



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**SISTEMA DE COMUNICACIÓN INFORMATIVO DE LAS RUTAS DE  
ESCALADA EN ROCA EN LAS CIUDADES DE RIOBAMBA Y GUANO**

Trabajo de Titulación

**Tipo:** Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO**

**AUTOR:** JORGE LUIS BURGOS GUILCA

**DIRECTOR:** LIC. EDISON FERNANDO MARTÍNEZ ESPINOZA

RIOBAMBA – ECUADOR

2021

**2021, Jorge Luis Burgos Guilca**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Jorge Luis Burgos Guilca, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 31 de marzo de 2021

**Jorge Luis Burgos Guilca**

**060394286-3**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto Técnico, **SISTEMA DE COMUNICACIÓN INFORMATIVO DE LAS RUTAS DE ESCALADA EN ROCA EN LAS CIUDADES DE RIOBAMBA Y GUANO**, realizado por el señor: **JORGE LUIS BURGOS GUILCA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Lic. Orlando David Mazón Moreno <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	_____	2021-03-31 _____
Lic. Edison Fernando Martínez Espinoza <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION</b>	_____	2021-03-31 _____
Lic. Paulina Alexandra Paula Alarcón <b>MIEMBRO DE TRIBUNAL</b>	_____	2021-03-31 _____

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi familia, en especial a mi madre, padre y hermano que han sido un apoyo y un eje fundamental en este trayecto de mi vida, siendo un ejemplo de amor, fortaleza y superación. A mi abuelita Mariana que siempre confió en mí deseando siempre lo mejor para todos sus nietos y a mis amigos que han sido una gran alegría de la vida.

**Jorge**

## **AGRADECIMIENTO**

En mi primer lugar quiero agradecer a la vida por brindarnos tantas experiencias maravillosas, a la naturaleza por dejarnos ser parte de sus espectaculares paisajes. Agradezco también a mi padre y madre por darme la motivación para seguir adelante, a mi hermano por ayudarme cuando mas lo necesito, a mis amigos y Pepita que gracias a ellos este proyecto fue una aventura, a Johana por apoyarme y darme ánimos en la vida. A mis profesores en especial a los directores de mi proyecto que me ayudaron a través de sus consejos y conocimientos.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>xii</b>
<b>INDICE DE ANEXOS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>¡Error!</b>
Marcador no definido.....	<b>xv</b>

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
---------------------------	----------

### **CAPÍTULO I**

<b>1.    DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1.    Antecedentes</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2.    Objetivos</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2.1.    Objetivo General</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2.2.    Objetivos Específicos</b> .....	<b>5</b>

### **CAPÍTULO II**

<b>2.    MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1.    Antecedentes de investigación</b> .....	<b>6</b>
<b>2.2.    Fundamentación teórica</b> .....	<b>7</b>
<b>2.2.1.    Comunicación</b> .....	<b>7</b>
<b>2.2.2.    Los sistemas de comunicación y de información</b> .....	<b>8</b>

2.2.3.	<i>Comunicación visual</i> .....	10
2.2.4.	<i>Principales elementos de la comunicación visual</i> .....	11
2.2.5.	<i>Estética y función del diseño</i> .....	13
2.2.6.	<i>Medios de comunicación enfocados al turismo</i> .....	13
2.2.7.	<i>Diseño gráfico y comunicación visual</i> .....	14
2.2.8.	<i>Turismo: escalada en roca</i> .....	15
2.2.9.	<i>La escalada en roca en Ecuador</i> .....	17

### CAPÍTULO III

3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	23
3.1.	<b>Método de Investigación</b> .....	23
3.1.1.	<i>Planteamiento del Problema</i> .....	23
3.1.2.	<i>Planeación.</i> .....	23
3.1.2.1.	<i>Recursos</i> .....	24
3.1.3.	<i>Recopilación de Información</i> .....	26
3.1.3.1.	<i>Técnicas</i> .....	26
3.1.2.	<i>Procesamiento de datos</i> .....	27
3.1.2.1.	<i>Fichas de Observación</i> .....	28
3.1.2.2.	<i>Resultados de las Encuestas</i> .....	34
3.1.4.3.	<i>Resultados de las Entrevistas</i> .....	40
3.1.3.	<i>Explicación e Interpretación</i> .....	44
3.1.4.	<i>Comunicación y Solución</i> .....	45

### CAPÍTULO IV

4.	<b>RESULTADOS</b> .....	47
----	-------------------------	----



<b>4.1. Desarrollo de la propuesta</b> .....	<b>47</b>
4.1.1. <i>Definición del problema</i> .....	47
4.1.2. <i>Definición del tipo de solución</i> .....	47
4.1.3. <i>Elementos del problema</i> .....	48
4.1.4. <i>Recopilación de datos</i> .....	49
4.1.4.1. <i>Resultados del análisis FODA sobre el sistema de comunicación actual de las rutas de escalada en las ciudades de Riobamba y guano</i> .....	49
4.1.4.2. <i>Elaboración de entrevistas, encuestas y fichas de observación</i> .....	55
4.1.4.3. <i>Sistema de comunicación informativo</i> .....	55
4.1.5. <i>Análisis de datos recopilados</i> .....	55
4.1.6. <i>Creatividad</i> .....	66
4.1.7. <i>Materiales y tecnologías</i> .....	66
4.1.8. <i>Modelos</i> .....	67
4.1.8.1. <i>Modelo de la página web</i> .....	67
4.1.8.2. <i>Modelo del Plegable (Colina de Luishi)</i> .....	72
4.1.8.3. <i>Modelo del Catálogo</i> .....	74
4.1.8.4. <i>Identificadores, tipografía y color</i> .....	76
4.1.8.6. <i>Señalética</i> .....	78
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>81</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>82</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2.</b> Rutas del Cerro Cachaway.....	19
<b>Tabla 2-2.</b> Rutas de la Colina de Luishi.....	21
<b>Tabla 1-3.</b> Recursos - Materiales.....	24
<b>Tabla 2-3.</b> Escaladores de la ciudad de Riobamba.....	26

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-2.</b> Mapa del Cerro Cachaway .....	19
<b>Figura 2-2.</b> Mapa de la Colina de Luishi .....	20
<b>Figura 1-3.</b> Ficha de observación rutas de escalada colina de Luishi .....	28
<b>Figura 2-3.</b> Ficha de observación rutas de escalada colina de Luishi – zona 1.....	29
<b>Figura 3-3.</b> Ficha de observación rutas de escalada colina de Luishi – zona 2.....	30
<b>Figura 4-3.</b> Ficha de observación rutas de escalada colina de Luishi – zona 3.....	31
<b>Figura 5-3.</b> Ficha de observación rutas de escalada cerro Cachaway .....	32
<b>Figura 6-3.</b> Ficha de observación rutas de escalada cerro Cachaway zona de escalada .....	33
<b>Figura 1-4.</b> Análisis Foda sobre el Sistema de Comunicación Actual de las rutas de escalada. .....	50
<b>Figura 2-4.</b> Página web maqueta .....	68
<b>Figura 3-4.</b> Página web, ventana inicio.....	68
<b>Figura 4-4.</b> Página web, ventana inicio, introducción .....	69
<b>Figura 5-4.</b> Página web, ventana inicio, mapa .....	69
<b>Figura 6-4.</b> Página web, ventana inicio, imágenes rotativas.....	70
<b>Figura 7-4.</b> Página web, ventana parque de escalada, rutas .....	70
<b>Figura 8-4.</b> Página web, ventana parque de escalada, Boulder .....	71
<b>Figura 9-4.</b> Página web, ventana galería .....	71
<b>Figura 10-4.</b> Página web celulares .....	72
<b>Figura 11-4.</b> Maquetación plegable colina de Luishi .....	73
<b>Figura 12-4.</b> Plegable colina de Luishi .....	73
<b>Figura 13-4.</b> Hoja tipo Catálogo.....	75
<b>Figura 14-4.</b> Portada y contraportada catálogo .....	75
<b>Figura 15-4.</b> Hojas internas Catálogo.....	76

<b>Figura 16-4.</b> Construcción de los identificativos .....	77
<b>Figura 17-4.</b> Tipografía y Colores.....	78
<b>Figura 18-4.</b> Señalética de la colina de Luishi .....	79
<b>Figura 19-4.</b> Señalética de la colina de Luishi .....	79

