



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN HUMANAS Y TECNOLOGÍAS

ESCUELA DE ARTES – “DISEÑO GRÁFICO”

TÍTULO:

**“FUNCIONALIDAD DE LOS SISTEMAS SEÑALÉTICOS APLICADOS A
LOS CIRCUITOS DE TRANSPORTACIÓN PÚBLICA DE RIOBAMBA”.**

**Trabajo presentado como requisito para obtener el título de Licenciada
en Diseño Gráfico**

Autora: Andrea Jimena Dillon Almeida

Director de Tesis: Lcdo. Rafael Salguero

Riobamba – Ecuador

2014

HOJA DE APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal examinador revisan y aprueban el informe de investigación con título: FUNCIONALIDAD DE LOS SISTEMAS SEÑALÉTICOS APLICADOS A LOS CIRCUITOS DE TRANSPORTACIÓN PÚBLICA DE RIOBAMBA

.

Del estudiante Andrea Jimena Dillon Almeida.

Riobamba, julio 2014

Arq. William Quevedo

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lic. Rafael Salguero

TUTOR DE LA TESIS

Lic. Paolo Arévalo

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DERECHOS DE AUTORÍA

El trabajo de investigación que presento como Tesis de grado, previo a la obtención del título de Licenciada en DISEÑO GRÁFICO, es original y basado en el proceso de investigación, previamente establecido por la Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías.

En tal virtud los fundamentos teóricos, científicos y resultados obtenidos son de exclusiva responsabilidad del autor y de los derechos que le corresponden a la Universidad Nacional de Chimborazo.

Andrea Jimena Dillon Almeida

C.I: 060407040-9

CERTIFICACIÓN

Licenciado

Rafael Salguero

DIRECTOR DE LA TESIS Y DOCENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y TECNOLOGÍAS, DE LA ESCUELA DE ARTES – DISEÑO GRÁFICO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

CERTIFICA:

Que el presente trabajo FUNCIONALIDAD DE LOS SISTEMAS SEÑALÉTICOS APLICADOS A LOS CIRCUITOS DE TRANSPORTACIÓN PÚBLICA DE RIOBAMBA.

De Autoría de la señorita Andrea Jimena Dillon Almeida, ha sido dirigido y revisado durante todo el proceso de investigación, cumple con todos los requisitos metodológicos y requerimientos esenciales exigidos por las normas generales, para la graduación, en tal virtud autorizo la presentación del mismo, por su calificación correspondiente.

Riobamba, julio del 2014

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi papá Franklin Marcelo Dillon Custode porque gracias a su cariño, apoyo y confianza he llegado a realizar dos de mis más grandes metas en la vida. La culminación de mi carrera profesional y el hacerlos sentirse orgullosos de esta persona que tanto te quiere.

Aunque no esté entre nosotros físicamente, desde el cielo estuvo a mi lado durante todos estos años dándome la fuerza que necesitaba para seguir adelante con mis estudios, es la razón por la que cada día lucho para conseguir mis metas, además él es mi ejemplo de arduo trabajo, perseverancia, honradez, responsabilidad, lucha y humildad.

Gracias Papi por confiar en mí....

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud y vida para culminar mis estudios y poder realizar este proyecto.

A la Universidad Nacional de Chimborazo por darme la oportunidad de estudiar y ser profesional.

A mi tutor de tesis el Lic. Rafael Salguero por haberme ensañado los pasos que se requieren para diseñar una señalética, por el tiempo y la atención que me brindó durante la realización de la tesis y por toda su paciencia y comprensión.

También me gustaría agradecer a mis profesores que durante toda mi carrera profesional han aportado con un granito de arena a mi formación.

Agradezco Arq. Washington Gallegos Técnico - DPTCH - Agencia Nacional de Tránsito de Chimborazo (ANT) por haberme proporcionado información acerca de los circuitos y rutas del Sistema de Transporte Público de Riobamba.

Agradezco a mi familia por hacer de mí una persona valiente y con buenos valores. Por mi excelencia y formación como persona, gracias a su cariño, guía y apoyo. Este presente simboliza mi gratitud por toda la responsabilidad e invaluable ayuda que me han proporcionado.

A Darío Villagómez, que ha sido fiel amigo y compañero, que me ha ayudado a continuar, haciéndome vivir los mejores momentos de mi vida. Gracias por todo su cariño, paciencia y comprensión, porque sé que siempre contaré contigo.

A la Flia. Villagómez Zambrano, porque me abrieron las puertas de su hogar y me brindaron su confianza y apoyo, fue en donde prácticamente viví todo este tiempo, gracias por brindarme su cariño y calor de hogar.

Gracias también a mis queridos compañeros y amigos por su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunos están aquí conmigo y otros en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Gracias a todos.

Contenido

HOJA DE APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS	i
DERECHOS DE AUTORÍA.....	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
Índice de Tablas.....	vii
Índice de Ilustraciones	viii
RESUMEN	x
INTRODUCCIÓN.....	xii
CAPÍTULO I	1
1. MARCO REFERENCIAL	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3. OBJETIVOS.....	3
1.3.1. GENERALES:.....	3
1.3.2. ESPECÍFICOS.....	3
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA.....	4
CAPÍTULO II.....	6
2. MARCO TEÓRICO	6
2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES CON RESPECTO DEL PROBLEMA QUE SE INVESTIGA.	6
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.2.1. SISTEMA SEÑALÉTICO	7
2.2.2. IMAGEN DE MARCA	34
2.2.3. TRANSPORTACIÓN PÚBLICA	53
2.3. DEFINICIONES DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	59
2.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS	61
2.5. VARIABLES	61
2.5.1. DEPENDIENTE	61
2.5.2. INDEPENDIENTE.....	61
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	62
CAPÍTULO III	63

3. MARCO METODOLÓGICO.....	63
3.1. Enfoque Metodológico.....	63
3.2. Método científico:	63
3.1.1. Línea de Investigación: Lengua y Arte.....	64
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	64
3.2.1. POBLACIÓN	64
3.2.2. MUESTRA	66
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	67
3.4. TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS.....	67
CAPÍTULO IV	68
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	68
4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS APLICADAS A USUARIOS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE PÚBLICO URBANO DE RIOBAMBA.....	68
CAPITULO V.....	147
5.1. CONCLUSIONES	147
5.2. RECOMENDACIONES.....	148
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	149
ANEXOS	151

ANEXO 1: MODELO DE LA ENCUESTA

ANEXO 2: MODELO LISTA DE COTEJO

ANEXO 3: MODELO FICHA DE OBSERVACIÓN

ANEXO 4: EXTRACTO DE LA LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE
TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL

ANEXO 5: DOCUMENTO DE LAS RUTAS DE TRANSPORTE URBANO DE
RIOBAMBA DE LA ANT

ANEXO 6: PROPUESTA

Índice de Tablas

Tabla 1: Diferencias entre señalización y señalética	27
Tabla 2: Operacionalización de las variables	62

Tabla 3: Número de usuarios del transporte público según el número de vueltas al día de cada línea.	65
Tabla 4: Total de Viajes al día por el viaje de ida y de regreso.....	65
Tabla 5: Fórmula de la Muestra.....	66
Tabla 6. Uso del transporte público.....	68
Tabla 7. Frecuencia del transporte público.....	69
Tabla 8. Tipo de transporte público que se usa.	70
Tabla 9. Criterio del transporte público.....	71
Tabla 10. Grado de conocimiento del número de circuitos en el sistema de transporte público.	72
Tabla 11. Grado de conocimiento de la rutas de cada circuito.....	73
Tabla 12. Consideración para mejoramiento de señalización y señalética del transporte público.	74
Tabla 13. Elementos que deben mejorar.	75

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Individuo	27
Cuadro 2. Estructura Orgánica Funcional (Agencia Nacional de Tránsito).....	57
Ilustración 3. Uso del transporte público.....	68
Ilustración 4. Frecuencia del transporte público.....	69
Ilustración 5. Tipo de transporte público que se usa.	70
Ilustración 6. Criterio del transporte público.....	71
Ilustración 7. Grado de conocimiento del número de circuitos en el sistema de transporte público.	72
Ilustración 8. Grado de conocimiento de la rutas de cada circuito.....	73
Ilustración 9. Consideración para mejoramiento de señalización y señalética del transporte público.	74
Ilustración 10. Elementos que deben mejorar.	75

Índice de Infografías

Infografía 1: Proceso de Comunicación Visual.....	11
Infografía 2: La Ergonomía	28
Infografía 4: Espacio de acción	28
Infografía 5: Adaptación al medio.....	29
Infografía 6: Imagen de marca.....	29

RESUMEN

El servicio de transporte urbano de Riobamba es regulado por la Agencia Nacional de Transito (ANT) de la provincia de Chimborazo y a la vez ésta entidad gubernamental se encarga de la regulación y creación de las rutas, paradas, tiempos de transporte, calidad del servicio, métodos y sistemas de información de las mismas.

Uno de los problemas fundamentales que tiene el cantón Riobamba al igual que algunas ciudades del país, es la falta de un programa señalético en los circuitos de transporte público urbano, donde se resalte los rasgos cromáticos, históricos y representativos del cantón; lo que constituye uno de los grandes inconvenientes para la movilidad de personas que viven dentro y fuera del cantón Riobamba.

La metodología usada es la investigación de campo, toda vez que se ha conjugado la teoría y la práctica y el método analítico – sintético ya que se procesó toda la información recolectada que permitirá sustentar la propuesta. La señalética es un sistema de comunicación importante en nuestro contexto, en el área de comunicación visual, pues brinda información siendo una guía para habitantes, turistas nacionales y extranjeros, en el caso del sistema de transporte público urbano brinda información acerca de las paradas, rutas, edificaciones patrimoniales, servicios públicos, espacios de recreación, entre otros, para esto se utilizan pictogramas e íconos que representan ciertos puntos importantes de la ciudad.

Tras un estudio técnico y etnográfico analítico de los usuarios, se diseña una propuesta que se espera pueda ser implementada.

SUMMARY

The urban transport services of Riobamba is regulated by the Transit National Agency (ANT) of Chimborazo province and at the same time this government entity is responsible for regulating and creation of the routes, stops, transport times, quality of service, methods and information systems of it. One of the main problems that Riobamba has, like some other cities in the country, is the lack of a traffic sign circuits systems to public, urban transportation, where the color traits, historic and representative of Riobamba will be highlighted; it constitutes one of the great disadvantages to the mobility of people living in and outside of the Riobamba city. The methodology used is the field research, since it has brought together the theory and practice and the analytical - synthetic method process, and helps to process all the information collected that will allow us to sustain the proposal. The traffic sing is a system of communication that is important in our context, in the area of visual communication, as it provides information while being a guide for the inhabitants, national and foreign tourists, In the case of urban public transport system provides information about the stops, routes, heritage buildings, public services, recreational facilities, among others, for this are used, pictograms and icons that represent certain important points of the city. After a technical, ethnographic study and user's analysis, we designed a proposal that is expected to be implemented.



Mgs. Mónica Cadena F.

COORDINADORA DEL CENTRO DE IDIOMAS



INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizó en la zona urbana del cantón Riobamba aplicado al servicio de transporte urbano durante el periodo 2013 -2014.

El tema de investigación se sustenta en antecedentes derivados de la falta de señalética en las paradas del sistema de transporte público urbano y la inexistencia de una marca corporativa que fortalezca la identidad corporativa de este servicio público.

La señalética se ha convertido en uno de los sistemas de comunicación más importantes de nuestra época en el área de comunicación visual pues brinda información siendo una guía para turistas nacionales y extranjeros.

La creación de este proyecto estratégico será una herramienta que permitirá a mediano y a largo plazo una mejora continua en los usuarios del transporte público, puesto que el municipio de la ciudad ha descuidado por muchos años el sistema de transporte urbano.

A continuación se detallan los capítulos contenidos en la presente:

Capítulo I, marco referencial se desarrolla el planteamiento del problema, la formulación del problema, objetivos y la justificación e importancia del problema.

Capítulo II, marco teórico en el cual se explica todo lo referente al tema de investigación, la ley orgánica de transporte terrestre tránsito y seguridad vial y las rutas aprobadas por la agencia nacional de tránsito (ANT).

Capítulo III, marco metodológico donde se describe la metodología usada en la investigación, se determina la población, las técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Capítulo IV, incluye el análisis e interpretación de los resultados mediante la aplicación de lo mencionado anteriormente.

Capítulo V, se refiere al diseño de una identidad corporativa así como la creación de un sistema señalético para el sistema de transporte público urbano.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Riobamba es la capital de la provincia de Chimborazo ocupa aproximadamente 3.000 hectáreas y se encuentra en el centro del territorio ecuatoriano. Se la conoce también con los nombres de “Corazón de la Patria”, “Sultana de los Andes” y “Ciudad de la Primicias”, creada en forma racional y simétrica en una meseta rodeada de nevados, es por esto que Riobamba es un ente importante para el comercio, agricultura, ganadería y el turismo que ayuda al desarrollo social, económico y cultural del Ecuador.

En la actualidad el sistema de información del servicio de transporte urbano de Riobamba, no es un sistema claro, ni está organizado ni accesible para el usuario, toda vez que el servicio de transporte urbano es regulado por la Agencia Nacional de Transito (ANT) de la provincia de Chimborazo y a la vez ésta entidad gubernamental se encarga de la regulación y creación de las rutas, paradas, tiempos de transporte, calidad del servicio, métodos y sistemas de información de las mismas.

En Riobamba existen 16 líneas de bus de las cuáles 15 líneas están dentro del transporte público urbano y una de ellas recorre dentro y fuera del perímetro urbano. A su vez existen 7 operadoras o cooperativas, las cuáles prestan servicio con sus automotores.

Uno de los problemas fundamentales que tiene el cantón Riobamba al igual, que algunas ciudades del país, es la falta de un programa señalético en los circuitos de transporte público masivo urbano, donde se resalte los rasgos cromáticos, históricos y representativos del cantón; lo que ha venido constituyendo como uno de los grandes

inconvenientes para la movilidad de personas que viven dentro y fuera del cantón Riobamba.

El proyecto no pretende administrar las rutas, frecuencias o cooperativas, sino más bien aportar un servicio integral y adecuado sobre la paradas de los circuitos y a la vez brindar al usuario información completa, veraz y oportuna que le permita transportarse en un medio eficiente y de calidad.

Por esta razón se debe diseñar una señalética usando correctamente las normas, así como las premisas señaléticas, conservando siempre los rasgos más representativos de los estamentos geográficos de la urbe.

La creación de este proyecto estratégico será una herramienta que permitirá a mediano y a largo plazo una mejora continua en los usuarios del transporte público, puesto que el municipio de la ciudad ha descuidado por muchos años el sistema de transporte urbano.

La ejecución del presente proyecto de investigación ayudará a mejorar la movilidad de las personas que viven en el sector urbano, como las que viven sector rural y personas de otras ciudades del Ecuador al igual que personas extranjeras que llegan a la urbe.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Son funcionales los sistemas señaléticos aplicados a los circuitos de transportación pública de Riobamba?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. GENERALES:

Evaluar la funcionalidad de los sistemas señaléticos aplicados a los circuitos de transportación pública de Riobamba.

1.3.2. ESPECÍFICOS

- Identificar los elementos señaléticos existentes mediante un cuadro estadístico para conocer la situación actual del campo de estudio.
- Valorar los elementos señaléticos mediante una lista de cotejo para determinar su funcionalidad.
- Demostrar las premisas de diseño aplicada a un proyecto señalético en base a un estudio del ámbito geográfico.
- Identificar las principales paradas de bus para la elaboración de un programa señalético.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA

La señalética en estos últimos años se ha convertido en uno de los sistemas de comunicación más importantes de nuestra época en el área de comunicación visual pues brinda información siendo una guía para turistas nacionales y extranjeros.

Esta comunicación visual también nos brinda información acerca de las paradas, rutas, edificaciones patrimoniales, entre otros. La señalética del transporte público está enfocada a mejorar la movilidad de los usuarios del transporte público masivo urbano así como de turistas. Se utiliza pictogramas e iconos para representar ciertos puntos importantes de la ciudad.

El Ministerio de Turismo quiere rescatar los sitios y lugares turísticos a nivel nacional es por este motivo que se ha invertido en consultorías para la creación de señaléticas turísticas que sirvan como una guía para turistas nacionales y extranjeros, a la vez es significativo ya que la señalética es un lenguaje universal el cual no requiere de traducciones porque son símbolos icónicos que se usan a nivel internacional.

Según el INEC la población Riobamba ha crecido estos últimos años por lo que se han creado nuevos circuitos de transporte y muchos desconocemos las rutas de los mismos.

Se seleccionó este tema de investigación porque es uno de los sistemas de movilización más usados por las personas que viven en el sector urbano, rural así como las que nos visitan de otras ciudades del Ecuador.

Es un gran aporte para la sociedad riobambeña ya que se le quiere dar una buena imagen de la ciudad a los turistas tanto nacionales como extranjeros que usan este tipo de transporte.

Los beneficiarios del proyecto de investigación son los profesionales del volante del transporte urbano, los usuarios del sistema de transporte público urbano y la ciudadanía del cantón de Riobamba.

Es factible de realizarlo ya que éste tema está dentro del Diseño Gráfico y se conoce del tema su vez existe el respaldo de la Universidad Nacional de Chimborazo y se dispone de los recursos económicos para realizarlo.

Se dispone de todos los recursos humanos y técnicos necesarios para realizar una buena labor y cubrir todas las acciones planificadas en el proyecto.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES CON RESPECTO DEL PROBLEMA QUE SE INVESTIGA.

Revisados los archivos del Ilustre Municipio de Riobamba, he constatado que no existen temas ni proyectos similares o relacionados con el tema que estoy ejecutando.

A demás ningún otro proyecto de tesis ha sido abordado con esta temática según los archivos de la biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Educación Humanas y Tecnologías de la Universidad Nacional de Chimborazo ni de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fundamentación científica

Materialismo Dialéctico es la corriente del materialismo filosófico de acuerdo con los planteamientos originales de Friedrich Engels y Karl Marx que posteriormente fueron enriquecidos por Vladimir I. Lenin. Esta corriente filosófica define la materia como el sustrato de toda realidad sea concreta o abstracta (pensamientos). Emancipa la primacía e independencia de la materia ante la conciencia y lo espiritual, declara la cognoscibilidad del mundo en virtud de su naturaleza material, y aplica la dialéctica.

Fundamentación legal

Dentro del marco teórico se utilizará capítulos, artículos y acápites de la ley del Transporte Terrestre y Seguridad Vial porque el proyecto se enmarca en la regularización de elementos que aporten a la organización y al adecuado uso de señalética.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. SISTEMA SEÑALÉTICO

2.2.1.1 Comunicación

La comunicación ocurre cuando hay "interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor)" realizando la "ley de bivalencia", en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. "Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad". (Pasquali, Comunicación, 1980)

Los únicos entes capaces de presentar comportamientos comunicacionales y sociales, de transmitir y recibir intelectual y sensorialmente son los seres racionales, (los seres humanos) los cuales poseen lo que Pasquali denominó el "con-saber" de la conciencia de la co-presencia de ambos para que se dé la comunicación, (el saber que existen dos presencias, la del "otro" y la propia), que interactúan simétricamente, tratando de acondicionar la voluntad de entendimiento mutuo, es lo que se denomina diálogo. Expresa que "No hay "comunicación" ni relaciones dialécticas de otro tipo con la naturaleza y la materia bruta" en este caso sólo existe una "relación monovalente" o una "relación de información", donde los mensajes emitidos no tendrían retorno mecánico, ya que los participantes presentan un bajo coeficiente de comunicabilidad. (Pasquali, Comunicación, 1979)

Comunicación es el "estudio de la teoría y principios del origen, emisión, recepción e interpretación de mensaje " independientemente de la cantidad y de la calidad de mensajes emitidos.

En su acepción más amplia "comunicación es la elicitación de una respuesta"; tomando en cuenta que la elicitación sugiere que el ser que inicia la comunicación tenga un objetivo determinado (conducta o respuesta realizada conscientemente) del por qué, ejecuta tal acción. Esta expresión es genérica

ya que no especifican quien o quienes son los seres ejecutantes "...no establece ningún distingo entre la comunicación implicada en la interacción de materia animada o inanimada o entre animales y seres humanos."

Presentando la salvedad de exclusividad al decir que, el ser humano es el único que puede expresarse a través de símbolos verbales, y no verbales, teniendo en cuenta que la palabra verbal, no se refiere sólo al hecho de "... la existencia de un sonido, sino la representación de abstracciones de... datos específicos... que... transforma el signo en símbolo." La comunicación es ejercida a través del habla mediante un simbolismo vocal, y apoyada por un simbolismo no verbal observable que refuerza o no, la credibilidad del enunciado transmitido. (Dance, 1973)

2.2.1.2 Comunicación Visual

“Podemos afirmar que comunicación visual es aquella en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes. Como se ve, una definición ambigua, que utiliza una palabra «acotadora»: predominan. Y otra polisémica: imágenes.

En términos generales, es verificable que es muy pequeña la comunicación basada exclusivamente en imágenes. En la mayor parte de la comunicación visual tienen preponderancia las imágenes, pero se complementan con textos, sonidos, locuciones, que acotan y precisan su sentido, su significación.

Interesa puntualizar que la comunicación visual comparte los mismos mecanismos que la comunicación en general, aunque la decodificación de imágenes presente una especialidad importante. Pero hay un emisor, hay códigos, hay un receptor, hay procesos de codificación y decodificación. Hay (o no) eficiencia. Hay ruidos.

La comunicación visual está íntimamente ligada al diseño gráfico.”
(Asinsten, 2008)

Comunicación y códigos

Esteban D. Palací en su libro “Comunicación para Diseñadores, capítulo 01. La codificación visual” menciona; que la comunicación humana implica la transmisión de información, de ideas, de mensajes mediante algún tipo de procedimiento. Este hecho, que parece tan evidente, no deja de presentar un problema: las ideas no son cosas que viajen por el aire, que puedan ser agarradas con la mano y simplemente entregadas a otros. Por más que en ciertas circunstancias uno pueda recurrir a expresiones como “me leíste el pensamiento”, la transmisión de ideas de una mente a otra no es posible sin que medie un procedimiento material como intermediario, es decir, sin que algo impacte en alguno de nuestros sentidos: oído, vista, tacto, olfato, gusto; algo que no es el pensamiento en sí.

Los tres planos de la comunicación visual

En los estudios semióticos de la comunicación visual existe un problema metodológico bastante difícil de solucionar: la distinción entre los estudios de la percepción visual en sentido amplio –las teorías que buscan explicar o comprender el fenómeno de la visión en sí mismo, con independencia del tipo de objeto visto, como por ejemplo la Gestalt– y los enfoques comunicacionales de la lectura de los textos visuales.

Los textos visuales se interpretan en función de la comunicación (informativa, organizativa, persuasiva, estética o lo que fuere) mientras que la percepción de la realidad produce una interpretación de otro tipo, en la que no se presupone una intencionalidad comunicativa. (Palací, 2009)

El color en la comunicación

El color suele ejercer sobre el espectador tres efectos:

- El primero de impresión, pues atrae y llama la atención.
- El segundo de expresión, por las emociones que transmite.
- El tercero de construcción, ya que su significado adquiere un valor simbólico.

En las manifestaciones artísticas los colores se someten al criterio del artista, que varía de sus intereses personales más o menos subjetivos. En el diseño bidimensional o tridimensional, el color está supeditado a procesos mecánicos e industriales, a funciones utilitarias concretas y a las posibles reacciones del espectador. En este caso la actitud del diseñador ha de ser lo más objetiva posible.

Esta intención objetiva y funcionalista que debe tener en cuenta el creador presenta dos aspectos:

- Uno se refiere al color como signo de algunas realidades. Por ejemplo: cada cable es reconocido por su color.
- Otro aspecto que hay que tener en cuenta es el color como coherencia cromática formal o su aplicación a una superficie a formas funcionales que se encuentran en el entorno humano. Existen colores activos o inactivos, violentos o suaves, que excitan y agreden o calman y relajan.

2.2.1.3 Proceso de Comunicación Visual

Emisor	Codificador	Mensaje	Canal	Receptor
	Código Icónico Código Cromático Código Tipográfico			
Empresa	Diseñador	Señalética	Soportes	Público Objetivo

Infografía 1: Proceso de Comunicación Visual

Elaborado por: Andrea Dillon



2.2.1.4 Semiótica

Según María Ledesma y Mabel López en su libro “Comunicación para Diseñadores” exponen que, la interpretación es una de las problemáticas en el ámbito de la semiótica, en general y, sobre todo, en relación con aquellas formas de representación en las que predomina lo icónico visual. Tanto el cine como la fotografía, la Tv y, por qué no, algunos géneros del diseño gráfico instalan la lógica de la presencia, por el hecho de representar con cierta fidelidad aquello a lo que refieren. (López, 2009)

2.2.1.5 Señalización y Señalética

“La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior. El código utilizado ha sido previamente homologado y normalizado. Es un sistema universal ya que está creado íntegramente. No influye en la imagen del entorno”. (Sandoval, 2008)

Según Joan Costa en su libro “Señalética (de la señalización al diseño de programas)”. Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo es la técnica que organiza y regula estas relaciones.

La señalética nace de la ciencia de la comunicación social o de la información y la semiótica. Constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico, considerado en su vertiente más específicamente utilitaria de comunicación visual. La señalética responde a la necesidad de información o de orientación que está provocada, y multiplicada al mismo tiempo, por el fenómeno contemporáneo de la movilidad social y la proliferación de servicios públicos y privados, que ella genera tanto en el ámbito cívico y cultural como en el comercial: transportes, seguridad, sanidad, circulación, animación cultural, ocio y tantos otros.

La señalética se aplica, por tanto, al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o un lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y acciones. (Costa, “Señalética (de la señalización al diseño de programas)”, 1989)

Extracto de las Normas INEN para las señales de tránsito.

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN

CAPÍTULO II SEÑALES DE TRÁNSITO

4. DISPOSICIONES GENERALES

4.1 Para ser efectivos los dispositivos de control del tránsito solamente deben ser instalados cuando un estudio de ingeniería de tránsito haya indicado la necesidad de su uso.

4.2 Para el cumplimiento de lo indicado en el numeral 4.1, un dispositivo de control de tránsito debe cumplir los siguientes requisitos básicos:

- a) Cumplir y satisfacer una necesidad;
- b) Ser visible y llamar la atención del usuario vía;
- c) Contener, transmitir un mensaje claro y simple;
- d) Inspirar respeto, y
- e) Colocarse de modo que brinde el tiempo adecuado para una respuesta del usuario vial.

4.3 Las fallas que podría tener un dispositivo de control del tránsito para cumplir su función se deben generalmente a las siguientes causas:

- a) No tomar en cuenta a las condiciones de clima, condiciones físicas (como niveles y distancias de visibilidad), psicología del conductor y limitación es de los vehículos;
- b) Falta de mantenimiento;
- c) Falta de respeto causada por uso excesivo del dispositivo de control de tránsito;
- d) Diseño inadecuado de las facilidades de tránsito de la vía (los dispositivos de control de tránsito no pueden solucionar fallas del diseño geométrico);
- e) Ubicación del dispositivo demasiado cercana a otro dispositivo de control de tránsito, incumpliendo en lo especificado en el numeral 5.8.2.1.

4.4 De acuerdo con la Ley, los usuarios de la vía, están obligados a respetar los dispositivos de control de tránsito. Solamente la autoridad u organismo oficial competente puede disponer la instalación, traslado, cambio, retiro o supresión de un dispositivo de control de tránsito.

4.5 En vista de que el objetivo principal de la Ingeniería de Tránsito es la seguridad del usuario vía, los dispositivos de control de tránsito no deben presentar por sí mismo peligro alguno para los usuarios de las vías ni contribuir a la ocurrencia o gravedad de cualquier tipo de accidente.

5. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

5.1 Las señales de tránsito se utilizan para ayudar al movimiento seguro y ordenado del tránsito de peatones y vehículos. Contienen instrucciones las cuales deben ser obedecidas por los usuarios de las vías, previenen de peligros que pueden no ser muy evidentes o, información acerca de rutas, direcciones, destinos y puntos de interés; los medios empleados para transmitir información, constan de la combinación de un mensaje, una forma y un color. El mensaje de la señal de tránsito puede ser una leyenda, un símbolo o un conjunto de los dos.

5.2 Siendo las señales una parte esencial de la seguridad y del sistema de control de tránsito, su mensaje debe ser consistente, su diseño y ubicación debe concordar con el diseño geométrico de la vía.

5.3 Autoridad para instalación. Las señales de tránsito deben instalarse solamente con la aprobación de una autoridad pública que tenga la necesaria jurisdicción.

5.3.1 La colocación de señales de tránsito no autorizadas sobre o junto a la vía por parte de una organización privada o comercial, sin las atribuciones del organismo competente, causa distracción y reduce el efecto de las señales esenciales para el usuario de la vía. El despliegue de señales no oficiales y no esenciales no está permitido. En caso de la instalación arbitraria de señales, la

autoridad competente procederá a su retiro y establecerá la sanción correspondiente.

5.4 Clasificación de señales y sus funciones.

5.4.1 Señales regulatorias (Código R). Regulan el movimiento del tránsito e indican cuando se aplica un requerimiento legal, la falta del cumplimiento de sus instrucciones constituye una infracción de tránsito.

5.4.2 Señales preventivas (Código P). Advierten a los usuarios de las vías, sobre condiciones inesperadas o peligrosas en la vía o sectores adyacentes a la misma.

5.4.3 Señales de información (Código I). Informan a los usuarios de la vía de las direcciones, distancias, destinos, rutas, ubicación de servicios y puntos de interés turístico.

5.4.4 Señales especiales delineadoras (Código D). Delinean al tránsito que se aproxima a un lugar con cambio brusco (ancho, altura y dirección) de la vía, o la presencia de una obstrucción en la misma.

5.4.5 Señales para trabajos en la vía y propósitos especiales (Código T). Advierten, informan y guían a los usuarios viales a transitar con seguridad sitios de trabajos en las vías y aceras además para alertar sobre otras condiciones temporales y peligrosas que podrían causar daños a los usuarios viales.

5.5 Codificación de señales.

5.5.1 El sistema de codificación que se utiliza es el siguiente:

- a) Una letra de identificación de la señal que se usa como se indica en 5.5.2
- b) Un número que indica la serie o grupo de señales.
- c) Un número de la señal dentro de la serie o grupo
- d) Las letras D (derecha) o I (izquierda) cuando la señal tiene un significado direccional.
- e) Una letra que indica el tamaño de la señal (por ejemplo, A, B, C, etc., siendo A la señal más pequeña, B el siguiente tamaño, etc.).

Ejemplo: R2 – 6A (D) o (I) indica una señal de regulación en la serie direccional R2. La señal es la sexta dentro de la serie, es la más pequeña y tiene un significado direccional.

5.5.2 Código de letra de identificación. Las letras de identificación usadas son las siguientes:

R señales regulatorias

P señales preventivas

I señales informativas

D señales especiales delineadoras

T señales y dispositivos para trabajos en la vía y propósitos especiales

E señales escolares

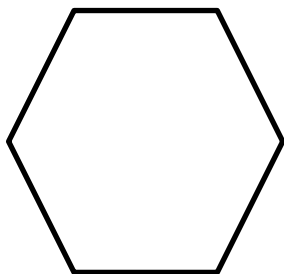
SR señales riesgos

5.6 Uniformidad de aplicación. Es esencial que condiciones viales similares, sean tratadas siempre con el mismo tipo de señal, de modo que los usuarios de las vías puedan anticipar el curso de acción requerido. El uso de una señal que esté en discrepancia con las condiciones existentes, crea confusión, estableciendo una situación potencialmente peligrosa.

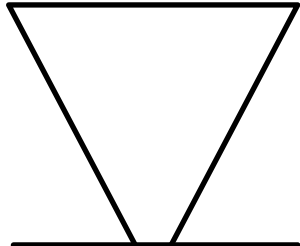
5.7 Uniformidad de diseño

5.7.1 La uniformidad en el diseño de las señales, facilita la identificación por parte del usuario vial. Por lo que se estandariza el uso de la forma, color y mensaje, de tal manera que las varias clases de señales sean reconocidas con rapidez.

5.7.2 Formas



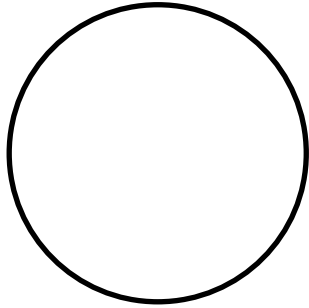
El octógono se usa exclusivamente para la señal de PARE



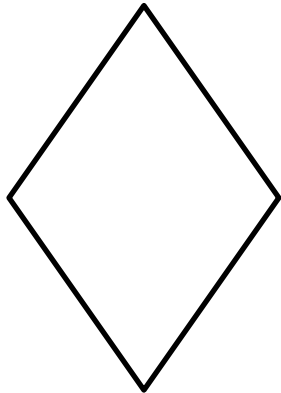
El triángulo equilátero con un vértice hacia abajo se usa exclusivamente para la señal de CEDA EL PASO.



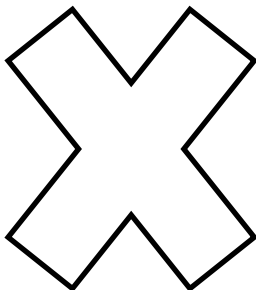
El rectángulo con el eje mayor vertical se usa generalmente para señales regulatorias.



El círculo se usa para señales en los cruces de ferrocarril.



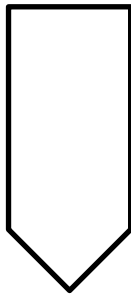
El rombo se usa para señales preventivas y trabajos en la vía con pictogramas.



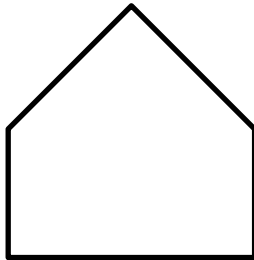
La cruz diagonal amarilla se reserva exclusivamente para indicar la ubicación de un cruce de ferrocarril a nivel.



El rectángulo con el eje mayor horizontal se usa para señales de información y guía; señales para obras en las vías y propósitos especiales, así como placas complementarias para señales regulatorias y preventivas.



El escudo se usa para señalar las rutas.



El pentágono se usa para señales en zona escolar.

5.7.3 Color. Los colores normalizados para señales son los que se indican a continuación y deben cumplir con las especificaciones de las normas INEN correspondientes o, en su defecto con las de la norma ASTM D 4956.

ROJO: Se usa como color de fondo en las señales de PARE, en señales relacionadas con movimientos de flujo prohibidos y reducción de velocidad; en paletas y banderas de PARE, en señales especiales de peligro y señales de entrada a un cruce de ferrocarril; como un color de leyenda en señales de prohibición de estacionamiento; como un color de borde en señales de CEDA EL PASO, triángulo preventivo y PROHIBIDO EL PASO en caso de riesgos; como un color asociado con símbolos o ciertas señales de regulación; como un color alternativo de fondo para banderolas de CRUCE DE NIÑOS.

NEGRO: Se usa como color de símbolos, leyenda y flechas para las señales que tienen fondo blanco, amarillo, verde limón y naranja, en marcas de peligro, además se utiliza para leyenda y fondo en señales de direccionamiento de vías.

BLANCO: Se usa como color de fondo para la mayoría de señales regulatorias, delineadores de rutas, nomenclatura de calles y señales informativas; y, en las señales que tienen fondo verde, azul, negro, rojo o café, como un color de leyendas, símbolos como flechas y orlas.

AMARILLO: Se usa como color de fondo para señales preventivas, señales complementarias de velocidad, distancias y leyendas, señales de riesgo, además en señales especiales delineadoras.

NARANJA: Se usa como color de fondo para señales de trabajos temporales en las vías y para banderolas en CRUCES DE NIÑOS.

