llamativo.
¿A quién le pertenecen?	Concesionario JMC, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 30m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 8m Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m Diámetro: 130 cm</p>

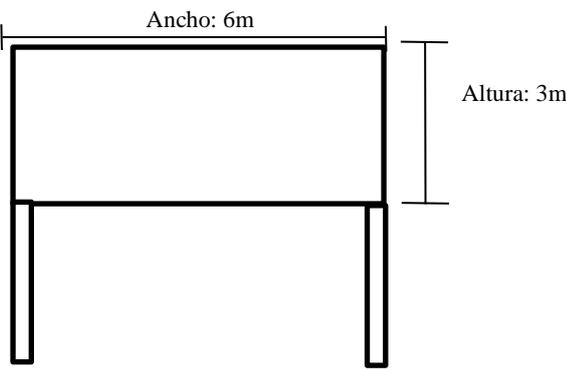
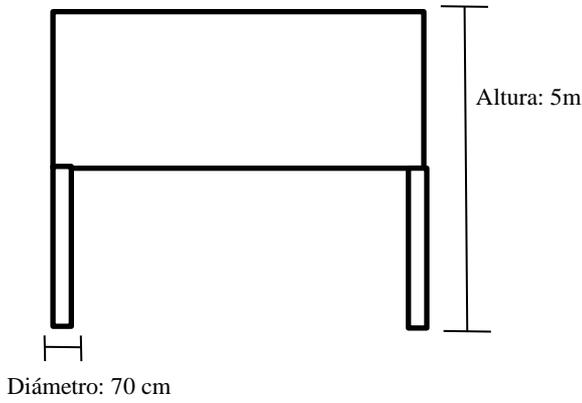
Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	3
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		

Aspectos a observar	Resultados
	
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Informativa publicitaria gubernamental.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% oxidado debido al factor clima al cual se expone a diario, de igual forma su lona se encuentra un 80% en buen estado, al parecer es reciente por lo que el cambio climático, no ha generado un gran cambio en cuanto al material.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y aun se puede divisar a largas distancias.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal como tal si, al ser de palo seco y bold; también el uso de la letra script.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, son nítidas y un tamaño ideal para divisar.
¿El contraste es el adecuado?	Si, es el adecuado, todo su diseño contrasta en conjunto con la tipografía.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es adecuado en cuanto a su texto principal para llamar la atención, además de resaltar las letras más pequeñas.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, todo se mezcla dándole armonía y simetría, con las jerarquías tipográficas.
¿A quién le pertenecen?	Prefectura de Chimborazo, por ende, es privado.

¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 50 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divisa a 70 m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 5m</p> <p>Diámetro: 70 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	4
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		

		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Publicitaria sobre un paradero de comida.	
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 0.3% oxidado debido al factor clima al cual se expone a diario, de igual forma su lona se encuentra un 10% opaca debido al mismo factor, sus colores se han ido perdiendo con el tiempo.	
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia y externa.	
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.	
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y se puede divisar a largas distancias.	
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal, sin embargo la letra cursiva no favorece mucho su lectura.	
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, son nítidas y un tamaño ideal para divisar.	
¿El contraste es el adecuado?	Si, es adecuado, todos los colores cálidos se contrastan de la mejor manera.	
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Un poco, debería ser más grande para divisar que se trata de un paradero, pues se confunde con una publicidad más.	
¿Es armónico el diseño?	La imagen de fondo resalta, pero se podría mejorar la composición.	
¿A quién le pertenecen?	Restaurante Fogón campesino, es privado.	
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 50 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divisar a 70 m.	
Medidas de la valla		

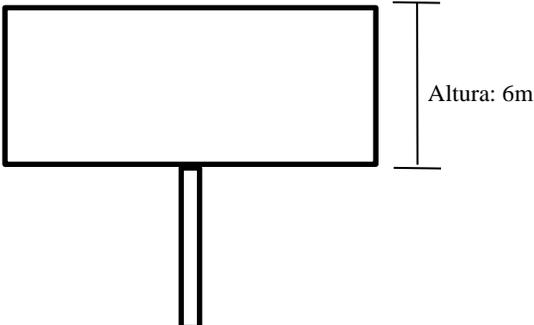
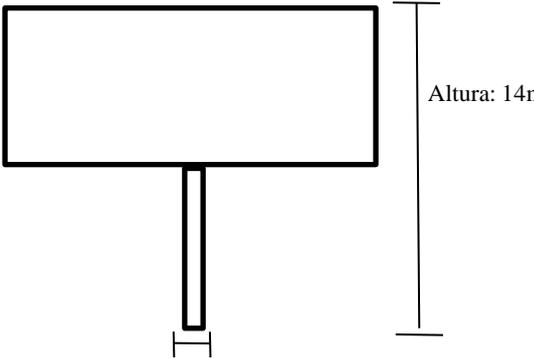
	
Medidas de la estructura	

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	5
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		

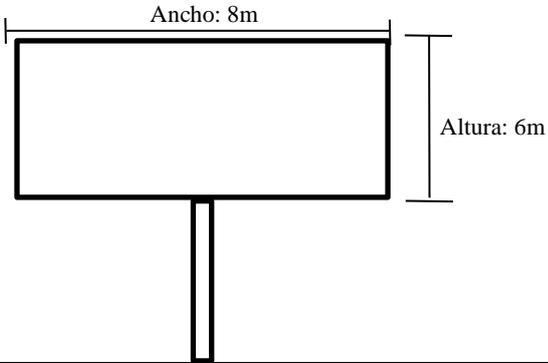
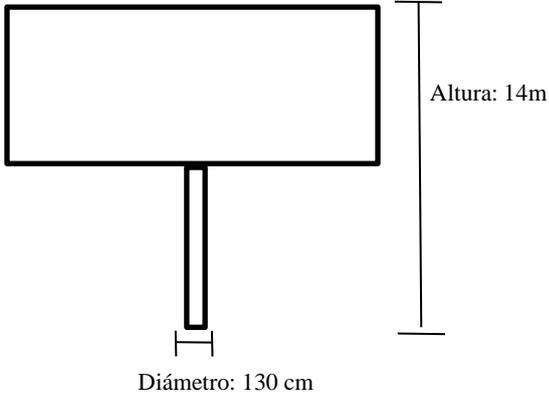


¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Informativa publicitaria de una entidad bancaria, en este caso es una cooperativa.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra en óptimas condiciones 100% funcional, su contenido plasmado en la lona se encuentra en condiciones al 100%.
¿Es funcional las 24 horas?	Si, posee iluminación incorporada.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona sujetado con tornillos. Posee la conexión eléctrica para las luces.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y directo.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal como tal si, al ser de palo seco.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, es una imagen nítida.
¿El contraste es el adecuado?	Si, esta correcta la edición de la imagen, contraste adecuado para las sombras y en general con el color de fondo.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es adecuado pues muestra lo que quiere dar a conocer que es el nombre de la cooperativa.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, agradable a la vista y llamativo.
¿A quién le pertenecen?	Cooperativa de ahorro y crédito SAC, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 70m.
Medidas de la valla	

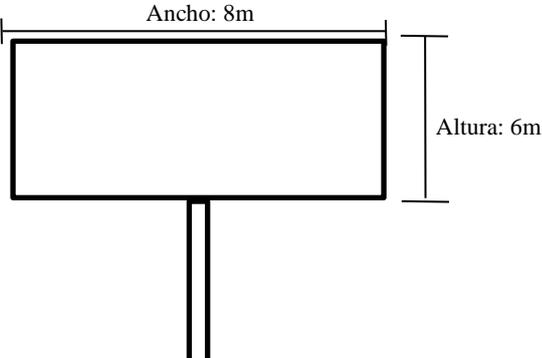
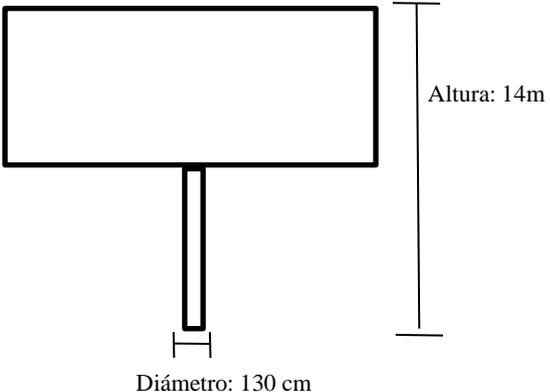
Ancho: 8m

	 <p>Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m</p> <p>Diámetro: 130 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	6
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Informativa publicitaria.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra en un 50% adecuada, se encuentra gastada por el factor clima, y la lona está en óptimas condiciones.		