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-3.</b> Medios de Información sobre las Rutas de Escalada.....	34
<b>Gráfico 2-3.</b> Medios Informativos sobre las Rutas de Escalada en el Cerro Cachaway y la Colina de Luishi .....	35
<b>Gráfico 3-3.</b> Dispositivos Electrónicos Rutas de Escalada en Roca en el Cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano).....	36
<b>Gráfico 4-3.</b> Formato para un catálogo informativo sobre las rutas de escalada .....	37
<b>Gráfico 5-3.</b> Información que se requiere en la señalética .....	38
<b>Gráfico 6-3.</b> Información que contienen los medios .....	39
<b>Gráfico 1-4.</b> Resultados calificación de la información de la página web .....	56
<b>Gráfico 2-4.</b> Resultados calificación de la información de los medios impresos.....	58
<b>Gráfico 3-4.</b> Resultados calificación de las fotografías.....	59
<b>Gráfico 4-4.</b> Resultados calificación de los íconos .....	61
<b>Gráfico 5-4.</b> Resultados calificación de los colores .....	62
<b>Gráfico 6-4.</b> Resultados calificación de los mapas.....	63
<b>Gráfico 7-4.</b> Resultados calificación de la información en general.....	64
<b>Gráfico 8-4.</b> Resultados calificación redes sociales .....	65

## **INDICE DE ANEXOS**

**Anexos A:** Fichas de observación de las rutas de escalada

**Anexos B:** Modelo de la encuesta realizada

**Anexo C:** Entrevistas realizadas

**Anexo D:** Encuestas de validación del Sistema de Comunicación Informativo

## RESUMÉN

El presente trabajo de titulación tuvo como objetivo crear un sistema de comunicación informativo de las rutas de escalada en roca en las ciudades de Riobamba y Guano, para lo cual como punto de partida se analizó la comunicación actual de las rutas de escalada en dichas ciudades, haciendo uso del método de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), se encontró falencias en los diferentes medios que formaban parte del sistema de comunicación. Este proyecto se lo desarrolló mediante el método esquema general de investigación de F. Arias Galicia; se entrevistó a escaladores de la ciudad de Riobamba para recolectar información técnica sobre el deporte, se recolectó datos mediante fichas de observación, se realizó encuestas a escaladores del país las cuales sirvieron para la posterior selección de información. Con todos estos datos se identificó los medios que deben formar el nuevo sistema de comunicación informativo los cuales son: página web, catálogo impreso, catálogo digital, plegable y señalética. El siguiente paso fue documentar y retocar las fotografías, crear identificativos de las rutas de escalada del cerro Cachaway y de la colina Luishi, se seleccionó el color, se adjuntó la información y se procedió a diseñar los medios, estos pasaron por una validación cuyos resultados ayudaron a diseñar la página web, catálogo, plegable y señalética, bajo criterios técnicos de la información y el diseño apropiado con los que estos deben contar. En conclusión, se logró mejorar el sistema de comunicación informativo, precisando la información y difundiéndola a través de los diferentes medios que la conforman, ayudó al público a conocer de manera específica sobre este deporte que se puede practicar en estas ciudades, siendo un gran atractivo turístico. Se recomienda implementar este sistema de comunicación informativo y ayudarse de las nuevas tecnologías para el mejoramiento y difusión del mismo.

**Palabras clave:** <DISEÑO EDITORIAL>, <DISEÑO WEB>, <FOTOGRAFÍA>, <IDENTIFICATIVOS GRÁFICOS>, <ESCALADA EN ROCA>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>, <GUANO (CANTÓN)>.



Trabajo de titulación en línea por:  
**ELIZABETH  
FERNANDA AREVALO  
MORONA**



0771-DBRAI-UPT-2021

## **ABSTRACT**

The purpose of this degree project is to create an informative communication system for rock climbing routes in Riobamba and Guano cities. As a starting point, the current communication of rock climbing routes in these cities was analyzed using the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) method, and shortcomings were found in the different media that were part of the communication system. This project was developed using the general research outline method of F. Arias Galicia; climbers from Riobamba city were interviewed to collect technical information about this sport, data was collected through observation cards, and surveys were made to climbers in the country, which were used for the subsequent selection of information. With all this data we identified the media that should be part of the new information communication system, which are: web page, printed catalog, digital catalog, folding and signage. The next step was to document and retouch the photographs, create identification of the climbing routes of "Cachaway" Hill and "Luishi" Hill, select the color, attach the information and proceed to design the media, these were validated and the results helped to design the web page, catalog, folding and signage, under technical criteria of the information and the appropriate design they should have. In conclusion, it was possible to improve the informative communication system, specifying the information and promoting it through the different media, which helped the people to know in a specific way about this sport that can be practiced in these cities, being a great tourist attraction. It is recommended to implement this informative communication system and to use new technologies to improve and promote it.

## **KEYWORDS:**

EDITORIAL DESIGN / WEB DESIGN / PHOTOGRAPHY / GRAPHIC IDENTIFICATIONS ROCK CLIMBING / RIOBAMBA (CANTON) / GUANO (CANTON).



Firmado electrónicamente por:  
**ENRIQUE JESUS  
GUAMBO YEROVI**



## INTRODUCCIÓN

La importancia del turismo y su promoción a nivel mundial, como eje de desarrollo económico y social, es muy importante para una nación, ya que, al contar con varios destinos y atractivos turísticos, no solo genera el desarrollo a nivel local si no también a nivel de país, ya que anima y atrae a más gente a estos lugares.

A nivel de país el Ecuador cuenta con varios tipos de turismo, entre los cuales está el turismo deportivo y de aventura, que se lo puede realizar a lo largo de sus 4 regiones. Entre las actividades que se pueden realizar en este tipo de turismo están los deportes al aire libre, muchos de estos son considerados como deportes de riesgo ya que se practica en medio de la naturaleza, a su vez estos tienen una cantidad considerable de gente que los realiza y de gente que estaría dispuesta realizar una actividad extrema, pero muchas veces la falta de información hace que estos lugares no sean visitados.

La provincia de Chimborazo en especial las ciudades de Riobamba y Guano al formar parte de la cordillera de los Andes cuenta con afloramientos rocosos, en los cuales se puede practicar la escalada en roca. Las instituciones encargadas del manejo del turismo en las ciudades de Riobamba y Guano, así como también las agencias de turismo, no cuentan con información sobre los lugares donde se puede practicar este deporte, muchos de los turistas que van a estas ciudades por la escalada llegan a estos lugares con la información que escucharon de otros escaladores, esto no solo genera desconocimiento en la gente que practica este deporte si no también a nivel general.

Realizando un análisis sobre la información de estos lugares, se evidencia la carencia de información en los medios, ya que solo se hacen menciones en estos sobre las rutas de escalada en el cerro Cachaway y la colina de Luishi, por lo cual se tomara en cuenta la creación de un sistema de comunicación informativo sobre las rutas de escalada en roca de estos lugares, es un sistema ya que estará formado de varios medios que tendrán información al respecto. Se cuenta con antecedentes de que la carencia de un sistema de comunicación visual informativo de los lugares turísticos promueve una falta de visitas y desconocimiento por parte de las personas.

Basándonos en lo anterior mencionado, y a la necesidad de información sobre estos lugares se creara un sistema de comunicación informativo sobre las rutas de escalda en roca, conformado por medios impresos, medios digitales y web.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Antecedentes.

La importancia y aplicación de los sistemas de comunicación e información para el despliegue de las más diversas actividades económicas y empresariales, se instituyen, en la actualidad, como uno de temas más acuciantes y recurrentes en las agendas de la planificación del desarrollo. Desde una mirada muy general, esa afirmación realza su significado, cuando el nuevo modelo de la globalización contemporánea ha exigido, inexorablemente, el empleo de los sistemas de comunicación informativos tras la competencia en los mercados, el uso de desarrollo de las tecnologías de información y el aumento de la incertidumbre en el entorno, los cuales, entre otros factores, provocan que la información y comunicación se conviertan en componentes de primer orden en sociedades y economías. Asimismo, son instrumentales en la integración tecnológica que requieren los procesos económicos o empresariales, lo que adiciona viabilidad en el acceso al conocimiento, la brevedad en el trazado de decisiones y la maximación de ganancias (Proaño, Orellana, & Martillo, Proaño, M., Orellana, S., & Martillo, I. (2018). Los sistemas de información y su importancia en la transformación de la empresa actual. , 39(45), 3-7., 2018).