VERDE: Se usa como color de fondo para las señales informativas de destino, peajes control de pesos y riesgo; también se utiliza como color de leyenda, símbolo y flechas para señales de estacionamientos no tarifados con o sin límite de tiempo. El color debe cumplir con lo especificado en la norma ASTM D 4956.

AZUL: Se usa como color de fondo para las señales informativas de servicio; también, como color de leyenda y orla en señales direccionales de las mismas, y en señales de estacionamiento en zonas tarifadas, (En paradas de bus esta señal tiene el carácter de regulatoria).

CAFÉ: Se usa como color de fondo para señales informativas turísticas y ambientales.

VERDE LIMÓN: Se usará para las señales que indican una Zona Escolar.

5.7.4 Tipos de letras. Los alfabetos normalizados utilizados en los mensajes de señales descritas en este Reglamento, deben cumplir con lo especificado en el **Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 004 “Señalización vial. Parte 4. Alfabetos normalizados;** estas comprenden seis series de letras

mayúsculas y números, que van desde la serie A hasta la serie F (angosta, media y ancha), una serie especial denominada E modificada (letras más gruesas que la normal serie E mayúsculas) y una serie de letras minúsculas Lm las cuales se utilizan conjunta y exclusivamente con las letras mayúsculas de la serie E modificada.

Las letras minúsculas se deben utilizar en las señales informativas de dirección, de distancias y para abreviaciones tales como m (metro), km (kilómetros) y t (toneladas).

Los alfabetos de letras mayúsculas que proveen de una buena legibilidad de distancia y apariencia en las señales, son los de la serie D y E; la serie C es aceptable para palabras comunes donde hay una restricción de espacio en la señal. Estos alfabetos se usan en señales regulatorias, señales preventivas y, señales para trabajos en la vía y propósitos especiales.

5.7.4.1 Los alfabetos de letras mayúsculas de las series A y B, sólo deben usarse en las señales de estacionamiento y otras señales que requieran ser leídas a bajas velocidades.

5.7.4.2 Las distancias de legibilidad para las letras mayúsculas de las series C, D, E y E modificada, se indican a continuación y pueden usarse como una guía para determinar la distancia de legibilidad de señales normalizadas y para el diseño de señales de información especiales y otras (ver Anexo A).

SERIE DE LETRAS	DISTANCIA DE LEGIBILIDAD EN METROS POR 10 mm DE TAMAÑO DE LETRA
C	5 m
D	6 m
E	7 m
E modificada	7,5 m*

** La letra minúscula correspondiente, tiene la misma legibilidad que la letra mayúscula inicial.*

5.7.4.3 Los estándares de las tablas de letras mayúsculas comprenden tres tipos de espaciamentos: angosto, medio y ancho. El espaciamiento ancho se debe usar para las letras minúsculas.

5.7.4.4 En las tablas de tamaños especificadas en este Reglamento, a cada palabra se la designa con un código conformado por: primero la altura de la letra en milímetros, luego la serie de letra del alfabeto (A a la F) y finalmente el tipo de espaciamiento como se indica a continuación:

a = espaciamiento angosto

M = espaciamiento medio

A = espaciamiento ancho

Lm = letra minúscula

Ejemplos:

160DM significa: letra mayúscula de 160 mm de altura, alfabeto serie D con espaciamiento medio.

120EMod. /90Lm significa: primera letra mayúscula de 120 mm de altura, alfabeto serie E modificada, con letras minúsculas de 90 mm; el espaciamiento entre letras es siempre ancho.

5.8 Uniformidad de ubicación

5.8.1 Las señales se deben instalar en el lado derecho de las vías. En circunstancias especiales y que se especifican en este Reglamento, las mismas pueden duplicarse al lado izquierdo o colocarse elevadas sobre la calzada. Hay que tomar precauciones cuando se instalan señales, para asegurar que estas no se obstruyen unas a otras o que su visibilidad sea reducida, especialmente en intersecciones.

5.8.1.1 Si la señal se ubica en una posición expuesta a impactos, es necesario considerar el uso de un tipo de construcción flexible de amortiguamiento contra golpes u otros medios de protección de seguridad para el usuario de la vía.

5.8.2 Colocación longitudinal. La colocación longitudinal de las señales está fijada por la naturaleza de su mensaje o su uso característico. Para asegurar

que sean exhibidas en forma adecuada a los conductores que se aproximen a ellas, se requiere especial cuidado en la ubicación de las señales. Las señales preventivas deben ser ubicadas con la anticipación suficiente para preparar al conductor a reaccionar de manera apropiada.

5.8.2.1 No debe haber más de una señal del mismo tipo en un poste, excepto cuando una señal complementa a otra, o cuando señales de ruta o direccionales deben ser agrupadas. Donde se presente la necesidad de transmitir dos o más mensajes diferentes en una misma ubicación, deben usarse señales separadas, situadas a una distancia mínima entre ellas de $0,6 V = \text{distancia en m}$ (siendo V la velocidad promedio a la que circula el 85 percentil de los vehículos en condiciones libres de tránsito en km/h). Para señales de información en autopistas y otras vías de alta velocidad, puede requerirse una mayor dimensión. Las señales no deben interferirse entre sí.

5.8.3 *Colocación lateral y altura.*

5.8.3.1 Las reglas para la ubicación lateral de señales al costado de las vías, soportes de estructuras para señales aéreas y, altura de montajes de estas señales son las siguientes:

- a) La colocación lateral se mide desde el filo de la vía al borde de la señal más cercano a la vía; y
- b) La altura, debe ser desde la proyección de la superficie de la calzada al lado inferior de la señal, o del filo inferior de la señal más baja en poste con varias señales.

Estas reglas se aplican a señales de naturaleza permanente, e incluyen señales para trabajos en la vía y propósitos especiales en los que éstas están montadas en postes anclados en el terreno. Cualquier variación en estas reglas para una señal particular, se indica en la norma relacionada con dicha señal.

Sin embargo, puede haber excepciones donde las condiciones existentes no permitan aplicar estas reglas. En estos casos, la ubicación o altura se modifican hasta cumplir estas condiciones especiales; por ejemplo, la altura de una señal

puede aumentarse o disminuirse para evitar la obstrucción de la distancia de visibilidad en una intersección.

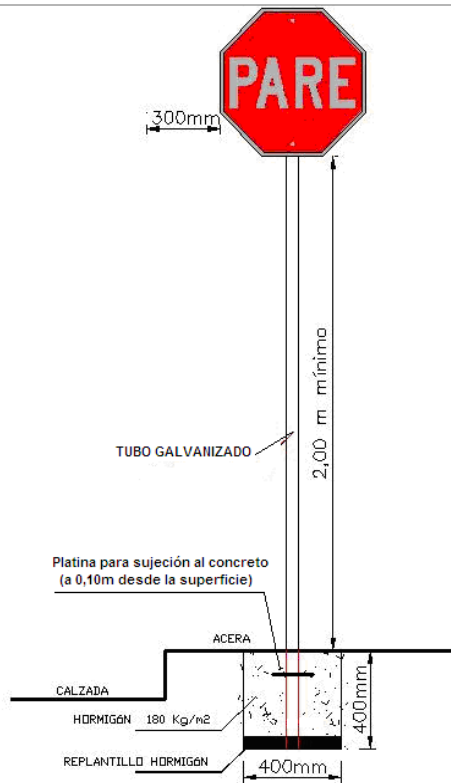
5.8.3.2 Colocación lateral en zona rural. En vías sin bordillos en sectores rurales (carreteras), la señal debe estar a una distancia libre de por lo menos 600 mm del borde o filo exterior de la berma o espaldón, postes de guía o cara del riel o guardavía de protección; en caso de existir cuneta, esta distancia se considera desde el borde externo de la misma. La separación no debe ser menor de 2,00m ni mayor de 5,00 m ni mayor de 5,00 m (ver figura 8.3) del borde del pavimento de la vía, excepto para señales grandes de información en autopistas en donde pueden requerirse mayor separación.

5.8.3.3 Colocación lateral en zona urbana. En vías con aceras, las señales deben colocarse, a mínimo 300 mm del filo del bordillo, y máximo a 1,00 m. Cuando existen bordillos montables o semimontables, por ejemplo en parterres o islas de tránsito, la separación mínima debe ser de 500 mm. En vías urbanas sin aceras, o en ciertas vías arteriales diseñadas para movimiento de tránsito expreso, son más apropiadas las distancias indicadas en 5.8.3.2.

5.8.3.4 Altura en zona rural. En sectores rurales, las señales deben montarse alejadas de la vegetación y claramente visibles bajo la iluminación de los faros de los vehículos por la noche. La altura libre de la señal no debe ser menor a 1,50 m desde la superficie del terreno hasta el borde inferior de la señal. Para señales direccionales de información en intersecciones y zonas pobladas la altura libre debe ser de 2,00 m.

5.8.3.5 Altura en zona urbana. En vías con aceras, para evitar obstrucciones a los peatones, la altura libre de la señal no debe ser menor a 2,00 m desde la superficie de la acera hasta el borde inferior de la señal, ver figura 5.1 o 2,20 m para reducir la interferencia que pueden ocasionar vehículos estacionados. Cuando no hay que tomar en cuenta a peatones ni a vehículos estacionados, como por ejemplo al colocar señales sobre una isla de tránsito o parterre, puede utilizarse la altura dada en el numeral 5.8.3.4.

FIGURA 5.1 Altura en zona urbana



5.8.3.6 Instalación aérea. Las señales aéreas en vías urbanas deben colocarse a una altura mínima de 5,30 m sobre el nivel más alto de la calzada, en áreas rurales la altura debe ser 6,20 m (ver figura 8.3).

5.9 Señales aéreas. Transmiten información de tránsito esencial en vías con múltiples carriles, donde se requiere algún grado de control de uso de cada carril o donde el espacio lateral de separación es insuficiente para colocar una señal lateral; esto, puede ser también el único medio de proveer adecuada distancia de visibilidad.

5.9.1 Las señales aéreas, son necesarias donde el entorno podría distraer del mensaje esencial que se requiere dar con una señal lateral. El volumen y velocidad del tránsito son también factores influyentes.

5.9.1.1 En autopistas, las señales aéreas son necesarias, especialmente en intercambiadores con espaciamientos cortos o, donde existen carriles múltiples.

5.9.2 Las señales aéreas son generalmente del tipo direccional y de control de carril, y son ancladas en estructuras como ménsulas, báculos, pórticos, etc. Ver Capítulo V.

5.9.3 Instalación

5.9.3.1 Orientación. Para evitar el deslumbramiento desde las superficies de las señales, estas deben ser orientadas con un ángulo de 5° y en dirección al tránsito que estas sirven (ver figura 5.2); en alineamientos curvos, el ángulo de instalación debe ser determinado por el curso de aproximación del tránsito antes que por el filo de la vía en el punto donde la señal es colocada.

5.9.3.2 Después que una señal ha sido instalada, es necesario realizar aproximaciones de pruebas tanto durante el día como por las noches, para verificar el cumplimiento y objetivo de la señal.

5.9.3.3 Cuando se instalan señales de tránsito, también se debe tomar en cuenta el entorno.

5.10 Retroreflectividad e iluminación

5.10.1 Las señales deben ser retroreflectivas o iluminadas, de modo que puedan verse sus colores y forma, tanto en la noche como en el día. Puede requerirse iluminación cuando la retroreflectividad se considera inefectiva; por ejemplo, en señales aéreas. La retroreflectividad, también puede ser inefectiva en algunas áreas con alumbrado público de alta intensidad. Ver también numeral 8.3.9 y cumplir con los requerimientos de la norma ASTM D 4956, mientras no exista norma INEN.

5.10.2 Medios de iluminación. La iluminación puede hacerse de dos maneras:
a) Una luz dentro o detrás de la cara de la señal que ilumine el principal mensaje o símbolo, o el fondo de la señal o ambos a través de un material translúcido.

b) Una fuente de luz acoplada o montada independientemente y diseñada para dirigir adecuadamente iluminación sobre la cara total de la señal.

5.10.3 Medios de retrorreflectividad. La retrorreflectividad se obtiene mediante materiales retrorreflectivos, los que deben ser usados en todas las señales y de las siguientes formas:

a) En señales con leyendas y bordes con colores oscuros, solamente debe retrorreflectorizarse el fondo que tenga colores blancos o amarillos; ejemplo ver señal de una vía (R2-1) o (R2-1D), señales preventivas y regulatorias.

b) En señales con fondos con colores oscuros, solamente debe retrorreflectorizarse las leyendas y bordes que tengan colores blancos o amarillos; ejemplo ver señal de acuario (IT1-1) y de servicios.

c) En señales con leyendas y bordes con colores blancos o amarillo sobre un fondo con colores oscuros, se debe retrorreflectorizar las leyendas, bordes y fondos; ejemplo ver señal de pare (R1-1) e informativas. (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2011)

Diferencias entre señalización y señalética

Señalización	Señalética
Sistema homologado.	Sistema heterogéneo y adaptado.
Es universal.	Se adapta al medio, al espacio y a las necesidades de la empresa o institución.
Contiene normas estandarizadas.	Sigue parámetros de diseño.
Su uso es en exteriores o fuera de un espacio.	Puede generarse para espacios internos o externos
Es de carácter internacional, solo cambia el idioma o lenguaje.	Está dirigido a un público objetivo y su codificación es variable.
La manejan instituciones públicas y bajo parámetros de ley.	La puede manejar cualquier institución basado en un manual señalético.
Es diseñado por ingenieros de movilidad o personal técnico.	La desarrolla un diseñador gráfico.

Tabla 1: Diferencias entre señalización y señalética

Elaborado por: Andrea Dillon

2.2.1.6 Premisas Señaléticas

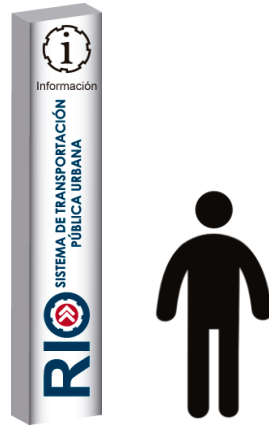
- **El individuo:** Es la principal premisa al momento de hacer los estudios para la realización de una señalética, ya que esta va hacer usada por los individuos.



Ilustración 1: Individuo

Elaborado por: Andrea Dillon

- **La ergonomía:** Es una disciplina aplicada cuyo objetivo de estudio es el trabajo humano, se ocupa mediante la interacción del hombre, se ocupa de la interacción del hombre con su medio laboral y organizacional; sus objetivos son proporcionar el ajuste recíproco, constante y sistemático entre el hombre y el ambiente.



Infografía 2: La Ergonomía

Elaborado por: Andrea Dillon

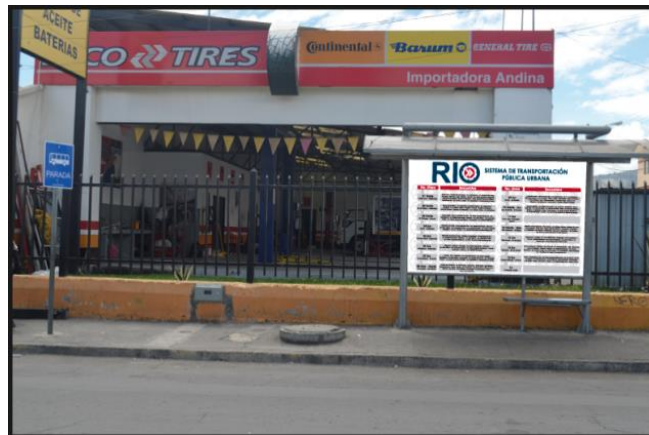
- **Espacio de acción:** La señalética debe ser inteligible el espacio de acción, tomando en cuenta que cada lugar tiene una morfología determinada casi siempre preexistente al proyecto señalético, o que ha sido concebida en la gran mayoría de los casos, independientemente de una futura aplicación señalética.



Infografía 3: Espacio de acción

Elaborado por: Andrea Dillon

- **Adaptación al medio:** cada espacio que provea un servicio social constituye en sí un “Universo”; al cual el sistema señalético que le pertenezca debe adaptarse.



Infografía 4: Adaptación al medio

Elaborado por: Andrea Dillon

- **Imagen de marca:** la señalética tiene que contribuir a destacar o potenciar la imagen pública (en sentido institucional) o de la imagen de marca (en sentido del marketing) que se quiere transmitir a través de los espacios de operaciones y acciones.

La marca es una señal, un rasgo distintivo que forma parte de un mensaje visual de afirmación, de aviso o de diferenciación. (Sandoval, 2008)



Infografía 5: Imagen de marca

Elaborado por: Andrea Dillon

Tipos de Señales

- Direccional



Imagen 1: Señal direccional

Elaborado por: Andrea Dillon

- Pre-informativa



Imagen 2: Señal pre-informativa

Elaborado por: Andrea Dillon

- Identificación



Imagen 3: Señal de identificación

Elaborado por: Andrea Dillon

- Restrictiva o prohibitiva



Imagen 4: Señal restrictiva o prohibitiva

Elaborado por: Andrea Dillon

- Emergencia



Imagen 5: Señal de emergencia

Elaborado por: Andrea Dillon

Tipos de Soportes

- Banderín o banderolas



Imagen 6: Soporte tipo banderín

Elaborado por: Andrea Dillon

- Tótem de piso



Imagen 7: Soporte tótem de piso

Elaborado por: Andrea Dillon

- Mural



Imagen 8: Soporte mural

Elaborado por: Andrea Dillon

- Colgante



Imagen 9: Soporte colgante

Elaborado por: Andrea Dillon

- Señales particulares



Imagen 10: Señal particular

Elaborado por: Andrea Dillon

- Directorios

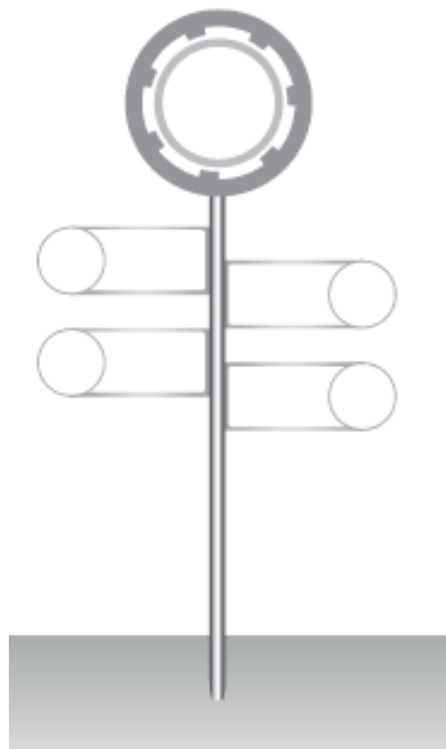


Imagen 11: Soporte directorio

Elaborado por: Andrea Dillon

2.2.2. IMAGEN DE MARCA

2.2.2.1 Marca

Melissa Davis en su libro “Fundamentos del Branding” expresa que una marca es mucho más que un logotipo o un nombre. Para la autora una marca representa el carácter completo de la empresa y es la interfaz entre el negocio y sus clientes. Una marca interactúa con sus clientes de varias maneras: a partir de lo que vemos y oímos, como resultado de nuestra experiencia física con la marca o mediante percepciones o sentimientos generales sobre el negocio que apoya. Una marca encapsula aspectos tangibles e intangibles y puede aplicarse a casi todo: a una persona (David Beckham), a un negocio (Apple o Coca-Cola), a un país o incluso a una idea vaga (la Guerra contra el Terror de George Bush), o el breve movimiento cultural (“Cool Britannia” de los años noventa en Gran Bretaña). Los productos, servicios y miembros de una organización o entidad forman parte de la marca y condicionan el modo en que el mercado la percibe e interactúa con ella. (Davis, 2010)

2.2.2.2 Signos de Identidad

Identidad de Marca

Una marca está configurada por los siguientes elementos:

- **Nombre o Fonotipo:** Constituido por la parte de la marca que se puede pronunciar. Es la identidad verbal de la marca.
- **Logotipo:** Es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que éste se escribe.
- **Isotipo:** Es la representación gráfica de un objeto, que es un signo- icono.

- **Gama cromática o Cromatismo:** es empleo y distribución de los colores.
- **Diseño gráfico o grafismo:** Son los dibujos, ilustraciones, no pronunciables, que forma parte de la identidad visual de marca.

Puede que quizás el nombre de la marca sea la parte más importante de la misma puesto que es por esa denominación por la cual va a preguntar el consumidor a la hora de la compra.

2.2.2.3 Signo y mensaje, base de la marca

Los elementos sensibles que integran la marca y su significado son de origen verbal y visual, corresponden a los dos primeros vectores del sistema propuesto. Éstos son:

LOGOTIPO	SÍMBOLO	CROMATISMO
		

EL LOGOTIPO

Tiene naturaleza lingüística, debido al empleo de un determinado lenguaje para la comprensión de los receptores. Y grafica debido al procedimiento de representación que toma el objeto.

Tiene cualidad denotativa: es comprendido por los componentes representativos intrínsecos. Y connotado, el receptor asiente una específica ideología del objeto.

Tiene funciones como en la designación: permite designar el objeto para un fin determinado. Y el referente, indica una asociación de ideas que tiene el receptor sobre el objeto.

En el nivel de percepción primero es semántico: porque ha de poseer un significado determinado, y que a su vez permite llevar una cadena de significados. Y el segundo es estético: estaría hablando de la forma que tome el logotipo.

EL SÍMBOLO

Tiene naturaleza grafica debido al medio de representación que toma el objeto. Y significa se refiere a que existe por convenio o ajuste indica un pensamiento sobre el objeto.

Tiene cualidad, primero connotado ya que el receptor asiente una específica ideología del objetivo, y connotativo permite al receptor a reinterpretar la ideología del objeto, y esa reinterpretación esta medida por los conocimientos que le evoque el objeto.

Tiene función primero de referente indica una asociación que tiene el receptor sobre el objeto y de impacto, permite romper barreras emocionales que tiene el receptor sobre el objeto.

En tanto los niveles de percepción el primero el estético estaría dado de la forma que tome el símbolo, y de sensación se da en el receptor, evaluando al objeto, condicionado por sus emociones.

CROMATISMO

Naturaleza primero significa se refiere a que existe por convenio indica una idea sobre el objeto. Y física por poseer una constitución específica, que está asociado al estudio del empleo y distribución de los colores.

Cualidad primero es connotativo permite al receptor a reinterpretar la ideología del objeto, y esa reinterpretación esta medida por los conocimientos

que le evoque el objeto. Y abstracto ya que denota alguna condición considerada con exclusión del sujeto.

Función de impacto permite romper barreras emocionales que tiene el receptor sobre el objeto. E impregnar en la mente del sujeto. Y de seducción ejerce en el ánimo del receptor

En el nivel de percepción, sensación se da en el receptor, evaluando al objeto, condicionado por sus emociones. Y señalético, refiere a que obtiene una clara distinción del receptor. (Costa, La marca: creación, diseño y gestión, 2010)

2.2.2.4 Simbolismo Cromático

El color en la comunicación

El color suele ejercer sobre el espectador tres efectos:

- El primero de impresión, pues atrae y llama la atención.
- El segundo de expresión, por las emociones que transmite.
- El tercero de construcción, ya que su significado adquiere un valor simbólico.

En las manifestaciones artísticas los colores se someten al criterio del artista, que varía de sus intereses personales más o menos subjetivos. En el diseño bidimensional o tridimensional, el color está supeditado a procesos mecánicos e industriales, a funciones utilitarias concretas y a las posibles reacciones del espectador. En este caso la actitud del diseñador ha de ser lo más objetiva posible.

Esta intención objetiva y funcionalista que debe tener en cuenta el creador presenta dos aspectos:

- Uno se refiere al color como signo de algunas realidades. Por ejemplo: cada cable es reconocido por su color.

- Otro aspecto que hay que tener en cuenta es el color como coherencia cromática formal o su aplicación a una superficie a formas funcionales que se encuentran en el entorno humano. Existen colores activos o inactivos, violentos o suaves, que excitan y agreden o calman y relajan.

2.2.2.5 ¿Qué es un signo identificador?

Las temáticas que van a ser tratadas a continuación son: ¿qué es un signo identificador?, identificación espontánea e identificación planeada, identificadores primarios y secundarios, catorce parámetros de alto rendimiento, estrategia comunicacional y gestión de la identificación, las oportunidades de intervención sobre los signos identificadores, la redacción del programa de diseño, la información pertinente sobre la entidad, los objetivos del diseño, los requisitos de los signos, modo de presentación, etapas y productos: Son tomados del texto “La Marca Corporativa (gestión y diseño de símbolos y logotipos)” de los autores Norberto Chaves y Raúl Belluccia.

La identificación arranca con la primera necesidad humana de ser socialmente reconocido como único y distinto.

El ámbito institucional actual, además del identificador por excelencia –el nombre–, cuenta con un repertorio extenso de signos que se utiliza aislada o combinadamente: el logotipo, el símbolo, la mascota, el color institucional, la gráfica complementaria, las tipografías normalizadas, los signos acústicos, la arquitectura. Todos ellos son signos identificadores por cuanto sus propietarios los utilizan en ese fin y el público los asume conscientemente como tales.

Dentro de este repertorio tienen un amplio predominio los identificadores visuales, y entre ellos estrictamente gráficos.

Identificación espontánea e identificación planeada

La singularidad de la forma del objeto, su carácter de pieza única y su función puramente simbólica han hecho que una construcción efímera concebida para un evento se transformará en un icono con clara función identificadora, hoy ya indeleble.

De modo espontáneo, tarde o temprano, el identificador de una entidad se cargará con sus atributos. En ese sentido, “cualquier identificador sirve”. Pero, espontáneamente, no hay garantías de que esa atribución se produzca con la rapidez necesaria y con los contenidos necesarios: la identificación espontánea puede llegar a ser tardía e insuficiente. En ese sentido, no cualquier identificador resulta igualmente eficaz.

Escoger adecuadamente un identificador corporativo implica aumentar las garantías de que ayude a una identificación lo más ajustada posible al perfil estratégico de la organización, en el tiempo más breve posible y con la menor inversión económica.

Esta actuación es lo que hace la diferencia entre una identificación estándar, gestionada de un modo intuitivo o aleatorio, y una identificación con alto valor agregado, es decir planificada para que posea un alto rendimiento.

Identificadores primarios y secundarios

Son primarios aquellos que cumplen la función identificadora en su forma directa y pura (la firma) y secundarios aquellos que completan y refuerzan la identificación pero no son capaces de funcionar solos o aisladamente como rúbrica.

Los signos identificadores primarios

Se reconocen dos grandes familias de signos primarios: los logotipos y los símbolos. Es decir, las marcas gráficas basadas en el nombre y las de naturaleza no verbal, con funciones específicas y capaces de trabajar

separadas del logotipo. Cada familia tiene en su interior variantes y matices que no llegan a alterar el sentido de esta gran división.

La función de firma la cumple, en sentido estricto, un único signo: el logotipo; pues es la forma gráfica estable y explícita del principal identificador de toda institución: su nombre. Su uso es universal: las organizaciones que carecen de él son prácticamente inexistentes; toda organización cuenta con una forma de graficar su nombre más o menos normalizada.

Pero esta función la comparte con otro signo, ya no universal pero frecuente: el símbolo. El símbolo de Shell es, por así decirlo, sinónimo del logotipo de Shell. Ambos cumplen la función de firma, a veces separadamente y, otras, los dos a la vez, según las condiciones del caso concreto.

La fórmula “logotipo más símbolo” es muy frecuente, pues combina lo verbal con lo no verbal, le agrega a la expresión visual del nombre una imagen que puede independizada de el para cumplir con distinto tipo de funciones identificadoras.

Los signos identificadores secundarios

Los signos identificadores que llamamos secundarios son aquellos que no poseen la entidad suficiente para independizarse de los anteriores. Pueden llegar a identificar a la entidad con gran eficacia, pero no cumplen taxativamente la función de firma: no comprometen.

Las múltiples variantes de signos secundarios podrían clasificarse en dos grandes repertorios conforme al recurso visual dominante: lo gráfico y lo cromático.

Entre las gráficas complementarias están las tramas, las texturas, las rúbricas no incorporadas a los logotipos y símbolos; las guardas (BBVA), las mascotas o personajes (cowboy de Marlboro), los subrayados (Telefónica), y los muy usados “fondos” o “soportes gráficos” donde se inscribe el logotipo (el óvalo de Ford).

El color, a pesar de ser un identificador corporativo potentísimo, tampoco es capaz de reemplazar como firma los signos primarios (símbolo y logotipo). Esta incapacidad se debe a una de sus características más sobresalientes: el color es una dimensión de las superficies visibles, de carácter inevitable, pero sin forma propia.

Sin embargo, el color es un identificador importantísimo, ya que la adopción de una cromática determinada y estable le sirve a las organizaciones para diferenciarse de la competencia, dotarse de personalidad gráfica o visual, indicar estilo o talante institucional, señalar la presencia de sus productos y locales, etcétera.

Catorce parámetros de alto rendimiento

La diferencia fundamental entre una gráfica estándar y una gráfica de alto rendimiento radica en el concepto de pertinencia, o sea, el ajuste o correspondencia entre partes; en este caso, entre los signos y la institución identificada (su identidad y sus condiciones de comunicación).

La pertinencia es una categoría ausente en lo estándar pues, por propio concepto, lo estándar desatiende lo específico y lo particular. La gráfica estándar es el producto de un tipo de gestión también estándar, que no ha accedido a un nivel de especialización técnica en el campo de la identidad.

El signo nace como fruto de una excesiva influencia ajena a la entidad y una pobre influencia propia. El diseño estándar se basa más en las convenciones que en las necesidades específicas de la organización. De allí su carácter estándar.

La gráfica así gestionada, independientemente de lo seductor que pueda resultar su aspecto novedoso o moderno, resulta inevitablemente desfasada respecto de las actuales exigencias de la identificación corporativa, pues surge

de confundir “identificación” con “adecuación a la moda”, sin tener en cuenta que identidad y moda, en sentido estricto, son conceptos antagónicos.

A pesar de su carácter deficitario, esta modalidad es la que predomina ampliamente en los servicios de diseño al mercado de la identidad.

Comparando con esta modalidad, el diseño de signos identificadores de alta calidad opera en un sentido estrictamente inverso: no adapta el mensaje al estilo sino al estilo del mensaje. Detecta el tipo de retórica gráfica más adecuada a la identidad de la institución concreta y la aplica al diseño de sus signos. Aquí, lo determinante no son los estilos o tendencias en boga sino el discurso de la identidad y sus condiciones de emisión y recepción. Es decir que los condicionamientos directos de la forma del signo surgen de las necesidades de identificación de la propia organización. La gestión los detecta y discrimina, y el buen diseño les da la forma gráfica adecuada.

Factores que deben figurar inexcusablemente como datos previos al diseño, y deben extraerse del análisis de cada caso específico, son, entre otros, los siguientes:

- Atributos estratégicos de la organización ;
- Necesidades específicas del sistema identificador (articulaciones, derivaciones, niveles y relaciones de los signos marcarios);
- Condiciones de lectura reales y completas;
- Condiciones de reproducción física reales y completas;
- Niveles de discurso o lenguajes necesarios (“registros”);
- Tiempo de vida útil exigible a los signos;
- Demanda vocativa real; (nombra algo real)
- Exigencias nemotécnicas reales;
- Demanda de diferenciación real;
- Necesidades objetivas de codificación de mensajes;

- Valores de los signos preexistentes (de haberlos).

Se considera “gráfica corporativa de alto rendimiento” precisamente a aquella que da respuesta satisfactoria y completa a esas condiciones de identificación objetivas y particulares de cada caso concreto.

Para dar respuesta eficaz a aquellos condicionantes, es indispensable descubrir los parámetros que permitan ponderar por separado cada uno de los rendimientos de los signos ante cada una de las solicitudes del caso.

Para denominar esos parámetros hemos escogido las siguientes expresiones:

- Calidad gráfica genérica
- Ajuste tipológico
- Corrección estilística
- Compatibilidad semántica
- Suficiencia
- Versatilidad
- Vigencia
- Reproductividad
- Legibilidad
- Inteligibilidad
- Pregnancia
- Vocatividad
- Singularidad
- Declinabilidad

El propio carácter de parámetro implica que se trata de una magnitud ponderable independientemente de otras, pero ello no implica la ausencia de condicionamientos recíprocos: los parámetros son independientes pero no así los rasgos formales de los signos.

Estrategia comunicacional y gestión de la identificación

Los signos identificadores visuales de empresas e instituciones constituyen un reducido repertorio de elementos estables (logotipo, símbolo, accesorios formales, color), pero de gran importancia comunicacional. Su gestión es un aspecto diferenciado y particular de la gestión de las comunicaciones, y por lo tanto pertenece a su órbita de incumbencias y responsabilidades.

En el escenario socioeconómico actual, los valores intangibles (marca, imagen, posicionamiento, valoración pública, etcétera) son activos económicos equiparables a los recursos técnicos y de infraestructura tradicional, y, en ciertos sectores, incluso superiores a estos últimos.

La comunicación no solo se ha convertido en una herramienta estratégica, sino que ha multiplicado sus áreas de competencia. Tradicionalmente limitada a la publicidad persuasiva, ahora abarca un amplio abanico de funciones:

- Identificar a la institución;
- Transmitir su posicionamiento;
- Persuadir a los públicos de interés;
- Informar adecuadamente a sus interlocutores (clientes, personal propio, instituciones, poderes económicos y políticos, etcétera);
- Construir una imagen institucional;
- Destacarse de los competidores;
- Identificar productos y servicios;
- Hacer evidente la estructura organizacional (grupo, filiales, respaldos marcarios, etcétera).

El lugar común “todo lo que hace una empresa comunica” se refleja en el crecimiento de las profesiones que intervienen regularmente para abastecer las necesidades de emisión de mensajes de las empresas (asesores especializados, diseñadores gráficos e industriales, arquitectos, publicitarios, interioristas, relacionistas públicos, agentes de prensa, etcétera).

Dentro de las atribuciones de la gestión comunicacional estratégica está la dirección de los programas de identidad corporativa o institucional. Estos

programas suelen incluir el control de los signos identificadores; signos que presentan ciertas particularidades que los hacen meritorios de una atención especial:

- Son los de más alta vigencia de todo el sistema de mensajes de una empresa;
- Están presentes en todas y en cada una de las piezas y soportes de comunicación;
- Tienen necesidad de armonizar con todos los estilos de las comunicaciones que se emiten;
- Cualquier cambio en su forma implica la renovación de todo el “parque” comunicacional;
- Deben cumplir con una serie elevada de funciones y requisitos, a pesar de su elementalidad.

Las oportunidades de intervención sobre los signos identificadores

La necesidad de intervención sobre los signos identificadores de una organización es casi siempre expresión de una situación de cambio de otros aspectos de su realidad:

- Creación de una organización ex novo.
- Creación de una nueva organización por fusión de entidades preexistentes.
- Ramificación de una empresa en filiales o divisiones.
- Creación de un grupo por asociación de empresas.
- Relanzamiento de una organización por cambios en su perfil debidos al crecimiento o expansión territorial o de mercados, o a la diversificación en productos y servicios.
- Necesidad de actualización para recuperar posiciones respecto de una competencia innovadora y agresiva.
- Modificación de la estructura societaria y/o incorporación de la empresa a un grupo preexistente.

- Cambio de estrategia de comunicación a fin de reforzar o afianzar el posicionamiento.
- Necesidad de potenciar la imagen y el posicionamiento ante la aparición de nuevos competidores.
- Aplicación de criterios de calidad en la gestión comunicacional que detectan defectos graves en los identificadores actuales.

Estas coyunturas favorecen la gestión interna de la marca, ya que:

- El tema se puede instalar “naturalmente” en la alta dirección, pues es compatible con los proyectos de cambio;
- Ante los nuevos escenarios, se evidencian con mayor claridad los desajustes de los signos marcarios, facilitando el análisis y argumentación al interior de la organización;
- Todo cambio en la marca gráfica se comunica más fácilmente si acompaña a la vez una modificación real en la actividad de la organización;
- Todo cambio en la identificación marcaria le aporta lógica comunicacional en los cambios en la oferta institucional y/o comercial;
- Cualquiera de las coyunturas descriptivas más arriba implican un aumento e presupuesto en comunicaciones (publicidad, diseño, prensa, formación y capacitación interna, relaciones públicas, arquitectura, etcétera), con lo que se atenúa o minimiza el costo propio de toda intervención sobre la marca gráfica.