¿Es funcional las 24 horas?	Si, posee iluminación incorporada.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona sujetado con tornillos. Posee la conexión eléctrica para las luces.
¿El mensaje es claro?	No, hace falta una imagen de referencia o que capte la atención.
¿La tipografía es legible?	No, no es legible es muy pequeña y solo se lee la marca.
¿Sus imágenes son nítidas?	No tiene imágenes.
¿El contraste es el adecuado?	En cuanto a color de fondo si.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	No, no es el adecuado, no es visible.
¿Es armónico el diseño?	Es armónico, pero un poco simple.
¿A quién le pertenecen?	Quimbita, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 5 m, podemos leer el texto de gran tamaño.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 8m Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m Diámetro: 130 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	7
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Informativa publicitaria.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra en un 50% adecuada, se encuentra gastada por el factor clima, y la lona está en óptimas condiciones.		
¿Es funcional las 24 horas?	Si, posee iluminación incorporada.		
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona sujetado con tornillos. Posee la conexión eléctrica para las luces.		
¿El mensaje es claro?	Si, Muestra lo que pretende vender.		
¿La tipografía es legible?	Si, muestra con claridad la marca y su contenido.		
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, son nítidas en cuanto a todo el diseño de la valla.		
¿El contraste es el adecuado?	Es adecuado, todo el diseño tiene un buen contraste.		
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es adecuado el tamaño de la tipografía, juega jerárquicamente muy bien.		
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, agradable a la vista y llamativo.		
¿A quién le pertenecen?	Cooperativa Interandina, privado.		

¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 70m.
Medidas de la valla	 <p>A diagram of a rectangular sign with a vertical post. The sign is labeled with 'Ancho: 8m' (width) and 'Altura: 6m' (height).</p>
Medidas de la estructura	 <p>A diagram of the sign structure, showing a larger rectangular sign above a vertical post. The sign is labeled with 'Altura: 14m' (height) and 'Diámetro: 130 cm' (diameter).</p>

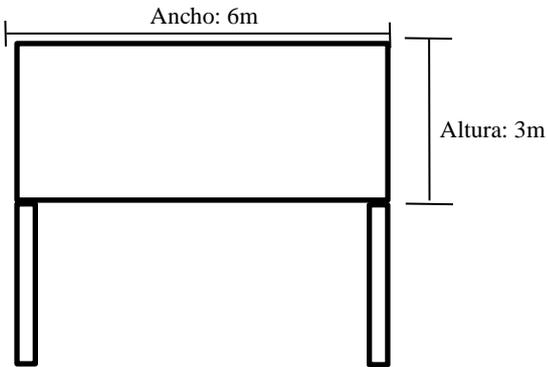
Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	8
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		

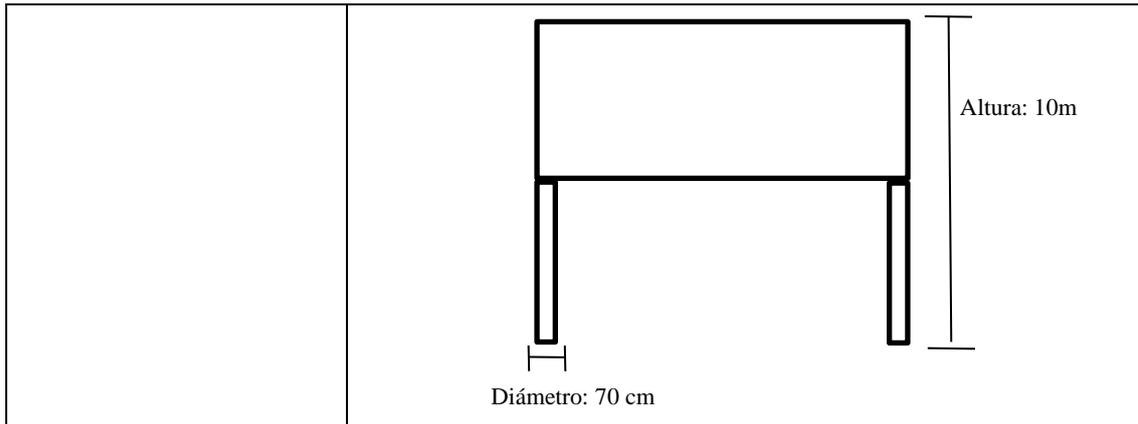


¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Informativa publicitaria de una entidad bancaria, en este caso una cooperativa.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra en condiciones al 100%, al igual que su lona.
¿Es funcional las 24 horas?	Si, posee iluminación incorporada.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona sujetado con tornillos. Posee la conexión eléctrica para las luces.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y directo.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal como tal si, al ser de palo seco.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, es una imagen nítida.
¿El contraste es el adecuado?	Si, esta correcta la edición de la imagen, contraste adecuado para las sombras y en general con el color de fondo.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es adecuado pues muestra lo que quiere dar a conocer que es el nombre de la cooperativa.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, agradable a la vista y llamativo.
¿A quién le pertenecen?	Cooperativa Credil, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 50m.
Medidas de la valla	

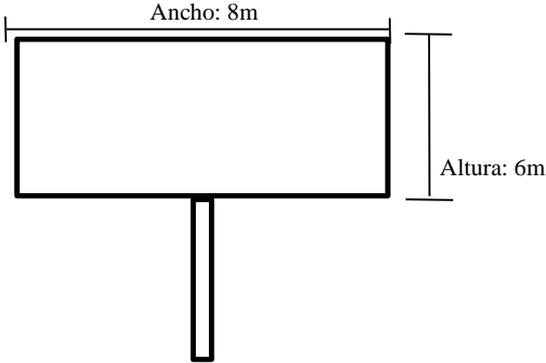
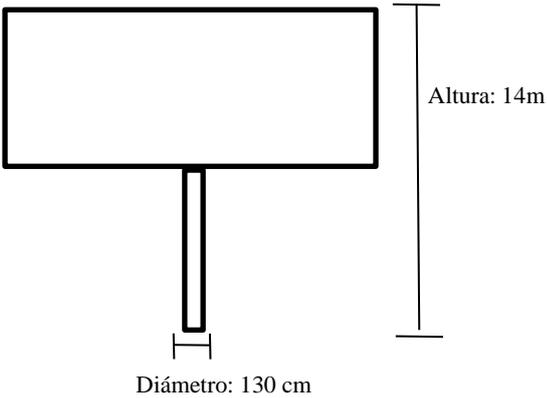
	<p>Ancho: 8m</p> <p>Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	<p>Altura: 14m</p> <p>Díámetro: 130 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	9
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Publicitaria informativa.		

¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 10% oxidado debido al factor clima al cual se expone a diario, de igual forma su lona está al 100% de su funcionamiento.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia y externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y aun se puede divisar a largas distancias.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal como tal si, al ser de palo seco y bold.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, son nítidas y un tamaño ideal para divisar.
¿El contraste es el adecuado?	Si, es adecuado contrasta con el diseño.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es adecuado en cuanto a su texto principal para llamar la atención, al igual que sus características.
¿Es armónico el diseño?	Un poco saturado a mi percepción, se podría mejorar la composición.
¿A quién le pertenecen?	Cooperativa de ahorro y crédito Riobamba limitada, es privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divisa a 30 m.
Medidas de la valla	
Medidas de la estructura	

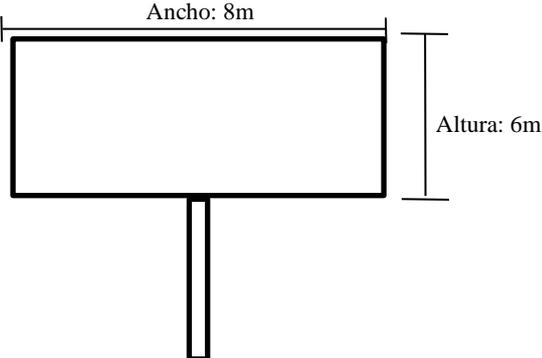
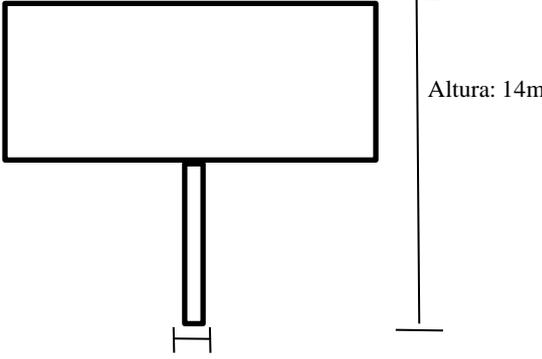


Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	10
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Para publicidad.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra en óptimas condiciones 100% funcional.		
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.		
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes para el contenido.		
¿El mensaje es claro?	No aplica.		