En ese contexto, destaca sobremanera el turismo, como vector de avance agregado de las economías, en donde los medios sociales o comunicativos son agentes gestores en la divulgación, promoción y despliegue de servicios turísticos o actividades recreativas. En el caso de Ecuador, las plataformas de promoción de estas actividades económicas siguen manteniendo un modelo tradicional y unidireccional, lo que se acompaña de la incapacidad de adaptación a los ritmos y transformaciones que se han experimentado en los medios sociales de comunicación globales existentes. De hecho, las ventajas que ofrece la combinación o convergencia de habituales y modernas plataformas de comunicación, no han sido concebidas como herramientas viables en el indefectible ejercicio que entraña la difusión de oportunidades turísticas. Incluso, autores aseveran la inexistencia de canales comunicativos temáticos o dedicados con énfasis a la actividad, lo que inhibe el proceso de promoción y divulgación del turismo en el contexto comunitario, económico y social a cualquier escala dentro de este país sudamericano (Proaño, Orellana, & Martillo, Proaño, M., Orellana, S., & Martillo, I. (2018). Los sistemas de información y su importancia en la transformación de la empresa actual. , 39(45), 3-7., 2018)

En ese contexto, destacan un conjunto de modalidades turísticas que no se despliegan de forma masiva y por ende, muchas veces no se ubican en las principales agendas de la gestión y desarrollo territorial. Un ejemplo de ellas resulta el turismo de naturaleza que, pese a que no se presenta como las actividades de ocio y recreación con demandas a gran escala, son portadoras de actividades diversas con notables beneficios ecosistémicos, económicos y sociales. De hecho, puede considerarse como concentradora de un conjunto de actividades que son las que menos impactan los recursos y los ecosistemas y cuya condición de producto y/o recurso turístico, es capaz de generar una diversificación de la base material y productiva, en donde la promoción de nuevas modalidades ecoturísticas, elevarían la oferta de empleos y pudieran generar ingresos económicos desde la oferta del descanso, la recreación, el deporte e incluso, en la educación ambientalmente sustentable.

A partir de estas consideraciones, el turismo en Ecuador pudiera ampliarse si se instrumentaran nuevas formas de deportes, actividades recreativas o de aventuras que distinguen el turismo de naturaleza o ecoturismo; con el propósito de aprovechar las oportunidades y potencialidades naturales que ofrece la elevada diversificación geográfica de este país. La transformación de esta propuesta en acción, incita a considerar la importancia que viene recobrando la escalada en roca, que en tanto práctica deportiva-recreativa, se presenta como una variante turística muy aleccionadora para la inserción y despegue de territorios en el sector turístico. En parte, ello se debe al conjunto de prácticas simples que la forman. La escalada en roca consiste en subir ciertos tramos acantilados, laderas, relieves verticales o paredes artificiales, lo que sugiere una variante turística en la que intervienen las destrezas que desarrollan las extremidades, la actividad física en general y el estado mental de concentración o serenidad del turista deportivo.

En cualquier caso, lo cierto es que esta opción intangible ha sido de tanta relevancia en el contexto de la diversificación del turismo al que se aspira, que varios recuentos sobre esta temática, han sido realizados con anterioridad para el contexto geográfico de varias rutas de escalada en roca equipadas, ya sea en La Colina de Luishi en Guano o bien, en la zona de bulders, El Cerro Cachaway en la ciudad de Riobamba. De forma respectiva, el primer caso cuenta con 3 sectores y cada sector con 10 rutas, mientras que, en el segundo, dispone de 6 rutas y una zona de Bulders.

En una primera aproximación investigativa sobre estos parajes ecoturísticos aparece una propuesta de un “Diseño de un parque de escalada en roca en la colina de Luishi, cantón Guano, provincia de Chimborazo”, mediante el cual se procura dotar de infraestructura turística que posibilite el despliegue de tal modalidad (en el repositorio de tesis de la Espoch, el Ing. Juan Pablo Tixi Chalán plantea en su tesis). Por otra parte, otra variante investigativa, verifica también otras contribuciones cuyos aportes los proporciona Naveda (2018) en un estudio titulado

“Implementación de rutas para escalada deportiva en roca en el cerro Cachaway, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”. En esta investigación se ofrece un inventario muy completo mediante el cual se procura el equipamiento de 6 rutas para escalar, al tiempo que realiza una evaluación de resistencia de los materiales para la seguridad de los escaladores, alcanzando cumplir con los parámetros de la evaluación de esta actividad. De esta manera, los aportes de esta investigación se consideran como insumos fundamentales para la ejecución de este proyecto.

Asimismo, se ha podido verificar que la empresa de escalada TRIP S.A y la Escuela de Escalada de Chimborazo, tiene documentación sobre el “Parque de escalada de Guano, Colina de Luishi”, la cual detalla el nombre de cada ruta y su grado de dificultad en el ejercicio de las actividades deportivas o recreativas que involucra.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo General**

Crear un sistema de comunicación informativo de las rutas de escalada en roca en las ciudades de Riobamba y Guano.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- ) Analizar mediante el método FODA, sobre la comunicación actual de las rutas de escalada en las ciudades de Riobamba y Guano.
- ) Investigar información de las rutas de escalada.
- ) Identificar los medios de comunicación más adecuados para difundir las rutas de escalada.
- ) Diseñar los medios de comunicación adecuados.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

Desde los inicios Baños Existen investigaciones desarrolladas con referencia a las variables establecidas en el presente estudio, pero de forma separada, por lo cual se hará cita de los estudios más relevantes según cada variable.

#### **2.1. Antecedentes de investigación**

Existen investigaciones desarrolladas con referencia a las variables establecidas en el presente estudio, pero de forma separada, por lo cual se hará cita de los estudios más relevantes según cada variable.

La autora Navarro (2017), en su estudio denominado “Diseño de un sistema de comunicación visual para contribuir al fortalecimiento del turismo y cuidado del Bosque Protector Cascadas de Peguche”, pone en contexto la situación que actualmente vive el Bosque Protector Cascadas de Peguche, para ello realizó investigación y observación de campo por medio de encuestas al presidente de la comunidad, visitantes, vendedores y artesanos, enfocados a determinar los problemas, necesidades y requerimientos del lugar, concluyendo una baja afluencia turística, un bajo nivel de cuidado del lugar por parte de sus usuarios y una mala promoción e información acerca de sus atractivos y sus leyendas. Gracias a esta investigación se logró determinar que el diseño, creación e implementación de la identidad gráfica es un punto importante para llegar al usuario y lograr que relacione al Bosque Protector Cascadas de Peguche con una imagen propia; así como el sistema de señalética es un factor clave para contribuir a mantener el lugar conservado y apto para los visitantes.

Por su parte Arce (2016), en su estudio denominado “Comunicación visual y su influencia en la difusión del desarrollo turístico del recinto la Esperanza del cantón Bucay de la provincia del Guayas”, hace mención de la importancia del turismo para el progreso económico de un país, para lo cual expone que el estudio pretende impactar a través de la comunicación visual y promocionar los servicios turísticos y las actividades que se realizan dentro del bosque Protector Chillanes del recinto “La esperanza” del Cantón Bucay, mediante el uso de la tecnología a través de los medios

digitales e impresos y el conocimiento del diseño gráfico publicitario con el fin de promocionar al Cantón como una alternativa para descanso y diversión de los visitantes destacando sus actividades, natural y de aventura.

Por otro lado Urquiza (2015), en su estudio “Diseño de vías de escalada en roca en el cuartel de los incas parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, manifiesta que el proyecto tiene como objetivo difundir las bondades del mencionado lugar, el cual es un recurso natural para aprovechar y potencializarlo mediante la escalada; por lo cual se propone el diseño de vías de escalada en roca, para lo cual se determinó realizar un diagnóstico situacional del área de escalada, el diagnóstico de impacto ambiental y la evaluación de la calidad de la roca. La propuesta consideró el diseño y ubicación de la señalética correspondiente de acuerdo a la normativa del MINTUR (Ministerio de Turismo); también se realizó el diseño de la guía de vías de escalada (documento que gráficamente indica la vía a seguir en la roca) y como último objetivo se elaboró un presupuesto para el equipamiento.

## **2.2. Fundamentación teórica**

### **2.2.1. Comunicación**

La palabra comunicación según Gardey & Pérez (2020), deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”, de tal manera que la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

Por su parte Hernández & Garay (2005) “La comunicación es un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión”.