En cuanto a la gestión del diseño de la marca gráfica para una entidad sin existencia previa, ésta no difiere sustancialmente del resto de casos, aunque presenta algunas particularidades:

- El diseño desde cero representa una rara oportunidad para producir una marca sin problemas de nacimiento, pues puede aprovechar a su favor toda la experiencia acumulada por su sector hasta el momento y no cometer los mismos errores que otros.

- Su novedad absoluta (nombre y forma gráfica desconocidos) encierra su mayor debilidad: nadie la conoce y no se puede capitalizar ningún aspecto positivo de posicionamiento previo; pero, a su vez, el factor novedad constituye un recurso de llamado de atención que puede rentabilizarse comunicacionalmente.
- El perfil óptimo que se determine para los signos del caso constituye, directamente, *el brief* para encargar el diseño.

La redacción del programa de diseño

La idoneidad de quien contrata diseño manifiesta su capacidad de formular un encargo técnicamente eficaz que, para ser tal, deberá explicitar las condiciones que habrá de respetar el diseñador, señalar las líneas alternativas previsiblemente válidas (de haberlas) e indicar los márgenes de libertad.

Un encargo de buena factura debe ser:

- **Escrito:** las prescripciones deben estar documentadas para garantizar la univocidad de criterios entre las partes y entre distintos integrantes de cada parte (el equipo de diseño y los directivos de la organización involucrados en el proyecto).
- **Completo:** deberá incluir, como mínimo, información de contexto pertinente, objetivos del diseño, requisitos de los signos, modos de presentación y productos finales del servicio.
- **Argumentado:** quien contrata diseño debe poder explicar al profesional contratado las razones del pedido en cada uno de sus aspectos, para que éste entienda las causas y pueda definir los límites de su intervención.

La perfección del texto de encargo permitirá que éste cumpla eficazmente sus cometidos:

- Transferir el encargo de diseño;
- Permitirle al diseñador un presupuesto ajustado a la real complejidad del trabajo y no pasar un número “grosso modo”, que necesariamente contendrá un sobreprecio para la cobertura de riesgos;

- Pautar su trabajo garantizando el ajuste del producto final a la necesidad;
- Servir como parámetro de evaluación de los resultados.

Esta última utilidad del texto de encargo no es en absoluto menor. La evaluación que conduce a la evolución final suele ser una tarea colectiva que involucra a varios miembros de la entidad que encarga, y disponer de parámetros explícitos y previamente consensuados es prácticamente el único antídoto contra la disparidad de criterios y la subjetividad del gusto personal.

La información pertinente sobre la entidad

El directivo debe proveer los resultados de su trabajo de relevamiento de la organización, especialmente aquellos datos indispensables para modificarla. Ello exige idoneidad en la ponderación y síntesis de la información; pues ésta no vale por su volumen sino por su pertinencia para el uso que se le prevé. La excelente selección y clasificación de la información de contexto es clave para permitir una capacitación rápida del tema por parte del diseñador.

Los objetivos del diseño

El diagnóstico y el tipo de actuación definidos en la etapa anterior brindan los datos para transmitirle al diseñador los objetivos precisos del diseño. Sintéticamente, estos objetivos deben dejar en claro el tipo de logro u optimización que se pretende con el diseño de los signos, la voz de mando compartida por la organización y los profesionales.

Subir la jerarquía corporativa de los signos existentes, superar su obsolescencia, aumentar su calidad formal, potenciar su agresividad visual, permitir crear una arquitectura marcaria, desmarcarse de las líneas gráficas existentes, entre otros, pueden ser objetivos troncales del operativo de diseño o rediseño. Y su formulación explícita permitirá superar los equívocos y divergencias de criterios generales entre los distintos agentes del programa.

Los requisitos de los signos

En el marco de los objetivos generales anteriores, el director del programa deberá explicar los requisitos técnicos particulares de los signos, al menos en sus rasgos objetivamente previsibles.

Modo de presentación

El directivo a cargo del programa ha de pautar la presentación a fin de que la evaluación del cumplimiento del encargo resulte como tarea ágil y objetiva.

Estas pautas deben como mínimo, definir:

- El tipo de signos y sus variantes, cromáticas, dimensionales, sintácticas, etcétera.
- El tipo de piezas y soportes: aplicaciones heterogéneas que permitan verificar los rendimientos reales de los signos “en acción” (legibilidad, reproducibilidad, etcétera).

Etapas y productos

El director del programa deberá definir explícitamente las etapas en que se desarrollará el trabajo para garantizar su adecuado procesamiento interno (presentaciones y aprobaciones progresivas). Estas etapas dependerán del grado de complejidad y el alcance del trabajo contratado.

Estas variantes son básicamente dos:

- a) El encargo del diseño básico, que se reduce a la creación de los signos básicos, la prescripción de sus rasgos y criterios de uso, y su aplicación a una serie reducida de piezas arquetípicas. En este caso, se prevé que el desarrollo completo del sistema de identificación y comunicación gráfica será fruto de un segundo contrato, entablado con los mismos profesionales u otros equipos, externos o internos.

- b) El encargo de la labor anterior (como primera etapa) y el desarrollo del sistema completo de identificación gráfico. (Chaves & Belluccia, La marca corporativa (Gestion de Diseño de Simbolos y Logotipos))

2.2.2.6 Cinco niveles de identificación institucional

Las temáticas: los signos identificadores, sistemas de identificación visual y programas integrales: Son tomados del texto “La Imagen Corporativa (teoría y metodología de la identificación institucional)” del autor Norberto Chaves.

La identidad del sujeto institucional constituye un sistema de mensajes complejo que puede manifestarse en todos y cada uno de los componentes de la institución, desde los creados y utilizados específicamente para identificarla, hasta aquellos elementos no esencialmente sígnicos, pero que connotan rasgos y valores de la entidad.

La conciencia de función identificadora de los recursos físicos y no físicos de la institución evoluciona así desde el registro de los más específicos y evidentes, como por ejemplo el propio nombre, hacia los menos específicos, hasta aquellos cuya función sígnica se entrelaza con múltiples otras funciones, como es el caso del equipamiento técnico.

2.2.2.7. Los signos identificadores básicos

2.2.2.7.1. Los nombres

El concepto de «identificación institucional» puede desdoblarse en dos aceptaciones claramente diferenciadas:

- «Identificación» en sentido estricto, es decir, el proceso por el cual la institución va asumiendo una serie de atributos que definen «qué» y «cómo» es, y

- «Denominación», o sea la codificación de la identidad anterior mediante su asociación con otros nombres que permitan decir «quién» es esa institución.

2.2.2.7.2. Los logotipos

A la capacidad identificadora del nombre como signo puramente verbal, su versión visual –básicamente gráfica- agrega nuevas capas de significación. Esas capas refuerzan la individualidad del nombre al incorporar atributos de la identidad institucional. Mediante este mecanismo, la «denominación» comienza a asociarse a la «identificación» en sentido estricto.

El logotipo aparece así como un segundo plano de individualización institucional, análogo a lo que en el individuo es la firma autógrafa respecto de su nombre. El logotipo puede definirse entonces como la versión gráfica estable del nombre de marca.

2.2.2.7.3. Los imagotipos

Al nombre y su forma gráfica –logotipo- suele sumarse con frecuencia un signo no verbal que posee la función de mejorar las condiciones de identificación al ampliar los medios. Se trata de imágenes estables y muy pregnantes que permiten una identificación que no requiera la lectura, en el sentido estrictamente verbal del término.

Estas imágenes –imagotipos- pueden adoptar características muy diversas, pues su único requisito genérico es su memorabilidad y capacidad de diferenciación respecto del resto: anagramas o deformaciones personalizadoras del logotipo, iconos o reproducciones más o menos realistas de hechos reconocibles, mascotas o figuras características de personajes u objetos, figuras abstractas o composiciones arbitrarias sin significación o referencias explícitas, etc.

2.2.2.8. Sistemas de identificación visual

La creciente necesidad de control de la implantación pública de los signos identificadores ha hecho que cada día se preste más atención al sistema total de mensajes de identificación. De allí nacen los «programas de imagen institucional» consistentes en el diseño del conjunto de signos y de su modo de aplicación a la totalidad de soportes gráficos (papelería, ediciones, etc.) y para-gráficos (arquitectura, indumentaria, etc.)

2.2.2.9. Programas integrales

La necesidad de una implementación pública cada vez más clara obliga a toda institución –cualquiera que sea su naturaleza- a manifestarse como una entidad unitaria y coherente. En términos de comunicación esto se traduce en la exigencia de un alto grado de univocidad en todos los mensajes de la organización.

Para ello, debe lograrse una gran compatibilidad semántica y retórica no sólo entre los elementos significantes pertenecientes a cada subsistema (gráfica, publicidad, arquitectura, comunicación verbal, etc.) sino también entre los subsistemas mismos.

Los programas integrales son, en realidad, los únicos que garantizan una comunicación de la identidad contundente y convincente. Constituyen la vía específica de lograr que los mensajes de distinta naturaleza y que circulan por canales heterogéneos se corroboren entre sí y, o sea una identidad institucional.

Es, por lo tanto, en los programas integrales donde resulta más evidente lo indispensable de la labor de programación. Sólo la formulación explícita, verbal, de una estrategia de identidad, hace posible detectar el grado de

“sinonimia” entre mensajes de naturaleza tan distinta como los emitidos por el paisaje y el discurso oral, por la imagería gráfica y la atención al público, por la publicidad y el protocolo, los productos o servicios y la acción cultural, etc. (Chaves, La Imagen Corporativa (teoría y metodología de la identificación institucional))

2.2.3. TRANSPORTACIÓN PÚBLICA

Los temas tratados a continuación ayudan a entender de mejor manera la importancia de la transportación pública así como las leyes que fueron creadas para su regularización.

2.2.3.1 Transportación

El transporte es el traslado de un elemento desde un lugar a otro (personas, animales, materia, energía o un fluido), por sí mismo no tiene un propósito, pero es un medio necesario para cumplir con objetivos superiores.

Se necesitan 5 elementos para que ocurra una transportación:

- Una infraestructura o espacio físico, incluye terminales o puertos.
- Un vehículo (cuerpo o tecnología)
- Energía (combustible o impulso)
- Un operador
- Servicios de soporte que permiten que ocurra de forma segura.

Un escenario ideal en el transporte es que los usuarios aprovechen al máximo la infraestructura, energía y sus vehículos, y que dicha infraestructura no sea superada por la demanda. (Estefani, 2014)

2.2.3.2 Clasificación de los Medios de Transportación

Los medios de transporte se pueden clasificar como:

- **Transporte Acuático**

Éste tipo de transporte puede ser, a su vez, marítimo, fluvial o lacustre.

El servicio de transporte marítimo se presta mediante servicio regular, crucero, transoceánicos, transbordadores y embarcaciones deportivas.

El servicio de transporte fluvial se presta mediante servicio regular, servicio turístico, botes recreativos, deportivos, y de fletamiento.

El servicio de transporte lacustre se presta mediante servicio regular, servicio turístico, lanchas deportivas y de recreo, y de fletamiento.

- **Transporte Terrestre**

Los transportes terrestres se clasifican en:

Ferrocarriles: servicio regular y turístico

Autobuses: servicio regular, servicio turístico y de fletamiento para recorridos.

Instalaciones con mecanismos especiales: funicular, teleférico.

Casas rodantes: en renta o particulares

Motocicletas: de renta y particulares.

Bicicletas: de renta y particulares

- **Transporte aéreo**

Presta servicio regular, turístico y de fletamiento; renta de aviones pequeños con o sin piloto, aviones particulares, helicópteros.

Servicio público y privado

El transporte en general es uno de los elementos fundamentales para el desarrollo de una sociedad. Su desarrollo en años recientes, las perspectivas abiertas a la tecnología y los inventos en este sector hacen del transporte un elemento activo y progresista, con un perfeccionamiento sistemático.

Así, el transporte en su integridad tiene un doble uso, pues a la vez que constituye un servicio turístico, es un servicio público; es decir, que están destinados al uso pleno y extensivo de cualquier persona, aun cuando el uso no tenga necesariamente un propósito turístico.

No obstante, esta dualidad no es extensiva a determinadas formas de transporte, como en el caso de los vuelos chárter, el servicio dimensional en autobús, etc. que son de carácter estrictamente turístico.

Por lo anterior, al observar lo que los gobiernos designan como política de transportes, conviene distinguir sus dos facetas y esforzarse por establecer las bases con rutas de una política de los transportes turísticos, pues no distinguir el transporte público del privado plantea severas dificultades.

Transporte público

El transporte público es uno de los elementos más poderosos de la economía de cualquier país. Se debe contar con extensos sistemas de comunicación completos, rápidos, precios y perfectamente articulados, de modo que la población y las mercancías puedan desplazarse por todo el territorio sin ningún obstáculo y a precios accesibles; prácticamente la única preocupación a nivel oficial relativa al transporte público se reduce a la eficiencia, entendido este término en su más amplia acepción.

Es frecuente que muchos países enfrenten una vieja polémica en torno a la organización, a la gestión y, particularmente, a la propiedad de los transportes públicos. En el caso de México, numerosas líneas de transporte público están en manos de la iniciativa privada y en casos excepcionales del gobierno federal. Además, los transportes públicos están organizados de tal manera que las sociedades que los representan tienen, por separado, empresas exclusivas para el transporte de personas y para el transporte de carga.

La idea de que los transportes públicos deban estar en manos del Estado o, por lo menos, de entidades o empresas de franco dominio estatal, está siendo aceptada poco a poco, sin mayores restricciones. De hecho, en diversos países gran parte del transporte aéreo y la totalidad del ferroviario está en poder del estado. (Panosso & Baca)

2.2.3.3 Contexto legal de la transportación pública servicio de transporte urbano.

Los acápites correspondientes a la ley son tomados de: REGLAMENTO A LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL.

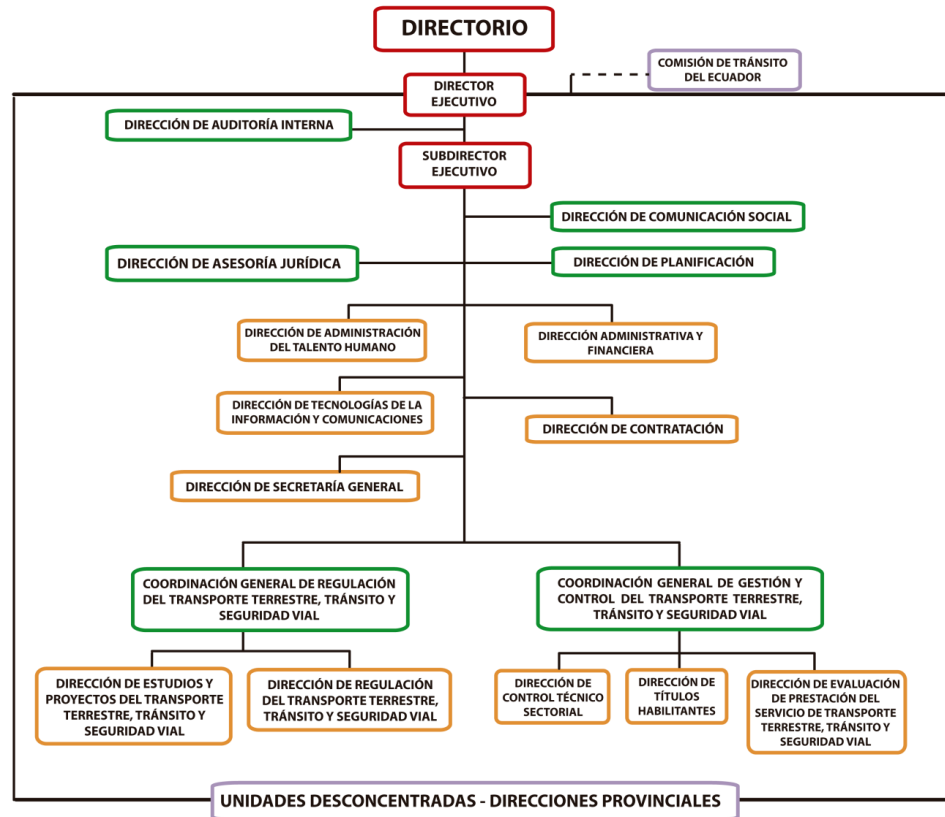
2.2.3.4 Contexto legal del Sistema de Transportación Pública

Los acápites correspondientes a la ley son tomados de: LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD.

Es importante conocer y citar los principales artículos del órgano de ley, donde se enmarcará la propuesta; así también para conocer el contexto de la administración de la transportación pública. Los artículos principales son del art 1 al art 7, el art 13, del art 46 al art 50 y del art 51 al art 60.

2.2.3.5 Sistema de Transportación Pública en Riobamba

Organización de la ANT



Cuadro 2. Estructura Orgánica Funcional (Agencia Nacional de Tránsito)¹

2.2.3.6 Rutas aprobadas

Según el Arq. Washington Gallegos técnico de la ANT menciona que el transporte público de Riobamba en un principio se crearon líneas fijas ya que no existía mucha demanda, la cooperativa Puruhá una de las más antiguas ocupaba las líneas del norte y sur de la ciudad. Hoy por la necesidad de los habitantes estas líneas se las ha cambiado a rotativas debido a que son 7 operadoras o cooperativas.

Dentro del cantón Riobamba existen 15 líneas de transporte público urbano. (Gallegos, 2013)

¹ Estructura Orgánica Funcional Vigente. Agosto 2013

(Remitir a anexo N.- 05)

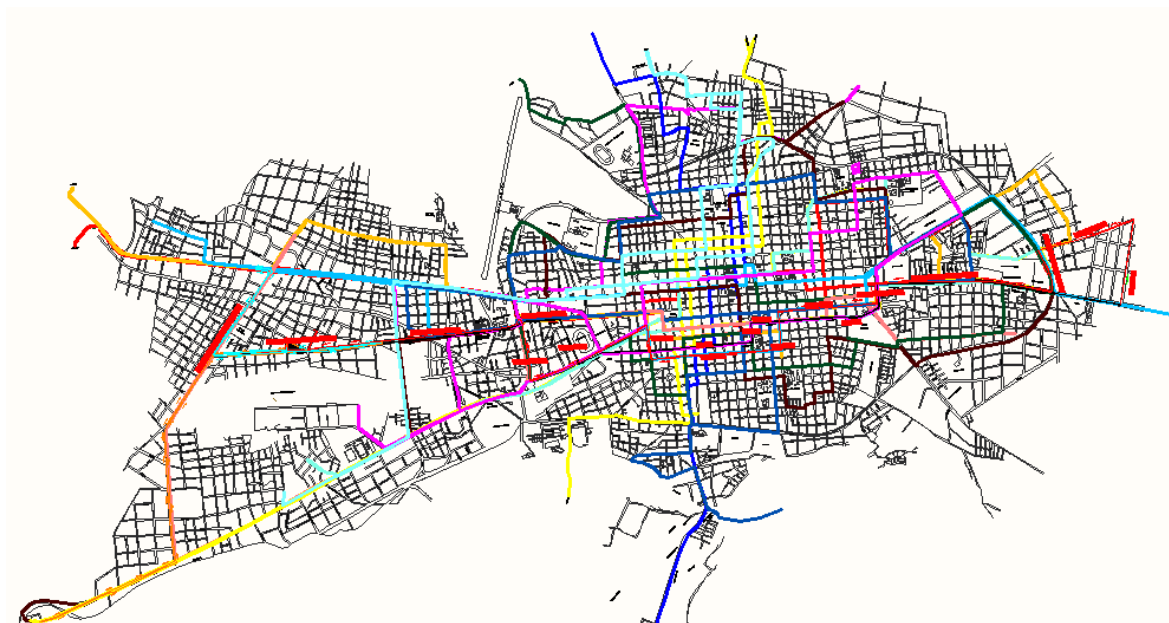


Imagen 12. Plano de Riobamba y Rutas del Transporte Público

Elaborado por: Agencia Nacional de Tránsito de Chimborazo

2.3. DEFINICIONES DE TÉRMINOS BÁSICOS.

Marketing, mercadotecnia o mercadología: Según Philip Kotler es «el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios».

La mercadotecnia es también un proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios.

Señalética: identifica, regula, y facilita el acceso a unos servicios requeridos.

Semiología: es la disciplina que aborda la interpretación y producción del sentido. Esto significa que estudia fenómenos significantes, objetos de sentidos, sistemas de significación, lenguajes, discursos y los procesos a ellos asociados: la producción e interpretación.

Semántica: (del griego semantikos, "lo que tiene significado") se refiere a los aspectos del significado, sentido o interpretación de signos lingüísticos como símbolos, palabras, expresiones o representaciones formales.

Símbolo: es la representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Es un signo sin semejanza ni contigüidad, que solamente posee un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado.

Pictograma: es un signo que representa esquemáticamente un símbolo, objeto real o figura.

Cromático: En el latín, y más exactamente en *chromaticus*, es donde se encuentra el origen etimológico de la palabra cromático. Así, partiendo de dicha acepción, nos encontramos con que podemos hablar de lo que se conoce como círculo cromático. Este es un círculo que se confecciona distribuyendo a lo largo de él toda la serie de colores que dan lugar al segmento de la luz.

Ergonomía: es la disciplina tecnológica que trata del diseño de lugares de trabajo, herramientas y tareas que coinciden con las características fisiológicas, anatómicas, psicológicas y las capacidades del trabajador.

Elicitación: es un término de computación que puede referirse más que todo al traspaso de información de un punto a otro, en forma fluida. Está asociado a la sicología como un concepto que refiere al traspaso de información en forma fluida de un ser humano a otro por medio del lenguaje.

Bivalencia: tiene dos valencias o posibilidades de combinación con otro elemento.

Decodificación: Aplicar las reglas adecuadas a un mensaje que ha sido emitido en un sistema de signos determinado para entenderlo.

Supeditado: subordinar, depender, postergar, relegar, condicionar, someterse, atenerse, ceñirse y acatar.

Homologado: equiparar, verificar, aprobar, afirmar, constatar, comprobar, registrar, confirmar, ratificar, corroborar, normalizar y convalidar.

Efímero: Que dura poco tiempo.

Indeleble: Que no se puede borrar o quitar.

2.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS

Los sistemas señaléticos aplicados a los circuitos de transportación pública si inciden en la funcionalidad del sistema de transportación pública en Riobamba.

2.5. VARIABLES

2.5.1. DEPENDIENTE

Circuitos de la transportación pública de Riobamba.

2.5.2. INDEPENDIENTE

Sistemas señaléticos.

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
Dependiente Circuitos de transportación pública de Riobamba.	Proceso de evaluación de los elementos existentes en relación al público objetivo de Riobamba.	✓ Elementos de comunicación visual. ✓ Códigos utilizados. ✓ Interacción de sujetos frente al programa.	Comunicación visual Iconografía, cromática y tipografía. Actitudes del usuario	Técnicas: Listas de cotejo Ficha de Observación Investigación Etnográfica Encuesta Instrumentos: Cuestionarios Pauta Etnográfica Fichas Representaciones gráficas
Independiente Sistemas Señaléticos.	Dentro de un sistema señalético yace la comunicación visual que posee un conjunto de señales o símbolos que cumplen la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas dentro de un espacio.	✓ Identidad de marca. ✓ Premisas señaléticas. ✓ Semiótica en los elementos señaléticos	Soportes y Señales Iconografía, cromática y tipografía. Perfil del público objetivo	Técnicas: Listas de cotejo Ficha de Observación Scouting. Instrumentos: Fichas Representaciones gráficas Cuadros comparativos

Tabla 2: Operacionalización de las variables

Elaborado por: Andrea Dillon

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. Enfoque Metodológico

La investigación es de tipo mixta es decir, cuanti-cualitativa. Cualitativo por que se estudió los comportamientos humanos mediante instrumentos etnográficos. Cuantitativo porque se recogió datos estadísticos mediante encuestas, es de tipo transversal ya se ejecutó entre el periodo noviembre del 2013 a junio 2014

3.2. Método científico:

El trabajo de investigación realizado en su estructura y en su operatividad se fundamenta en el método científico toda vez que se ha conjugado la teoría y la práctica es decir, se ha establecido una correspondencia entre la lógica formal y la lógica dialéctica y se ha puesto en evidencia el propio pensamiento del investigador al realizar la construcción sistémica de los hechos y situaciones observadas, a partir de ello generamos una propuesta desde el ámbito profesional.

Método analítico – sintético: se usó este método dado que se procesará toda la información recolectada que permitirá sustentar la propuesta.

- **Tipo de la Investigación:**

- **Exploratoria:** cuyo objetivo principal es reunir datos preliminares, así como descubrir nuevas ideas o situaciones.
- **Descriptiva:** describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea.

- **Diseño de la Investigación:**

- **De campo:** ya que en la investigación hay una interacción directa en el ámbito geográfico donde se realizará el estudio.

▪ **Tipo de Estudio:**

El presente proyecto de estudio es de tipo individual ya que el proponente es una sola persona.

3.1.1. Línea de Investigación: Lengua y Arte

Es lengua ya que la señalética es una actividad que estudia y desarrolla un sistema de comunicación visual y cumple la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas a la vez se acopla al medio o espacio geográfico.

Es arte por que se van a transmitir la ideas a través de pictogramas, símbolos, letras y cromática.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

La presente investigación se desarrolla en el cantón Riobamba, cuya población es de 225.741 habitantes según el último censo realizado en el año 2010 por el INEC.

El siguiente cuadro se basa en los estudios realizados por la Agencia Nacional de Tránsito, en el cuál se enumera las líneas de bus, número de pasajeros que usan el transporte público al día y el número de vueltas que se dan los buses al día, las cifras obtenidas son aproximadas con un error del 8%.

Número de usuarios del transporte público según el número de vueltas a al día de cada línea.

Línea	Pasajeros/Día	Número de vueltas/día	Total
1	1200	12	14.400
2	1200	12	14.400
3	1200	12	14.400
4	1000	8	8.000
5	800	8	6.400
6	900	8	7.200
7	800	10	8.000
8	1200	14	16.800
9	1000	10	10.000
10	1000	10	10.000
11	1000	12	12.000
12	900	12	10.800
13	800	12	9.600
14	1200	14	16.800
15	1200	14	16.800
16	800	6	4.800
Total: 180.400 viajes			

Tabla 3: Número de usuarios del transporte público según el número de vueltas al día de cada línea.

Fuente: Agencia Nacional de Tránsito de Chimborazo

Viajes	Viaje de ida y vuelta	Total
180.400 viajes	2	90.200

Tabla 4: Total de Viajes al día por el viaje de ida y de regreso

La población o el tamaño del universo es de: 90.200 pasajeros

3.2.2. MUESTRA

Para el presente proyecto de investigación se utilizará una muestra estratificada, por lo cual no se aplica fórmula.

La muestra la compone:

N=	90.200	tamaño del universo
n=	?	tamaño de la muestra
Z=	1.75= 92%	nivel de confianza
e=	0.08	grado de error
p=	0.5	proporción variable población
q=	0.5	1-p

Tabla 5: Fórmula de la Muestra

Elaborado por: Andrea Dillon

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

$$n = \frac{(1,75)^2 * 0,5 * 0,5 * 90.200}{(0,08)^2 * 90.199 + (1,75)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,0625 * 0,25 * 90.200}{0,0064 * 90.199 + 3,0625 * 0,25}$$

$$n = \frac{69059,375}{578,039225}$$

$$\mathbf{n = 119}$$

3.3.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el cumplimiento del proyecto de investigación se utilizará los siguientes instrumentos:

Técnicas:

- Listas de cotejo
- Ficha de Observación
- Investigación Etnográfica
- Encuesta
- Scouting

Instrumentos:

- Cuestionarios
- Pauta Etnográfica
- Fichas
- Representaciones gráficas
- Cuadros comparativos
- Libreta de Apuntes

3.4. TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS.

Los datos serán procesados mediante:

- Representaciones gráficas
- Cuadros comparativos
- Mood board
- Cool board
- Brand board

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS APLICADAS A USUARIOS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE PÚBLICO URBANO DE RIOBAMBA.

1. ¿Usa el transporte público?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	111	93%
No	8	7%
TOTAL	119	100%

Tabla 6. Uso del transporte público.

Fuente: Encuesta **Elaborado por:** Andrea Dillon

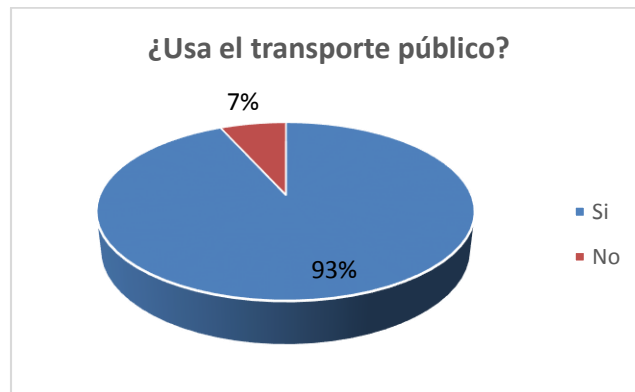


Ilustración 3. Uso del transporte público.

Fuente: Encuesta **Elaborado por:** Andrea Dillon

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 93% de los encuestados han usado o usan el transporte público. El 7% no usan el transporte público. En síntesis podemos concluir que la mayoría de personas encuestadas usan el transporte público.

2. ¿Con qué frecuencia usa el transporte público?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	76	64%
Frecuentemente	37	31%
Nunca	6	5%
TOTAL	119	100%

Tabla 7. Frecuencia del transporte público.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

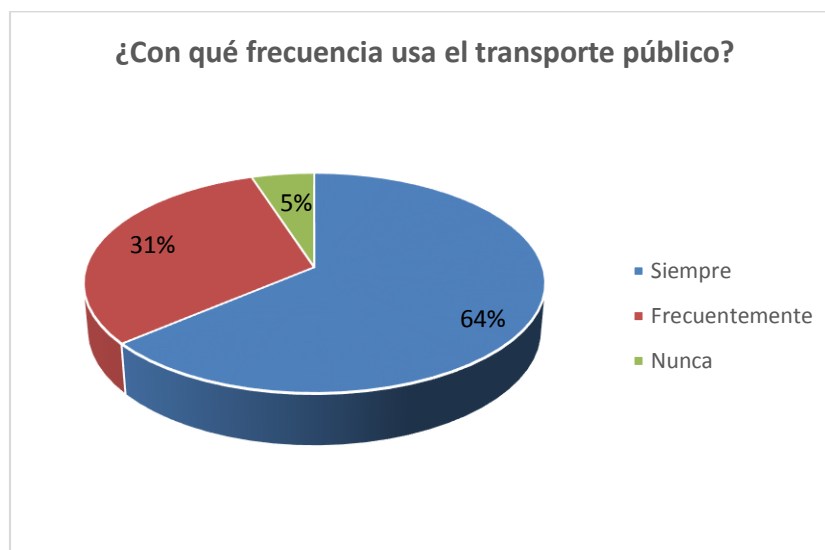


Ilustración 4. Frecuencia del transporte público.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 64% de los encuestados usan el transporte público siempre. El 31% usa el transporte público frecuentemente. El 5% no usan el transporte público. En síntesis la mayoría de las personas encuestadas usan el transporte público.

3. ¿Qué tipo de transporte público usa?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bus	89	75%
Taxi	29	24%
Ninguno	1	1%
TOTAL	119	100%

Tabla 8. Tipo de transporte público que se usa.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

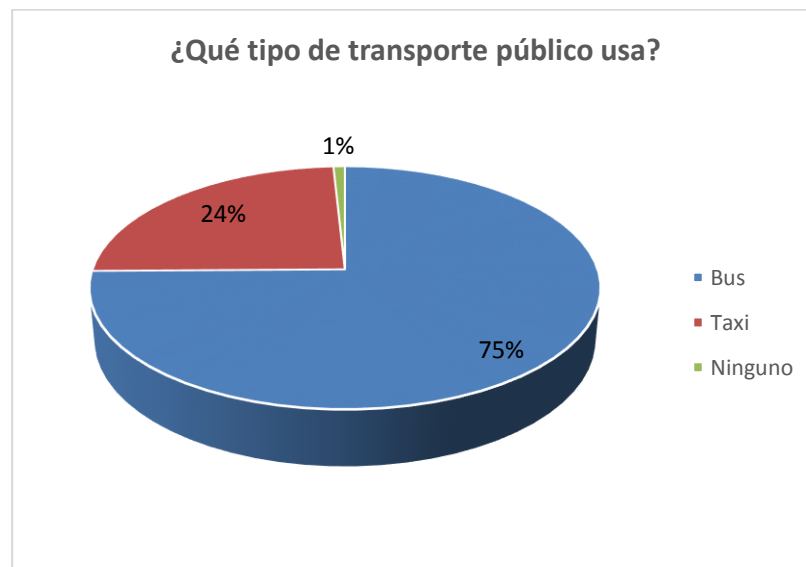


Ilustración 5. Tipo de transporte público que se usa.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 75% usan bus como medio de transporte. El 24% usan taxi. EL 1% no usa el transporte público. En conclusión la mayoría de personas encuestadas usan bus como un medio de transporte público.

4. Considera que la señalización del transporte público es:

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	3	3%
Muy Buena	10	8%
Buena	30	25%
Regular	50	42%
Mala	26	22%
TOTAL	119	100%

Tabla 9. Criterio del transporte público.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

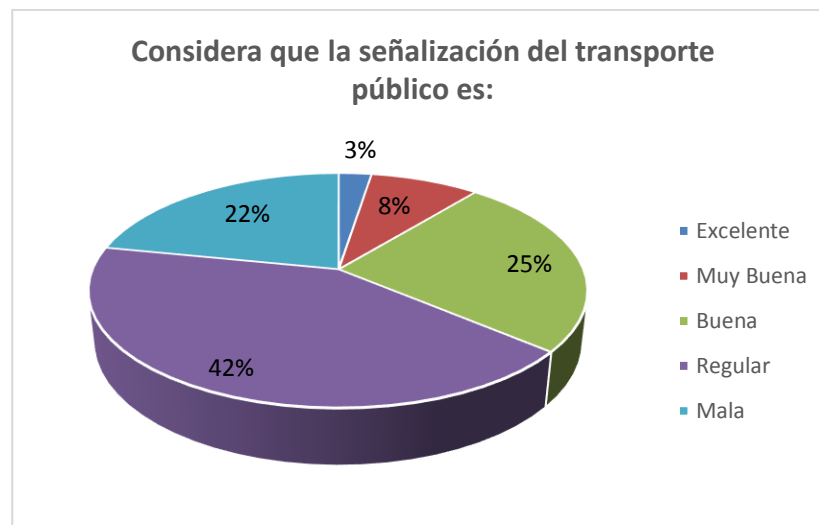


Ilustración 6. Criterio del transporte público.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 3% de las personas encuestadas piensan que la señalización es excelente. El 8% cree que es muy buena, el 25% piensa que es buena, el 42% cree que es regular y el 22% mala. En conclusión hace falta mejoras en la señalización.