¿La tipografía es legible?	No aplica.
¿Sus imágenes son nítidas?	No aplica.
¿El contraste es el adecuado?	No aplica.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	No aplica.
¿Es armónico el diseño?	No aplica.
¿A quién le pertenecen?	Privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	No aplica.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 8m</p> <p>Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m</p> <p>Diámetro: 130 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	11
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		

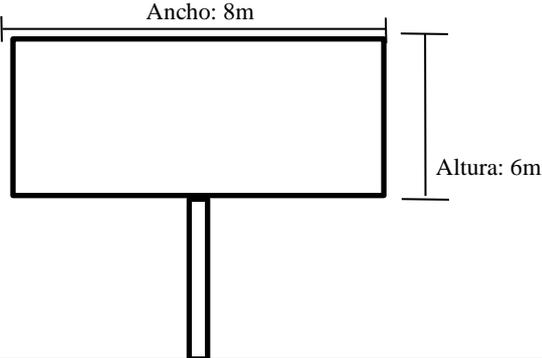
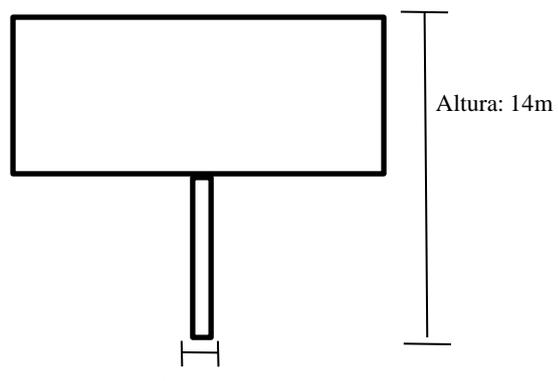
Aspectos a observar	Resultados
	
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Publicitaria
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra en óptimas condiciones 100% funcional, al igual que su contenido.
¿Es funcional las 24 horas?	Si, posee iluminación incorporada.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de acrílico.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y directo.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal como tal si, al ser de palo seco, la cual también aplica para los números.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, sus imágenes son nítidas.
¿El contraste es el adecuado?	Si, es el adecuado, contrasta adecuadamente con el diseño.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado, aunque podría aumentar su tamaño en cuanto a su dirección y números de contacto.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, agradable a la vista y llamativo.
¿A quién le pertenecen?	Cooperativa de ahorro y crédito crediya, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 30m.
Medidas de la valla	

	 <p>Ancho: 8m</p> <p>Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m</p> <p>Diámetro: 130 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	12
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		



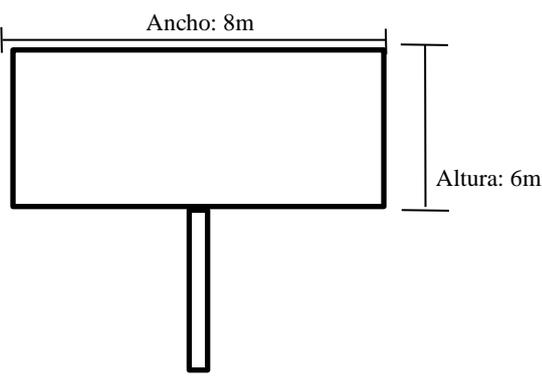
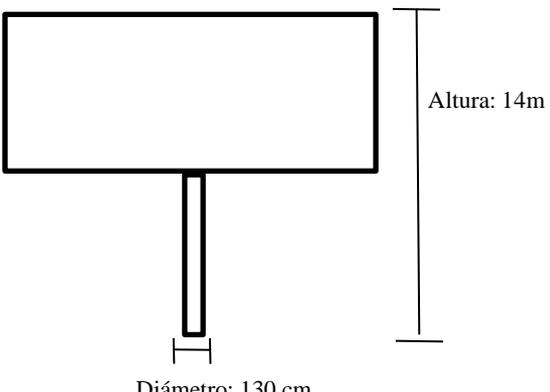
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Publicitaria, e informativa.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra en óptimas condiciones 100% funcional, su contenido como tal está en buen estado, su contenido de igual forma se encuentra en aptas condiciones.
¿Es funcional las 24 horas?	Si, posee iluminación incorporada.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es acrílico.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y directo.
¿La tipografía es legible?	Si, es el adecuado y contrasta con el diseño.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, en cuanto a su icono es nítido.
¿El contraste es el adecuado?	Si, es el adecuado contrasta de la mejor manera.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado, al ser corto y directo es fácil de leer.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, no está saturado.
¿A quién le pertenecen?	Cooperativa de ahorro y crédito Daquilema, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 30 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 50m.
Medidas de la valla	

	 <p>Ancho: 8m</p> <p>Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m</p> <p>Díámetro: 130 cm</p>

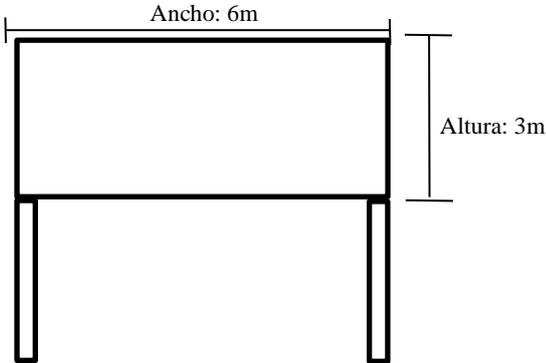
Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	13
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		

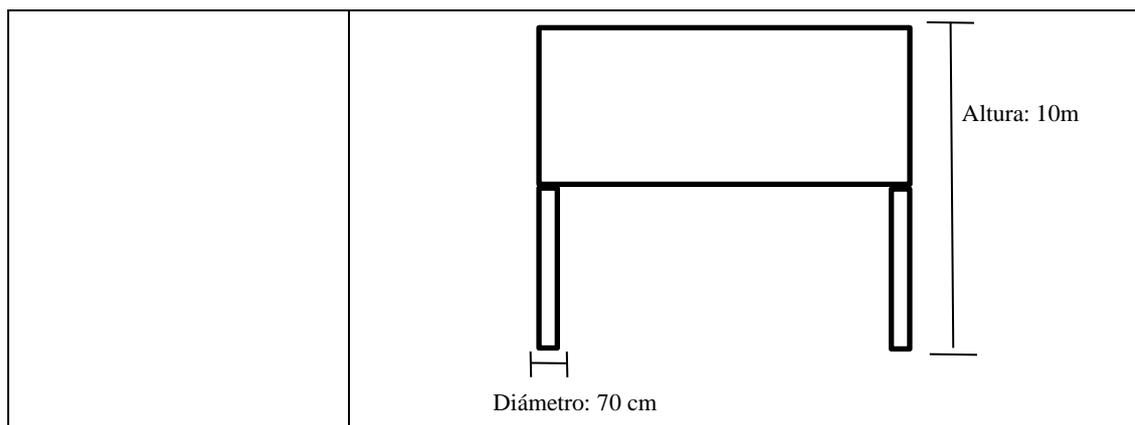


¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Soporte de publicidad.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra 100% funcional para la próxima publicidad.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes.
¿El mensaje es claro?	No tiene contenido.
¿La tipografía es legible?	Carece de tipografía.
¿Sus imágenes son nítidas?	Carece de contenido.
¿El contraste es el adecuado?	No aplica
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	No aplica
¿Es armónico el diseño?	No aplica.
¿A quién le pertenecen?	Privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	No aplica.
Medidas de la valla	

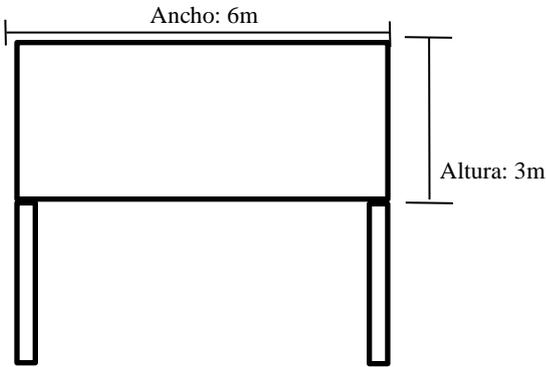
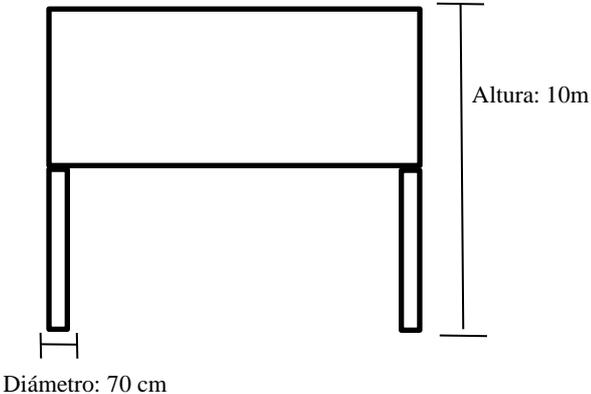
	 <p>Ancho: 8m</p> <p>Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m</p> <p>Díámetro: 130 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	14
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			

¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Publicitaria, informativa de telas.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 40% funcional, debido al factor clima, su estructura se ve deteriorada y oxidada, pero su contenido en cuanto a la lona está en condiciones al 100%, sus colores se mantienen al igual que el material.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y se puede divisar a largas distancias.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal, sin embargo el eslogan se encuentra un poco estirado, por lo que se dificulta un poco a largas distancias.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, son nítidas y un tamaño ideal para divisar.
¿El contraste es el adecuado?	Si, es adecuado, todos los colores cálidos se contrastan de la mejor manera.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	En cuanto a sus contactos, dirección y características que ofrecen, se encuentran en el tamaño adecuado, pero su eslogan debería ser un poco más grande.
¿Es armónico el diseño?	La imagen del lado derecho se resalta y contrasta, pero se podría mejorar la composición.
¿A quién le pertenecen?	Neymatex, es privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 30 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divide a 40 m.
Medidas de la valla	
Medidas de la estructura	

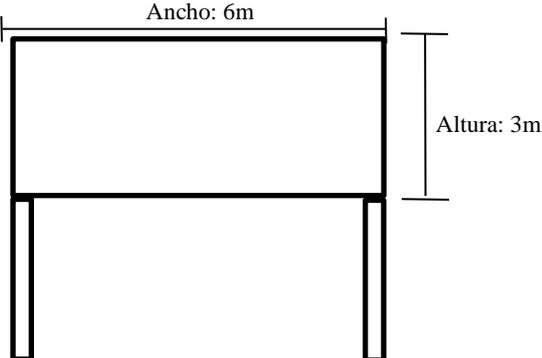
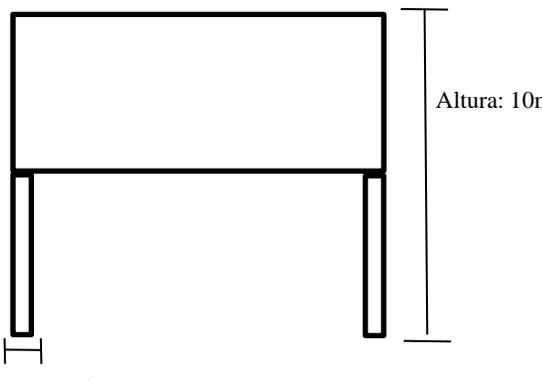


Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	15
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Publicitaria.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% funcional, al igual que su lona, pero en cuanto a su contenido está en un 80% adecuado, debido al factor clima.		
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia y externa.		
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.		
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y se puede divisar a largas distancias.		
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal, al igual que su página web.		

¿Sus imágenes son nítidas?	Si, es nítida en cuanto a su marca.
¿El contraste es el adecuado?	Si, es adecuado, todos los colores cálidos se contrastan de la mejor manera.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Es el adecuado, al ser corto se lo lee con facilidad en su tamaño.
¿Es armónico el diseño?	Es armónico, al no ser tan saturado, se comprende con facilidad.
¿A quién le pertenecen?	Textiles Cotopaxi, es privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 30 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divisa a 50 m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 10m</p> <p>Diámetro: 70 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	16
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		

		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Es informativa, publicitaria, su rubro es automotriz.	
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% funcional, al igual que su contenido, en cuanto a la lona se encuentra en condiciones al 100%.	
¿Es funcional las 24 horas?	Si, posee iluminación propia.	
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.	
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y se puede divisar a largas distancias.	
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal, al igual que su número de contacto y redes sociales.	
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, son nítidas y un tamaño ideal para divisar.	
¿El contraste es el adecuado?	Si, es adecuado, todos los colores cálidos se contrastan de la mejor manera.	
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado, se jerarquiza de la mejor manera.	
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, todos sus elementos están colocados de manera funcional.	
¿A quién le pertenecen?	Flexicar, es privado.	
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divisar a 50 m.	
Medidas de la valla		

	
Medidas de la estructura	

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	30 de junio de 2024	N° de ficha:	17
Hora de inicio:	11h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Ambato - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		



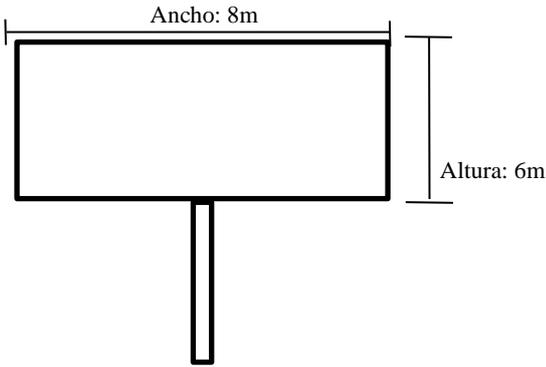
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Informativa publicitaria de una entidad bancaria, en este caso es una cooperativa.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra en óptimas condiciones 100% funcional, su contenido plasmado en la lona se encuentra en condiciones al 100%.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación incorporada, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona sujetado con tornillos.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y directo.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal como tal si, al ser de palo seco.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, su marca el nítida.
¿El contraste es el adecuado?	Si, es adecuado en cuanto a la cromática de la empresa.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es adecuado pues muestra lo que quiere dar a conocer que es el nombre de la cooperativa.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, agradable a la vista y llamativo.
¿A quién le pertenecen?	Cooperativa PUSHAK limitada, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 70m.
Medidas de la valla	

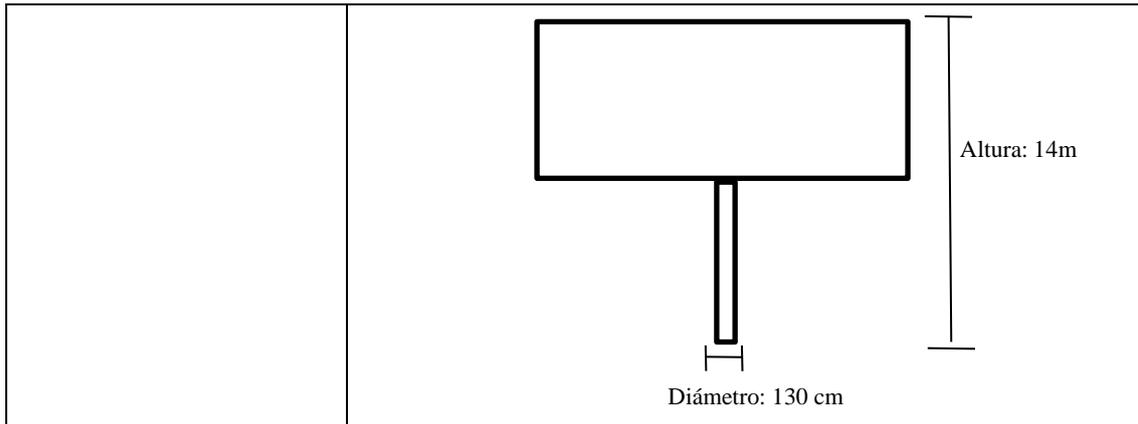
	<p>Ancho: 8m</p> <p>Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	<p>Altura: 14m</p> <p>Díámetro: 130 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 1			
Fecha:	6 de julio de 2024	N° de ficha:	2
Hora de inicio:	07h00 am	Hora final:	19h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Propósito:	Recopilar información sobre las vallas en siete rutas principales de la provincia de Chimborazo		
Ruta:	Cuenca - Riobamba		
Tema:	Vallas polifuncionales como medio publicitario para la provincia de Chimborazo		
Aspectos a observar	Resultados		
¿Qué tipo de vallas encontramos en la ruta?	8 Paños	No	
	Monoposte	Si	
	Biposte	Si	
	Iluminadas	Si	
	Dinámicas	No	
	Bajas	No	
	Poliédricas	Si	
	Digitales	No	