### **2.2.2. Los sistemas de comunicación y de información**

Una vez que han sido detallado los rasgos principales de la escala en roca, resulta indispensable realizar una delimitación, lo más exhaustiva posible, de las diferencias en los conceptos y nociones que se han realizado sobre el manejo de información y uso de la comunicación como herramientas que, después, han de ser puestas en contexto de esa necesidad que reclama el desarrollo y promoción de esa modalidad turística. Si bien la información está definida por el conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, con el propósito de ser utilizados para la acción (Paoli, 1980); la comunicación es un proceso más de creación y transmisión de un mensaje de una fuente a varios receptores haciendo uso de un medio (Romero, 1979).

De esta manera, al tiempo que la comunicación se erige como un proceso de interacción, diálogo y retroalimentación entre agentes o actores sociales y, por ende, adquiere mucho más significado cuando se quiere analizar procesos y prácticas comunicativas entre sujetos, la información se ha de considerar un contexto que se puede estar incluido en la comunicación. La información ha sido concebida como las formas ordenadas para enviar señales, mensajes, códigos y signos organizados o estructurados en el proceso de comunicar (Batancourt & Cruz, 2008).

Ahora bien, las dos categorías han sido abordadas desde la perspectiva sistémica. Entender a la información y comunicación como sistemas, significa analizar la realidad desde una determinada óptica. Tal óptica se fundamenta en la teoría general de sistemas que, como enfoque muy abordado y aplicado a casi todos los ámbitos de la realidad objetiva y del conocimiento, supone concebir a la comunicación e información como totalidades o partes componentes de dichas totalidades, que regulan el funcionamiento de dichas partes o aspectos que la integran, definiendo con ello, ciertos atributos y poseyendo características propias que trascienden las que sus componentes aportan (Castro, 2000).

Desde una concepción más simple, son visualizados como conjunto integrado de componentes, que tienen como objetivo recolectar, almacenar, procesar y proporcionar datos y cualquier otro tipo de producto digital (Laudon & Laudon , 2012). Mientras que, De Pablos, Agius, Romero, & Salgado (2012) refieren: “En la mayoría de los casos son conjuntos que, utilizando aplicaciones empresariales, se encargan de integrar distintas áreas funcionales para el manejo de la empresa como un todo”.

Pero como cualquier sistema, consiste en una diversidad de la realidad formada por objetos, propiedades, fenómenos, relaciones, problemas y situaciones; los cuales se puede considerar



como una unidad regulada en uno u otro grado, por el conjunto de interrelaciones que se agrupan de acuerdo a vínculos directos e inversos en una cierta unidad. Es un todo complejo, único, organizado, formado por el conjunto o combinación de estas partes constituyentes. Según el Enfoque Sistémico, el objeto investigado se examina, no como algo inmóvil, sino como un objeto que cambia constantemente, debido al funcionamiento y la relación entre sus partes en un todo integral. Por lo que Marakas & OBrien apuntan (2006) que: “Los componentes principales de un sistema de información son el hardware o componentes físicos, el software o código fuente, las telecomunicaciones, bases de datos y servidores, y recursos humanos y procedimientos”, que se encuentran en estrecha interdependencia y permiten el funcionamiento como una totalidad.

Sin embargo, lo que si se considera consustancial dentro de todos estos componentes son los datos. Los cuales se almacenan, procesan y transforman para obtener como resultado final cierta información, que en “feedback” o retroalimentación no solo es relevante para los diferentes usuarios del sistema, sino también para comprobar o validar en función de los datos vaticinados o esperados de la aplicación del sistema de comunicación e información (Hernandez, 2003).

Por otra parte, desde el punto de vista de su funcionamiento, se le atribuyen acciones de seguimiento, control, toma de decisiones y administración de recursos, por lo que puede considerarse una herramienta de planificación y toma de decisiones en el ejercicio constante de elevación de la productividad de cualquier organización económica o social (Proaño, Orellana, & Martillo, 2018). Es en ese contexto, que se verifican como objetivos fundamentales de los sistemas de información y comunicación, proporcionar el suministro toda la información necesaria para su correcto funcionamiento y para el control de la totalidad de actividades, así como adecuar las necesidades de información a la evolución de la organización e incluso, interactuar con los diferentes agentes o actores de la organización, permitiendo que estos empleen el sistema de información para satisfacer sus necesidades de un modo rápido y eficaz (Hernandez, 2003).

Por su parte Shannon (1981) manifiesta que la fuente de información es la que genera el mensaje, el transmisor que transforma el mensaje en signos (señales), para hacerlo transmisible sobre el canal. El canal es el medio utilizado para la transmisión de los signos desde el transmisor al receptor. El receptor es quién reconstruye el mensaje a partir de la señal; y el destino final la persona a la que va dirigido el mensaje.

De tal manera que se puede concluir, que la manera, la comunicación está cimentada en las relaciones sociales que se establecen entre los anteriores componentes que integran su contexto. Es decir, se estructura como un proceso social y como tal, es resultado de la socialización que estandariza los fenómenos sociales y en ella, los medios se conciben como instituciones que

cubren las necesidades comunicativas (Restrepo, 1986). Entre sus propósitos más sobresalientes, se ha evidenciado tanto la obtención y divulgación de conocimientos sobre el control de la opinión y las actitudes públicas (De Moraga, 1981); como la trasmisión de conocimientos, los cuales influyen en la efectividad y productividad de las organizaciones que los ejecutan (Batancourt & Cruz, 2008).

Pero la comprensión de la totalidad de propósitos que ejerce la comunicación en los diferentes ámbitos de las sociedades, exige indagar en los aspectos esenciales que evidencian las diferencias que muestra el pensamiento en comunicación desde los diferentes enfoques que ha aplicado a lo largo del tiempo. En este sentido, destaca el caso de perspectivas funcionales como aquellas que se centran en las consecuencias que produce la comunicación de masas en el público que las acoge. Todo ello a partir de los diferentes mecanismos de propaganda, los cuales ejercen una sobrevaloración de la influencia de la información sobre el público, haciendo que este sea apenas un receptor pasivo que no emite una respuesta o produce retroalimentación, y por esta razón, los medios logran influir en él (Batancourt & Cruz, 2008).

Desde una mirada estructural, también se puede apreciar otras tendencias que se preocupan por la eficacia, las funciones, los efectos, la influencia, la promoción, la persuasión y la difusión de contenidos hacia los públicos a los que se dirigen los medios y las organizaciones, pero desde la intención de ser efectivo en el proceso comunicativo, es decir desde la utilización de los medios de comunicación para lograr mayores ventajas turísticas (Restrepo, 1986).

Ello es claramente diferenciado si se compara con el enfoque cultural. Desde un prisma que visibiliza las prácticas que permiten construir nuevas formas de identidad cultural, la comunicación no dirige su atención para los elementos comunicativos de las culturas, sino en los procesos estructurales de producción, distribución y recepción de estos elementos ya que estos son los que producen significados (Batancourt & Cruz, 2008).

### **2.2.3. *Comunicación visual***

Los seres humanos utilizan varios tipos de comunicación, entre los cuales en la actualidad se puede destacar la comunicación visual que se refiere a la comunicación de impacto a la vista, que día a día ha logrado mayor importancia; ya que es una forma de comunicación directa. (Arce, 2016)

La Comunicación Visual abarca todo lo que el ojo puede ver, este proceso puede ser intencional al transmitir un mensaje con códigos precisos o casual cuando no se tiene la intención de transmitir

un mensaje; es por ello que se debe considerar el entorno, el soporte y la información para evitar el ruido visual y enfatizar la importancia de proyectar un mensaje claro. (Arce, 2016)

Como lo menciona Cardona (2007), por lo general se expresan y reciben mensajes visuales en tres niveles:

1. Nivel representacional. Aquello que se ve y se reconoce desde el entorno y la experiencia.
2. Nivel abstracto (abstractamente). Cualidad genérica de un hecho visual reducido a sus componentes visuales y por los significados emocionales en la construcción del mensaje.
3. Nivel simbólico (simbólicamente). El amplio universo de los sistemas de símbolos codificados que el hombre ha creado arbitrariamente y al que describe un significado.

Estos términos se mantienen siempre interconectados con la comunicación.

El modo visual supone interpretar el pensamiento que va de lo inductivo a lo deductivo, para lo cual se relacionarán los siguientes aspectos:

- a) La visión como experiencia directa en el reconocimiento del universo.
- b) La apreciación y visualización para establecer la comparación y la diferenciación.
- c) Los componentes visuales de los objetos en la comunicación visual.