5. ¿Sabe cuántos circuitos existen en el sistema de transporte público?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 Circuitos	16	14%
15 Circuitos	42	35%
5 Circuitos	18	15%
10 Circuitos	12	10%
No sabe	31	26%
TOTAL	119	100%

Tabla 10. Grado de conocimiento del número de circuitos en el sistema de transporte público.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

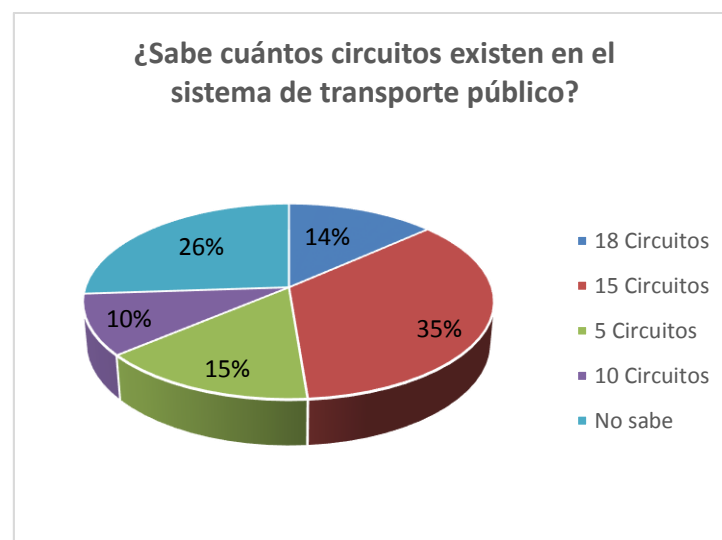


Ilustración 7. Grado de conocimiento del número de circuitos en el sistema de transporte público.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 14% de las personas encuestadas dicen que existen 18 Circuitos, el 35% dicen que existe 15 circuitos, el 15% 5circuitos, el 10% 10 circuitos, el 26% no saben cuántos circuitos existen. En conclusión un 35% de personas saben que existen 15 circuitos de trasporte público urbano en Riobamba.

6. ¿Conoce las rutas que realiza cada circuito?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	34	29%
No	85	71%
TOTAL	119	100%

Tabla 11. Grado de conocimiento de la rutas de cada circuito.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

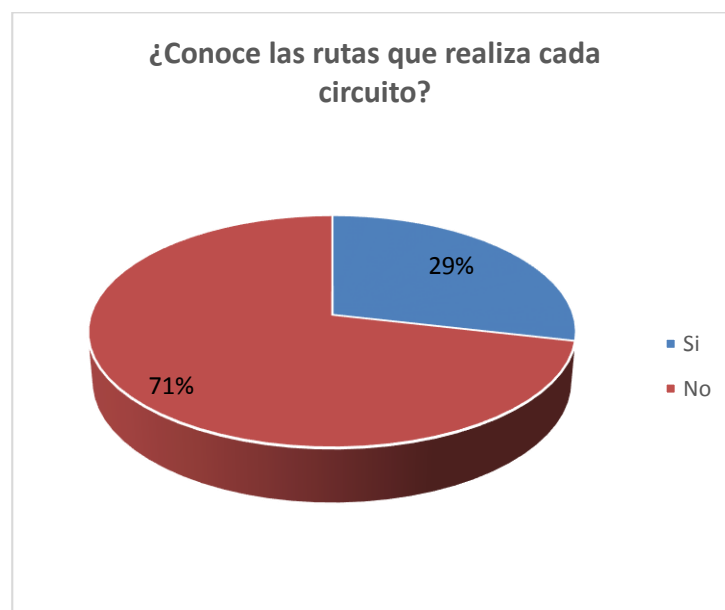


Ilustración 8. Grado de conocimiento de la rutas de cada circuito.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 71% no conoce las rutas y un 29% conoce las rutas. En conclusión la mayoría de las personas encuestadas no conocen las rutas que realiza cada circuito.

7. ¿Considera que debe mejorar la señalización y señalética del transporte público?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	115	97%
No	4	3%
TOTAL	119	100%

Tabla 12. Consideración para mejoramiento de señalización y señalética del transporte público.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon



Ilustración 9. Consideración para mejoramiento de señalización y señalética del transporte público.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 97% cree que si debe mejorar la señalización y un 3% dicen que no. En conclusión se debe mejorar la señalización y señalética del transporte público.

8. ¿Qué elementos deben mejorar?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soportes	21	18%
Íconos	34	28%
Cromática	44	37%
Todos	20	17%
TOTAL	119	100%

Tabla 13. Elementos que deben mejorar.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

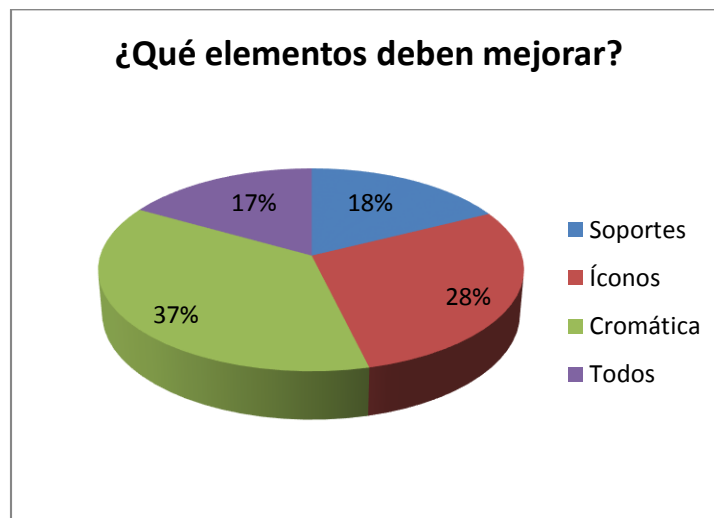


Ilustración 10. Elementos que deben mejorar.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Dillon

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 18% de encuestados creen que deben mejorar los soportes, el 28% los íconos, el 37% la cromática, el 17% todos. En conclusión la mayoría de personas piensan que debería mejorar la cromática dentro de los elementos de la señalética.

Investigación Etnográfica.- Pizarras Gráficas

HOGAR

Las personas que usan el sistema de transporte público, viven en la zona urbana, rural, y en otras ciudades del Ecuador.



TRABAJO

Los usuarios del sistema de transporte público trabajan en el centro de la ciudad así como en sus alrededores. Su trabajo es en lugares comerciales, bancos, oficinas, supermercados, mercados, instituciones públicas y privadas.



ESCENARIO

CENTROS EDUCATIVOS

Muchos de los usuarios son estudiantes que asisten a Unidades educativas públicas y privadas de nivel primario, secundario y de tercer nivel.



FUERA DE LA CIUDAD

Los usuarios que viven fuera de la ciudad en gran parte vienen del campo y de ciudades del Ecuador.



CONDUCTAS



GRUPOS ETÁREOS

Los usuarios del transporte público van desde niños hasta adultos mayores ya que es uno de los medios de transporte más frecuentados. Se pueden distinguir 4 grupos etáreos: entre 8 y 10 años niños - 11 y 17 adolescentes - 18 y 30 jóvenes mayores de edad - 31 y 64 adultos - y mayores de 65 años tercera edad.

COMPORTAMIENTOS

Son parte de familias mayormente católicas. Su nivel socio económico es bajo, medio bajo, medio y medio alto. Son amigables y algo introvertidos especialmente la gente que llega e fuera.

Se pueden distinguir tres grupos etáreos. El nivel académico principalmente es primario y secundario. En segundo lugar están las personas que están cursando el pregrado.

ESTÉTICA

CÓDIGOS VISUALES

- * Llevan fundas o canastos de compras en sus manos.
- * Llevan a los niños pequeños cargados en la espalda.
- * Por lo general su vestimenta es informal
- * Hay diversidad de culturas y costumbres

ASPECTO PERSONAL

Vestimenta informal en hombres: Chompas, camisetas, gorras, pantalon jean o de tela, camisas, sacos y zapatillas o zapatos.

Vestimenta semiformal o formal en mujeres: blusas, faldas, pantalon de tela o jean, zapatos de taco o botas.

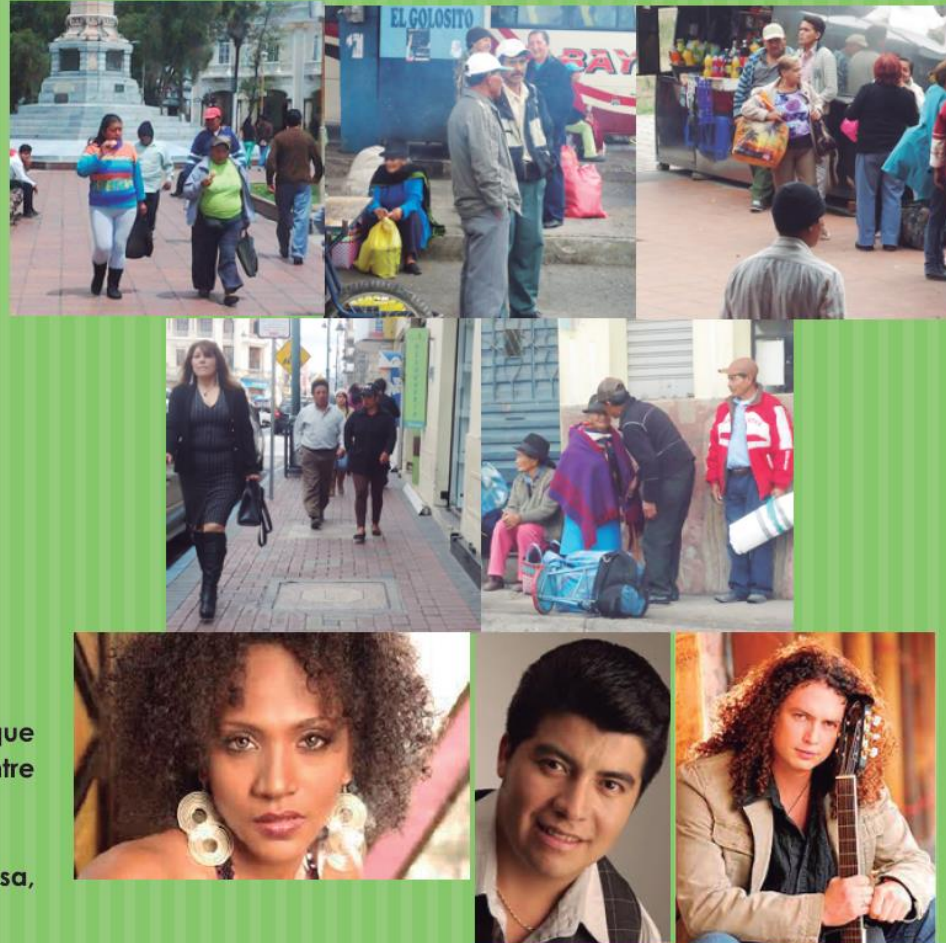
REFERENTES VISUALES

Artistas Populares como:

Gerardo Morán, Cecy Narváez, Jaime Enrique Aimara, Angel Guaraca, Widinson, Paty Ray, entre otros.

Otros Artistas:

Juan Fernando Velasco, Israel Brito, Mirella Cesa, Danilo Rosero, Karla Kanora, Pamela Cortéz



POSTURAS - GESTOS

Los usuarios del sistema de transporte público se mantienen de pie mientras esperan el bus, están atentos a la línea de bus que esta llegando y observan a las personas que pasan y a los vehiculos.



DISCURSO



TEMAS DE CONVERSACIÓN

En estudiantes de colegio por lo general conversan de sus compañeros de aula, los deberes o de las exposiciones en clase, de los docentes y de su familia.

Las personas adultas y universitarios conversan acerca de su día en su lugar de trabajo o de estudios, como es el jefe, las prácticas pre profesionales y de su familia.

COOL BOARD



BRAND BOARD



ecuador
ama la vida



COMIDA





UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN HUMANAS Y TECNOLOGÍAS
ESCUELA DE ARTES "DISEÑO GRÁFICO"



LISTA DE COTEJO LÍNEA 1

		No. De Ficha											Fecha:														
ÍTEMS DE COTEJO	PARADA COTEJADA	Señalización de la parada	Rótulo	-	-	-	X	X	X	X	X	-	X	X	X	-	X	X	X	-	X	X	-	X	X	X	-
			Marquesinas de parada de bus	-	-	-	-	-	X	X	X	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Señal de piso (Señalización horizontal)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Ninguna	X	X	X	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-	X	-	-	-	X
			Santa Ana	Redondel By Pass	11 de Noviembre	Los Álamos	Multiplaza	Colegio Riobamba	Terminal Terrestre	Hotel Zeus	Estadio Olímpico de Riobamba	Calle Olmedo La Condamine	Mercado La Merced	San Francisco	Barrio La Joya	Bellavista	Parque de la madre	Colegio Carlos Cisneros	Parque Industrial	Mercado Mayorista	Barrio La Dolorosa	Parque La Libertad	Curia de Riobamba y Parque Maldonado	Iglesia de la Concepción	Coliseo de Riobamba	Estación del Ferrocarril	



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN HUMANAS Y TECNOLOGÍAS

ESCUELA DE ARTES "DISEÑO GRÁFICO"

LISTA DE COTEJO

LÍNEA 1



SEÑALIZACIÓN O SEÑALÉTICA			Santa Ana	Redondel By Pass	11 de Noviembre	Los Álamos	Multipaza	Colegio Riobamba	Terminal Terrestre	Hotel Zeus	Estadio Olímpico de Riobamba	Calle Olmedo La Condomine	Mercado La Merced	San Francisco	Barrio La Jova	Bellavista	Parque de la madre	Colegio Carlos Cisneros	Parque Industrial	Mercado Mayorista	Barrio La Dolorosa	Parque La Libertad	Curia de Riobamba y Parque Maldonado	Iglesia de la Concepción	Coliseo de Riobamba	Estación del Ferrocarril
TIPO DE SOPORTE	Mural		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Colgante		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Banderín		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Particular		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	De Piso		-	-	-	X	-	-	-	-	X	-	-	-	-	X	X	X	-	X	X	-	X	X	X	-
TIPO DE SEÑAL	Orientadoras		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Informativas		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Direccionales		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Identificativas		-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Restrictivas		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	X	X	-	X	X	-	X	X	X	-
	Prohibitivas		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ICONOGRAFÍA	Universal		-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	X	X	-	X	X	-	X	X	X	-
	Otro		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CROMÁTICA	Universal		-	-	-	X	X	X	X	X	-	X	X	X	-	X	X	X	-	X	X	-	X	X	X	-
	Otro		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN HUMANAS Y TECNOLOGÍAS
ESCUELA DE ARTES "DISEÑO GRÁFICO"



LISTA DE COTEJO LÍNEA 6

ÍTEMS DE COTEJO		No. De Ficha														Fecha:														
Señalización de la parada	PARADA COTEJADA	Barrio Miraflores	Barrio Los Maestros	Cdla. Los Olivos	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)	Gasolinera del Sindicato de Choferes - Macaji	Monumento a Puruha	Estadio Olímpico de Riobamba, Parque Guayaquil	La Condomine	Santa Rosa	La Merced	San Francisco	Colegio Amelia Gallegos	Hospital General docente de Riobamba	Universidad Naciona de Chimborazo (UNACH) – Barrio La Dolorosa	Comando de Policía de Chimborazo N.- 5	Mercado Mavorista	Camal	Parque Industrial - Pucará	Colegio Carlos Cisneros	Colegio Juan de Velasco	La Trinidad - Bellavista	Iglesia Mercedes de Jesús Molina	Colegio San Felipe Neri	Curia de Riobamba, Parque Maldonado o Iglesia de la Catedral	Iglesia de la Concepción	Coliseo de Riobamba	Consejo Provincial	Estación del Ferrocarril	PLAZA DE TOROS
	Rótulo	X	-	-	X	-	X	-	X	X	X	-	X	-	-	-	X			X	X	-	-	-	X	X	-	-	X	
	Marquesinas de parada de bus	-	X	-	X	-	X	X	-	-	-	-	-	-	-	-	X	X	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X
	Señal de piso (Señalización horizontal)	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Ninguna	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	X	X	X	-	-					X	X			X	X	-



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN HUMANAS Y TECNOLOGÍAS

ESCUELA DE ARTES "DISEÑO GRÁFICO"

LISTA DE COTEJO

LÍNEA 6

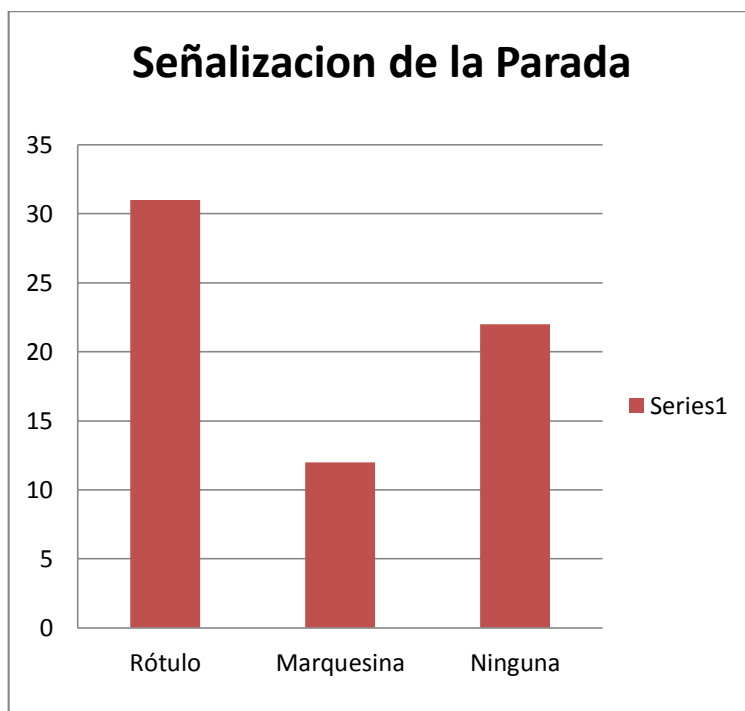


SEÑALIZACIÓN O SEÑALÉTICA		Barrio Miraflores	Barrio Los Maestros	Cdla. Los Olivos	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)	Gasolinera del Sindicato de Choferes - Macelli	Monumento a Puruha	Estadio Olímpico de Riobamba	Plaza de Toros	La Condamine	Santa Rosa	Mercado La Merced	San Francisco	Colegio Amelia Gallegos	Hospital General docente de Riobamba	Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH) - Barrio La	Comando de Policía de Chimborazo N.º 5	Mercado Mayorista Y Camal	Parque Industrial -	Colegio Carlos Cisneros	Colegio Juan de	La Trinidad - Bellavista	Iglesia Mercedes de	Colegio San Felipe Neri	Curia de Riobamba,	Iglesia de la Concepción	Coliseo de Riobamba	Consejo Provincial	Estación del Ferrocarril	Plaza de Toros
TIPO DE SOPORTE	Mural	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Colgante	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Banderín	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Particular	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	De Piso	X	X	-	-	X	X	-	-	-	X	X	X	X	-	-	-	X	X	X	X	-	-	X	X	X	X	-	-	X
TIPO DE SEÑAL	Orientadoras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Informativas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Direccionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Identificativas	X	X	-	-	X	X	-	-	-	X	X	X	X	-	-	-	X	X	X	X	-	-	X	X	X	X	-	-	X
	Restrictivas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Prohibitivas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ICONOGRAFÍA	Universal	X	-	-	-	X	X	-	-	-	X	X	X	X	-	-	-	X	-	X	X	-	-	X	X	X	X	-	-	X
	Otro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CROMÁTICA	Universal	X	-	-	-	X	X	-	-	-	X	X	X	X	-	-	-	X	-	X	X	-	-	X	X	X	X	-	-	X
	Otro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Ficha de Observación

Señalización de la parada	Número
Rótulo	31
Marquesina	12
Ninguna	21
Total	64



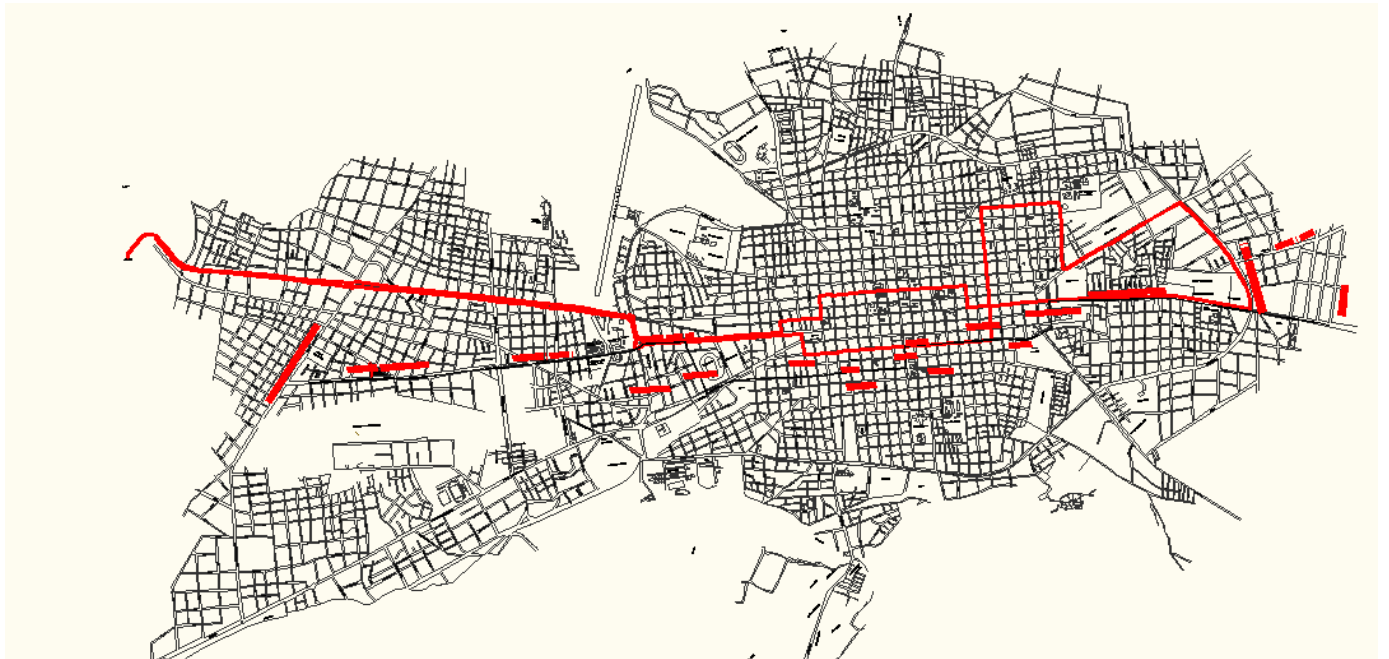


UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN HUMANAS Y TECNOLOGÍAS
ESCUELA DE ARTES "DISEÑO GRÁFICO"



FICHA DE OBSERVACIÓN

PARADAS DE LA LÍNEA 1



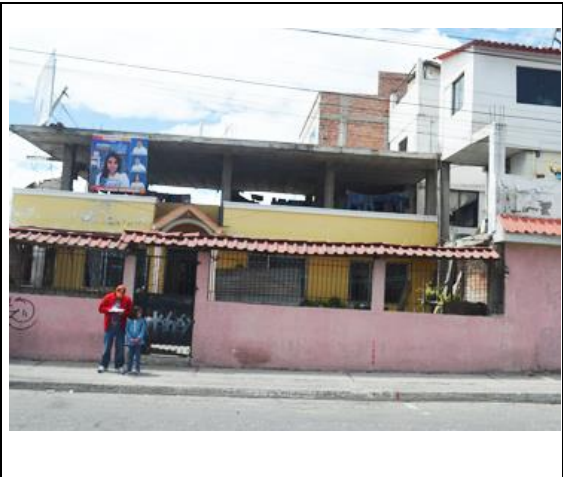
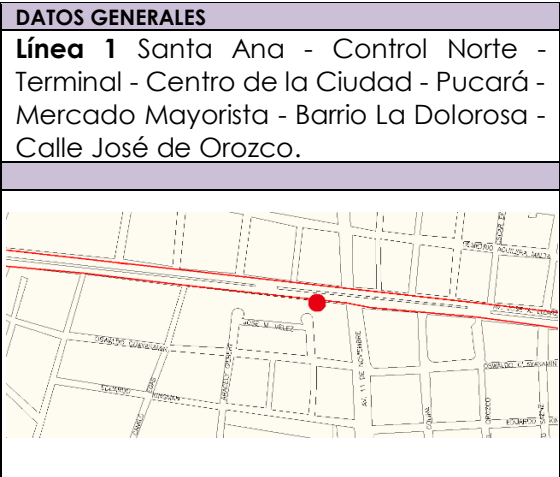
PARADA 1: SANTA ANA

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Barrio Santa Ana, Panamericana Norte, Vía a Quito.		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

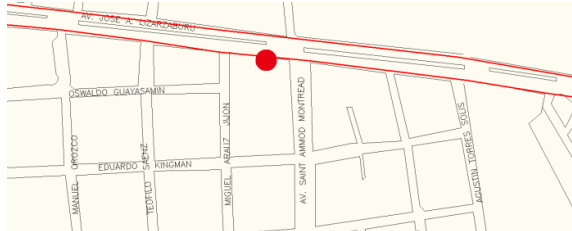
PARADA 2: REDONDEL BY PASS

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
EL REDONDEL ES EL LÍMITE DE LA AVENIDA LIZARZABURU Y EL COMIENZO DE LA PAMANERICANA. A LA IZQUIERDA ESTA EL BY PASS QUE UNE LAS PRINCIPALES AVENIDAS DE INGRESO A LA CIUDAD.		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

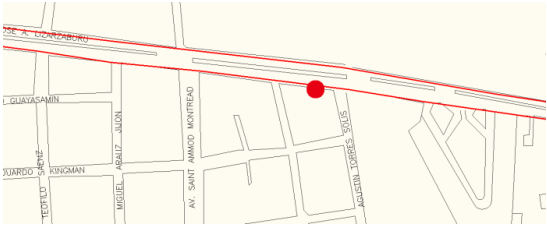
PARADA 3: AVENIDA 11 DE NOVIEMBRE (FRENTE A LOS HORNOS ANDINO).

		DATOS GENERALES Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		
LOCALIZACIÓN		
Avenida Lizarzaburu y Avenida 11 de Noviembre.		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

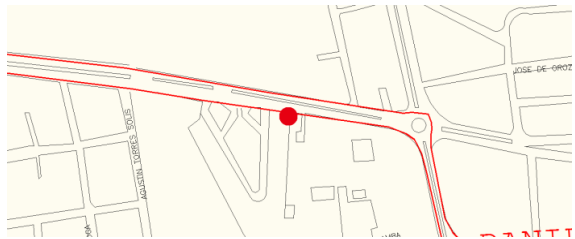
PARADA 4: LOS ÁLAMOS

		DATOS GENERALES Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		
LOCALIZACIÓN		
Avenida Lizarzaburu y Saint Ammod Mondread (Barrio Los Álamos)		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 5: MULTIPLAZA

		DATOS GENERALES Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco. INFOGRAFÍA 
LOCALIZACIÓN		
Avenida Lizarzaburu y Agustín Torres Solís frente al Multiplaza		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

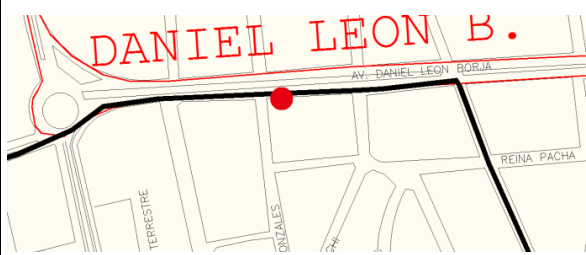
PARADA 6: UNIDAD EDUCATIVA “RIOBAMBA”

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Avenida Lizarzaburu y Unidad Educativa “Riobamba”.		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

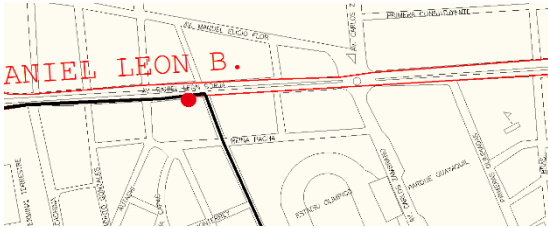
PARADA 6: UNIDAD EDUCATIVA “RIOBAMBA”

		DATOS GENERALES	
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.	
		INFOGRAFÍA	
			
LOCALIZACIÓN			
Avenida La Prensa			
SEÑALIZACIÓN PARADA			OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL	
Marquesinas de parada de bus	X	CROMÁTICA: Gris SOPORTE PUBLICITARIO	
Señal de piso (Señalización horizontal)			
Ninguna			

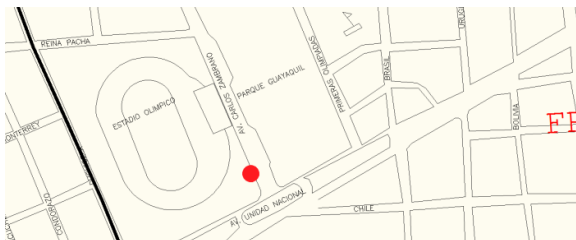
PARADA 7: TERMINAL TERRESTRE

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Av. Daniel León Borja y Jacinto Gonzáles		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus	X	CROMÁTICA: Gris SOPORTE PUBLICITARIO
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 8: HOTEL ZEUS

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Av. Daniel León Borja y Pasaje Cori		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus	X	CROMÁTICA: Gris SOPORTE PUBLICITARIO
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 9: ESTADIO OLÍMPICO DE RIOBAMBA

		DATOS GENERALES Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco. INFOGRAFÍA	
			
LOCALIZACIÓN Av. Carlos Zambrano y Unidad Nacional			
SEÑALIZACIÓN PARADA			OBSERVACIONES
Rótulo			
Marquesinas de parada de bus		X	CROMÁTICA: Gris SOPORTE PUBLICITARIO
Señal de piso (Señalización horizontal)			
Ninguna			

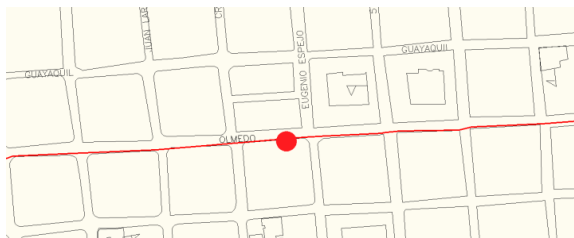
PARADA 10: MERCADO LA CONDAMINE

		DATOS GENERALES Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco. INFOGRAFÍA 
LOCALIZACIÓN		
Olmedo y Carabobo		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

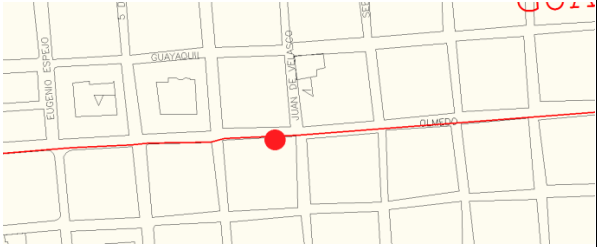
PARADA 11: BARRIO Y MERCADO SANTA ROSA

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Olmedo y Pichincha		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

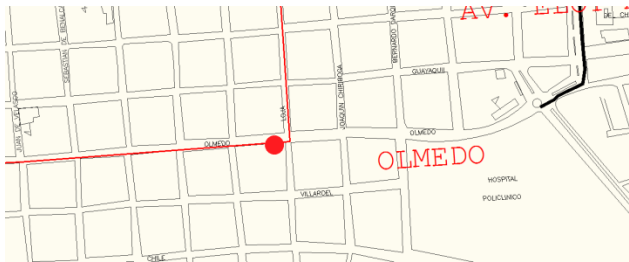
PARADA 12: MERCADO LA MERCED

		DATOS GENERALES Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco. INFOGRAFÍA 	
LOCALIZACIÓN			
Olmedo y Eugenio Espejo			
SEÑALIZACIÓN PARADA			OBSERVACIONES
Rótulo		X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus			
Señal de piso (Señalización horizontal)			
Ninguna			

PARADA 13: MERCADO SAN FRANCISCO

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Olmedo y Juan de Velasco		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

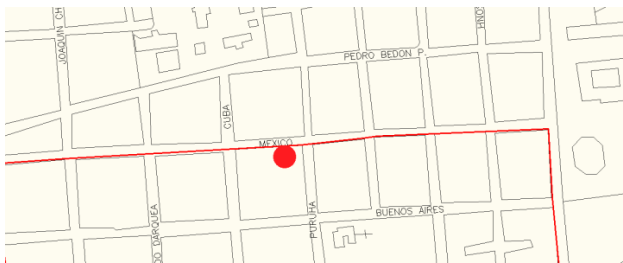
PARADA 14: BARRIO LA JOYA

	DATOS GENERALES	
	Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.	
	INFOGRAFÍA	
		
LOCALIZACIÓN		
Olmedo y Loja		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 15: BARRIO BELLAVISTA

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Loja y Juan Bernardo de León		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

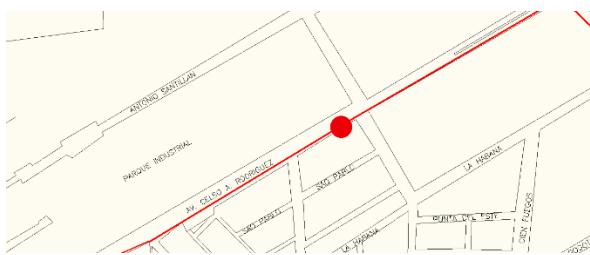
PARADA 16: PARQUE LA MADRE

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
México y Puruhá		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

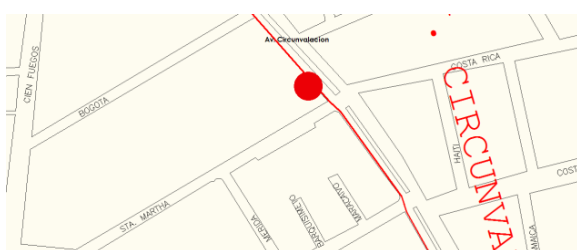
PARADA 17: UNIDAD EDUCATIVA CARLOS CISNEROS

	DATOS GENERALES	
	Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.	
	INFOGRAFÍA	
		
LOCALIZACIÓN		
México y La Paz		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 18: PARQUE INDUSTRIAL

	DATOS GENERALES	
	Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.	
	INFOGRAFÍA	
		
LOCALIZACIÓN		
Avenida Celso Augusto Rodríguez y Bolívar Bonilla		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

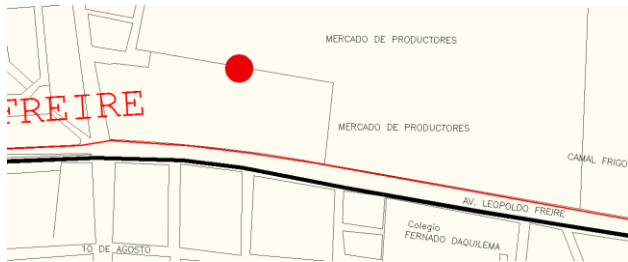
PARADA 19: MERCADO MAYORISTA (PUERTA POSTERIOR)

	DATOS GENERALES Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.	
	INFOGRAFÍA 	
LOCALIZACIÓN		
Av. Edelberto Bonilla Oleas o (Av. Circunvalación) y Santa Martha		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 20: CAMAL MUNICIPAL DE RIOBAMBA

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Avenida Leopoldo Freire y Avenida Circunvalación		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 21: MERCADO MAYORISTA (PUERTA FRONTAL)

		DATOS GENERALES	
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.	
		INFOGRAFÍA	
			
LOCALIZACIÓN			
Avenida Leopoldo Freire			
SEÑALIZACIÓN PARADA			OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL	
Marquesinas de parada de bus			
Señal de piso (Señalización horizontal)			
Ninguna			

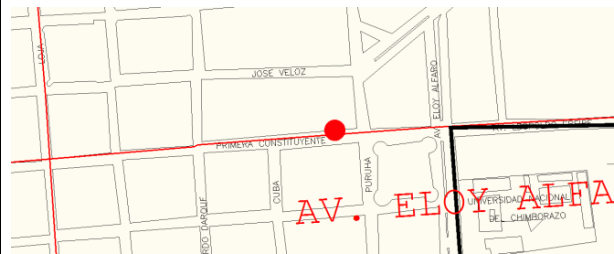
PARADA 22: BARRIO LA DOLOROSA



DATOS GENERALES	
1. NOMBRE DEL PROYECTO	2. OBJETIVO GENERAL
3. JUSTIFICACIÓN	4. METODOLOGÍA
5. RESULTADOS	6. CONCLUSIONES
7. RECOMENDACIONES	8. BIBLIOGRAFÍA
9. ANEXOS	10. OTROS

Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.