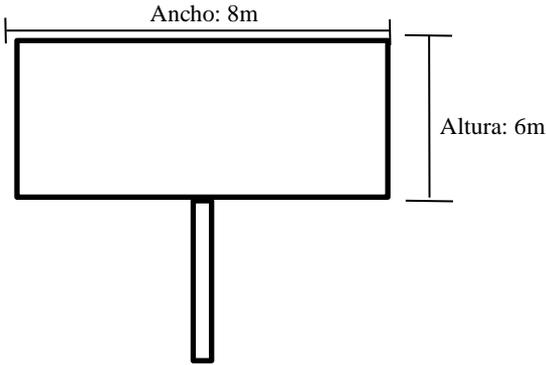
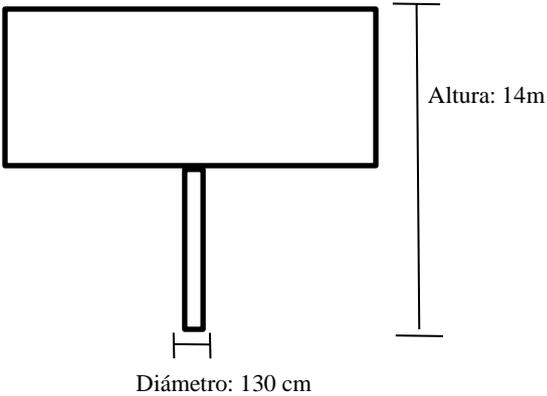
	Interactivas	No
	3D	Si
	Móviles	No
¿Cuántas vallas se encontró desde la ruta establecida?	8 Paños	0
	Monoposte	3
	Biposte	4
	Iluminadas	2
	Dinámicas	0
	Bajas	0
	Poliédricas	0
	Digitales	0
	Interactivas	0
	3D	1
	Móviles	0
Distancia recorrida	Análisis de 147km recorridos ida y vuelta a partir del límite de Riobamba, hacia el límite de Chimborazo vía a Cuenca, perteneciente al E35 de vías del Ecuador.	

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	6 de julio de 2024	N° de ficha:	1
Hora de inicio:	07h00 am	Hora final:	19h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Cuenca - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			

¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Soporte de publicidad.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra 100%, al igual que su lona.
¿Es funcional las 24 horas?	Si, posee iluminación incorporada.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y directo.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, son nítidas.
¿El contraste es el adecuado?	Si, su contraste es el adecuado.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado, cumple con la jerarquía tipográfica.
¿Es armónico el diseño?	Si, es agradable a la vista.
¿A quién le pertenecen?	Aseguradora, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 70m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 8m</p> <p>Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	

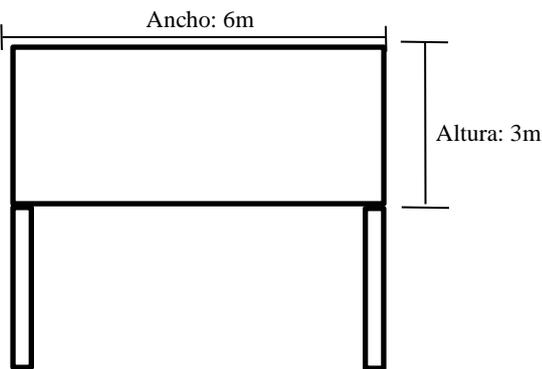
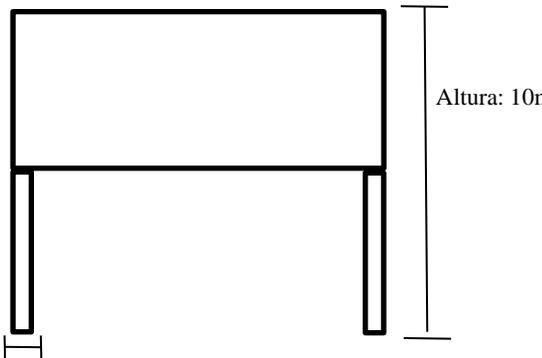


Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	6 de julio de 2024	N° de ficha:	2
Hora de inicio:	07h00 am	Hora final:	19h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Cuenca - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Soporte de publicidad.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra 100% funcional, de igual forma su lona, en este caso su contenido.		
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.		

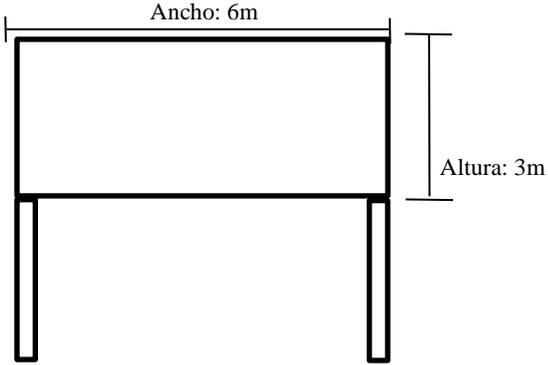
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y directo.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible.
¿Sus imágenes son nítidas?	Si, su imagen es nítida.
¿El contraste es el adecuado?	Si, es el adecuado.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, cumple con la jerarquía tipográfica.
¿Es armónico el diseño?	Si, es agradable a la vista.
¿A quién le pertenecen?	Cemento Chimborazo, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 70m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 8m Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m Diámetro: 130 cm</p>

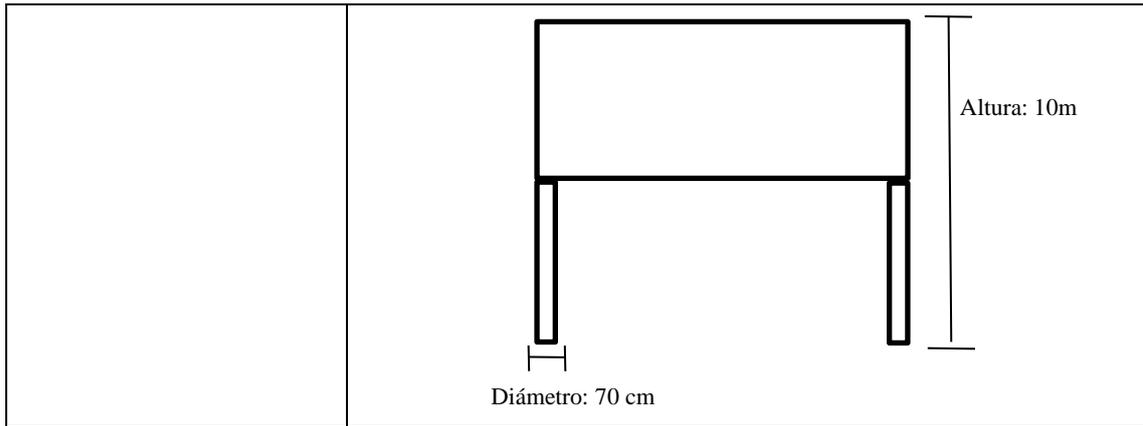
Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	6 de julio de 2024	N° de ficha:	3
Hora de inicio:	07h00 am	Hora final:	19h00 pm

Observador:	Nicole Fiallos
Ruta:	Cuenca - Riobamba
Aspectos a observar	Resultados
	
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Es informativa, publicitaria, su rubro es construcción.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% funcional, al igual que su contenido, en cuanto a la lona se encuentra en condiciones al 100%.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y se puede divisar a largas distancias.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal.
¿Sus imágenes son nítidas?	Carece de imágenes.
¿El contraste es el adecuado?	No aplica.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, todos sus elementos están colocados de manera funcional.
¿A quién le pertenecen?	Novacentro, es privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divisa a 50 m.
Medidas de la valla	

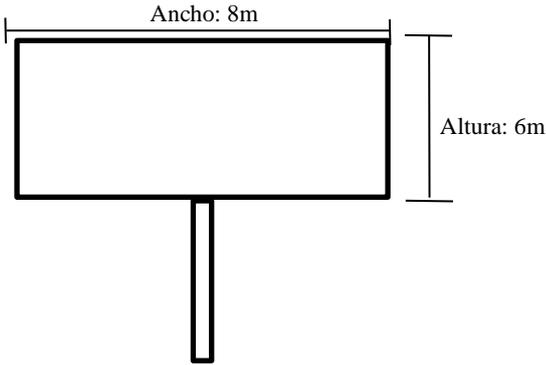
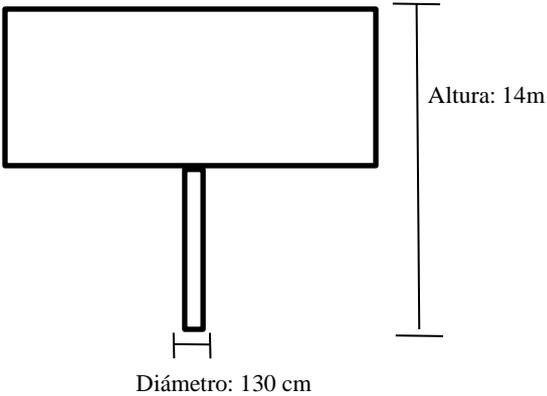
	 <p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 10m</p> <p>Diámetro: 70 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	6 de julio de 2024	N° de ficha:	4
Hora de inicio:	07h00 am	Hora final:	19h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Cuenca - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			

¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Es informativa, publicitaria, su rubro es automotriz.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% funcional, al igual que su contenido, en cuanto a la lona se encuentra en condiciones al 100%.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y se puede divisar a largas distancias.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal.
¿Sus imágenes son nítidas?	Carece de imágenes.
¿El contraste es el adecuado?	No aplica.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado, se jerarquiza de la mejor manera.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, todos sus elementos están colocados de manera funcional.
¿A quién le pertenecen?	Kendall, es privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divis a 50 m.
Medidas de la valla	
Medidas de la estructura	

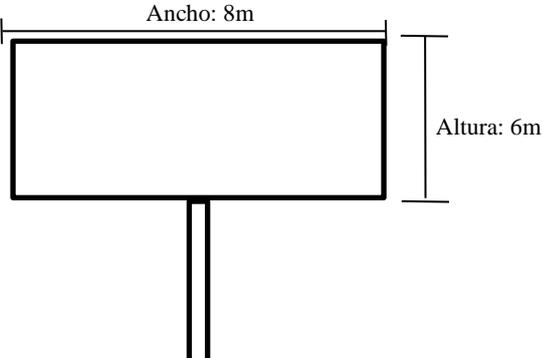
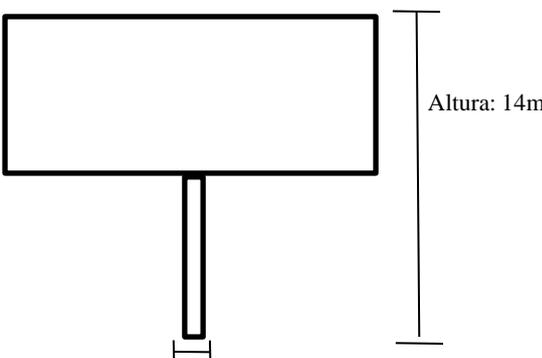


Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	6 de julio de 2024	N° de ficha:	5
Hora de inicio:	07h00 am	Hora final:	19h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Cuenca - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Soporte de publicidad, rubro servicio de internet.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra 100% funcional, al igual que su contenido.		
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.		

¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y directo.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible a largas distancias.
¿Sus imágenes son nítidas?	Carece de imágenes.
¿El contraste es el adecuado?	No aplica.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico.
¿A quién le pertenecen?	Xtrim internet, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 70m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 8m Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m Diámetro: 130 cm</p>

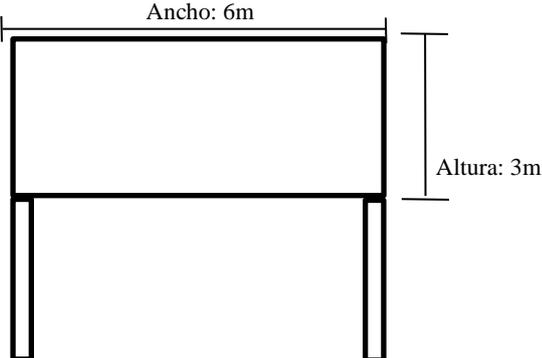
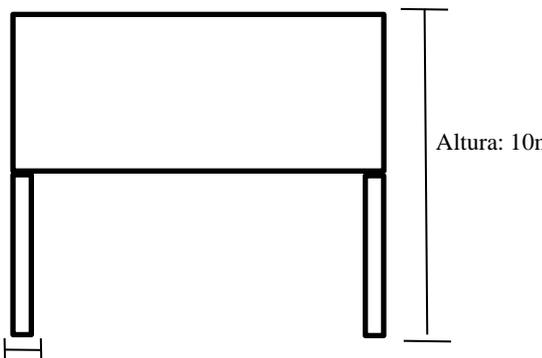
Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	6 de julio de 2024	N° de ficha:	6

Hora de inicio:	07h00 am	Hora final:	19h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Cuenca - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Soporte de publicidad, rubro bancario.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra 100% funcional, al igual que su contenido.		
¿Es funcional las 24 horas?	Si, posee iluminación propia y externa.		
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.		
¿El mensaje es claro?	Si, es claro.		
¿La tipografía es legible?	Si, es legible.		
¿Sus imágenes son nítidas?	Carece de imágenes.		
¿El contraste es el adecuado?	No aplica		
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado.		
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico.		
¿A quién le pertenecen?	Cooperativa de Ahorro y Crédito Daquilema, privado.		

¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 70m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 8m</p> <p>Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m</p> <p>Diámetro: 130 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	6 de julio de 2024	N° de ficha:	7
Hora de inicio:	07h00 am	Hora final:	19h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Cuenca - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		

		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Publicitaria.	
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 95% funcional	
¿Es funcional las 24 horas?	No, posee iluminación propia, ni externa.	
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes.	
¿El mensaje es claro?	No aplica.	
¿La tipografía es legible?	No aplica.	
¿Sus imágenes son nítidas?	No aplica.	
¿El contraste es el adecuado?	No aplica.	
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	No aplica.	
¿Es armónico el diseño?	No aplica.	
¿A quién le pertenecen?	Privado.	
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	No aplica.	
Medidas de la valla		

	 <p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 10m</p> <p>Diámetro: 70 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	6 de julio de 2024	N° de ficha:	8
Hora de inicio:	07h00 am	Hora final:	19h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Cuenca - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		



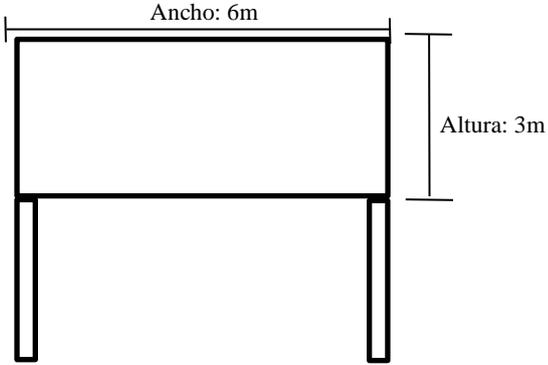
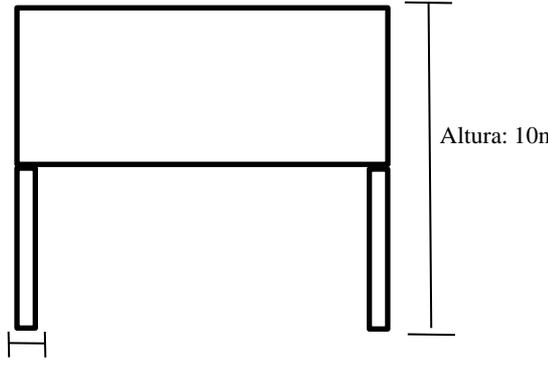
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Publicitaria.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% funcional.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura de metal.
¿El mensaje es claro?	No aplica.
¿La tipografía es legible?	No aplica.
¿Sus imágenes son nítidas?	No aplica.
¿El contraste es el adecuado?	No aplica.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	No aplica.
¿Es armónico el diseño?	No aplica.
¿A quién le pertenecen?	Privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	No aplica.
Medidas de la valla	

	<p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	<p>Diámetro: 70 cm</p> <p>Altura: 10m</p>

Ficha de observación participativa Fase 1			
Fecha:	3 de agosto de 2024	N° de ficha:	3
Hora de inicio:	10h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Propósito:	Recopilar información sobre las vallas en siete rutas principales de la provincia de Chimborazo		
Ruta:	Guaranda - Riobamba		
Tema:	Vallas polifuncionales como medio publicitario para la provincia de Chimborazo		
Aspectos a observar	Resultados		
¿Qué tipo de vallas encontramos en la ruta?	8 Paños	No	
	Monoposte	Si	
	Biposte	Si	
	Iluminadas	No	
	Dinámicas	No	
	Bajas	No	
	Poliédricas	No	