Por lo tanto, cuando se observa un objeto que resulta agradable para quien lo contempla, se dice que tiene buen diseño que invitan a ser poseídos; es así que, los objetos con buen diseño hacen que la existencia humana resulte más grata con su presencia o pudiendo ser no más que una apariencia, imposición o moda.

El buen diseño es señal inequívoca de éxito y por lo tanto tendrá una buena aceptación, aunque sean públicos muy exigentes, no obstante, se debe tener claro, que la funcionalidad del objeto de uso al igual que su forma, (ergonomía, tamaño, proporción, disposición) no deben estar al margen de la estética que son su complemento. (Cardona, 2007)

#### **2.2.4. Principales elementos de la comunicación visual**

- ) La publicidad. Debe de ser un medio de comunicación eficaz, intentando confirmar o bien modificar las actividades y el comportamiento del receptor del mensaje.
- ) Propaganda. Forma de comunicación realizada habitualmente por organizaciones religiosas, políticas y gubernamentales.

- J Publicidad sin costo o publicity. Forma de comunicación positiva o negativa utilizada directamente por los medios de comunicación, en la que se involucra un producto.
- J Ventas y contactos personales. La forma más extensa de enviar información a un cliente o varios de la manera más adecuada: interactivamente y en persona (acá se debe tener material de apoyo gráfico).
- J Exposiciones y ferias.
- J Relaciones públicas. Este es otro de los elementos que ha tomado fuerza los últimos años, incluye todo tipo de trato que en apariencia no va directamente dirigido a vender y que proyecta una imagen ante diversos públicos.
- J Elementos de imagen interna. Desde la decoración y arreglo de las oficinas, hasta el tipo de seguridad, señalamientos internos. Información a los empleados, etc.
- J Elementos de imagen externa. Este concepto incluye muchos elementos sueltos, que deben ser considerados por los responsables de la comunicación integral de la empresa. Papelería, etiquetas y facturas.
- J Alcances de cada elemento. El alcance depende del tamaño de la empresa, del grado de necesidad de comunicar y competir, así como de los objetivos, y por supuesto del presupuesto.

Cardona (2007) también pone en evidencia algunos tipos de comunicación con respecto al contenido del mensaje.

- J Institucional. Enfoque de corporación, no-producto o servicios.
- J De producto o marca. Crear un valor integral positivo en la imagen.
- J Competitiva. Esfuerzo agresivo para ganar mercado a través de alta frecuencia.
- J Recordatoria. Sólo busca mantener una recordación adecuada o conservar dicha posición en el mercado.
- J Comparativa. Se ataca de lleno a los principales competidores, nueva en los países latinos.
- J Pionera. Cuando se es el primero en la línea de productos en especial.
- J Acción directa. Busca resultados instantáneos a través de incentivos muy tentadores para el mercado potencial.
- J Implicaciones éticas. El comunicador debe ser honesto, no mentir ni crear falsas expectativas por el bien de la sociedad, del individuo y de la misma empresa anunciante.

### **2.2.5. Estética y función del diseño**

En referencia a la estética, se puede manifestar que los objetos se relacionan por sus características externas y aparentes en sí, por tanto, que la vista se siente atraída y complacida por el orden, la armonía, proporción y coherencia entre las formas, texturas y colores presentes en ellos, es decir, por connotaciones de tipo estético, luego vendrá el deseo de poseerlo.

Desde el punto de vista práctico suele afirmarse que el objeto del diseño a nivel primario es atender básicamente los aspectos funcionales y su uso, pero hay otros aspectos a tener en cuenta: Se selecciona los objetos por la presencia de la información, si la publicidad no existiera no se podría hablar de marca, se elegirían los objetos por las mejores circunstancias estéticas que por otros factores. (Cardona, 2007)

La publicidad genera un mundo de mayor competencia haciendo que los objetos y cosas sean cada vez mejores.

En cuanto a la función en el diseño Cardona (2007) pone en contexto que se puede manifestar que los aspectos funcionales se dan por supuestos al adquirir un objeto, dicho de otra manera, los objetos y diseños se crean para cubrir necesidades muy concretas de un público y no solo para admiración o contemplación, satisfacer gustos y exigencias al igual que un buen servicio para el disfrute y mejor calidad de vida humana sin el atropello o deterioro del medio ambiente, teniendo en cuenta el desarrollo sostenible y atendiendo a las necesidades de los consumidores con responsabilidad social.

### **2.2.6. Medios de comunicación enfocados al turismo**

Como lo expone Zanón (2008), entre los canales de comunicación que son considerados tradicionales en el turismo, se presentan los aportes realizados por la comunicación visual. Este medio es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos, desde una planta hasta las nubes que se mueve en el cielo. Cada una de estas imágenes tiene un valor distinto, según el contexto en que están insertadas. También nos dice que la comunicación visual puede ser casual e intencional. La comunicación Visual se la percibe a través de nuestros sentidos, en la cual interviene un emisor que es el que da el mensaje y un receptor el cual es el que lo recibe e interpreta. En este sentido, se puede diferenciar en comunicación intencional, que surge cuando se quiere transmitir un mensaje específico sobre un tema en concreto, este mensaje puede ser de tipo estético y práctico.

Si es práctico tiene una función de informar ejemplo: la señalización. Si es estético, es agradable a la vista, donde la composición debe buscar armonía. También si es práctico y estético, se trata de un mensaje que será transmitido de una mejor manera ya que se puede mostrar el mensaje con una composición armónica al mismo tiempo.

Por otra parte, se halla el diseño editorial. Resulta el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos. Se encarga de organizar en un espacio texto, imágenes y, en algunos casos, multimedia; tanto en soportes tradicionales como electrónicos, Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y los espacios. El diseño editorial forma parte del diseño gráfico, esta especialización nos ayuda a organizar los elementos mediante una diagramación, llegando así a la creación de medios impresos o digitales. Estos medios son publicados según su función, comunicando según su tema todo lo que necesita saber al respecto su público objetivo (Zanón, 2008).

### **2.2.7. Diseño gráfico y comunicación visual**

Se puede entender como el ordenamiento, composición y combinación de formas, figuras, imágenes y textos que permiten una lógica interpretación de lo que se ve, se lee o se observa; es un conductor de comunicación gráfica y visual.

Un diseño gráfico se elabora con la finalidad de ser impreso en cualquier medio escrito o medio de comunicación, o visualizados por procesos multimediales informáticos para ser escuchados y vistos.

Se entiende además que el diseño gráfico es una parte del mundo global del diseño y al ser una disciplina como tal, debe cumplir unos objetivos o funciones que están relacionados básicamente con la interpretación de la imagen y su comunicación. (Cardona, 2007)

Según Glaser (2007) el diseño debe comunicar una información basada en los conocimientos previos de un público que reclama unas exigencias definidas del objeto del diseño. El diseño en la actualidad es una herramienta básica del engranaje para la movilización de la industria moderna, la tecnología y globalización del comercio.

El diseño se concibe como un plan destinado a la configuración de una obra de carácter formal, un sistema visual o audiovisual, bidimensional o tridimensional. Es una forma expresión y

creación continua, inacabada, en constante proceso de evolución y ninguna forma de diseño tiene la última palabra en cuanto a características y tendencia. El diseño se traduce en un producto con una forma determinada pero inacabada.

Lo que define la idea de diseño es el hecho de que las formas resultantes, surgen de un plan, un programa, de una estrategia de abordaje cumpliendo objetivos precisos, y su justificación está basada en que la existencia del diseño se fundamenta en la solución de problemas. La forma más adecuada de cómo entrar a resolverlos, es decir, desarrollar un plan mental para llegar a la solución más acertada.

Es una estrategia y una táctica de la mente (conectar el cerebro) fundamentada en el manejo de unas herramientas, hasta lograr la concreción final. Forma, estética y función son una sola expresión.

#### **2.2.8. Turismo: escalada en roca**

La escalada en roca es una modalidad del turismo alternativo y muy específicamente del turismo de naturaleza que, en tanto práctica deportiva-recreativa, surge a mediados de los años 80 del siglo pasado. Desde entonces, tanto el número de deportistas o turistas que las practican, como los lugares destinados a su actividad ha estado en aumento a escala planetaria. Mucho más cuando ya no es preciso acudir a la montaña, por las facilidades que brindan las estructuras urbanas con presas o agarres que trata de simular rocas inclinadas llamadas rocódromos (España, et al., 2009).