INFOGRAFÍA



LOCALIZACIÓN

Primera Constituyente y Puruhá

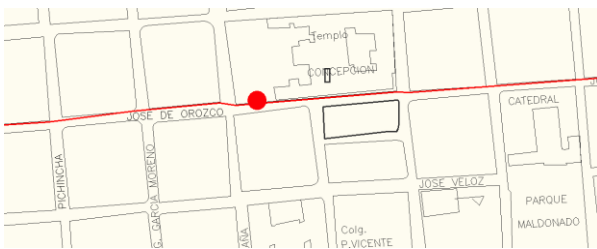
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

DATOS GENERALES		
Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.		
INFOGRAFÍA		
LOCALIZACIÓN		
José Orozco y Diego de Almagro		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 24: IGLESIA LA CATEDRAL Y PARQUE MALDONADO

		DATOS GENERALES Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA 
LOCALIZACIÓN		
José de Orozco y Tarqui		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 25: IGLESIA LA CONCEPCIÓN Y PLAZA ROJA

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
José de Orozco y Larrea		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

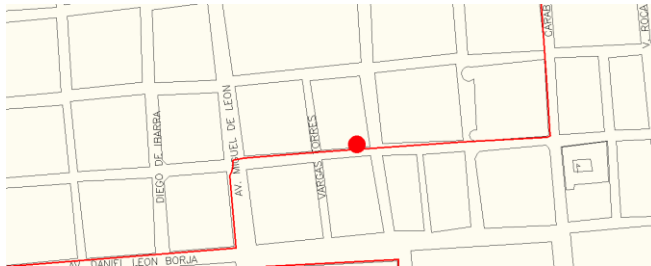
PARADA 26: COLISEO TEODORO GALLEGOS BORJA

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
José de Orozco y Vicente Rocafuerte		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 27: CONSEJO PROVINCIAL DE CHIMBORAZO Y LA ESTACIÓN DEL FERROCARRIL

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Carabobo y Primera Constituyente		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 28: PARQUE BARRIGA

		DATOS GENERALES
		Línea 1 Santa Ana - Control Norte - Terminal - Centro de la Ciudad - Pucará - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Primera Constituyente y Diego de Ibarra		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	



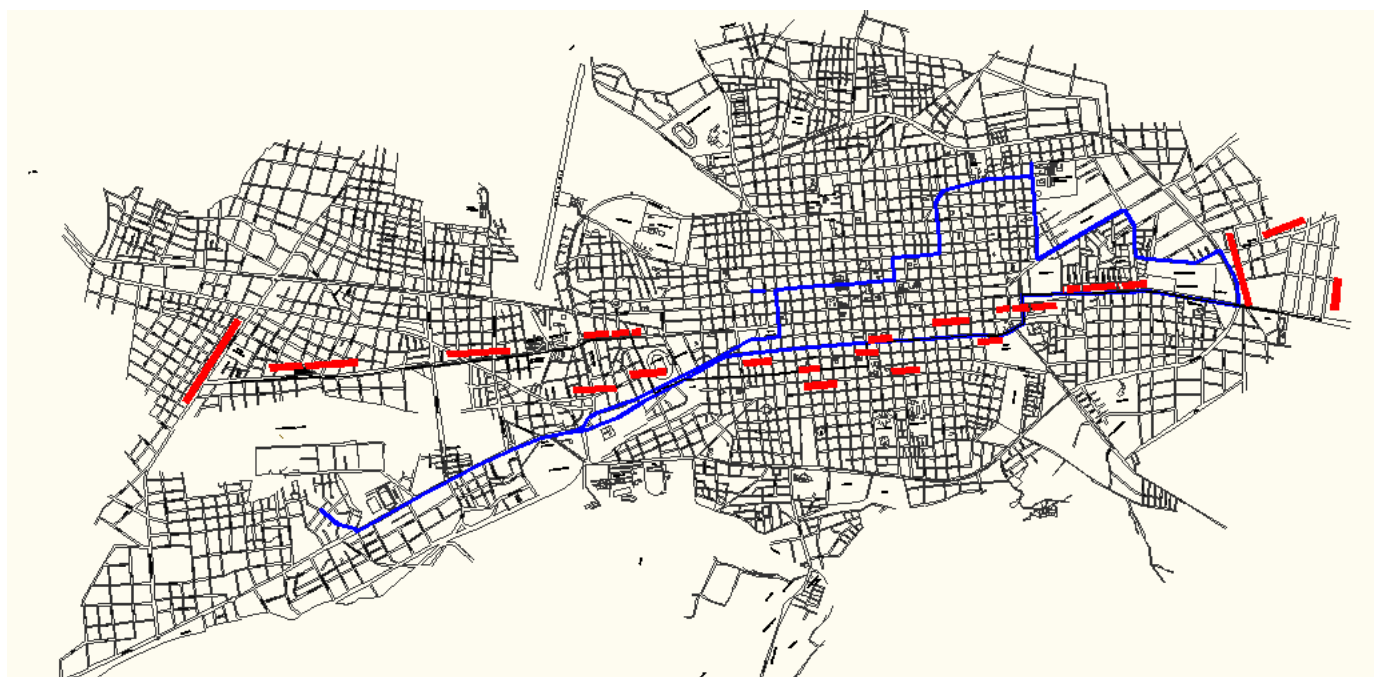
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN HUMANAS Y TECNOLOGÍAS
ESCUELA DE ARTES "DISEÑO GRÁFICO"



FICHA DE OBSERVACIÓN

PARADAS DE LA LÍNEA 6



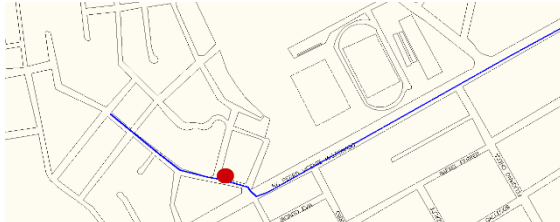
PARADA 1: MIRAFLORES

		DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores – Espoch – Terminal – Centro de la Ciudad – Barrio La Dolorosa, Mercado Mayorista – Pucará – Bellavista – Calle José de Orozco – Av. Unidad Nacional
		INFOGRAFÍA 
LOCALIZACIÓN		
Barrio Miraflores, calle Juan de Sosoya		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 2: CIUDELA LOS OLIVOS

		DATOS GENERALES
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Antonio de Alcedo		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 3: BARRIO LOS MAESTROS

	DATOS GENERALES	
	Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
	INFOGRAFÍA	
		
LOCALIZACIÓN		
Díaz de la Madrid		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 4: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO (ESPOCH)

		DATOS GENERALES
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Avenida Pedro Vicente Maldonado (Panamericana Sur)		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 5: TALLERES DEL FERROCARRIL

	DATOS GENERALES	
	Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
	INFOGRAFÍA	
		
LOCALIZACIÓN		
Avenida. Pedro Vicente Maldonado y Avenida. La Prensa		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus	X	CROMÁTICA: Gris y Marrón SOPORTE PUBLICITARIO
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 6: MONUMENTO A PURUHÁ

DATOS GENERALES

Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.

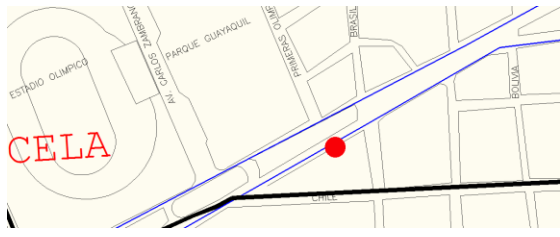
INFOGRAFÍA

LOCALIZACIÓN

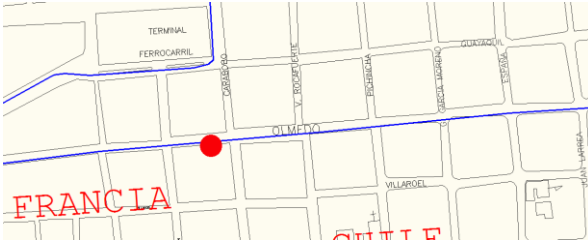
Av. Unidad Nacional y Duchicela

SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 6: ESTADIO OLÍMPICO DE RIOBAMBA, PARQUE GUAYAQUIL Y PLAZA DE TOROS

		DATOS GENERALES	
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
		INFOGRAFÍA	
			
LOCALIZACIÓN			
Av. Unidad Nacional			
SEÑALIZACIÓN PARADA			OBSERVACIONES
Rótulo			
Marquesinas de parada de bus	X	CROMÁTICA: Gris SOPORTE PUBLICITARIO	
Señal de piso (Señalización horizontal)			
Ninguna			

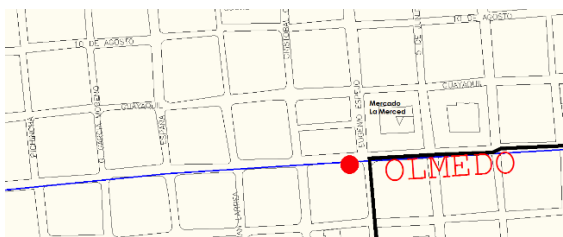
PARADA 7: MERCADO LA CONDAMINE

		DATOS GENERALES
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Olmedo y Carabobo		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 8: Barrio y Mercado Santa Rosa

		DATOS GENERALES
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Olmedo y Pichincha		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

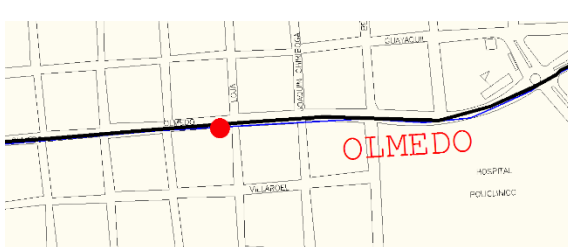
PARADA 9: MERCADO LA MERCED

	DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
INFOGRAFÍA 		
LOCALIZACIÓN Olmedo y Eugenio Espejo		
SEÑALIZACIÓN PARADA		
Rótulo	X	OBSERVACIONES TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 10: MERCADO SAN FRANCISCO

		DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
		INFOGRAFÍA 	
LOCALIZACIÓN			
Olmedo y Juan de Velasco			
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES	
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL	
Marquesinas de parada de bus			
Señal de piso (Señalización horizontal)			
Ninguna			

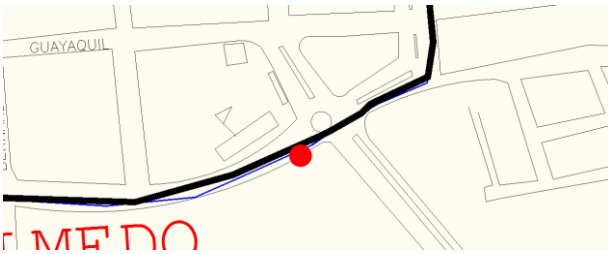
PARADA 11: BARRIO LA JOYA

		DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
		INFOGRAFÍA 	
LOCALIZACIÓN			
Olmedo y Loja			
SEÑALIZACIÓN PARADA			OBSERVACIONES
Rótulo			
Marquesinas de parada de bus			
Señal de piso (Señalización horizontal)			
Ninguna	X		

PARADA 12: COLEGIO AMELIA GALLEGOS

		DATOS GENERALES
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Olmedo y Bernardo Darquea		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

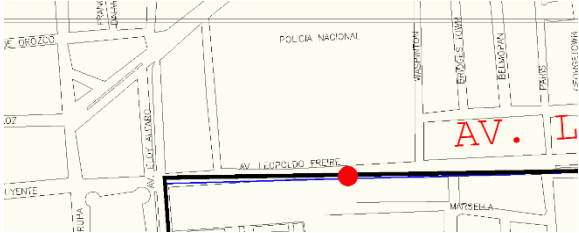
PARADA 13: HOSPITAL GENERAL DOCENTE DE RIOBAMBA

		DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA 
LOCALIZACIÓN		
Olmedo y Av. Juan Félix Proaño		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 14: UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO (UNACH)

	DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
INFOGRAFÍA		
		
LOCALIZACIÓN		
Avenida Eloy Alfaro y 10 de Agosto		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

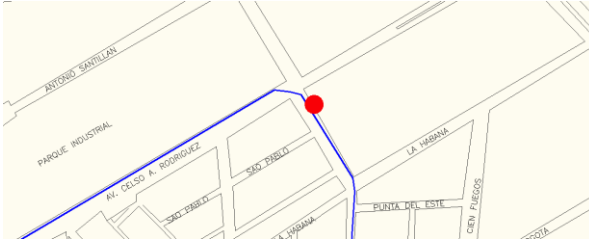
PARADA 15: COMANDO DE POLICÍA DE CHIMBORAZO N.- 5

		DATOS GENERALES
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Avenida Leopoldo Freire y Washington		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

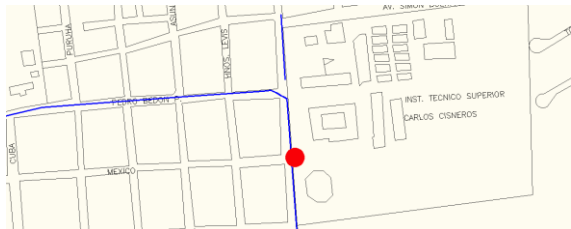
PARADA 16: MERCADO MAYORISTA (PUERTA FRONTAL) Y CAMAL MUNICIPAL DE RIOBAMBA

		DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA 
LOCALIZACIÓN		
Av. Leopoldo Freire		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus	X	CROMÁTICA: Gris y Marrón SOPORTE PUBLICITARIO
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

PARADA 17: PARQUE INDUSTRIAL – PUCARÁ

		DATOS GENERALES
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Bolívar Bonilla y Avenida Celso Augusto Rodríguez		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus	X	CROMÁTICA: Gris y Rojo SOPORTE PUBLICITARIO
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

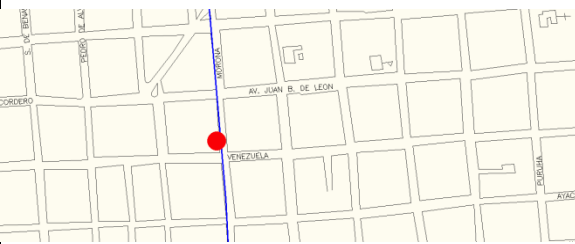
PARADA 18: UNIDAD EDUCATIVA CARLOS CISNEROS

		DATOS GENERALES	
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
		INFOGRAFÍA	
			
LOCALIZACIÓN			
La Paz y México			
SEÑALIZACIÓN PARADA			OBSERVACIONES
Rótulo		X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus			
Señal de piso (Señalización horizontal)			
Ninguna			

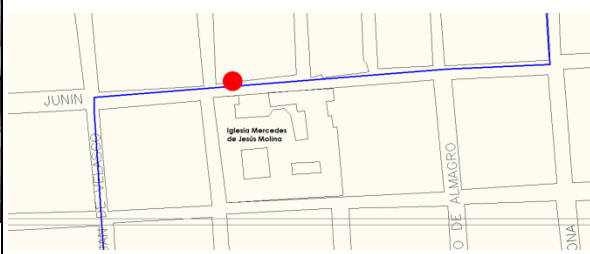
PARADA 19: UNIDAD EDUCATIVA JUAN DE VELASCO

		DATOS GENERALES
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Pedro Bedón Piñeda y Bernardo Darquea		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

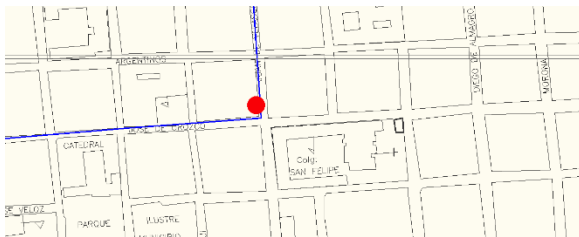
PARADA 20: LA TRINIDAD Y BELLAVISTA

		DATOS GENERALES
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
Morona y Venezuela		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

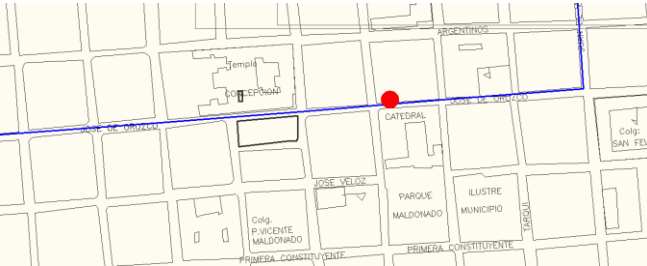
PARADA 21: IGLESIA MERCEDES DE JESÚS MOLINA

	DATOS GENERALES	
	Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
	INFOGRAFÍA	
		
LOCALIZACIÓN		
Junín y Mariana de Jesús		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

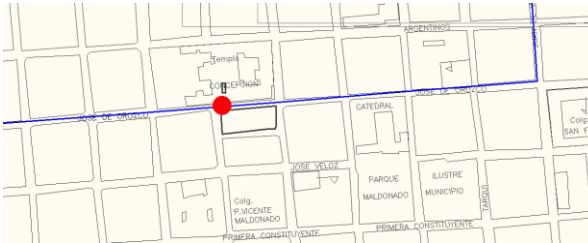
PARADA 22: UNIDAD EDUCATIVA SAN FELIPE NERI

	DATOS GENERALES	
	Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
	INFOGRAFÍA	
		
LOCALIZACIÓN		
Juan de Velasco y José Orozco		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

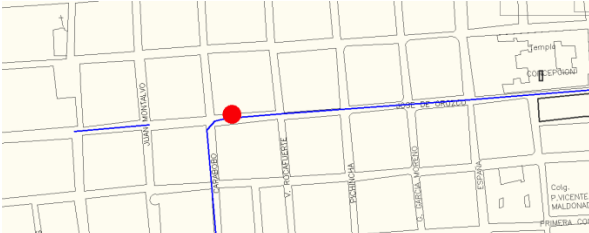
PARADA 23: IGLESIA LA CATEDRAL Y PARQUE MALDONADO

		DATOS GENERALES
		Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA
		
LOCALIZACIÓN		
José de Orozco y Tarqui		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

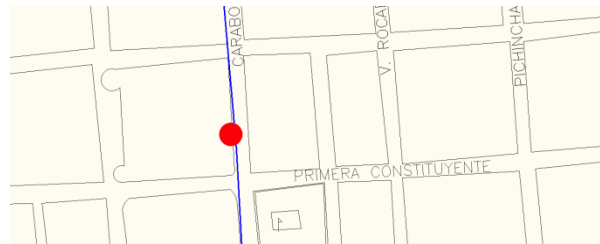
PARADA 24: IGLESIA LA CONCEPCIÓN Y PLAZA ROJA

			DATOS GENERALES
			Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
			INFOGRAFÍA
			
LOCALIZACIÓN			
José de Orozco y Larrea			
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES	
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL	
Marquesinas de parada de bus			
Señal de piso (Señalización horizontal)			
Ninguna			

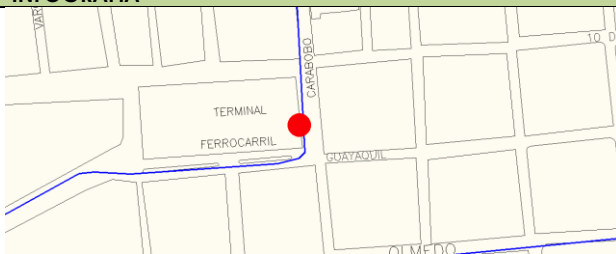
PARADA 25: COLISEO TEODORO GALLEGOS BORJA

		DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.
		INFOGRAFÍA 
LOCALIZACIÓN		
José de Orozco y Vicente Rocafuerte		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna		

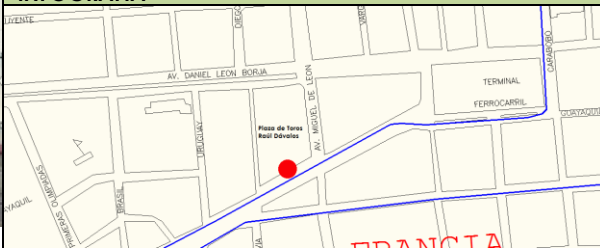
PARADA 26: CONSEJO PROVINCIAL DE CHIMBORAZO

	DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
INFOGRAFÍA 		
LOCALIZACIÓN Carabobo y Primera Constituyente		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 27: LA ESTACIÓN DEL FERROCARRIL

	DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
INFOGRAFÍA 		
LOCALIZACIÓN Carabobo y Guayaquil		
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES
Rótulo		
Marquesinas de parada de bus		
Señal de piso (Señalización horizontal)		
Ninguna	X	

PARADA 28: PLAZA DE TOROS

		DATOS GENERALES Línea 6 Miraflores, Estadio Olímpico de Riobamba, La Dolorosa, Mercado Mayorista, Camal, Pucará.	
		INFOGRAFÍA 	
LOCALIZACIÓN Unidad Nacional y Av. Miguel Ángel León P.			
SEÑALIZACIÓN PARADA		OBSERVACIONES	
Rótulo	X	TIPO DE SOPORTE: DE PISO TIPO DE SEÑAL: IDENTIFICATIVA ICONOGRAFÍA: UNIVERSAL CROMÁTICA: AZUL UNIVERSAL	
Marquesinas de parada de bus	X	CROMÁTICA: Gris SOPORTE PUBLICITARIO	
Señal de piso (Señalización horizontal)			
Ninguna			

CAPITULO V

5.1. CONCLUSIONES

- Tras la aplicación de los instrumentos de investigación se determinó que del total de paradas de los recorridos 1 y 6, solo un 40% cuenta con elementos de señalización y que, si bien se colocaron soporte señaléticos en espacios determinados como, la Terminal Terrestre, el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial, entre otros, no se desarrolló ninguna propuesta señalética.
- De los pocos soportes señaléticos existentes se determinó que ninguno cumple con las funciones para las cuales fue colocado. No existe el desarrollo de las propuestas gráficas (íconos y cromática), los soportes se hallan vacíos y en la mayoría de casos, en mal estado, causados por choques de automotores o vandalismo.
- A través del levantamiento de las fichas señaléticas se estableció que en los espacios de acción donde se colocarían los soportes señaléticos, reúnen las condiciones físicas (concreto, adoquín ornamental), que aseguran la permanencia de los soportes siempre y cuando se cumplan los parámetros técnicos detallados en la propuesta. Los sitios estratégicos determinados se establecieron por el número de pasajeros que utilizan las paradas detalladas como puntos focales.
- Se determinó como paradas principales los puntos geográficos de alta concentración ejemplo: Terminal Terrestre, Redondel del By Pass, Centro Histórico, además de las paradas donde se cumplen actividades diarias como son: instituciones educativas, plazas y mercados, oficinas de pagos de servicios y salidas de la ciudad. Para ello se utilizó la técnica metodológica del “scounting”, seguimiento en el punto, durante la semana comprendida entre el 10 y 16 de marzo en horarios de: 06:00 a 08:00, 12:00 a 14:00 y 17:00 a 19:00.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implementación del sistema señalético propuesto mediante la Agencia Nacional de Tránsito de Chimborazo o del GAD Municipal de la ciudad de Riobamba.
- Es necesario completar la propuesta del programa señalético para las 15 líneas urbanas existentes.
- Cada parada debe tener el logotipo como un signo identificador para el sistema de trasportación pública.
- La utilización de la marca deberá ser usada única y exclusivamente para la ciudad de Riobamba.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA

- Asinsten, J. C. (2008). *Comunicación Visual y tecnología de gráficos en computadora*. Argentina: coleccion educ.ar.
- Chaves, N. (s.f.). *La Imagen Corporativa (teoría y metodología de la identificación institucional)*. G. Gili S.A. de C.V.
- Chaves, N., & Belluccia, R. (s.f.). *La marca corporativa (Gestion de Diseño de Simbolos y Logotipos)*. Paidós estudios de comunicación.
- Costa, J. (1989). “*Señalética (de la señalización al diseño de programas)*”. España: Ediciones ceac, s.a.
- Costa, J. (2010). *La marca: creación, diseño y gestión*. México: Trillas.
- Dance, F. (1973). Comunicación. En F. Dance, *Teoría de la Comunicación Humana* (págs. 391-417). Buenos Aires: Troquel.
- Davis, M. (2010). Fundamentos del Branding. En M. Davis, *Fundamentos del Branding* (pág. Introducción pag.12). Barcelona - España: Parramón.
- Gallegos, A. W. (19 de Marzo de 2013). Técnico Agencia Nacional de Tránsito. Rutas y cuircuitos del Transporte Público de Riobamba. (A. Dillon, Entrevistador)
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2011). Señalización Vial. Parte 1. Señalización Vertical. Quito, Pichincha, Ecuador.
- López, M. L. (2009). Cuatro vértices desde donde pensar la interpretación. En M. L. López, *Comunicación para Diseñadores* (pág. 6). Buenos Aires: Nobuko.
- Palací, E. D. (2009). La codificación visual. En M. L. López, *Comunicación para Diseñadores* (págs. 21 - 23). Buenos Aires: Nobuko.
- Pasquali, A. (1979). Comununicación. En A. Pasquali, *Comprender la Comununicación* (págs. 33-63). Caracas: Monte Avila Editores.
- Pasquali, A. (1980). Comunicación. En A. Pasquali, *Comunicación y Cultura de Masas* (págs. 47-76). Caracas: Monte Avila Editores.
- Sandoval, M. (2008). *Texto básico de diseño gráfico*. Riobamba: E-COPYCENTER.

Linkografía

- Asamblea Costituyente del Ecuador. (25 de Julio de 2010). www.oisevi.or. Recuperado el 2014 de Mayo de 2014, de http://www.oisevi.org/a/archivos/normativas/ecuador/ley_organica_de_transporte_terrestre_transito_y_seguridad_vial.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (25 de Junio de 2012). www.usfq.edu.ec. Recuperado el 12 de Mayo de 2014, de Página 15-18: http://www.usfq.edu.ec/sobre_la_usfq/servicios/autoclub/servicios_relacionados/Documentos/reglamento_ley_de_transito.pdf

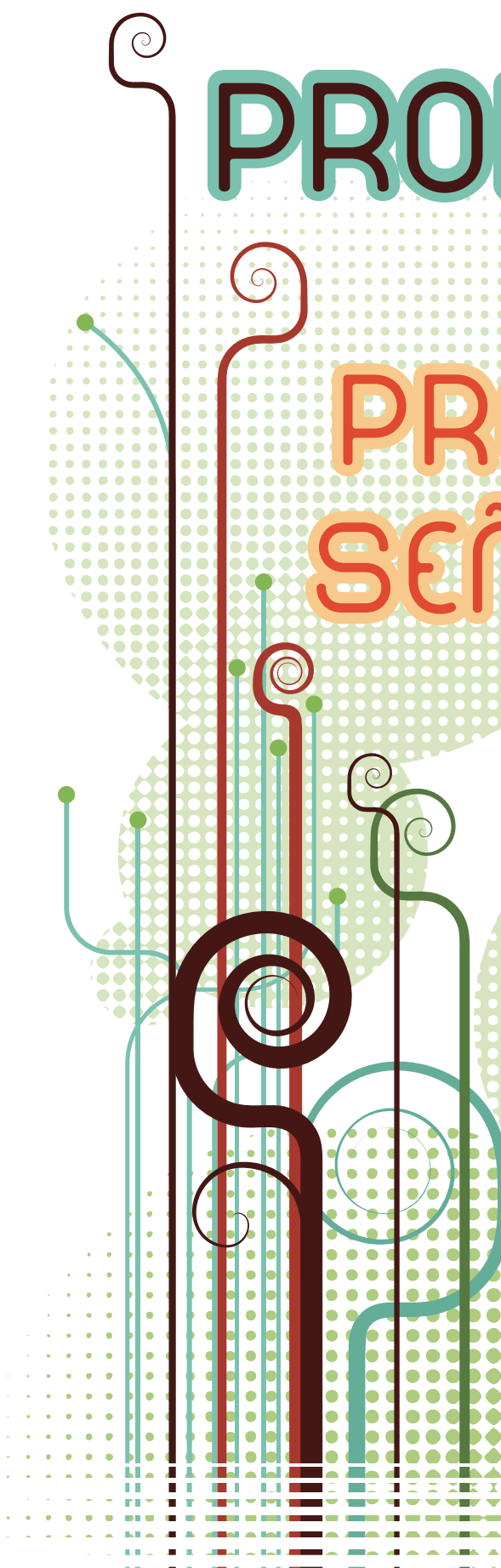
Estefani, G. (Abril de 2014). *www.artinaid.com*. Recuperado el 12 de Mayo de 2014, de (<http://www.artinaid.com/2013/04/que-es-el-transporte/>)

Inec, *estadísticas*. (s.f.). Recuperado el 2013, de (http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=52&TB_iframe=true&height=512&width=1242)

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2013). Recuperado el 2013, de <http://www.turismo.gob.ec/category/el-ministerio/>

Panosso, A., & Baca, J. (s.f.). *Fenómeno Fenomenología turística*. Recuperado el 12 de Mayo de 2014, de Teoría del turismo , Turismo como fenómeno: (<https://profebaca.wordpress.com/tag/juan-carlos-baca/>)

ANEXOS



PROPUESTA

PROYECTO SEÑALÉTICO

SISTEMA DE
TRANSPORTACIÓN
PÚBLICA URBANA
DE RIOBAMBA

Andrea Dillon

INTRODUCCIÓN

Este manual señalético tiene por objetivo presentar las normas y políticas establecidas por el Sistema de Transportación Pública de Riobamba así como su marca comercial RIO y el manejo de su imagen, a través de los distintos elementos de comunicación interna y externa de manera unificada, coherente e identificable.

El uso consistente y adecuado de los elementos de identidad corporativa y señalética ayudan a comprender los valores y propósitos de RIO.

Se definen parámetros básicos que servirán de referencia para quienes tengan la función de crear y diseñar materiales de comunicación corporativa o publicitaria.

El logotipo es el elemento gráfico fundamental dentro de la identidad corporativa.

Su manejo consciente y orientado generará una imagen positiva, determinante en su estrategia de comunicación.

El logotipo es una sola unidad no modificable que agrupa las características tangibles e intangibles de la marca RIO.

OBJETIVOS

*** Objetivo General**

Crear y diseñar un programa señalético que sea adecuado para el Sistema de Transporte Público de Riobamba

*** Objetivos Específicos**

- Recopilar información del Sistema de Transporte Público de Riobamba.
- Crear una Identidad de Marca
- Levantar información fotográfica en las paradas de los circuitos 1 y 6.
- Diseñar Soportes Señaléticos.
- Diseñar Iconos.

ÍNDICE

Pag.

INTRODUCCIÓN

OBJETIVOS

ETAPA I: Contacto

1.1 Tipología Funcional

1.1.1 Tipología Funcional General..... 2

1.1.2 Tipología Funcional Específica..... 2-3

1.2 Personalidad..... 4

1.3 Imagen de Marca..... 5-6

1.3.1 Estructura de la Marca..... 7-8

1.3.2 Módulo Compositivo..... 9-10

1.3.3 Área de Restricción..... 11

1.3.4 Tamaño Mínimo..... 12

1.3.5 Usos Incorrectos y Restricciones..... 13

1.3.6 Cromática..... 14

1.3.7 Aplicaciones Cromáticas..... 15

1.3.8 Monocromías..... 16-17

1.3.9 Familia Tipográfica..... 18

ETAPA II: ACOPIO DE INFORMACIÓN

2.1 Plano y Territorio

a) Zonificación..... 20

b) Ubicación de Servicios..... 21

c) Recorridos: Principales y Secundarios..... 22-23

2.2 Condiciones Arquitectónicas..... 24

2.3 Condiciones Ambientales..... 24

2.4 Condiciones Climáticas..... 25

ETAPA III: DISEÑO*** Reglamento Técnico de Señalización****Señales Turísticas y de Servicios..... 27-28***** Reglamento Técnico de Señalización****Señales Turísticas y de Servicios..... 29-31***** Nomenclatura Cromática..... 32****3.1 Diseño de Iconos o Pictogramas***** Pictogramas de atractivos..... 33-34***** Pictogramas de servicios..... 35-37***** Pictogramas de entretenimiento..... 38***** Pictogramas de educación..... 39****3.2 Diseño de Soportes y Acotaciones****Materiales utilizados: Especificaciones técnicas..... 40-42***** Pictograma con Poste y Placa Complementaria..... 43-44**

Ergonomía

Acotación

Materiales utilizados: Especificaciones técnicas..... 45-46*** Tótem no Luminoso..... 47-48**

Ergonomía

Acotación

Materiales utilizados: Especificaciones técnicas..... 49-50*** Tótem Informativo (mapa riobamba)..... 51-52**

Ergonomía

Acotación

Materiales utilizados: Especificaciones técnicas..... 53-54*** Tótem Informativo (nombre del lugar e icono identificador)..... 55-56**

Ergonomía

Acotación

3.3 Distancias de observación de rotulos en buses..... 57

* Señalética Interna de Bus.....	58-59
Ergonomía	
Acotación	
* Señalética Externa para el Bus	
- Vista Lateral derecha y frontal.....	56
- Vista Frontal.....	57
- Vista Posterior.....	58

ETAPA IV: APLICACIONES DE LA MARCA, DIFUSIÓN Y POSESIONAMIENTO

4.1 Aplicación en Papelería Comercial..... 60-62

Hoja Menbretada	
Carpeta	
Sobre	
Identificadores Personales	

ETAPA V: SIMULACIÓN

ETAPA I

CONTACTO



1.1 Tipología Funcional

1.1.1 Tipología Funcional General

El Transporte colectivo está destinado al traslado de personas, que pueden tener estructura exclusiva ó no y puedan operar sujetos a itinerario, horario, niveles de servicio y política tarifaria.

El servicio de transporte urbano de Riobamba posee 16 líneas de buses de las cuales 15 recorren las zona urbana y 1 la zona urbana y rural. Éste sistema es

regulado por la Agencia Nacional de Transito (ANT) de la provincia de Chimborazo es una entidad gubernamental que se encarga de la regulación y creación de las rutas, paradas, tiempos de transporte, calidad del servicio, métodos y sistemas de información de las mismas.

1.1.2 Tipología Funcional Específica

Transporte Público Urbano

Línea 1 Norte: Santa / Bellavista

Recorrido: Santa Ana - Panamericana Norte - Av. Lizarzaburu - Av. Daniel León Borja - Terminal - Olmedo - Loja - México - La Paz - Av. Celso Augusto Rodríguez - Mercado Mayorista - Barrio La Dolorosa - Calle José de Orozco/ Primera Constituyente - Av. Daniel L. Borja - Av. Lizarzaburu - Panamericana Norte.

***Paradas de alta afluencia**

Redondel By Pass, Av. Lizarzaburu y 11 de Noviembre, Multiplaza, Terminal Terrestre, Olmedo y Carabobo,

Olmedo y Pichincha, Olmedo y Colon, Olmedo y Juan de Velasco, México y La Paz, Camal y Mercado Mayorista, Primera Constituyente y Puruhá, José de Orozco y Larrea, Orozco y Carabobo, Carabobo y Primera Constituyente.

***Lugares de alto tráfico y afluencia**

Parque Sucre, Parque Maldonado, Parque Guayaquil, Estadio Olímpico, Mercado Santa Rosa, Mercado San Alfonso, Mercado La Condamine, Mercado San Francisco, Camal, Multiplaza, Instituciones Educativas y Entidades Públicas.

Línea 6 Sur: Miraflores / Bellavista

Recorrido: Miraflores – Espoch – Terminal – Av. Unidad Nacional – Olmedo – Av. Eloy Alfaro – Av. Leopoldo Freire – Av. Celso Augusto Rodríguez – Pucará – Bellavista – Orozco – Av. Unidad Nacional.