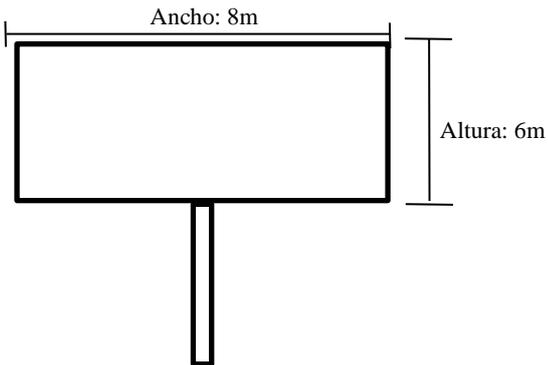
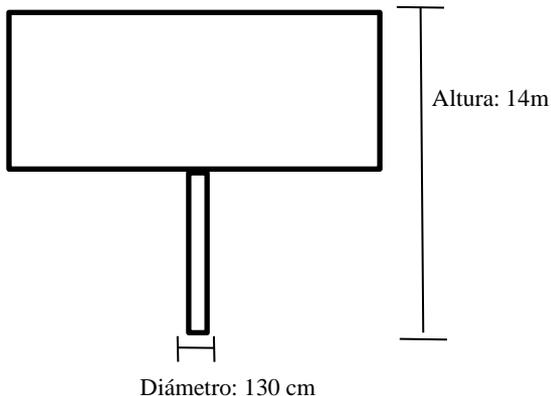
	Digitales	No
	Interactivas	No
	3D	Si
	Móviles	No
¿Cuántas vallas se encontró desde la ruta establecida?	8 Paños	0
	Monoposte	2
	Biposte	6
	Iluminadas	0
	Dinámicas	0
	Bajas	0
	Poliédricas	0
	Digitales	0
	Interactivas	0
	3D	1
	Móviles	0
Distancia recorrida	Análisis recopilado de 23 Km recorridos de ida y vuelta, tomando en cuenta desde el limite de la ciudad de Riobamba hasta el limite con la provincia de Bolívar, perteneciente al E35 de vías del ecuador.	

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	3 de agosto de 2024	N° de ficha:	1
Hora de inicio:	10h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Guaranda - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Es informativa, publicitaria, su rubro es alimenticio.		

¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% funcional, al igual que su contenido, en cuanto a la lona se encuentra en condiciones al 100%.
¿Es funcional las 24 horas?	No, no posee iluminación propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y se puede divisar a largas distancias.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal.
¿Sus imágenes son nítidas?	No contiene imágenes.
¿El contraste es el adecuado?	En cuanto a su cromáticas si pero en cuanto a retoque y edición fotográfico, no contiene.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado.
¿Es armónico el diseño?	No, no es armónico lleva muchos elementos y efectos sobrepuestos.
¿A quién le pertenecen?	Panificadora, es privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divis a 50 m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 10m</p> <p>Diámetro: 70 cm</p>

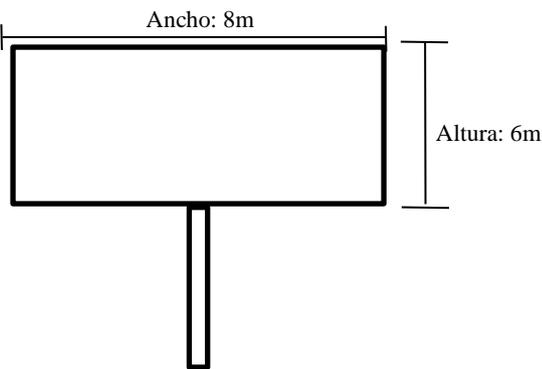
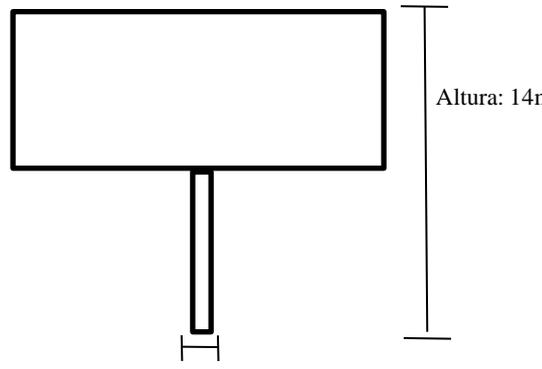
--	--

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	3 de agosto de 2024	N° de ficha:	2
Hora de inicio:	10h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Guaranda - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Gubernamental, da a conocer el nombre del lugar en este caso es Colta.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra 100% funcional para la próxima publicidad, la lona por otra parte ya está desgastada debido al factor clima.		
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia ni externa.		
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes.		
¿El mensaje es claro?	Si, es directo y conciso.		
¿La tipografía es legible?	Si, su tipografía es legible.		
¿Sus imágenes son nítidas?	No, sus imágenes ya no se pueden divisar, están dañadas y se ha perdido el color original, por el factor clima.		
¿El contraste es el adecuado?	No es el adecuado, ya no es como su publicación original.		

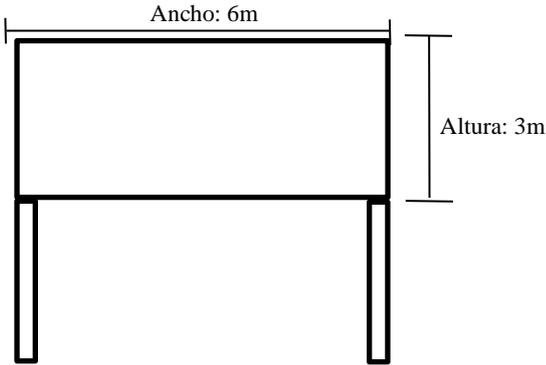
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico agradable a la vista.
¿A quién le pertenecen?	Gad de Colta, Privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 30 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 50m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 8m Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m Diámetro: 130 cm</p>

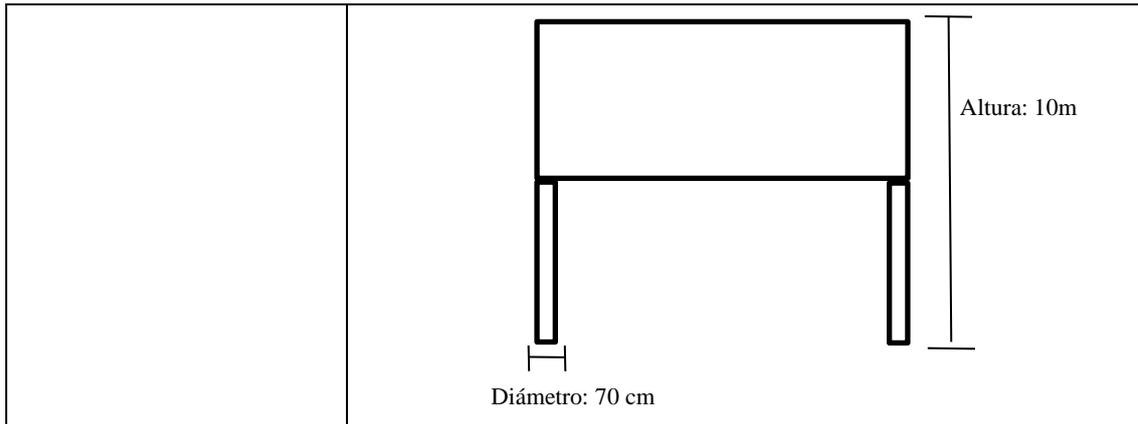
Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	3 de agosto de 2024	N° de ficha:	3
Hora de inicio:	10h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Guaranda - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		

	
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Mostrar el nombre del lugar y publicidad.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra 100% funcional para la próxima publicidad, de igual forma su lona se encuentra en perfectas condiciones.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y directo.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible.
¿Sus imágenes son nítidas?	No tiene imágenes.
¿El contraste es el adecuado?	No aplica
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado se lo puede divisar a lo lejos ya velocidad a la que se transita.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico.
¿A quién le pertenecen?	Xtrim Internet, privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 30 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se puede observar a unos 50m.
Medidas de la valla	

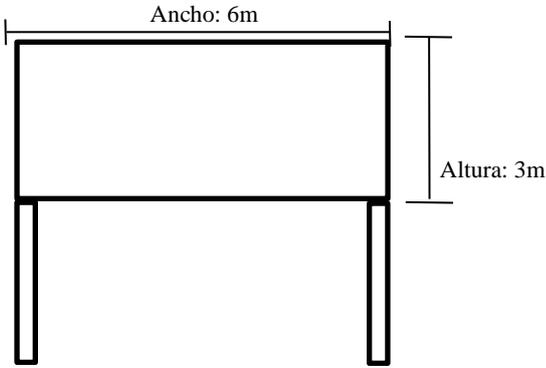
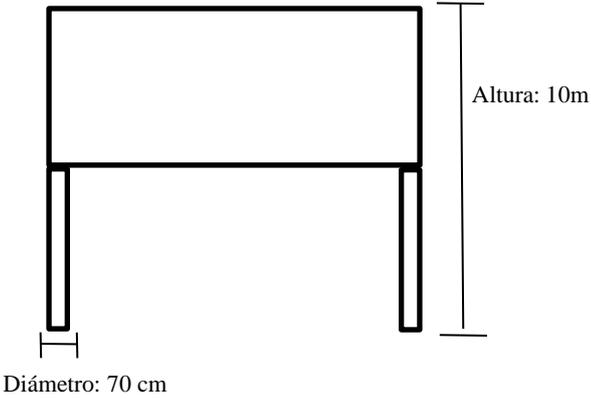
	 <p>Ancho: 8m</p> <p>Altura: 6m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 14m</p> <p>Diámetro: 130 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	3 de agosto de 2024	N° de ficha:	4
Hora de inicio:	10h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Guaranda - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			

¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Es informativa, da a conocer el lugar.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	El estado de la lona se encuentra en buenas condiciones al 100%, por otro lado la estructura base es realizada con materiales improvisados, por lo que no cumplen con las normativas.
¿Es funcional las 24 horas?	No, con cuenta con iluminación propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su contenido es de lona, y el material de la valla es cemento, que se utiliza como soporte del mismo.
¿El mensaje es claro?	Un poco, no es tan claro, mucho texto.
¿La tipografía es legible?	Es legible la primera línea de texto, pero lo demás ya no.
¿Sus imágenes son nítidas?	Su imagen de fondo es nítida, aun no ha perdido su color.
¿El contraste es el adecuado?	Si, es el adecuado, cumple con su edición y retoque.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	No, no cumple con la jerarquía de tipografía, pues usa varios tipos y diferentes tamaños que hacen más difícil la lectura.
¿Es armónico el diseño?	No es armónico, a mi parecer es muy saturado en cuanto a elementos, su letras opacan a la imagen y los efectos en las mismas sobrecargan al diseño.
¿A quién le pertenecen?	Comunidad de Cochabamba, es privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divisa a 50 m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	



Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	3 de agosto de 2024	N° de ficha:	5
Hora de inicio:	10h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Guaranda - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Publicidad.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% funcional.		
¿Es funcional las 24 horas?	No, no posee iluminación propia, ni externa.		
¿En qué material está fabricado?	No aplica.		
¿El mensaje es claro?	No aplica.		

¿La tipografía es legible?	No aplica.
¿Sus imágenes son nítidas?	No aplica.
¿El contraste es el adecuado?	No aplica.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	No aplica.
¿Es armónico el diseño?	No aplica.
¿A quién le pertenecen?	Privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	No aplica.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Altura: 10m</p> <p>Diámetro: 70 cm</p>

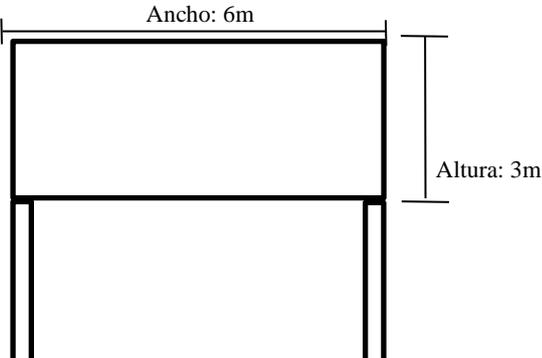
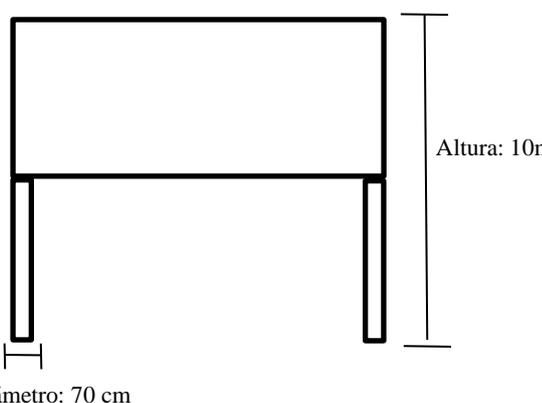
Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	3 de agosto de 2024	N° de ficha:	6
Hora de inicio:	10h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Guaranda - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		



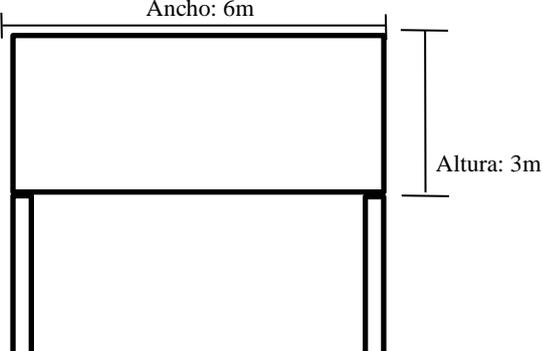
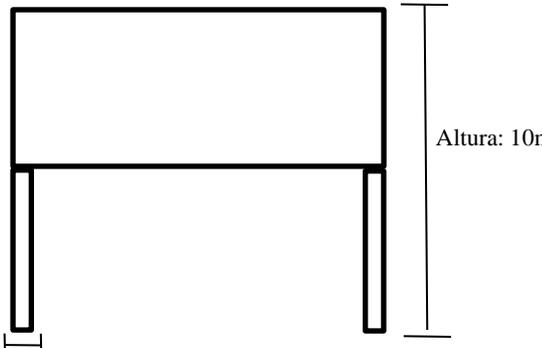
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Es informativa, publicitaria, rubro turístico.
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% funcional, al igual que su contenido, en cuanto a la lona se encuentra en condiciones al 100%.
¿Es funcional las 24 horas?	No posee iluminación propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.
¿El mensaje es claro?	No, no se da a entender de que se trata a menos que se dirijan a ese lugar o sean de la zona.
¿La tipografía es legible?	Un poco no al 100%, solamente se divisa el texto mas grande lo demás no se lo ve.
¿Sus imágenes son nítidas?	Carece de imágenes, pues sin embargo contiene iconos de señalética que si son nítidas.
¿El contraste es el adecuado?	No, no es el adecuado.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	No, no cumple con la jerarquía tipográfica.
¿Es armónico el diseño?	No, no es armónico, hace la idea de que sus elementos se colocaron improvisadamente.
¿A quién le pertenecen?	Privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divisa a 50 m.
Medidas de la valla	

	<p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	<p>Altura: 10m</p> <p>Diámetro: 70 cm</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	3 de agosto de 2024	N° de ficha:	7
Hora de inicio:	10h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Guaranda - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Es informativa, publicitaria pertenece al rubro de turismo.		

¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% funcional, al igual que su contenido, en cuanto a la lona se encuentra en condiciones al 100%.
¿Es funcional las 24 horas?	No, no posee iluminación ni propia, ni externa.
¿En qué material está fabricado?	Su estructura es metálica con soportes, su contenido es de lona.
¿El mensaje es claro?	Si, es claro y se puede divisar a largas distancias.
¿La tipografía es legible?	Si, es legible el texto principal, sus iconos en la parte inferior ya no son legibles.
¿Sus imágenes son nítidas?	Carece de imágenes.
¿El contraste es el adecuado?	No aplica.
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	Si, es el adecuado.
¿Es armónico el diseño?	Si, es armónico, todos sus elementos están colocados de manera funcional.
¿A quién le pertenecen?	Privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	A 25 m, podemos leer el texto de gran tamaño. La imagen se divisa a 50 m.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Diámetro: 70 cm</p> <p>Altura: 10m</p>

Ficha de observación participativa Fase 2			
Fecha:	3 de agosto de 2024	N° de ficha:	8
Hora de inicio:	10h00 am	Hora final:	18h00 pm
Observador:	Nicole Fiallos		
Ruta:	Guaranda - Riobamba		
Aspectos a observar	Resultados		
			
¿Cuál es la funcionalidad de la valla?	Publicitaria.		
¿Cuál es el estado actual de las vallas?	En cuanto a la estructura se encuentra un 100% funcional.		
¿Es funcional las 24 horas?	No, posee iluminación propia ni externa.		
¿En qué material está fabricado?	No aplica.		
¿El mensaje es claro?	No aplica.		
¿La tipografía es legible?	No aplica.		
¿Sus imágenes son nítidas?	No aplica.		
¿El contraste es el adecuado?	No aplica.		
¿El tamaño de la tipografía es adecuado?	No aplica.		
¿Es armónico el diseño?	No aplica.		

¿A quién le pertenecen?	Privado.
¿A que distancia se observa con claridad las vallas?	No aplica.
Medidas de la valla	 <p>Ancho: 6m</p> <p>Altura: 3m</p>
Medidas de la estructura	 <p>Diámetro: 70 cm</p> <p>Altura: 10m</p>