En otra definición se concibe como una práctica deportiva que, en su modalidad clásica, consiste en subir o recorrer paredes de roca, laderas escarpadas u otros relieves naturales caracterizados por su verticalidad, empleando medios de aseguramiento recuperables en casi su totalidad y la posibilidad en su progresión de utilizar medios artificiales. Consta también de una modalidad deportiva que consiste en subir o recorrer paredes provistas de vías equipadas con seguros colocados fijos en la pared para garantizar la seguridad del escalador. Su principal particularidad es que la escalada se realiza únicamente utilizando el relieve natural de la roca para progresar (rot punkt), sin que el deportista se detenga o caiga, en términos de escalada al Rot Punkt (FEDME, 2015).

Es por ello que la escalada en roca se ha considerado como un ejercicio físico-recreativo que consiste en la ascensión de paredes de roca; ya sean pequeñas, donde se puede practicar la modalidad de Boulder; o en paredes de altitud mediana o grandes, donde se recomienda el uso de

arnés de cintura, cuerdas, y el material de protección. Se trata de una disciplina cuya ética ha permitido diferenciar varias submodalidades: escalada libre, escalada clásica, escalada deportiva, escalada artificial, solo integral. Dicho de otra manera, consisten en subir ciertos tramos acantilados, laderas, relieves verticales o paredes artificiales y ello, sugiere una variante turística en la que intervienen las destrezas que desarrollan las extremidades, la actividad física en general y el estado mental de concentración o serenidad del turista deportivo (UIAA, 1999).

Ahora bien, son varios los determinantes que conducen el nivel y el grado de peligro o complejidad que pudiera tener una ruta de escalada determinada. Entre ellos destaca los que se relacionan con las condiciones físicas del escalador, dígase la fuerza y resistencia requerida para completar la ruta; y otros más vinculados al medio escarpado que se le va a escalar. Aquí se incluye la protección o cantidad de seguros presentes en la ruta, el grado de inclinación de la pared, el tamaño de los agarres y la dificultad técnica para desplegar los movimientos (España, et al., 2009).

Inclusive tales determinantes pueden variar en dependencia de los medios en que se escale. Así puede aparecer la escalada en hielo donde el equipo y las técnicas a emplear son bien distintas al caso de roca firme. Entre la escalada en roca y la de rocódromo no hay mucha diferencia de técnica básica, por lo que se utiliza muchas veces la segunda como entrenamiento, sin embargo, la escalada en roca exige muchos más recursos físicos, técnicos y de equipo por el hecho de que se realiza en ambientes rocosos y escarpados que forman parte de ecosistemas naturales (UIAA, 1999).

Precisamente en el contexto de esa diferenciación, pueden encontrarse distintas categorías de escaladas determinadas por técnicas empleadas, estilos de anclajes y uso de extremidades. En primer lugar, aparece como más difundida la escalada clásica. Se trata de la más tradicional por realizarse de forma alpina, es decir, subir una vía en la que se va instalando los seguros, ya sea en anclajes naturales (árboles, puentes de roca, puntas de roca) o en anclajes artificiales recuperables (clavos, nudos empotrados, fisureros, friends y otros (UIAA, 1999).

A ella le acompaña la escalada libre, en la cual queda incluida la escalada clásica, siempre y cuando en esta última no exista ningún tramo de la vía que se haya ascendido con técnicas de escalada artificial. Se define como libre porque se emplean únicamente las manos y los pies como elementos de progresión, usando los seguros y la cuerda tan solo como protección (UIAA, 1999).

Por otra parte, puede identificarse la variante deportiva y artificial. Respectivamente, en el primer caso el estilo empleado se auxilia de los anclajes fijos a la pared previamente que sirven para asegurar a los escaladores; mientras que, en el segundo, se emplean todo tipo de material como fisureros y pitones para ayudar a subir y no sólo como protección, sino como material que puede



usarse, también, para progresar desafiando la gravedad. Lo que contrasta con la opción conocida como solo integral. En este caso la escalada no emplea cuerda ni seguros que protejan al escalador y, por ende, supone una modalidad peligrosa. Por último, resta la variante Búlder. Es una forma en la que el escalador no alcanza una altura que represente peligro en caso de caída (UIAA, 1999).

Según la Unión Internacional de Asociaciones de Alpinismo (1999), dentro del material y Equipo de Escalada Deportiva se diferencia lo siguiente:

- a) Zapatos (Pies de Gato): Los zapatos de escalada utilizan goma adhesiva y un ajuste ceñido para mejorar su sensibilidad y fricción en la roca.
- b) Bolsa de Magnesio: El magnesio se almacena en una bolsa, que se la sujeta por la cintura.
- c) Cepillo: Para limpiar las superficies de donde se va a sujetar.
- d) Crash Pad: Sirve para amortiguar la caída, utilizada para la modalidad de Boulder.
- e) Arnés: La escalada que utiliza rappel y cuerda necesariamente debe incluir un arnés, el cual asegurara y amortiguara una caída.
- f) Cuerda: Es parte del equipo de seguridad, la cual sirve para asegurarse y amortiguar en el caso de una caída.
- g) Dispositivos de Aseguramiento / Rappel: Bloquea la cuerda del escalador cuando este cae, existen dos tipos principales de equipos que son: ATC y el GRIGRI
- h) Mosquetones: Este se utiliza para sujetar la cuerda al punto de ancla
- i) Quickdraws o Cintas: Son dos mosquetones unidos por una cinta de nylon, sirve para sujetar el mosquetón a los pernos de la pared.
- j) Stoppers y Micro Stoppers: esta herramienta ayuda al escalador a asegurarse y fijarse en fisuras, la cabeza está hecho de cobre y hierro y el cable es de acero galvanizado.
- k) Empotradores: Este equipo de seguridad se debe utilizar mientras el escalador va avanzando por la ruta, los puntos de anclaje deben ser fijos y resistentes, esto no asegura que te proteja de una caída totalmente, por eso es de vital importancia que el escalador analice y elija el mejor punto.

### **2.2.9. La escalada en roca en Ecuador**

En el caso muy particular del Ecuador se verifican varias rutas de escalada en roca para lo cual la página web de Monodedo (2020) Ecuador ha dividido al territorio ecuatoriano horizontalmente en tres zonas, cada zona cuenta con varios lugares y estos lugares con varias rutas de diferente dificultad las cuales son:

### **Zona 1**

Esta comprende desde la frontera norte del país hasta el sur de la provincia de Pichincha esta cuenta con los siguientes lugares:

1. La Rinconada: (Pichincha) cuenta con 11 rutas de escalada.
2. Las Canteras: (Pichincha) cuenta con 11 rutas de escalada.
3. Guagua Pichincha: (Pichincha) cuenta con 9 rutas de escalada.
4. Santa Clara: (Pichincha) cuenta con 17 rutas de escalada.
5. Sigsipamba: (Pichincha) cuenta con 20 rutas de escalada.
6. Sierra Virgen: (Pichincha) zona de boulder.
7. Cuyuja: (Pichincha) cuenta con 41 rutas de escalada.

### **Zona 2**

Esta comprende desde el norte de la provincia de Cotopaxi, hasta el sur de la provincia de Chimborazo y esta cuenta con los siguientes lugares:

1. Cocha-Uma, Zumbahua: (Cotopaxi) cuenta con 31 rutas de escalada.
2. Acantilado de San Juan: (Chimborazo) cuenta con 48 rutas de escalada.

### **Zona 3**

Esta comprende desde el norte de la provincia de Cañar, hasta el sur de la provincia de Loja y esta cuenta con los siguientes lugares:

1. Paute: (Azuay) cuenta con 60 rutas de escalada.
2. Sayausi: (Azuay) cuenta con 11 rutas de escalada.
3. Cojitambo: (Azogues) cuenta con 86 rutas de escalada.
4. Cajas: (Azuay)
5. Cerro Ahuaca: (Loja) cuenta con 7 rutas de escalada.
6. Giron: (Azuay) cuenta con 8 rutas de escalada.

En el sector turístico en la provincia de Chimborazo, se encuentra en la zona centro del país formando parte del pasillo interandino lo que lo hace una zona privilegiada en paisajes, al mismo tiempo su naturaleza, cultura, gastronomía, fiestas e historia hace que esta provincia tenga varios atractivos turísticos con gran potencial.