***Paradas de alta afluencia**

Díaz de la Madrid, Avenida Pedro Vicente Maldonado (Panamericana Sur), Avenida. Pedro Vicente Maldonado y Avenida. La Prensa, Av. Unidad Nacional y Duchicela, Av. Unidad Nacional (Estadio Olímpico De Riobamba, Parque Guayaquil Y Plaza De Toros), Olmedo y Carabobo, Olmedo y Pichincha, Olmedo y Eugenio Espejo, Olmedo y Juan de Velas-

co, Avenida Eloy Alfaro y 10 de Agosto, Av. Leopoldo Freire, La Paz y México, Pedro Bedón Piñeda y Bernardo Darquea, José de Orozco y Tarqui, José de Orozco y Larrea, Orozco y Carabobo, Carabobo y Primera Constituyente, Unidad Nacional y Av. Miguel Ángel León P.

***Lugares de alto tráfico y afluencia**

Parque Sucre, Parque Maldonado, Parque Guayaquil, Estadio Olímpico, Mercado Santa Rosa, Mercado San Alfonso, Mercado La Condamine, Mercado San Francisco, Camal, Multiplaza, Instituciones Educativas y Entidades Públicas.

1.2 Personalidad

Riobamba es una ciudad de Ecuador, conocida también como: “Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana” , “Sultana de los Andes”, “Ciudad Bonita”, “Ciudad de las Primicias”, “Corazón de la Patria”, por su historia y belleza, es la capital de la provincia de Chimborazo. Se encuentra en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, a 2.750 msnm, en el centro de la hoya de Chambo, rodeada de varios volcanes, como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo.

La ciudad fue fundada el 15 de agosto de 1534 cerca de la laguna de Colta, siendo la primera fundación española en el territorio ecuatoriano. Tras un devastador terremoto en el año de 1797 queda completamente destruida y se traslada en el mismo año hasta el lugar que ocupa hoy en día, convirtiéndose en la primera y única ciudad planificada del Ecuador. Durante un breve período, tras la fundación de la República del Ecuador fue la capital del país.

Desde su fundación, la ciudad se compuso por descendientes de europeos e indígenas, poco a poco esa visión cambió y en la actualidad la mezcla se

acentuó a tal grado que aunque aún se distingue en las calles personas blancas, mestizas e indígenas, es difícil definir con exactitud los porcentajes que contienen cada uno en la ciudad, a eso se suma la inmigración que tuvo la ciudad en la última década de ciudadanos chinos, cubanos y colombianos que generaron mayor mezcla de culturas. Pero sin duda, la mayor migración llegó del resto del país, y más aún con la fundación de varias universidades en la ciudad que con el prestigio que ganaron en su calidad de estudio son los mayores aportantes a la actual población flotante de la ciudad.

1.3 Imagen de Marca



La marca es un signo visual cuya función principal consiste en identificar al emisor. Es en el plano visual, lo que el nombre es en el plano verbal. Toda marca gráfica sirve para indicar: propiedad, autoría y emisor. (Belluccia, 2010).

ELEMENTOS DE LA MARCA

Los elementos que configuran una marca son los siguientes:

- * **El nombre o fonotipo.**- Es la parte de la marca que se puede pronunciar. Su identidad verbal.
- * **El logotipo.**- Es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que se escribe. Forma parte de su identidad visual.

- * **Los grafismos.**- Son aquellos dibujos, colores o representaciones no pronunciables. Completa su identidad visual.

TIPOLOGÍA DE LA MARCA

- **Según los Códigos Gráficos que utiliza:**

La marca RIO es un isologo ya que es el resultado de la suma del logotipo y un signo no verbal que posee la función de mejorar las condiciones de identificación al ampliar los medios. Se trata de imágenes estables y muy pregnantes que permiten una identificación que no requiera la lectura, en el sentido estrictamente verbal del término" (Wong, 1999).

- Según su Tipología de Identificación de Productos

*** Marca Paragua**

“Cuando una marca se acredita y el fabricante inicia una nueva línea de productos, el público, lo recibe con más facilidad y sin reservas. Es por ello que muchas empresas titulares de marcas bien posicionadas utilizan lo que se denomina “ Marca Paraguas”, con la que bajo un mismo nombre distingue una amplia variedad de productos y servicios, asegurando al consumidor idéntica calidad, procedencia e imagen” (Wong, 1999).

aplican arreglos particulares para aumentar su singularidad. Se añade una forma geométrica establecida, la forma tiene un color definido, apegado a la cromática corporativa.

b) Basadas en el Símbolo.

Logo-Símbolo.- Incluye un símbolo diseñado para el efecto identificador; a diferencia del logotipo con símbolo, el logo-símbolo no es separable.

- Según su estructura o tipo

a) Basadas en el nombre

Logotipo con Fondo.- El nombre se escribe con una tipografía regular pero se

1.3.1 Estructura de la Marca

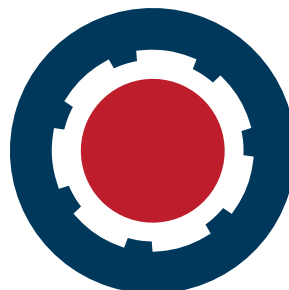
Nombre o Fonotipo

RIOBAMBA ► **RIO**

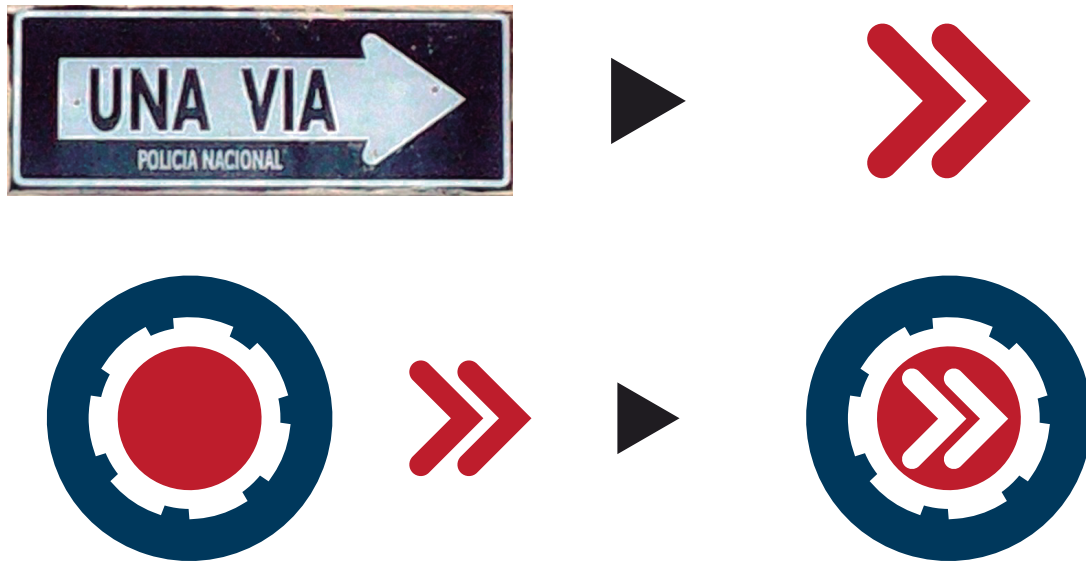
En la definición de la marca RIO se utilizó los principales valores que identifican el Sistema de Transporte Público Urbano a través del tiempo y el espacio. La palabra RIO es una contracción de RIOBAMBA utilizada desde el punto de vista de la mercadotecnia territorial la cual aconseja acortar o reducir a su mínima expresión identificable el nombre de una ciudad como por ejemplo: QUITO "UIO" y GUAYAQUIL "GYE". Además la contracción RIO está codificada internacionalmente por la Organización Internacional para el Transporte Aéreo "IATA".

Se plantea la creación de una marca sectorial "Sistema de Transportación Pública Urbana", tras un estudio prospectivo del código orgánico de organización territorial, autonomías y descentralización "COOTAD" donde se especifica que el ordenamiento de transporte corresponde al Gobierno Autónomo Municipal, y que la transportación urbana deberá tener una organización colectiva global (Fondo Común) y ya no individual.

Isotipo o Símbolo



El círculo nos identifica desde la creación de la rueda en el tiempo que denota una de las formas de movilización más antiguas a través de la historia, esto ha ido evolucionando hasta la utilización de distintos materiales como por ejemplo el caucho.

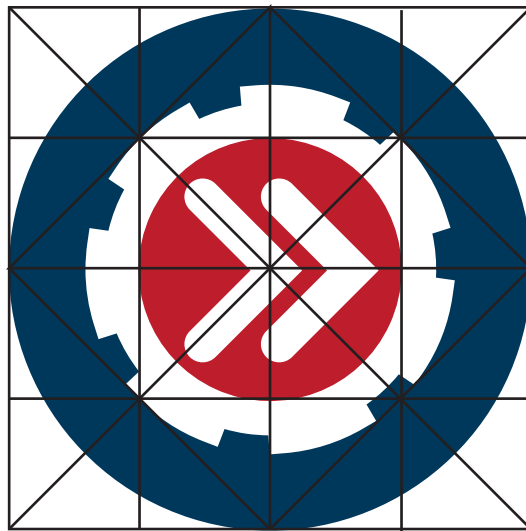


La tipografía que une la palabra “RIO” acompañada de “Sistema de Transportación Pública Urbana” va a permitir que el nombre comercial sea de fácil reconocimiento en todos sus niveles semióticos. Una vez unificados tanto el isotipo y tipo se puede determinar una clara complementariedad que demuestra la solidez conceptual del logotipo en su totalidad.

RIO 
**SISTEMA DE TRANSPORTACIÓN
PÚBLICA URBANA**

1.3.2 Módulo Compositivo

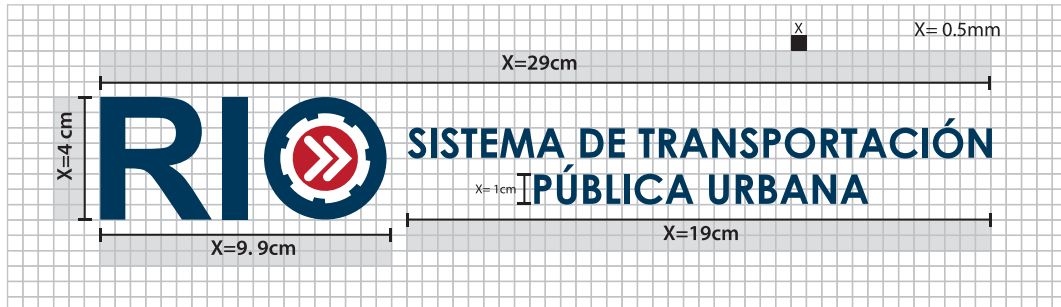
La retícula usada en la ruda es de medias y diagonales ya es esto hace que cada parte de la misma coincida dentro de cada línea



VERTICAL



HORIZONTAL



El logotipo agrupa las distintas connotaciones en una sola unidad que refleja los valores de su significado para así brindar una base estructural sólida de su sistema gráfico asentado en la grilla que determina la organización del elemento de forma metodológica.

En ella se definen los módulos comerciales que se requieren en la creación

de piezas de difusión y posicionamiento de la marca.

Para su reproducción se ha desarrollado una grilla cartesiana la cual facilitará su construcción en caso de no existir el medio digital.

Esta grilla permite resaltar la proporcionalidad de sus piezas, (isotipo y tipo).

1.3.3 Área de Restricción



El logotipo posee áreas de restricción las cuales no deben ser invadidas por ningún elemento ajeno al logotipo.

Para ello se debe hacer referencia de la grilla donde se explica la importancia de contar con un elemento que guarde proporcionalidad y permita crear un área donde el logotipo esté libre y con

la posibilidad de interactuar con gráficos, textos, y otros logotipos, además de ser ubicado correctamente en el plano.

En el caso del logotipo (isotipo y tipo) el símbolo "➡" de la palabra "RIO", nos da la pauta para el uso adecuado del mismo.

1.3.4 Tamaño Mínimo

El tamaño mínimo propuesto es para los siguientes sistemas de impresión:

- * Offset y
- * Laser



1.3.5 Usos Incorrectos y Restricciones

Nunca altere la proporción, diagramación y orden de sus elementos.

No se debe cambiar el orden de lectura del texto en relación al isotipo, a excepción en la aplicación de paneles horizontales se permite manejar el icono delante del texto.



No se debe alterar la proporción del texto en relación al isotipo.



No se debe girar el ángulo del isotipo.



No se debe expandir en forma vertical u horizontal.



No se debe invadir el área de restricción o de protección.



No se debe cambiar la cromática ni la tipografía.



1.3.6 Cromática

AZUL



Modelo Impresión (CMYK)

C 100
M 49
Y 12
K 58

Modelo Pantalla (RGB)

R 0
G 57
B 92

ROJO



Modelo Impresión (CMYK)

C 15
M 100
Y 90
K 10

Modelo Pantalla (RGB)

R 160
G 17
B 39

BLANCO



Modelo Impresión (CMYK)

C 0
M 0
Y 0
K 0

Modelo Pantalla (RGB)

R 255
G 255
B 255

1.3.7 Aplicaciones Cromáticas

Logotipo a color.



Logotipo en blanco y negro.



Logotipo sobre fondos de color y texturas.



1.3.8 Monocromías

Para la aplicación de la marca en monocromías se permite el uso de las cromática de la paleta establecida



COMPLEMENTARIEDAD



DUOTONO



NIVEL ESCALA DE GRISES



MONOTONO



1.3.9 Familia tipográfica

Tipografía:

RIO

Arial Bold

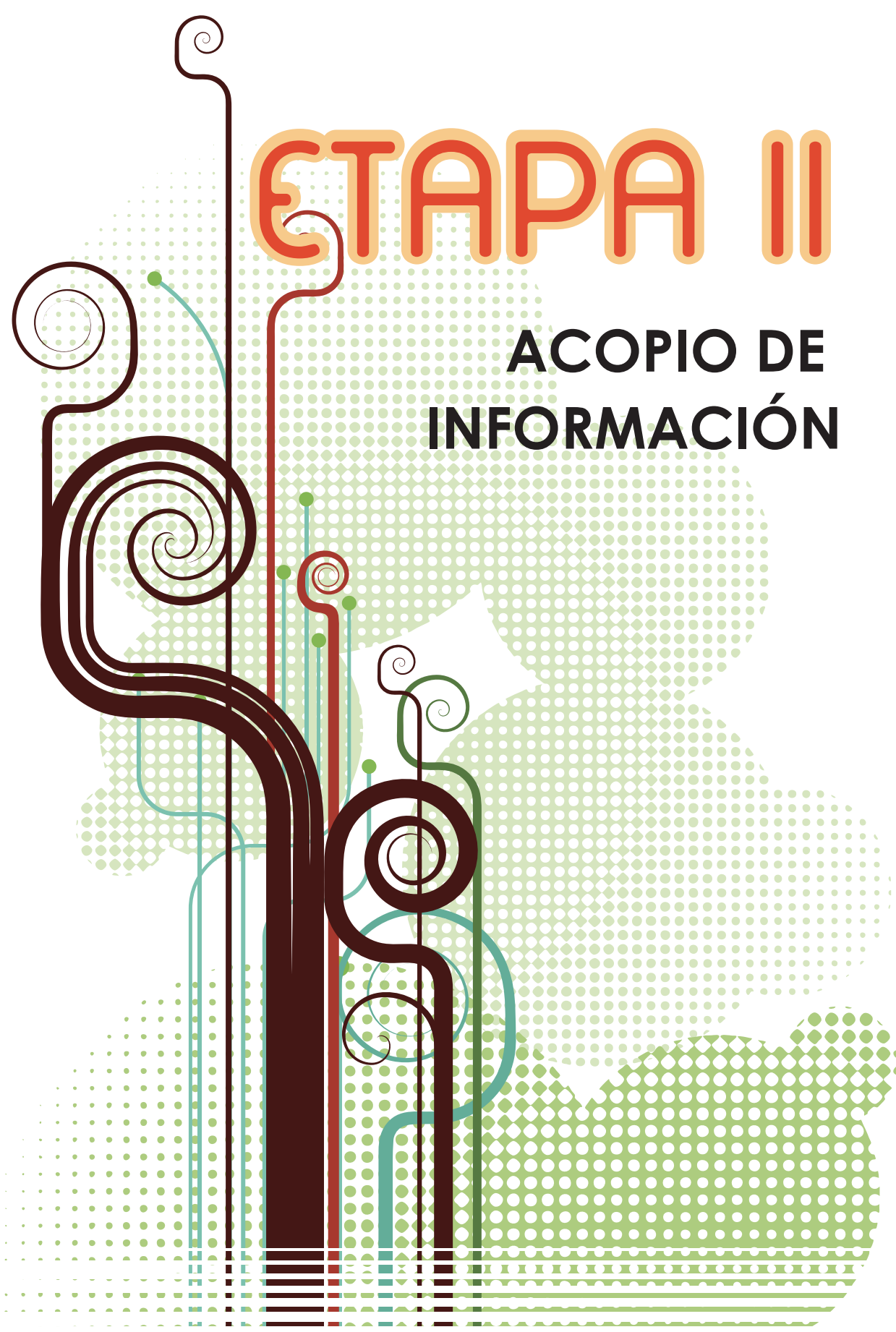
**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s
t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , / _ : ; # \$ % ()
? = ! @**

Tipografía:

SISTEMA DE TRANSPORTACIÓN PÚBLICA

Century Gothic Bold

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s
t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , / _ : ; # \$ % ()
? = ! \ @**

An abstract graphic design featuring a large, stylized letter 'S' in dark brown on the left side. The 'S' is composed of thick, rounded lines. To its right, there are several vertical lines in dark brown, red, and teal, some of which have small circles at their ends. The background is a light green color with a pattern of small white dots. The overall style is modern and artistic.

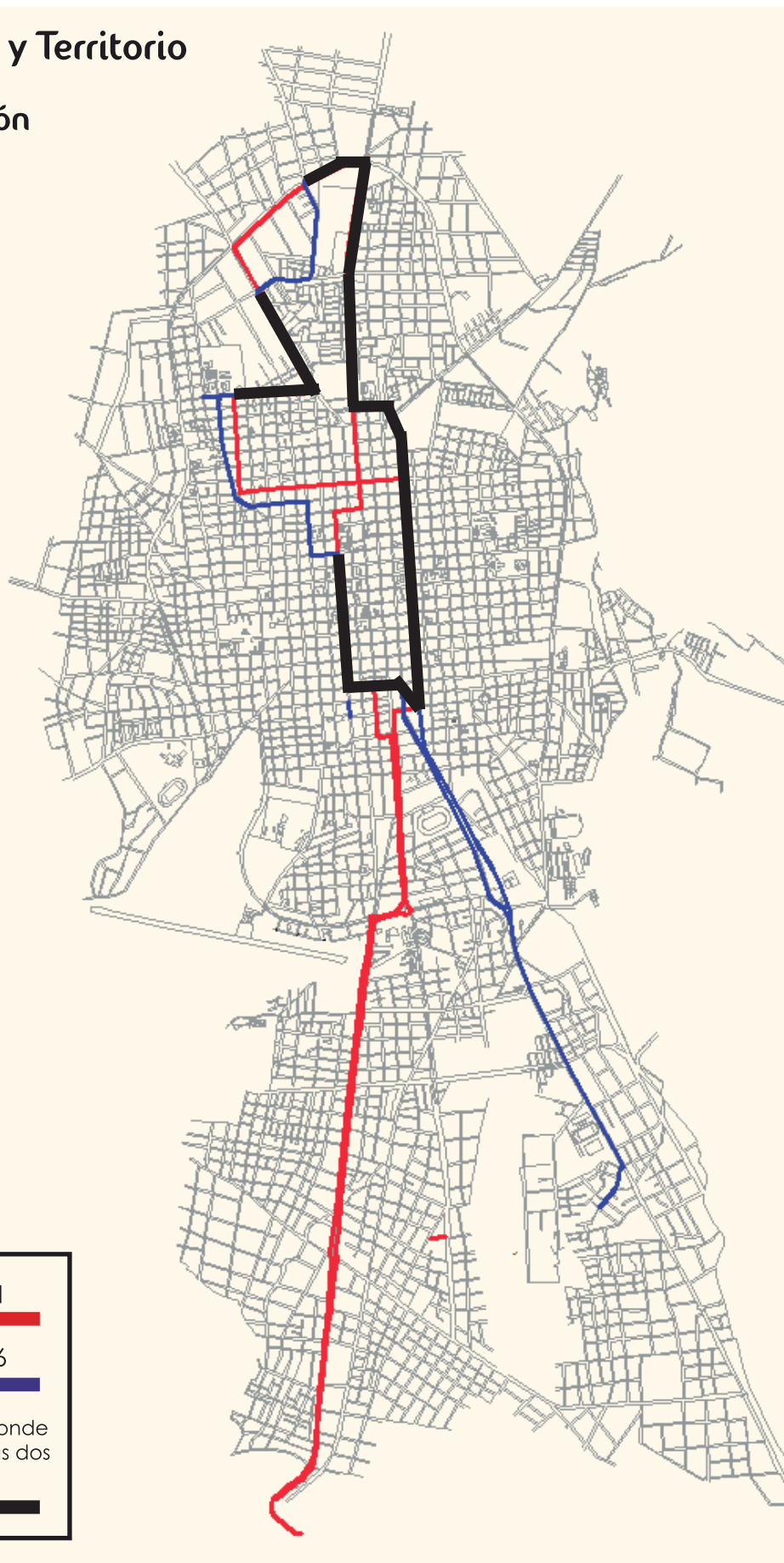
ETAPA II

**ACOPIO DE
INFORMACIÓN**

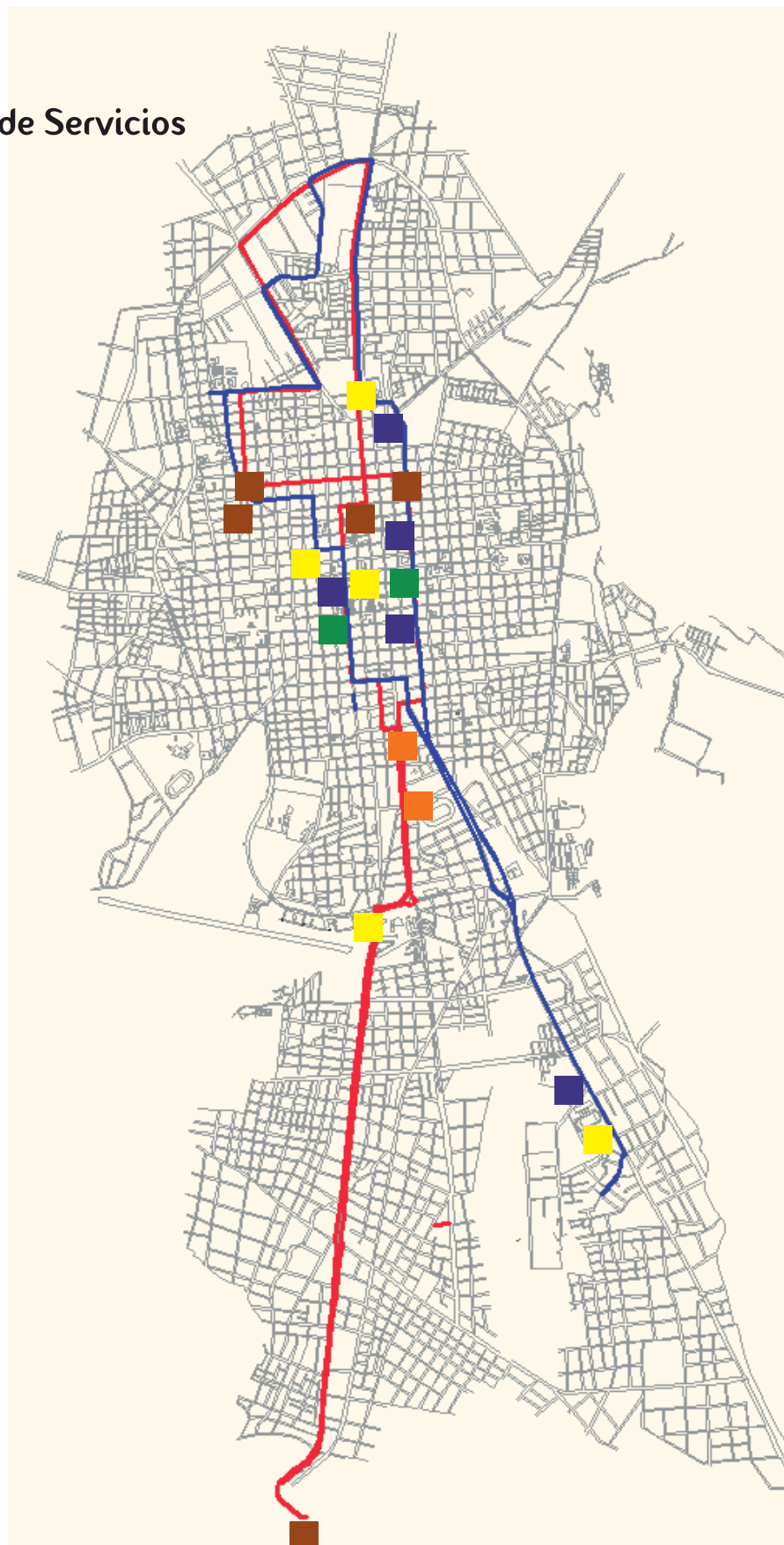
2.1 Plano y Territorio

a) Zonificación

RUTA LÍNEA 1 Y LÍNEA 6

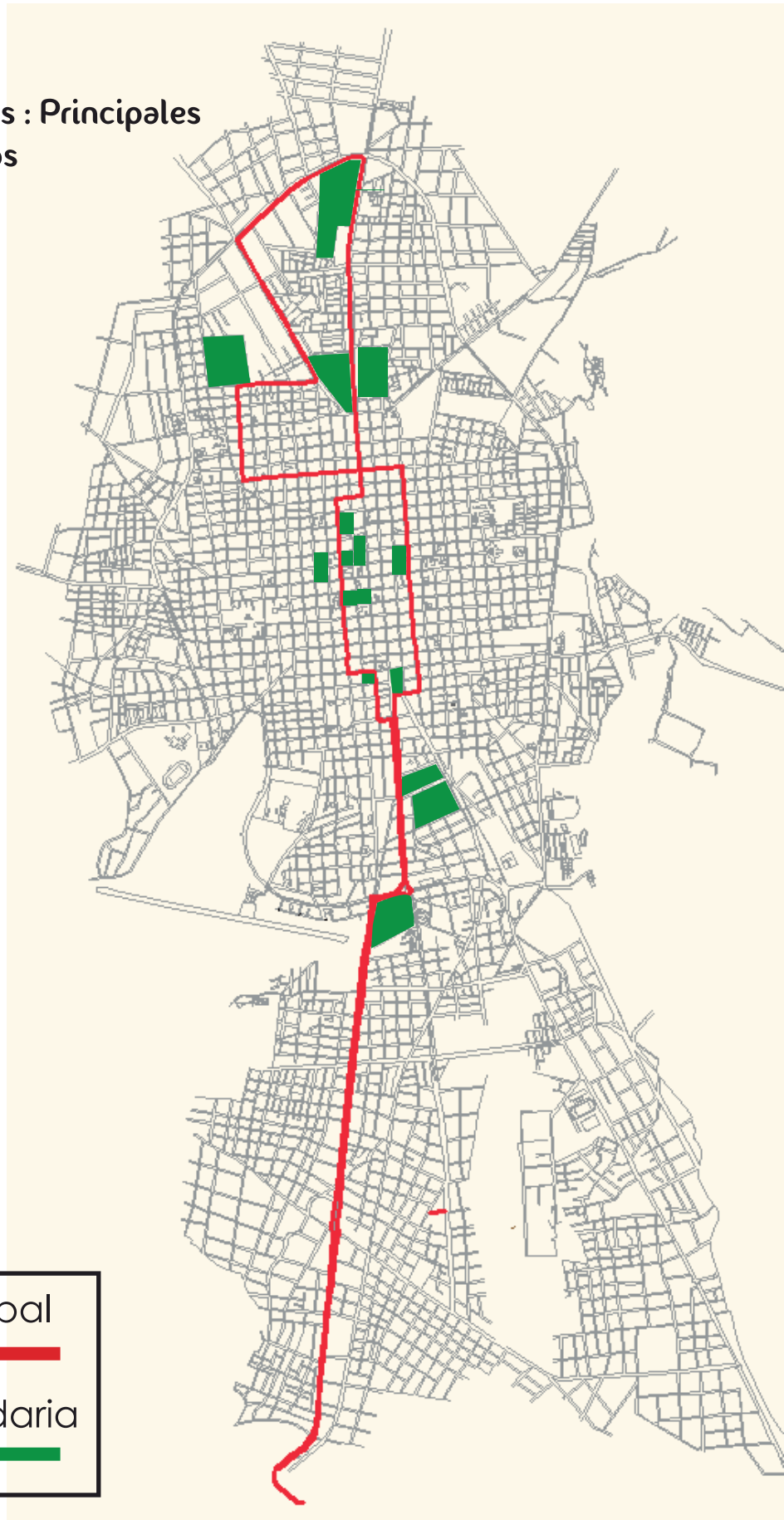
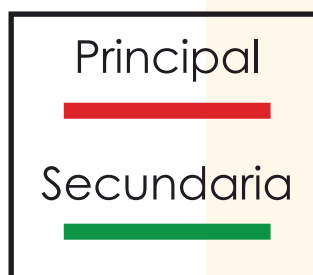


b) Ubicación de Servicios

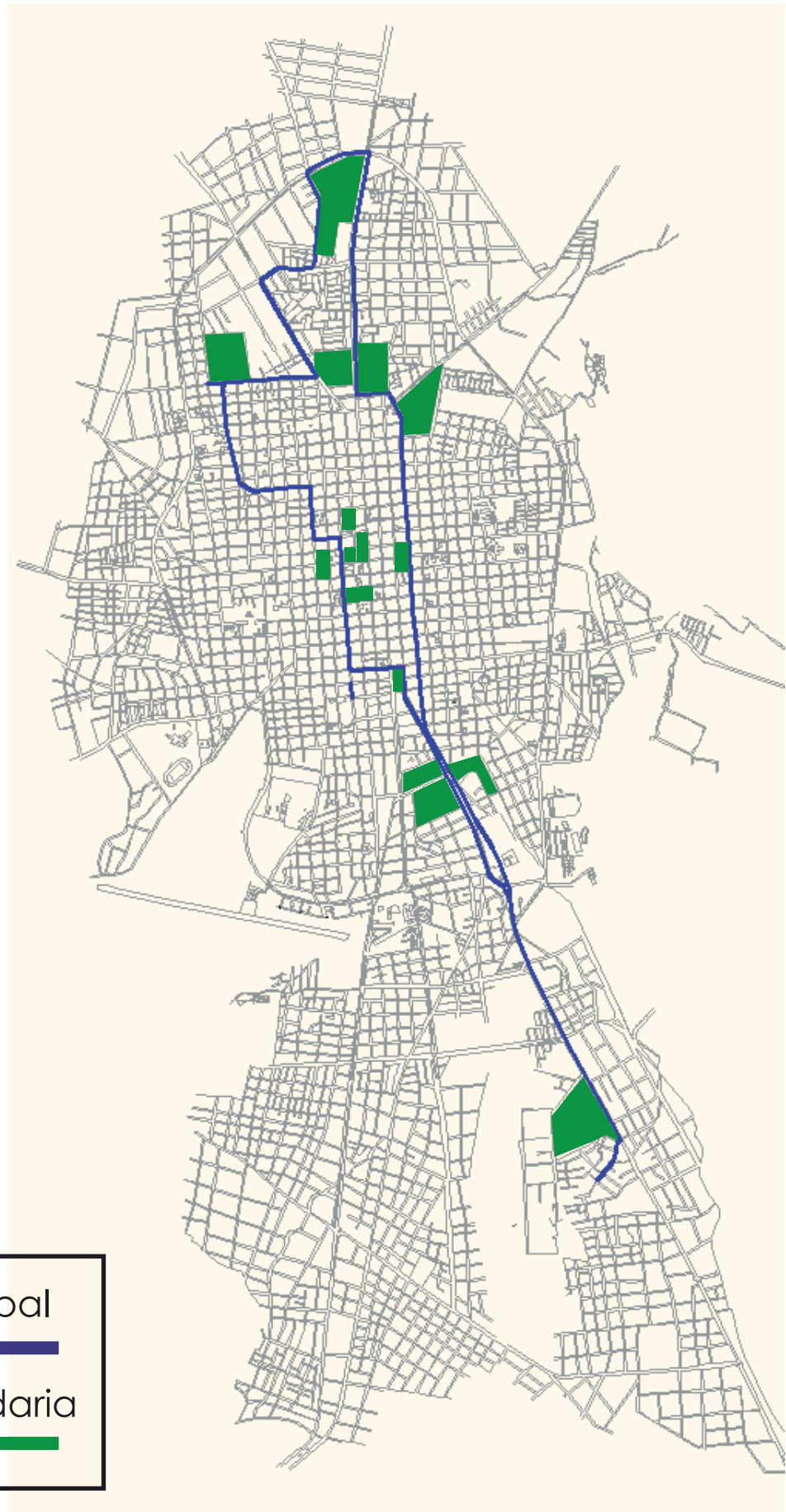
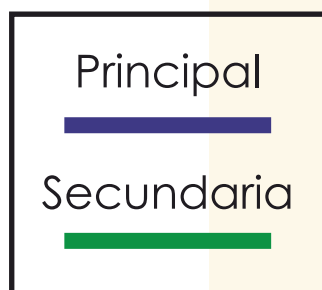


c) Recorridos : Principales
y Secundarios

RUTA LÍNEA 1



RUTA LÍNEA 6



2.2 Condicionantes Arquitectónicos

- * Calles y Avenidas Asfaltadas.
- * Calles y Avenidas céntricas de piedra y adoquín.
- * Veredas de cemento.
- * Las iglesias son de de ladrillo, piedra, adobe, cemento y madera.
- * Techos de casas patrimoniales son de madera, caña, teja y eternit.
- * Casas que se encuentran fuera del Centro Histórico son principalmente de cemento, columnas, teja, madera, y eternit.
- * El parque Guayaquil, Sucre y Maldonado una parte son espacios verdes, baldosa y hormigón. Tienen piletas.
- * Escuelas y colegios: ladrillo, cemento, madera, eternit, teja, espacios verdes y tubo.