Entre sus atractivos turísticos se disponen las estaciones de Ferrocarril con su travesía, Iglesia de Balbanera (la primera iglesia del país), Centro histórico de Riobamba, Aguas termales de Guallabamba, Laguna de Ozogoché, Laguna de Colta, Nevado Chimborazo, Nevado El Altar, Cementerio Panteológico de Punín y la nariz del Diablo. Asimismo, se pueden disfrutar de la

reserva de producción de fauna Chimborazo: Nevado Chimborazo, refugios, templo Machay, Bosque Polylepis, Agujas de Whymper, Escalada en La Chorrera y también el parque Nacional Sangay: Nevado El Altar, Lagunas de “el Altar”.

Dentro de los lugares muy específicos para escalar destaca el afloramiento de roca del cerro Cachaway, que se encuentra localizado en las coordenadas geográficas S 1.67186° W78.68371°, zona 17 Sur, en las parroquias Yaruquíes y Lizarzaburu del cantón Riobamba con una altitud de 2865 metros sobre el nivel del mar. Atravesado por el Río Chibunga y por un canal de riego.



**Figura 1-2.** Mapa del Cerro Cachaway

**Fuente:** Google earth 2020.

En la tabla siguiente se disponen las rutas Equipadas en el Cerro Cachaway.

**Tabla 1-2:** Rutas del Cerro Cachaway

N°	NOMBRE DE LA RUTA	DIFICULTAD
1	Falta de Apoyo	6b
2	La Cincuentona	5to Superior
3	Modo Drunk	6b+
4	Las Dulces Sueños	6ª
5	Pase del Niño	6c
6	Ruta Reequipada	

**Fuente:** Tomado de (Naveda, 2018).

**Elaborado por:** Burgos, Jorge, 2020.

Por su parte, el cantón Guano se encuentra ubicado en el norte de la provincia de Chimborazo, cuenta con dos parroquias urbana que son: La Matriz y el Rosario y con nueve parroquias rurales que son: Valparaíso, Santa Fe de Galán, San Isidro, Ilapo, San Gerardo, Guanando, San Andrés, La Providencia y San José de Chazo.

Se trata de un valle interandino donde se han encontrado vestigios arqueológicos de la cultura Tunchahuán y Puruhá. Llamada “La Capital Artesanal del Ecuador”, cuenta con una gran tradición en la elaboración de alfombras de fama internacional, también cuenta con un museo que expone a la famosa Momia de Guano, cuenta con la colina de Luishi donde se puede practicar turismo de aventura y deportivo, entre sus atractivos turísticos están:

Entre los atractivos turísticos se pueden identificar los siguientes:

- a) Arquitectónicos: Iglesias: Iglesia Católica María Inmaculada, Iglesia del Carmen, Ruinas del Monasterio de la Asunción o museos: Museo de la ciudad
- b) Gastronómicos: Fritada, chorizo, la chicha huevona y Las Cholas de Guano.
- c) Naturales o de Recreación: Colina de Luishi, Parque Acuático los Elenes

Precisamente en estos atractivos naturales, como el caso de la Colina de Luishi se lleva a cabo esta actividad. Esta colina está formada por rocas de origen volcánico, se encuentra localizado en el Cantón Guano provincia de Chimborazo su ubicación geográfica es la siguiente:



**Figura 2-2.** Mapa de la Colina de Luishi

Fuente: Google earth 2020.

La Colina de Luishi se encuentra ubicada en la zona de vida Bosque siempre verde Montano bajo. Las rutas de escalada están ubicadas sobre roca sólida de origen volcánico. En esta unidad del relieve interandino se encuentran equipadas 31 rutas las cuales son las siguientes:

**Tabla 2-2:** Rutas de la Colina de Luishi

<b>CERRO CACHAWAY</b>			
<b>N° Sector</b>	<b>N°</b>	<b>NOMBRE DE LA RUTA</b>	<b>DIFICULTAD</b>
<b>1.</b>	1	Mashu-Machay	5+
	2	Uyuyui	7a+
	3	La Bacilona	6c
	4	Psycho	6b
	5	Arco Iris	8 <sup>a</sup>
	6	Hazte-Line	7b
	7	La Canaleta	6a+
	8	Comandos	6 <sup>a</sup>
<b>2.</b>	9	Fisura Tecnonoche	6b
	10	Guagua-Ñaco	7b
	11	Trip Sensation	7c
	12	5ta Batalla	6 <sup>a</sup>
	13	La Maquinaria	7b
	14	Mira que bien te ves	6 <sup>a</sup>
	15	Chola Resabiada	6b+
	16	Te gusta mi banana	7b
	17	Chis	6b
	18	Gringa Loca	7b
<b>3.</b>	19	Mavesa	¿?
	20	Fuuaa	7a+
	21	Machuca	¿?
	22	El sabor	6b
	23	Arista	6b+
	24	La Diferente	6c
	25	Venteada	6b+

	26	Fly Away Home	6c+
	27	Raja de Perro	6c
	28	La Novedad	6c
	29	Salvation	6 <sup>a</sup>
	30	Bodas de Bronce	7 <sup>a</sup>
	31	Lluvia de Meteoritos	6b

**Fuente:** Trip. S.A, Club de Montañismo de Chimborazo

**Elaborado por:** Burgos, Jorge, 2020.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Método de Investigación

Esquema General de Investigación de F. Arias Galicia

##### 3.1.1. *Planteamiento del Problema*

Las Rutas de escalada existentes en el Cerro Cachaway y en la Colina de Luishi, de las ciudades de Riobamba y Guano respectivamente, no cuentan con un sistema de comunicación informativo adecuado. Por lo que necesitamos saber cuáles son los medios que serán parte del nuevo sistema de comunicación informativo, para dar a conocer las rutas de escalada en estos lugares.

##### 3.1.2. *Planeación.*

Como parte de la planeación se debe identificar los recursos que nos van a servir para resolver el problema, en este caso en específico utilizaremos a las agencias de turismo con especialistas en escalada y a los sitios de información turística de las ciudades de Riobamba y Guano como recursos institucionales, materiales que nos ayuden en la elaboración del proyecto tales como: cámaras, computadoras, programas de diseño, materiales de oficina, etc. Escaladores, operadores de dron, guías turísticos, como recursos humanos y otros como vehículos para la movilidad.

Con los recursos ya identificados se llevará a cabo la planeación de actividades las cuales serán, realizar un análisis FODA sobre el sistema de comunicación actual de las rutas de escalada y con sus resultados ver cuáles son sus puntos bajos, altos y cómo mejorarlos, documentar información sobre las rutas de escalada e identificar y diseñar los medios más adecuados para difundir las rutas de escalada.

3.1.2.1. *Recursos*

) **Institucionales.**

- Agencias de Turismo (Guías de Escalada)
- Centros de información turística de los municipios de Riobamba y Guano

) **Materiales.**

**Tabla 1-3:** Recursos - Materiales

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>
Esferos Bic (Rojo, Azul y Negro)	9
Borrador Pelikan PZ 60	2
Hojas Formato A4	100
Carpetas	4
Bocetero A4	1
Tarjeta de memoria de 16 GB	2
Disco externo	1
Trípode	1
Cámara Reflex	1
Gilgotina	1
Drone Cámara	1
Objetivos	2
Luces Flash	1
Rebotadores	2
Computadora core i7	1



Adobe Illustrator	
Adobe Photoshop	
Adobe Indesign	
Carpa para acampar	2

Realizado por: Burgos, Jorge, 2020.

### ) **Talento humano.**

- Guías Turísticos.
- Escaladores.
- Operadores de Drone.

### ) **Otros.**

- Transporte
- Alimentación

### ) **Actividades**

- Se va a realizar un análisis Foda sobre el sistema de comunicación actual de las rutas de escalada.
- Con los resultados del análisis Foda, se podrá llegar a la conclusión de cuáles son los puntos estratégicos de cada medio y su mejora para un futuro.
- Investigar información sobre las rutas
- Documentar la información
- Identificar los medios de comunicación más adecuados para difundir las rutas de escalada.
- Diseñar los medios de comunicación adecuados.

### 3.1.3. *Recopilación de Información*

Para la recopilación de datos se utilizarán diferentes técnicas las cuales son: fichas de observación, entrevistas y encuestas, cada una de estas tendrá un modelo con preguntas o ítems a llenar de acuerdo a su objetivo.

#### 3.1.3.1. *Técnicas*

) **Observación:** Nos permitirá ver todas las rutas que existe en cada lugar, recabando información a través de fichas de observación, también nos permitirá concluir cuales son los medios informativos que estarán dentro del sistema de comunicación.