2.3 Condicionantes Ambientales

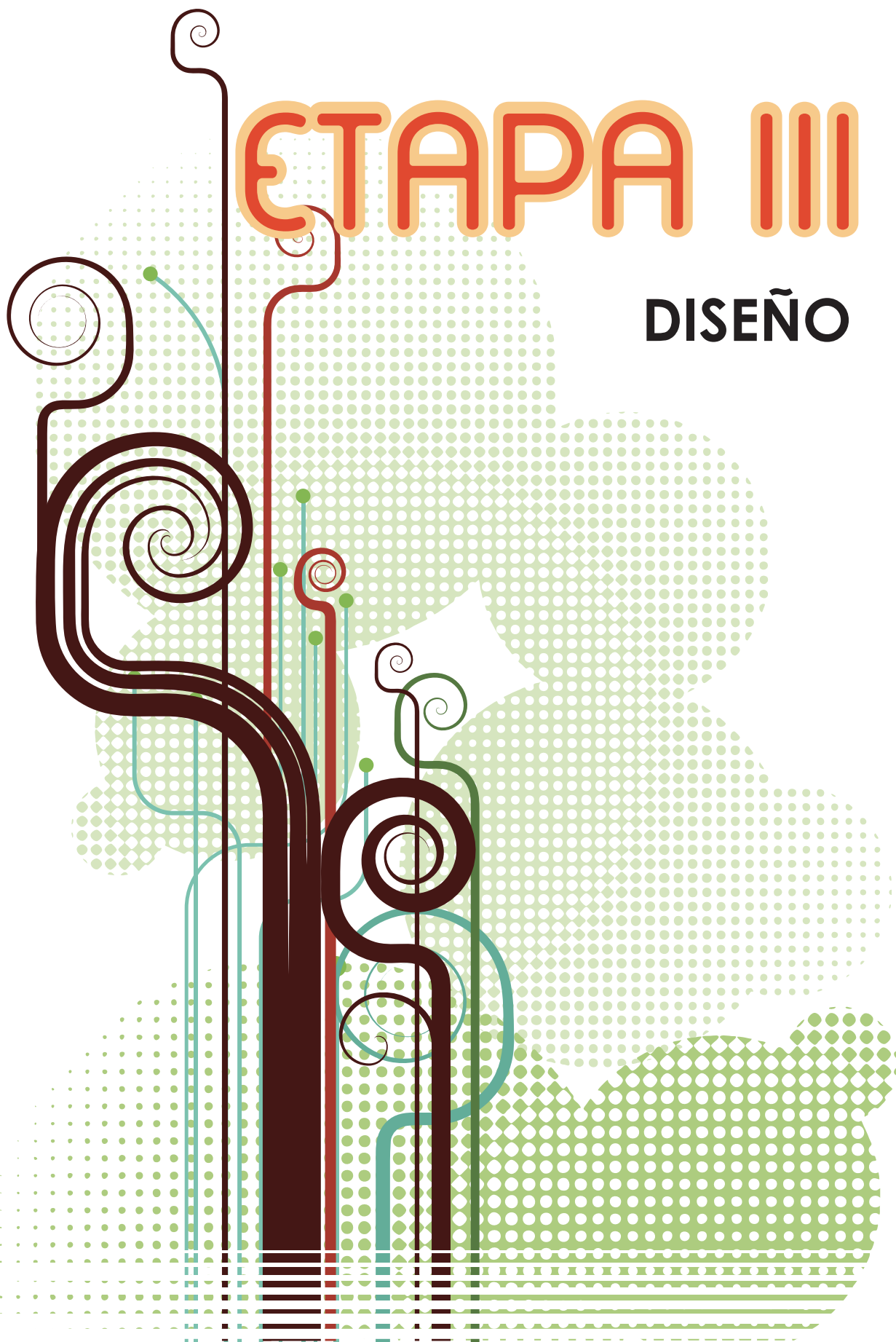
- Los colores dominantes del entorno son: como: marrón, crema o blanco hueso, verde, turquesa, blanco, naranja, amarillo, azules y celestes.
- * Gris oscuro: de las calles y avenidas asfaltadas.
 - * Verde: espacios verdes principalmente de parques, estadio y árboles de avenida principales.
 - * Iglesias tienen colores como: blanco, beige, rojo oscuro y marrón.
 - * Algunas casas antiguas tienen colores
 - * Rojo y naranja: Veredas del centro histórico
 - * Morado pastel: perteniente a las marquesinas existente en paradas de bus.
 - * Azul: letrero que identificada a cada parada de bus.

2.4 Condicionantes Climáticas

- * El clima en Riobamba es por lo general frío y consta de dos estaciones, húmedo y seco. Chambo, rodeada de varios volcanes, como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo.
- * Se encuentra en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, a 2.750 msnm, en el centro de la hoya de
- * Rodeada de montañas verdes con vegetación y páramos.

ETAPA III

DISEÑO



Reglamento Técnico de Señalización

Señales Turísticas y de Servicios

Propósito.

Son aquellas que sirven para dirigir al conductor o transeúnte a lo largo de su itinerario, proporcionándole información sobre direcciones, sitios de interés y destino turístico, servicios y distancias.

tados, etc.

Pictogramas (P).

Son signos que representan esquemáticamente un símbolo, objeto real, figura o servicio.

Clasificación.

Se clasifican en Orientativas, Informativas de Destinos, Informativas de Servicios, Señales de Aproximación a Destinos Turísticos, Ejecutivas de Destinos Turísticos, Señales Identificativas y Pictogramas.

Pictogramas de actividades turísticas.

Representan acciones de interés turístico y/o recreativas.

Pictogramas de apoyo a los servicios turísticos.

Son símbolos de apoyo a los atractivos turísticos que permiten orientar al visitante al momento de acceder al uso de los servicios turísticos.

Orientadora (O).

Sitúan a los individuos en su entorno, por ejemplo: tótems, mapas de ubicación.

Advertencia a destinos, decisión de destinos (AD - ED).

Son señales específicas de circulación. Pueden ser rectangulares o flechas, se las llama también "Señalización para el turista".

Informativas (I).

Están en cualquier lugar del entorno y su función es de transmitir información sobre destinos y servicios turísticos; además agrupa toda aquella información que orienta el acceso a los servicios públicos de salud: hospitales, Cruz Roja, etc. de comunicación: teléfono, oficinas de correo, fax, internet, etc; varios: hoteles, restaurantes, iglesias, vulcanizadoras, auxilio mecánico, estaciones de servicios, ayuda a discapaci-

Contenidos de los mensajes.

Son variables y dependerán de las condiciones particulares de cada vía, del atractivo o destino y del lugar a ubicarse.

Creación de nuevos pictogramas.

En caso de que alguna región del país necesitara algún pictograma específico de la zona, ya sea de señales turísticas o de servicios, deberá solicitar al Ministerio de Turismo su conceptualización y desarrollo. El MINTUR deberá poner a consideración del INEN para su respectiva aprobación.

NORMATIVA TÉCNICA DE APLICACIÓN

Para que un pictograma sea legible, se lo debe dar a conocer y se lo debe emplear consciente y universalmente. Para eso es necesario tener en cuenta algunas recomendaciones:

1. El Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1, 3 y 4. Establece los parámetros y normativas que se aplicarán, y que se encuentran vigentes en el territorio nacional.

2. Se debe prever la instalación de señalización encaminada a brindar facilidades a las personas con discapacidad en el país. Y cumplir con el RTE INEN 042 Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico.

MATERIALES.-

El material retroreflectivo de las señales deben cumplir, como mínimo, el Tipo IV de la Norma ASTM 4956 D; dependiendo de las condiciones climáticas predominantes, la intensidad de la retroreflectividad debe ser incrementada.

Para ampliar esta información debe consultar el reglamento RTE INEN 004 Señalización Vial. Parte 3 Señales de vías requisitos y la norma NTE INEN 439 Colores, Señales y Símbolos de seguridad.

Es recomendable que el material retroreflectivo de las señales sea de Tipo IV para espacios urbanos donde exista presencia de luminosidad artificial, y Tipo XI en carreteras o ejes viales.

*Extracto del Manual de Señalización del
Ministerio de Turismo
Junio 2014*

Reglamento Técnico de Señalización

Señales Turísticas y de Servicios

Pictogramas (P).

Son signos que representan esquemáticamente un símbolo, objeto real, figura o servicio.

Forma.

Las señales turísticas serán rectangulares o cuadradas dependiendo del tipo de señal establecida en su clasificación.

Los pictogramas pueden convertirse en señales preventivas o de aproximación. Para este caso existirá una variación de tamaño de 200 mm en la parte inferior, espacio en el cual se colocará la distancia hasta el sitio de interés turístico. Esta distancia puede estar indicada en kilómetros o metros.

De igual manera la mayoría de señales turísticas y de servicios pueden convertirse en señales restrictivas temporal o definitivamente de acuerdo a la necesidad o circunstancia.

Ubicación.

Estos elementos se colocarán a lo largo de la vía, en lugares que garanticen buena visibilidad y no confundan al visitante o turista. Un avance de indica-

ción de un atractivo, servicio o destino turístico debe normalmente darse, colocando una señal de aproximación o ejecutiva de destino sobre el lado derecho de la vía, no menos de 300 m antes del mismo, indicando la proximidad al sitio de interés turístico. Se deberá proveer de una segunda señal confirmativa al ingreso o junto al atractivo o servicio turístico.

Contenidos de los mensajes. Son variables y éstos dependerán de las condiciones particulares de cada vía, del atractivo o destino y del lugar a ubicarse.

NORMATIVA TÉCNICA DE APLICACIÓN

Para que un pictograma sea legible, se lo debe dar a conocer y se lo debe emplear consciente y universalmente. Para eso es necesario tener en cuenta algunas recomendaciones.

1. El Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1,3 y 4. Establece los parámetros y normativas que se aplicarán y que se encuentran vigentes en el territorio nacional.

2. Se debe prever la instalación de señalización encaminada a brindar facilidades a las personas con discapacidad en el país. Y cumplir con el RTE INEN 042 Accesibilidad de las personas con discapacidad movilidad reducida al medio físico.

MATERIALES.-

El material retroreflectivo de las señales deben cumplir como mínimo el Tipo III, de la Norma ASTM 4956; dependiendo de las condiciones climáticas predominantes, la intensidad de la retroreflectividad deben ser incrementada.

El uso de la retícula (plantilla) de ubicación garantiza un buen balance y equilibrio al pictograma dentro de la ventana; nos valemos de la ventana **Cook-Shanosky construida en 8 x 8 módulos, y reservamos la distancia de un módulo alrededor de la retícula como área de seguridad.** Sin embargo, esta área de seguridad puede ser intervenida por elementos del pictograma que requieran expresar la prolongación del ideograma, como el caso del agua del mar, lagos, ríos, etc., en cuyo caso se extenderá hasta los límites. La orla no deberá ser invadida.

Para ampliar información consultar el reglamento RTE INEN 004 Señalización Vial. Parte 3 Señales de vías requisitos y la norma NTE INEN 439 Colores, Señales y símbolos de seguridad.

Pictograma con poste

Consideraciones gráficas

Dimensión.

Depende del ancho de la vía, 600 x 600 mm para vías de hasta dos carriles y 750 x 750 mm para vías de más de dos carriles. Colores de fondo son azul o café. Los pictogramas viales son una representación gráfica de un atractivo, servicio, actividad turística o restricción.

Se los coloca en la vía cerca o en el sitio donde se encuentra el atractivo, servicio, actividad o restricción.

- Los pictogramas se los aplica individualmente sobre un solo poste. Es decir, no se puede colocar varios pictogramas sobre un solo poste.
- Los pictogramas se los puede complementar la información con claquetas,

su aplicación es recomendada sobre todo para indicar aproximación o nombre del atractivo, servicio, o sitio donde se realiza la actividad.

- Las figuras, los colores y la forma de la pantalla de los pictogramas no se las puede alterar, ya que son normadas por el Comité Técnico de Señalización Vial del INEN.

- La pantalla de los pictogramas y la distancia de la orla con el borde tienen una distancia predeterminada que varía proporcionalmente según el tamaño del pictograma, de acuerdo a la siguiente tabla y gráfico:

Consideraciones gráficas de la señal complementaria del pictograma

Dimensión.

200 mm Colores de fondo son azul o café. Y se la usa para complementar la información de los pictogramas, en las siguientes aplicaciones:

- Se debe colocar una sola claqueta por pictograma.

- El color de fondo y letras de la claqueta es el mismo que el del pictograma que complementa la información.

- La claqueta no tiene orla pero los textos deben ser centrados y guardar una adecuada distancia con los bordes.

Combinación de flechas con el nombre del atractivo o servicio. Se usa para guiar hacia un atractivo o servicio.

- Combinación de flechas y distancias. Se usa para informar y guiar hacia un atractivo o servicio.

*Extracto del Manual de Señalización del Ministerio de Turismo
Junio 2014*

Nomeclatura Cromática

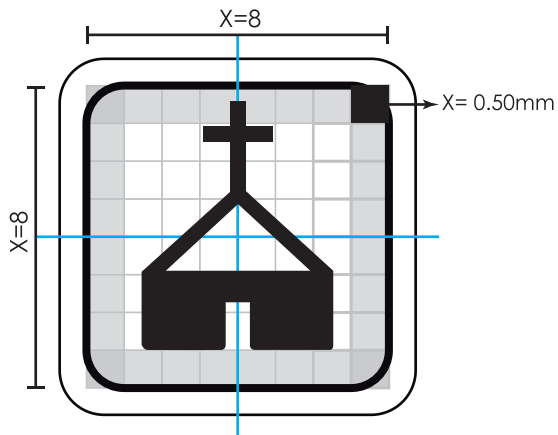
La cromática que se propone a continuación es para diferenciar los siguientes lugares y a la vez ésta se usará para el fondo de cada icono.

IDENTIFICACIÓN	TEMA	CÓDIGO
	Direccional	D
	Servicios Públicos	S
	Espacios de Recreación	R
	Atractivos Turísticos	T
	Centros Educativos	E
	Puntos Específicos	P

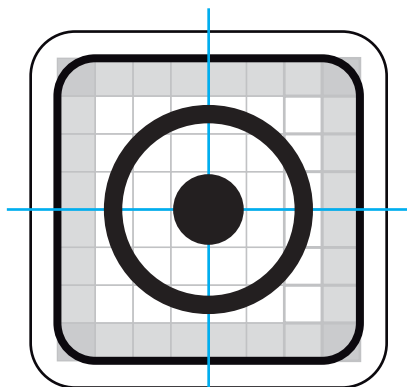
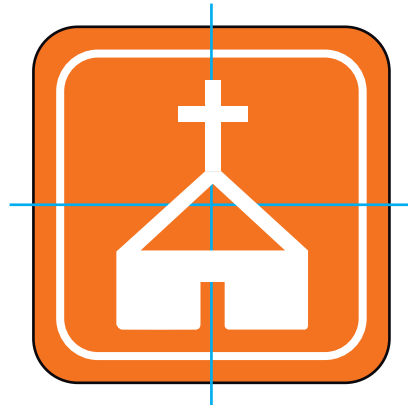
3.1 Diseño de Iconos o Pictogramas

La retícula usada para los pictogramas es: Cook-Shanosky construida en 8 x 8 módulos, y reservamos la distancia de un módulo alrededor de la retícula como área de seguridad.

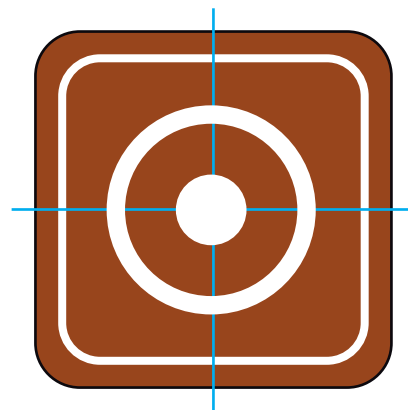
Pictogramas de Atractivos



Iglesia

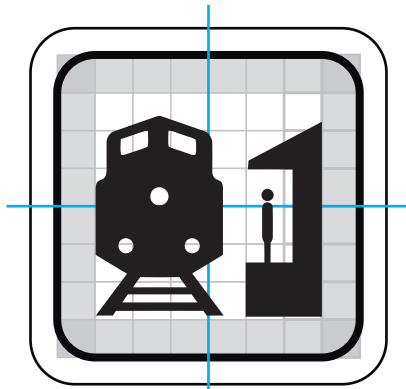


Centro
Histórico

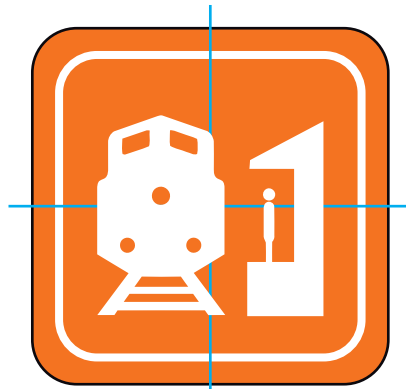


Museo

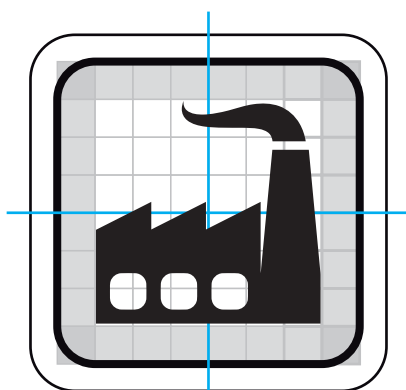




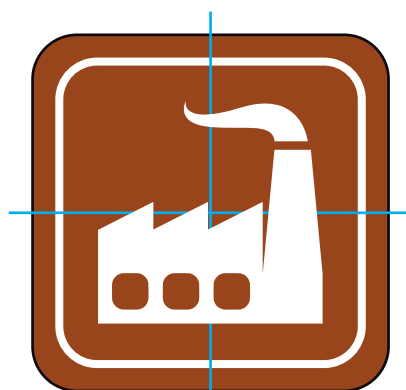
Estación del
Tren



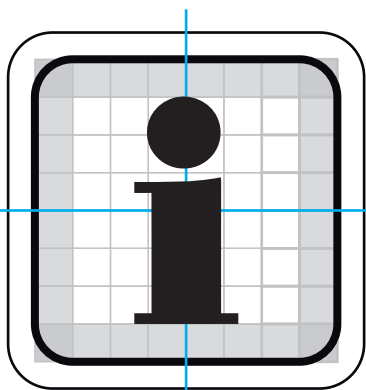
Parque



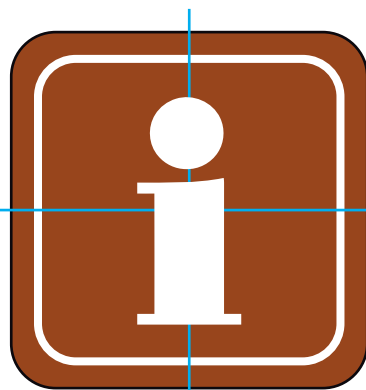
Industrias



Pictogramas de Servicios



Información

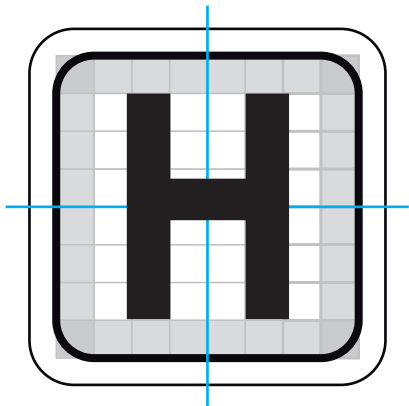


Terminal de Transporte
Terrestre

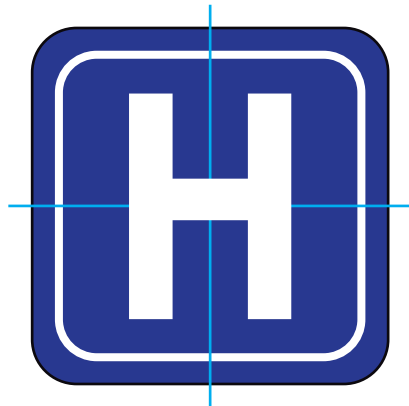


Correo

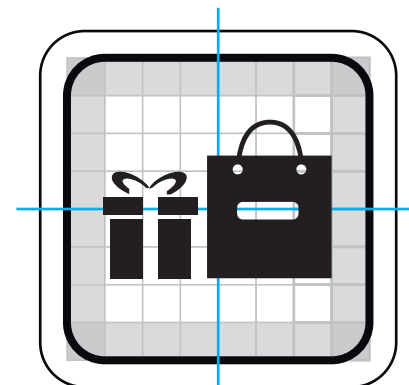




Hospital

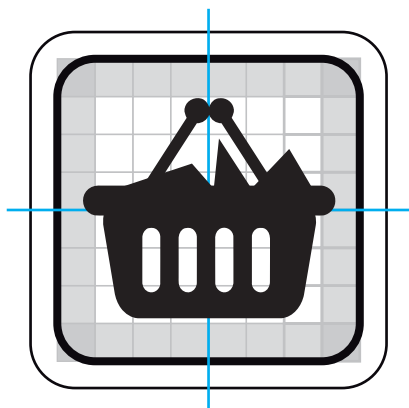


Institución
Financiera

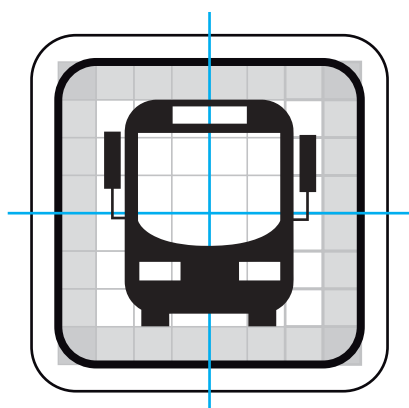


Centro
Comercial

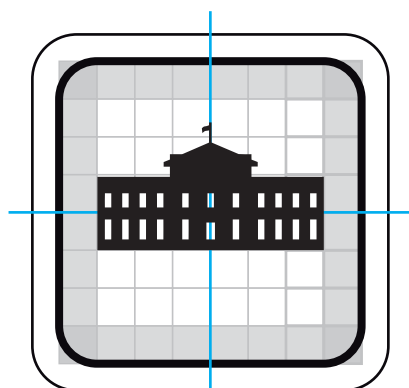
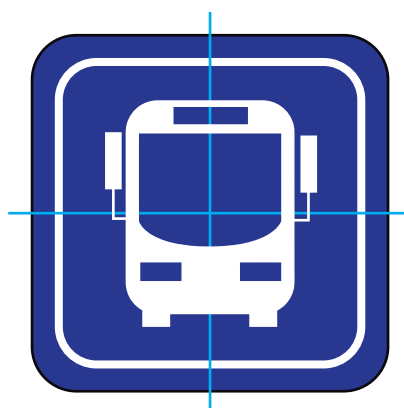




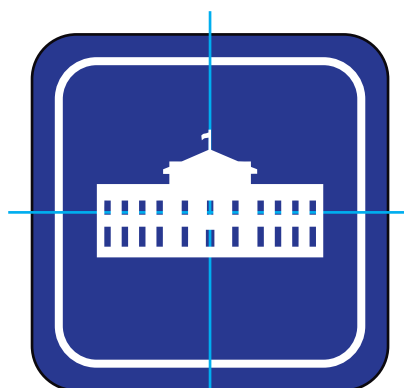
Mercado



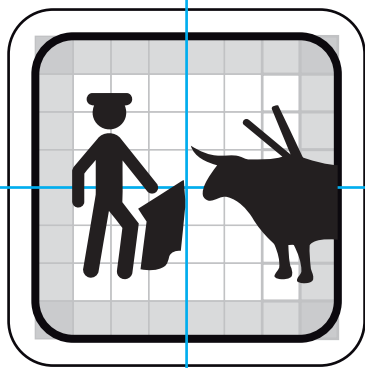
Parada deBus



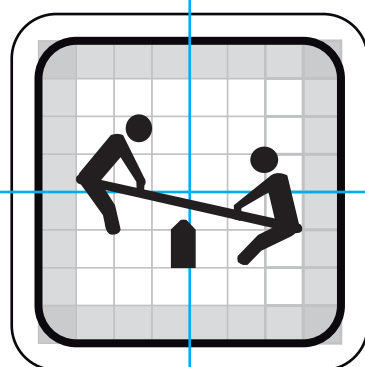
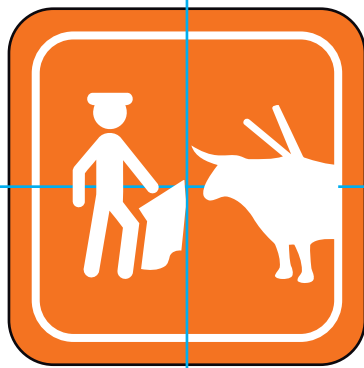
GAD Municipal
de Riobamba



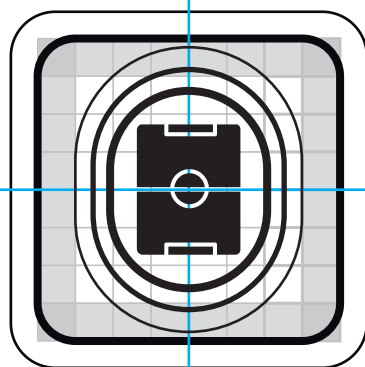
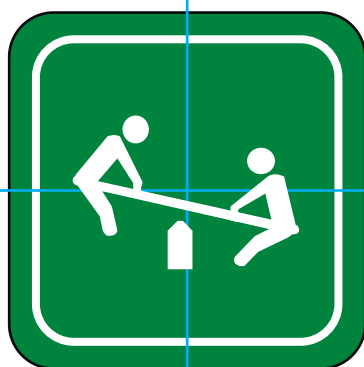
Pictogramas de entretenimiento



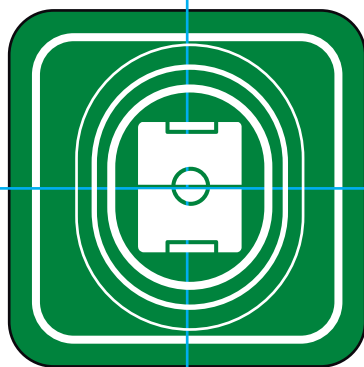
Plaza de
Toros



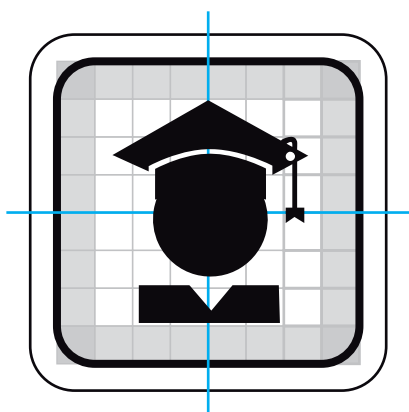
Juegos
Infantiles



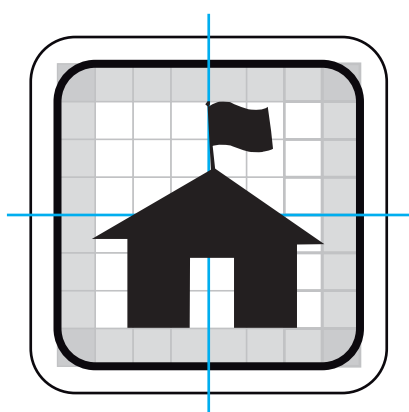
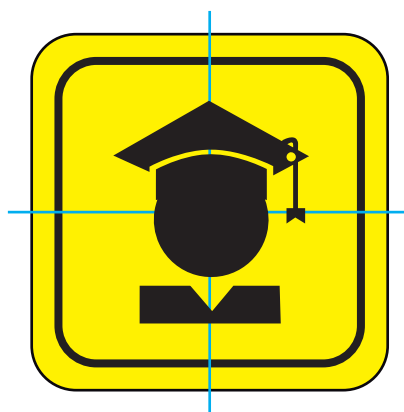
Estadio Olímpico



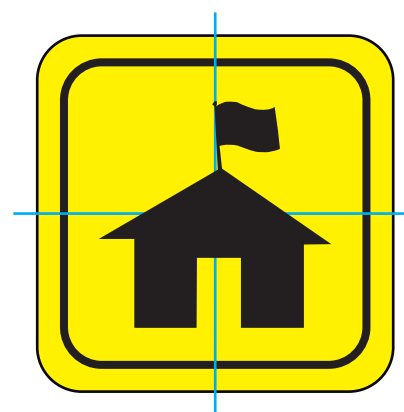
Pictogramas de educación



Educación
Superior



Unidad
Educativa



3.2 Diseño de Soportes y Acotaciones

Materiales utilizados

Especificaciones técnicas

Sustrato:

- El elemento sobre el que se adherirá el material retro-reflectivo está constituido por láminas de aluminio liso anodizado. Los pictogramas pueden ser implementados en tres tamaños estandarizados.

Plintos:

- Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos in situ los que servirán, además de soportar la estructura de la señal, para nivelar la señal.
- Tendrán las siguientes dimensiones: largo = 300 mm; ancho = 300 mm; y profundidad = 500 mm. Estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo, el contratista deberá presentar una propuesta en caso de existir complicaciones en la instalación.
- Para verificar la resistencia del hormigón empleado, se deberán realizar los ensayos de resistencia que serán realizados y aprobados por el equipo de fiscalización.
- Estos elementos deberán estar totalmente anclados en el suelo donde se colocará la señal.

Postes o parantes:

- Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm x 50,8 mm (2" x 2") y 2 mm de espesor.
- Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2,20 m. en pictogramas sin placa complementaria y 2,00 m en pictogramas con placa.
- La distancia entre la placa principal y la placa complementaria deberá ser de 30 mm.
- Para soporte del pictograma al suelo debe soldarse una rejilla de acero a la parte inferior del tubo galvanizado para la fundición en el plinto de hormigón.
- La parte superior del parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado.

Extracto Norma INEN 2415. 5.1.6 Soldadura 5.1.6.1 «El cordón de soldadura deber ser homogéneo y no presentar discontinuidades y puede elaborarse mediante procesos automáticos o semiautomáticos (SER, SAMG, SATG y

SAS). 5.1.6.2 La profundidad del cordón de soldadura no debe ser menor al espesor del material».

Pantallas:

- Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 1" x 1.5 mm de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. Será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia y laca automotriz, al menos 2 manos.
- La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x ½". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.

Fondo:

- Para los pictogramas con poste y placa complementaria, el fondo será una composición de material retro-reflectivo prismático que cumplirá los niveles de retro-reflectividad tipo IV en espacios urbanos y tipo XI en carreteras o ejes viales con norma ASTM 4956 D.

Vinil translucido para corte que cumplirán los niveles de reflectancia mencionadas anteriormente.

- El pictograma deberá estar protegido por un laminado transparente (lámina líquida o adhesiva) que asegure su estabilidad en presencia de rayos UV. La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal, así como por el proveedor de los materiales, deberá cubrir al menos 8 años. (Proceso de producción si hay que producir un número pequeño del mismo pictograma).
- La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal, así como por el proveedor de los materiales, deberá cubrir al menos 8 años.

Composición gráfica:

- Láminas de electro corte para textos, logotipos, símbolos de servicios y escudos viales.

IMPORTANTE : La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal así como por el proveedor de los materiales deberá cubrir al menos 8 años.

*Extracto del Manual de Señalización del
Ministerio de Turismo
Junio 2014*

ESTRUCTURA

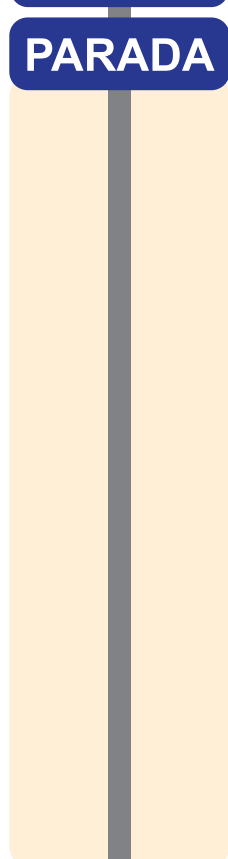


SUSTRATO

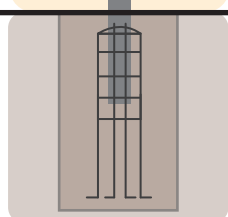


PARADA

SOPORTE



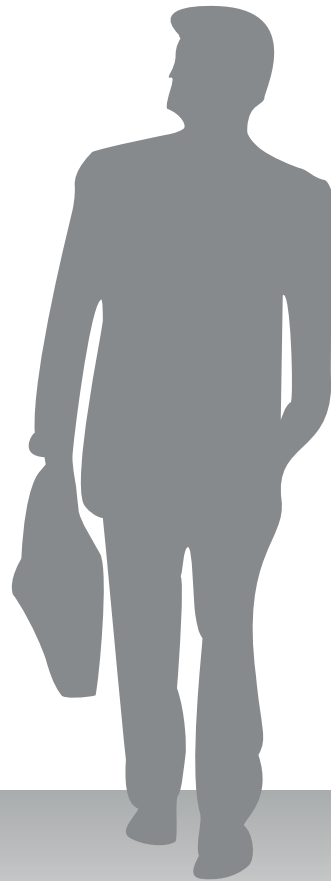
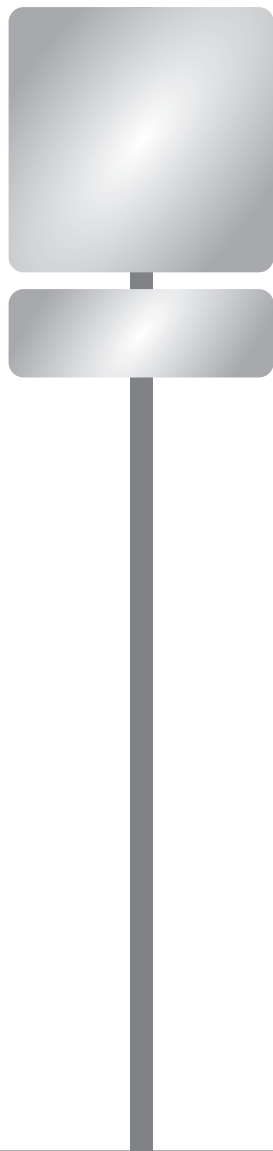
PLINTO



P
A
N
T
A
L
L
A

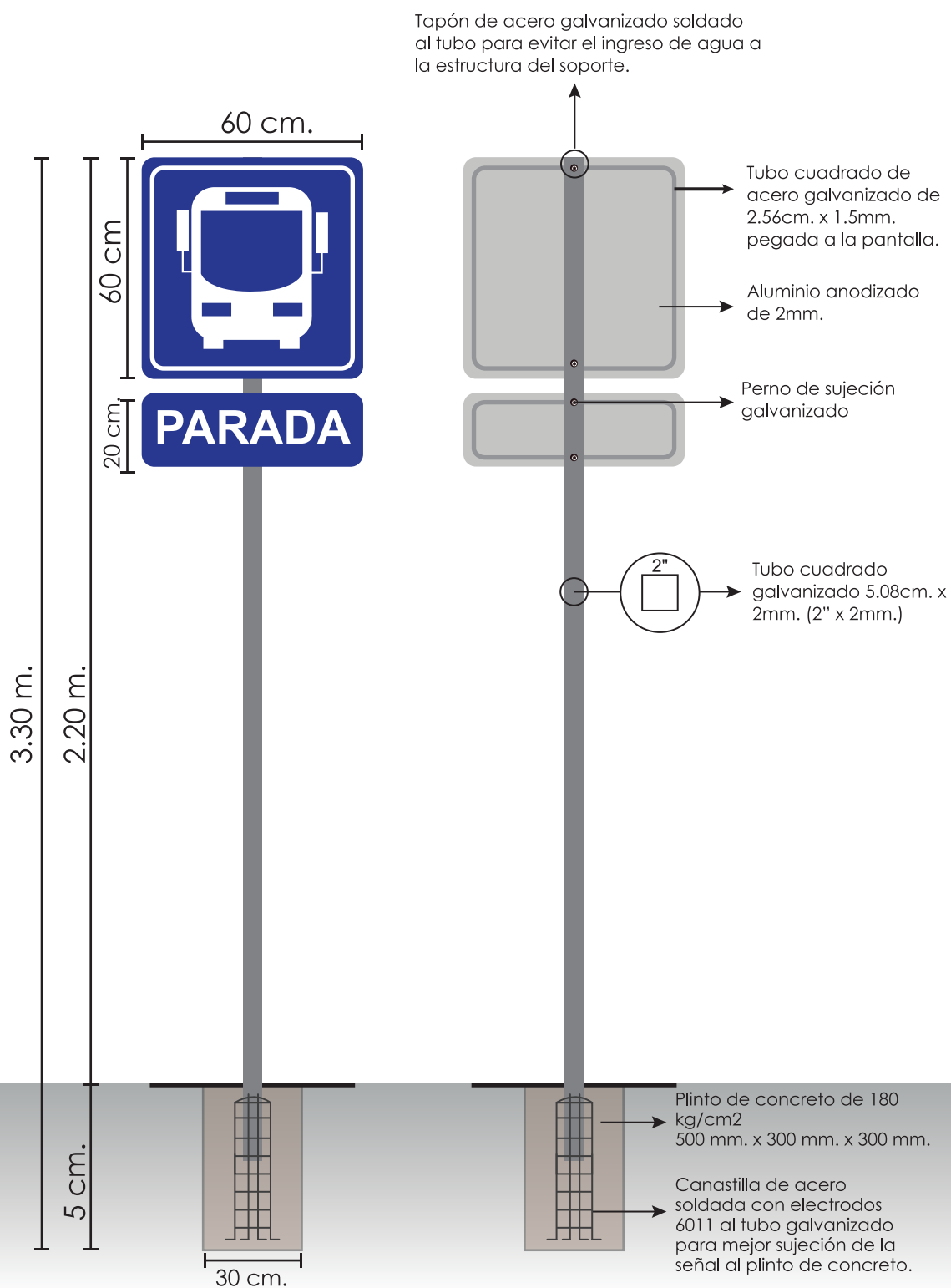
PICTOGRAMA CON POSTE Y PLACA COMPLEMENTARIA

ERGONOMÍA



Dimensión de la pantalla: 60 cm X 60 cm, o de 75 cm X 75 cm

Se puede utilizar una señal complementaria con texto en la parte inferior del pictograma si fuera necesario. La medida de la placa es de 200 mm de alto.



Materiales utilizados

Especificaciones técnicas

Paneles no luminosos (opaco)

Lámina de tol inoxidable de 1 mm de espesor, logos y/o textos en: lámina reflectiva de alta intensidad (AI) y lámina reflectiva blanca para el fondo.

a) Sustrato:

El sustrato del tótem deberá estar constituido por dos láminas de tol triple galvanizado de 1,5 mm de espesor; sujetos a los tubos cuadrados de la estructura mediante tornillos planos. Su presencia no debe ser advertida en el frente de la pantalla. Adicionalmente las pantallas se fijarán mediante un sistema de remaches o tornillos a los dobleces de la estructura exterior o lámina de hierro galvanizado. Su presencia no debe ser advertida en el frente de la pantalla.

b) Fondo:

El fondo será una composición de una lámina adhesiva de vinil impreso full color en alta resolución. Sobre éste se colocará una lámina UV y sobre ésta el acrílico o tol de 5 mm de espesor. Erán sellados herméticamente con silicón para evitar la condensación del ambiente interno entre las láminas.

c) Estructura

La estructura exterior o contorno del tótem (laterales, superior e inferior) deberá ser construida con una lámina de hierro galvanizado que se ajuste a las medidas del tótem (2.5 m x 90 cm), y 0.20 m. de espesor, adicional a ello deberá tener un doble de 20 mm en cada borde la estructura (formando ángulos de 90° que permitirán tener un soporte frontal para la fijación de las pantallas). En el caso de requerirse más de una lámina de acero para formar un solo cuerpo de la estructura, éstas deberán ser soldadas entre sí, totalmente limpias y esmeriladas.

El soporte interno deberá estar construido de la siguiente forma:

La estructura deberá ser construida con tubos cuadrados galvanizados de 2" formando un armazón, que deberá estar fijado a las pantallas de hierro galvanizado con un cordón de suelda continua MIG.

La estructura estará constituida por 4 tubos cuadrados de 2" y 2 mm de espesor dispuestos verticalmente a distancias simétricas, unidos a 5 tubos de 2" y 2 mm de espesor dispuestos horizontal-

mente, soldados con electrodos 6011, formando un panel rectangular. Para la construcción del tótem serán necesarios 2 paneles unidos por 10 segmentos laterales de tubo cuadrado a distancias simétricas, consiguiendo un armazón rígido, al que se unirán las demás estructuras del tótem.

El armazón rígido deberá estar soldado con electrodos 6011 a una base formada por un placa metálica de (1000 mm x 200 mm x 5 mm de espesor), que tendrá 4 pares de perforaciones de 1 pulgada de diámetro las mismas se servirán para sujetar el tótem al plinto de hormigón.

Toda la estructura interior tendrá un tratamiento anticorrosivo y dos manos de pintura automotriz.

La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal, así como por el proveedor de los materiales, deberá cubrir al menos 8 años.

d) Plinto:

Será de hormigón simple $f'c = 210$ kg/cm² con las siguientes medidas: 100 cm x 20 cm x 70 cm. 20 cm serán de

hormigón visto con enlucido paletado fino. La base deberá tener un refuerzo estructural construido con acero de refuerzo $f_y = 4200$ kg/cm², será tejido de manera que forme una "T", siendo incrustado en el centro del dado de hormigón.

En el acero de refuerzo se colocarán 4 pares de espárragos roscados de 200 mm de longitud y 1 pulgada de diámetro soldados en el refuerzo estructural e incrustados 150 mm en la base de concreto.

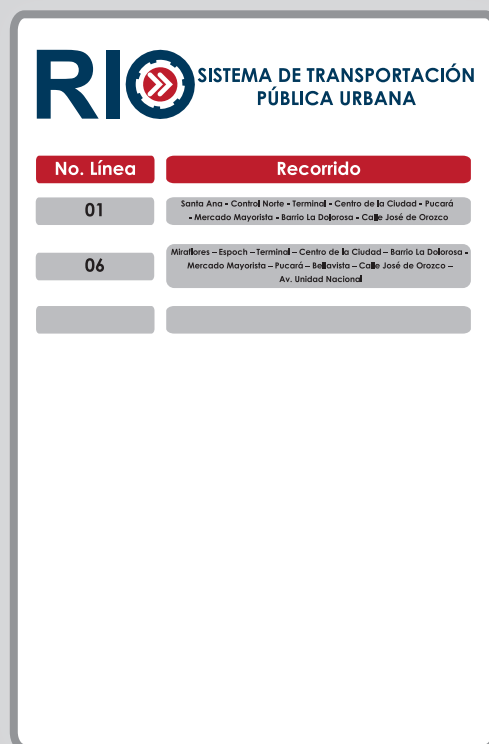
*Extracto del Manual de Señalización del
Ministerio de Turismo
Junio 2014*

TÓTEM NO LUMINOSO

El tamaño de la vereda propuesta a continuación es una referencia para dar la idea de las distancias a las que el tótem va a ser colocado.

ERGONOMÍA

Pared

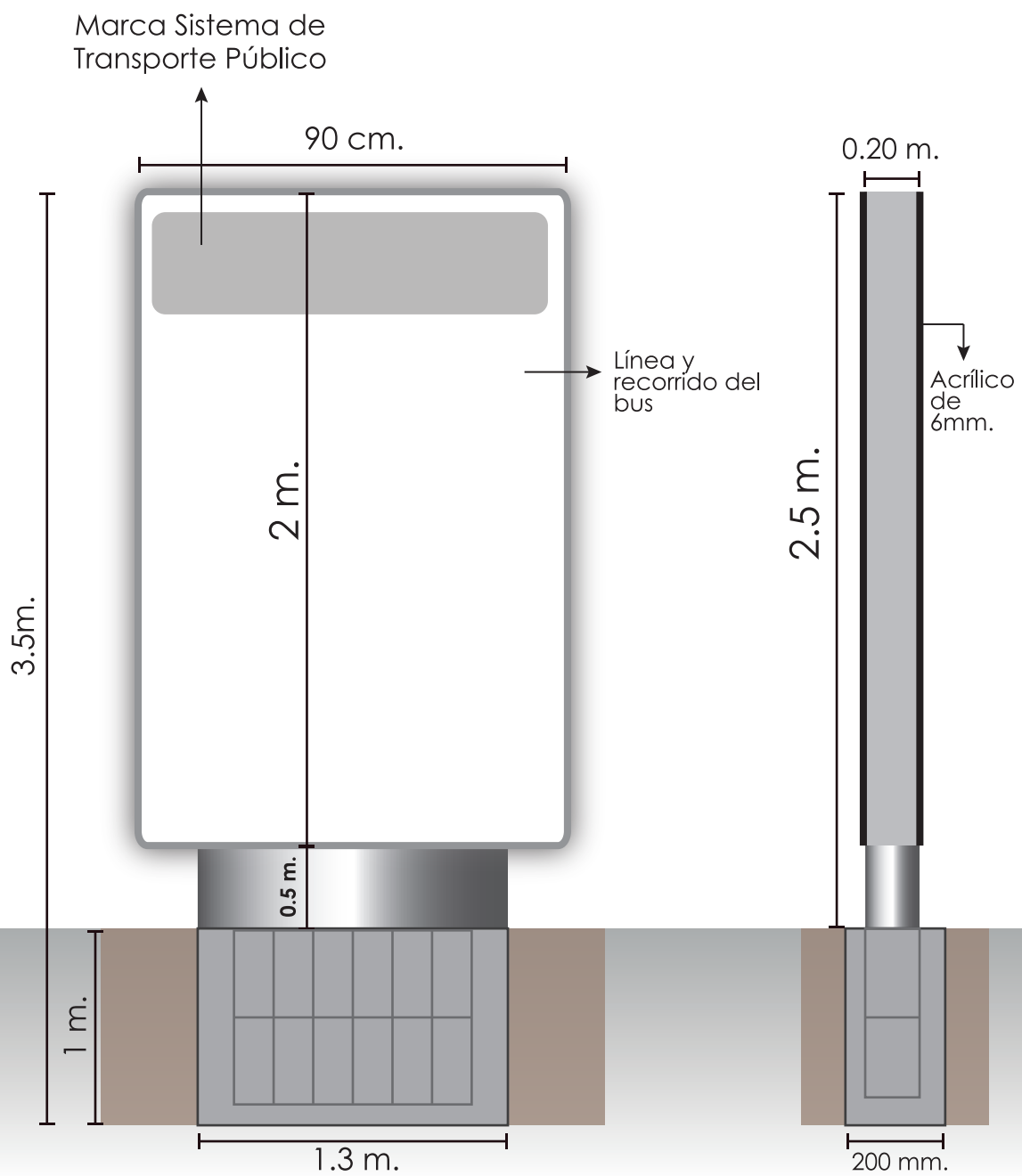


20 cm

1.20 m.

Vereda

espacio de libre tránsito
1 m



Materiales utilizados

Especificaciones técnicas

Tótem Informativo

Lámina de tol inoxidable de 1 mm de espesor, logos y/o textos en: lámina reflectiva de alta intensidad (AI) y lámina reflectiva blanca para el fondo.

a) Sustrato:

El sustrato del tótem deberá estar constituido por dos láminas de tol triple galvanizado de 1,5 mm de espesor; sujetos a los tubos cuadrados de la estructura mediante tornillos planos. Su presencia no debe ser advertida en el frente de la pantalla. Adicionalmente las pantallas se fijarán mediante un sistema de remaches o tornillos a los dobleces de la estructura exterior o lámina de hierro galvanizado. Su presencia no debe ser advertida en el frente de la pantalla.

b) Fondo:

- El fondo será una composición de material retro-reflectivo prismático que cumplirá los niveles de retro-reflectividad tipo XI con norma ASTM 4956 D. Vinil translucido para corte de textos, logotipos, logos, símbolos de servicios; que cumplirán los niveles de reflectancia mencionadas anteriormente.

Sobre éste se colocará una lámina UV y sobre ésta el vidrio templado de 10 mm de espesor serán sellados herméticamente con silicón para evitar la condensación del ambiente interno entre las láminas.

- La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal, así como por el proveedor de los materiales, deberá cubrir al menos 8 años.

c) Estructura

La estructura exterior o contorno del tótem (laterales, superior e inferior) deberá ser construida con una lámina de hierro galvanizado que se ajuste a las medidas del tótem. En el caso de requerirse más de una lámina de acero para formar un solo cuerpo de la estructura, éstas deberán ser soldadas entre sí, totalmente limpias y esmeriladas.

El soporte interno deberá estar costruido de la siguiente forma:

La estructura deberá ser construida con tubos redondos galvanizados de 2" formando un armazón, que deberá estar fijado a las pantallas de hierro galvanizado con un cordón de suelda continua MIG.

La estructura estará constituida por 4 tubos cuadrados de 2" y 2 mm de espesor dispuestos verticalmente a distancias simétricas, unidos a 5 tubos de 2" y 2 mm de espesor dispuestos horizontalmente, soldados con electrodos 6011, formando un panel rectangular. Para la construcción del tótem serán necesarios 2 paneles unidos por 10 segmentos laterales de tubo cuadrado a distancias simétricas, consiguiendo un armazón rígido, al que se unirán las demás estructuras del tótem.

El armazón rígido deberá estar soldado con electrodos 6011 a una base formada por un placa metálica de (1000 mm x 200 mm x 5 mm de espesor), que tendrá 4 pares de perforaciones de 1 pulgada de diámetro las mismas se servirán para sujetar el tótem al plinto de hormigón.

Toda la estructura interior tendrá un tratamiento anticorrosivo y dos manos de pintura automotriz.

La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal, así como por el proveedor de los materiales, deberá cubrir al menos 8 años.

d) Plinto:

Será de hormigón simple $f'c = 210$ kg/cm² con las siguientes medidas: 100 cm x 20 cm x 70 cm. 20 cm serán de hormigón visto con enlucido paletado fino. La base deberá tener un refuerzo estructural construido con acero de refuerzo $f_y = 4200$ kg/cm², será tejido de manera que forme una "T", siendo incrustado en el centro del dado de hormigón.

En el acero de refuerzo se colocarán 4 pares de espárragos roscados de 200 mm de longitud y 1 pulgada de diámetro soldados en el refuerzo estructural e incrustados 150 mm en la base de concreto.

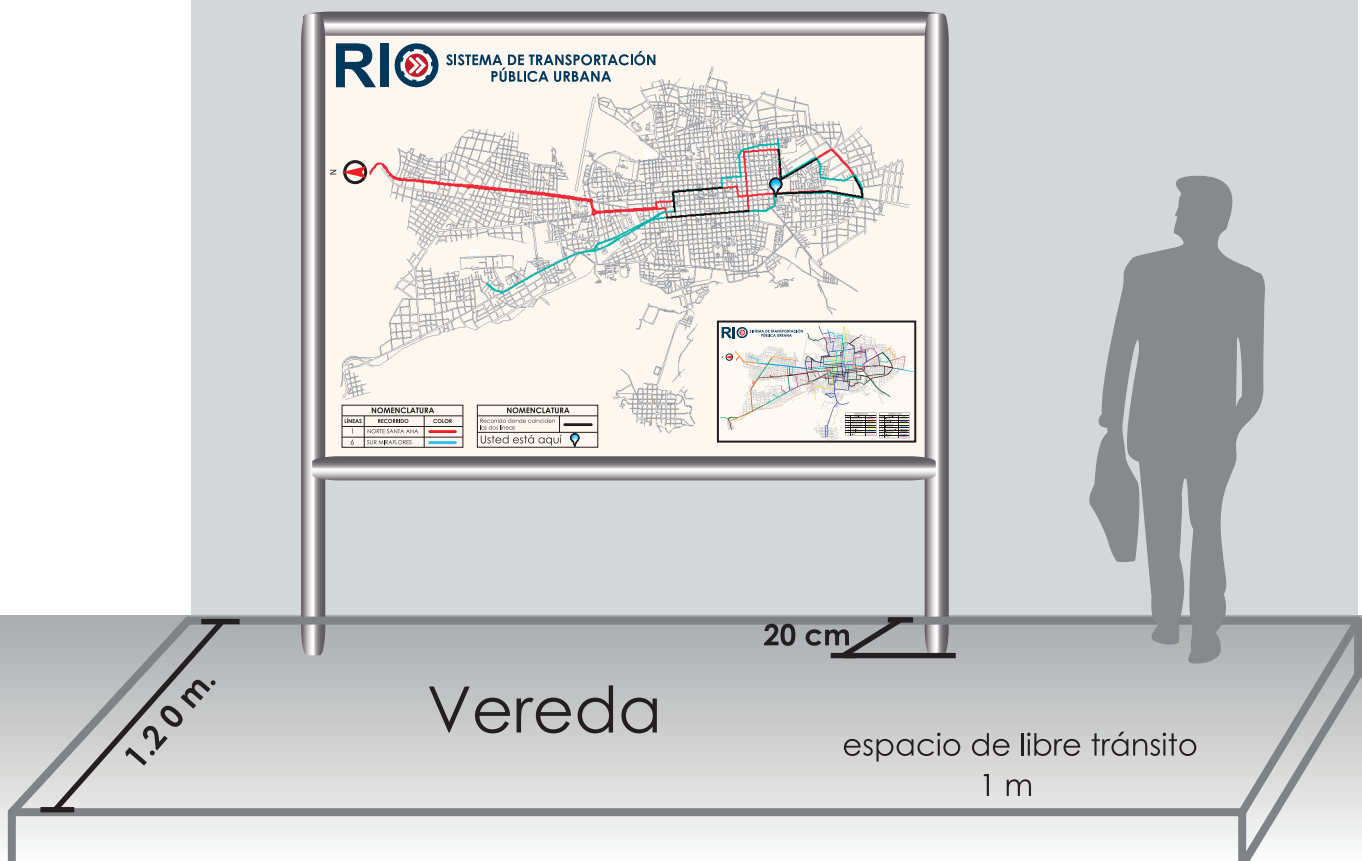
*Extracto del Manual de Señalización del
Ministerio de Turismo
Junio 2014*

TÓTEM INFORMATIVO

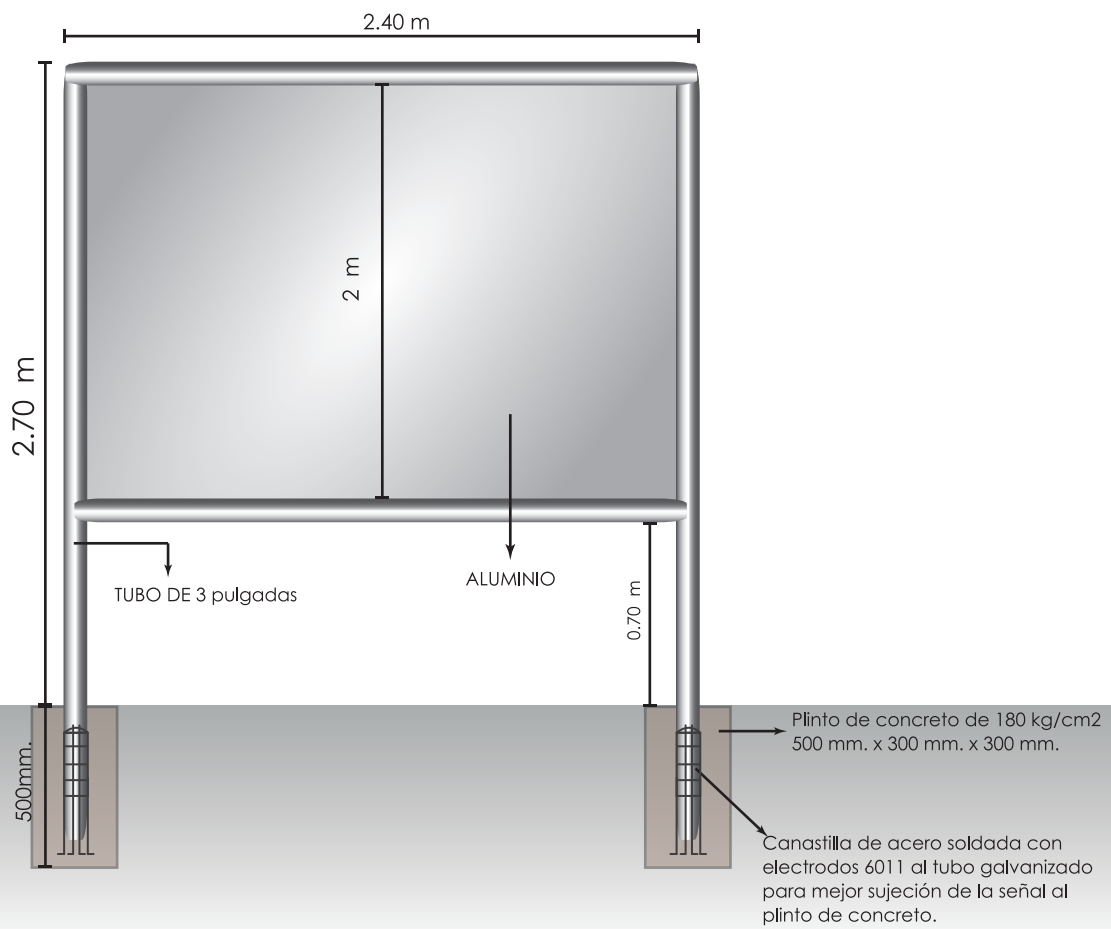
El tamaño de la vereda propuesta a continuación es una referencia para dar la idea de las distancias a las que el tótem va a ser colocado.

ERGONOMÍA

Pared



ACOTACIÓN



Materiales utilizados

Especificaciones técnicas

Tótem

Lámina de tol inoxidable de 1 mm de espesor, logos y/o textos en: lámina reflectiva de alta intensidad (AI) y lámina reflectiva blanca para el fondo.

a) Sustrato:

El sustrato del tótem deberá estar constituido por dos láminas de tol triple galvanizado de 1,5 mm de espesor; sujetado a un tubo redondo de la estructura mediante tornillos planos. Tendrá una pantallas rectangular y una redonda. Su presencia no debe ser advertida en el frente de la pantalla. Adicionalmente las pantallas se fijarán mediante un sistema de remaches o tornillos a los dobleces de la estructura exterior o lámina de hierro galvanizado. Su presencia no debe ser advertida en el frente de la pantalla.

b) Fondo:

El fondo será una composición de una lámina adhesiva de vinil impreso full color en alta resolución. Sobre éste se colocará una lámina UV.

c) Estructura

Las medidas del tótem (1.90 m x 60 cm), y 5 cm. de espesor, adicional a ello

deberá tener un dobles de 10 mm en cada borde la estructura (formando ángulos de 90° que permitirán tener un soporte frontal para la fijación de las pantallas).

El panel rectangular debe estar en forma vertical mide 1 m. x 60 cm y está sujetado con remaches al tubo.

El círculo tiene un diámetro de 60 cm, el cuál estará sujetado con remaches al panel rectangular y al tubo.

El armazón rígido deberá estar soldado con electrodos 6011 a una base formada por un placa metálica de (1000 mm x200 mm x5mm de espesor), que tendrá 4 pares de perforaciones de 1 pulgada de diámetro las mismas se servirán para sujetar el tótem al plinto de hormigón.

Toda la estructura interior tendrá un tratamiento anticorrosivo y dos manos de pintura automotriz.

La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal, así como por el proveedor de los materiales, deberá cubrir al menos 8 años.

d) Plinto:

Será de hormigón simple $f'c = 210$ kg/cm² con las siguientes medidas: 100 cm x 20 cm x 70 cm. 20 cm serán de hormigón visto con enlucido paletado fino. La base deberá tener un refuerzo estructural construido con acero de refuerzo $f_y = 4200$ kg/cm², será tejido de manera que forme una "T", siendo incrustado en el centro del dado de hormigón.

En el acero de refuerzo se colocarán 4 pares de espárragos roscados de 200 mm de longitud y 1 pulgada de diámetro soldados en el refuerzo estructural e incrustados 150mm en la base de concreto.

*Extracto del Manual de Señalización del
Ministerio de Turismo
Junio 2014*

TÓTEM INFORMATIVO

El tamaño de la vereda propuesta a continuación es una referencia para dar la idea de las distancias a las que el tótem va a ser colocado.

ERGONOMÍA

Pared



20 cm

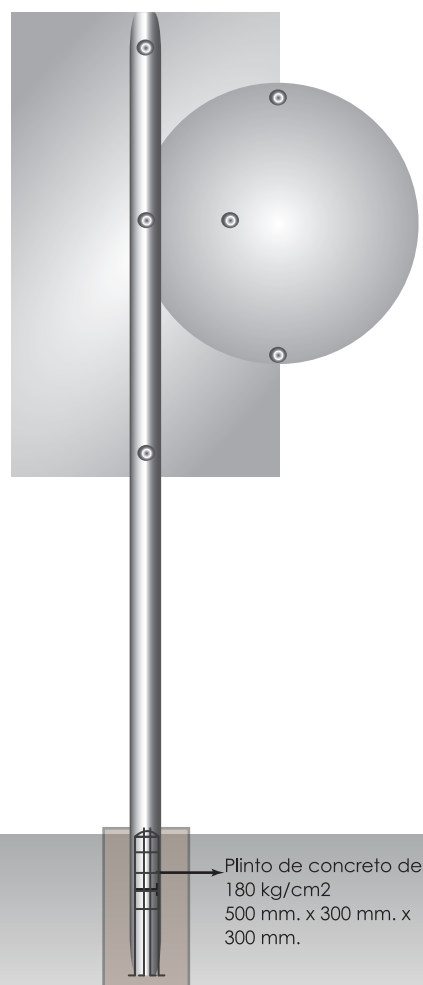
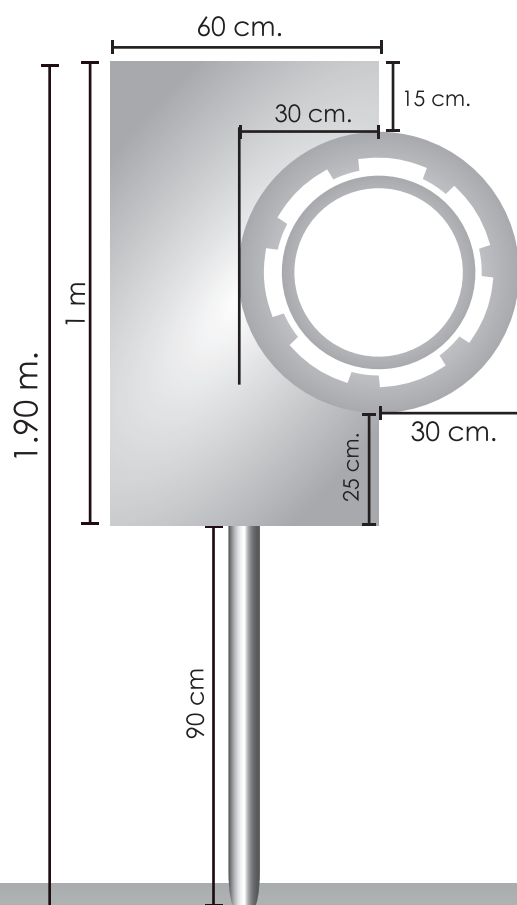
1.20 m.

Vereda

espacio de libre tránsito
1 m

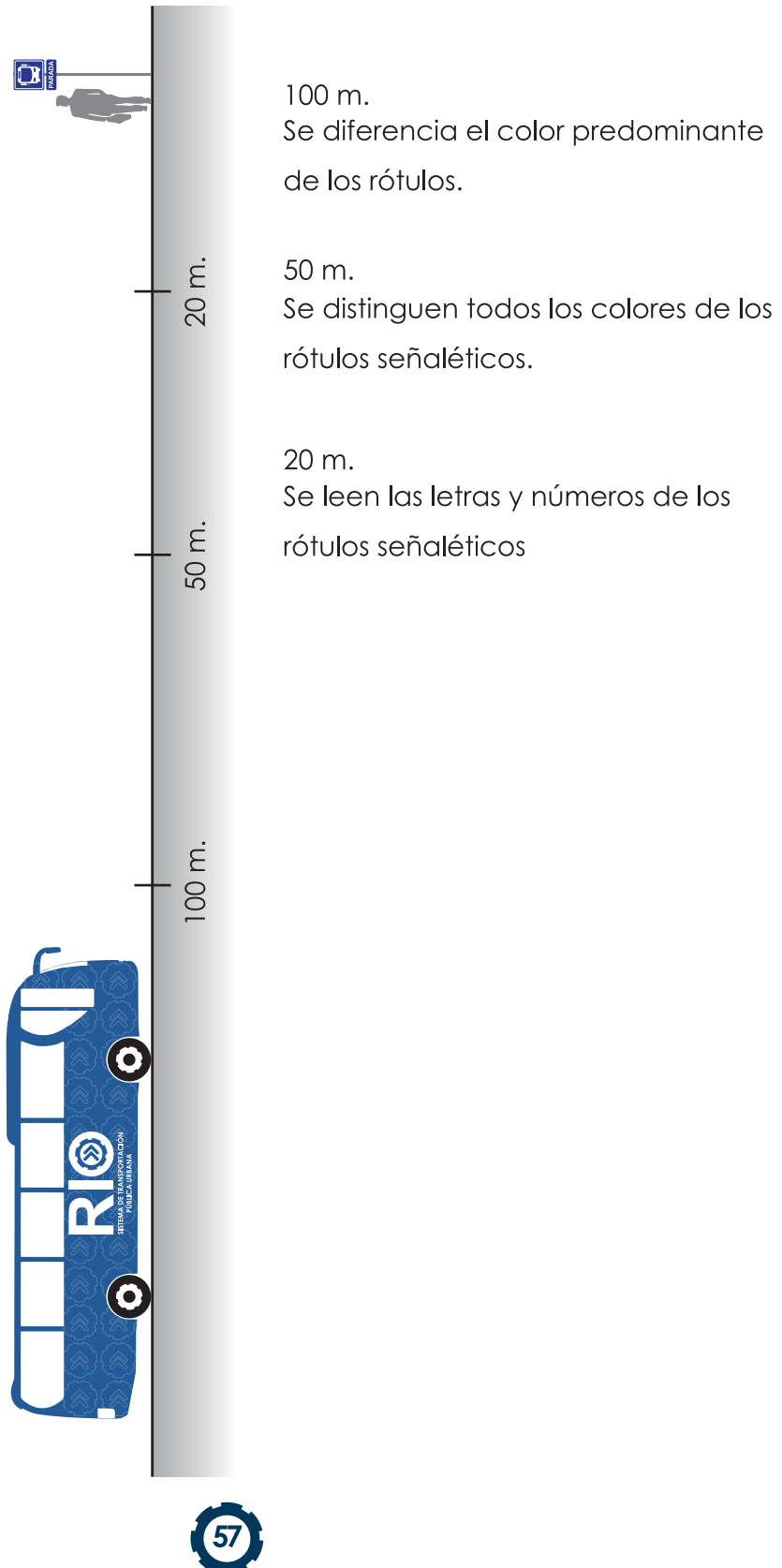


ACOTACIÓN



4.3 Señalética Externa Bus

Las distancias a las que se diferencian los elementos señaléticos externos de los buses son las siguientes:



Simulación Señalética Interna del Bus

Pantalla Let de alta resolución colgante: Indica a los usuarios la parada actual y la siguiente parada.



ACOTACIÓN



Simulación Señalética Externa Bus

Vista Lateral Derecha y Frontal



Vista Frontal



Vista Posterior



The background features a large, irregular shape filled with a light green dotted pattern. Overlaid on this are several stylized, vertical, organic lines in dark brown, red, and teal. These lines have various spiral and loop-like shapes at their top and bottom, resembling stylized plants or calligraphic flourishes. At the base of these lines, there are horizontal bands of different colors and patterns, including solid colors and dotted textures.

ETAPA IV

**APLICACIONES DE
LA MARCA,
DIFUSIÓN Y
POSESIONAMIENTO**

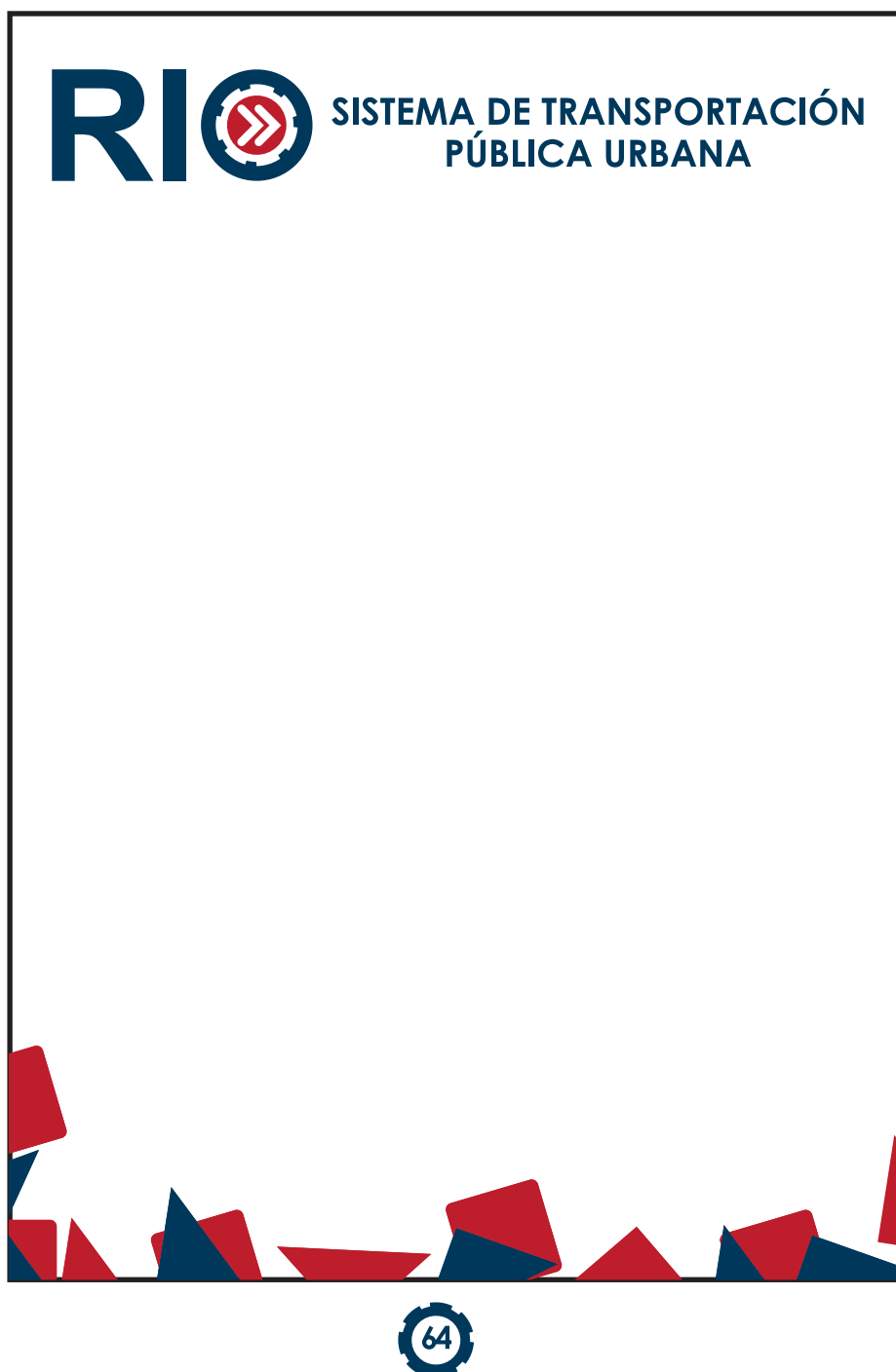
4.1 Aplicación en Papelería Comercial

La papelería institucional debe incluir el logotipo de RIO Sistema de Transportación Pública Urbana con mayor jerarquía frente al logotipo comercial de

Tren Ecuador. Éste será utilizada para documentación relacionada con el segmento comercial de la marca.

Hoja Membretada

Tamaño A4



Carpeta Tamaño A3



Sobre

Frontal



Identificadores
Personales

Vertical



Horizontal



ETAPA V

SIMULACIÓN



DIRECCIONAL

Santa Ana



Redondel By Pass



Av. Lizarzaburu y Av. 11 de Noviembre



Terminal Terrestre



Mercado Mayorista y Camal



SERVICIOS PÚBLICOS

Empresa Eléctrica



Corte Provincial de Justicia



Consejo Provincial



Multiplaza



Estadio Olímpico de Riobamba



LÍNEA 1: Parada del Estadio Olímpico de Riobamba



LÍNEA 1: Parque Guayaquil



LÍNEA 1: Giralda Plaza



ATRATIVOS TURÍSTICOS

LÍNEA 1: Estación del Ferrocarril



LÍNEA 1: Museo Ex-banco Central



Parque Sucre



Museo de la ciudad



Unidad Educativa Riobamba



Mercado San Alfonso



Mercado La Condaminé



Mercado San Fransisco



Redondel de la Media Luna



Escuela Superior Politécnica de Chimborazo



Universidad Nacional de Chimborazo



Iglesia La Concepción