Permitirá concluir cuales son los lugares, actividades, gastronomía, preparación que se indicará en el material informativo a realizar, utilizando una ficha de observación en cada uno de los lugares turísticos del cantón Baños.

) **Entrevista:** la información recabada será incluida en el sistema de comunicación informativo. Se la realizara a escaladores de la ciudad de Riobamba que cuenten con datos sobre las rutas de escalada. Esta entrevista se la realizará a 3 escaladores de la ciudad de Riobamba, 2 de ellos han abierto una gran parte de las rutas en la colina de Luishi y en el Cerro Cachaway y el uno está en práctica constante de este deporte.

**Tabla 2-3:** Escaladores de la ciudad de Riobamba

<b>Escaladores de la Ciudad de Riobamba</b>
Pablo Falconí
Santiago Naveda
Andrés Rojas

**Fuente:** Trip S.A, 2020.

**Elaborado por:** Burgos, Jorge, 2020.

La entrevista se la realizara a escaladores de la ciudad de Riobamba, para llegar a conocer las formas de acceso, ubicación, transporte, equipo, número y nombre de las rutas y su dificultad.

J) **Encuesta:** Se realizará las encuestas a escaladores de todo el país, mediante una encuesta llenada vía online. Según el Sistema Estadístico de Información Turística del cantón Riobamba la demanda turística en el año 2006 fue de 92372 turistas de los cuales 77658 son nacionales y 14714 son extranjeros; de estas cifras el 37% (34177 turistas) de la muestra gusta o prefiere realizar alguna actividad de aventura siendo este el mayor porcentaje en gustos y preferencias.

Al tratarse de un sistema de comunicación informativo sobre las rutas de escalada, esta investigación contará con un focus group, debido a que no se cuenta con cifras del número de personas que vengan a realizar turismo enfocados en la escalda y también nos ayudara a ir directamente al segmento que es afín a este deporte.

El focus group se lo realizara a 3 grupos diferentes, cada grupo pertenece a las 3 zonas que existen para escalar en el país que es la zona norte, zona centro y zona sur, en cada grupo se realizaran 10 encuestas.

#### **3.1.4.            *Procesamiento de datos***

Las fichas de observación se las va a llenar en el sitio, recabando información sobre cada una de las rutas y de las que no se pueda obtener toda la información, se la llenara con ayuda de la empresa Trip S.A. y la Escuela de Escalada de Chimborazo.

Las encuestas la van a llenar 30 personas que practican este deporte, esta compuestas por 6 preguntas las cuales están enfocadas en los datos y los medios por lo que ellos obtienen información de las rutas de escalada.

La entrevista se la va a realizar a los 3 escaladores de la ciudad de Riobamba, la cual contará de 3 preguntas, enfocadas en la información respecto a: ubicación, transporte y ¿Cómo llegar?.

3.1.2.1. *Fichas de Observación*

Estas fichas fueron llenadas con la ayuda de la empresa Trip. S.A y la Escuela de Escalada de Chimborazo.

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>		
<b>RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUISHI</b>		
<b>Nombre del Lugar:</b> Colina de Luishi	<b>Ubicación:</b> Guano – Chimborazo	
<b>Tipo de Atractivo:</b> Turístico deportivo y de aventura	<b>Horario de atención:</b> 24 horas (Lunes a Domingo)	
<b>Transporte:</b> Carro Particular Cooperativa 20 de Diciembre	<b>Señalética:</b> Si, un tótem una señal direccional	
<b>Número de Rutas:</b> 31 Rutas divididas en 3 zonas	<b>Alojamiento:</b> Guano cuenta con hostales y también hay zonas de acampada	


**Figura 1-3.** FICHA DE OBSERVACIÓN RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUISHI

**Realizado por:** Burgos, Jorge, 2020.

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>					
<b>RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUISHI – ZONA 1</b>					
					
<b>N° Sector</b>	<b>N°</b>	<b>NOMBRE DE LA RUTA</b>	<b>Grado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Protección</b>
<b>1.</b>	1	Mashu-Machay	5+	Clásicas	Free Solo
	2	Uyuyui	7a+	Clásica	Microstoppers. Al final hay una chapa
	3	La Bacilona	6c	Deportiva	8 Cintas
	4	Psycho	6b	Deportiva	6 Cintas
	5	Arco Iris	8a	Deportiva	8 Cintas
	6	Hazte-Line	7b	Deportiva	9 Cintas
	7	La Canaleta	6a+	Deportiva	8 Cintas
	8	Comandos	6a	Mixta	Friends 2,3,y5

**Figura 2-3.** FICHA DE OBSERVACIÓN RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUISHI – ZONA 1

**Realizado por:** Burgos, Jorge, 2020.

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>					
<b>RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUISHI – ZONA 2</b>					
					
<b>N° Sector</b>	<b>N°</b>	<b>NOMBRE DE LA RUTA</b>	<b>Grado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Protección</b>
2.	9	Fisura Tecnonoche	6b	Clásica	Friends del 0,5 al 3; stoppers.
	10	Guagua-Ñaco	7b	Deportiva	7 Cintas
	11	Trip Sensation	7c	Deportiva	10 Cintas
	12	5ta Batalla	6a	Deportiva	9 Cintas
	13	La Maquinaria	7b	Deportiva	9 Cintas
	14	Mira que bien te ves	6a	Clásica	Friends del 2 al 5
	15	Chola Resabiada	6b+	Deportiva	8 Cintas
	16	Te gusta mi banana	7b	Clásica	Friends del 0,5 al 2
	17	Chis	6b	Deportiva	8 Cintas
18	Gringa Loca	7b	Clásica	Camalots del 2 al 5	

**Figura 3-3.** FICHA DE OBSERVACIÓN RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUISHI – ZONA 2

**Realizado por:** Burgos, Jorge, 2020.

**FICHA DE OBSERVACIÓN**


**RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUISHI – ZONA 3**



<b>N° Sector</b>	<b>N°</b>	<b>NOMBRE DE LA RUTA</b>	<b>Grado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Protección</b>
3.	19	Mavesa	¿?	Deportiva	8 Cintas
	20	Fuuaa	7a+	Deportiva	8 Cintas
	21	Machuca	¿?	Deportiva	9 Cintas
	22	El sabor	6b	Clásica	Friends del 2 al 5
	23	Arista	6b+	Deportiva	6 Cintas
	24	La Diferente	6c	Deportiva	7 Cintas
	25	Venteada	6b+	Deportiva	7 Cintas
	26	Fly Away Home	6c+	Deportiva	7 Cintas
	27	Raja de Perro	6c	Clásica	Friends del 1 al 5
	28	La Novedad	6c	Deportiva	8 Cintas
	29	Salvation	6a	Deportiva	7 Cintas
	30	Bodas de Bronce	7a	Deportiva	6 Cintas
	31	Lluvia de Meteoritos	6b		Friends del 1 al 5. Camalots del .75 al 3

**Figura 4-3.** FICHA DE OBSERVACIÓN RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUSHI – ZONA 1

**Realizado por:** Burgos, Jorge, 2020.

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>		
<b>RUTAS DE ESCALADA CERRO CACHAWAY</b>		
<b>Nombre del Lugar:</b> Cerro Cachaway	<b>Ubicación:</b> Riobamba – Chimborazo	
<b>Tipo de Atractivo:</b> Turístico deportivo y de aventura	<b>Horario de atención:</b> 24 horas (Lunes a Domingo)	
<b>Transporte:</b> Carro Particular. Buses con rutas al Sur.	<b>Señalética:</b> No	
<b>Número de Rutas:</b> 6 Rutas	<b>Alojamiento:</b> Riobamba cuenta con varios hoteles, hostales y también existe zonas de acampada	

**Figura 5-3.** FICHA DE OBSERVACIÓN RUTAS DE ESCALADA CERRO CACHAWAY

**Realizado por:** Burgos, Jorge, 2020.



<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>				
<b>RUTAS DE ESCALADA CERRO CACHAWAY ZONA DE ESCALADA</b>				
				
<b>N°</b>	<b>NOMBRE DE LA RUTA</b>	<b>Grado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Protección</b>
1	Falta de apoyo	6b	Deportiva	8 Cintas
2	La cincuenta	5to superior	Deportiva	8 Cintas
3	Modo Drunk	6b+	Deportiva	9 Cintas
4	Las Dulces Sueños	6a	Deportiva	6 Cintas
5	Pase del Niño	6c	Deportiva	6 Cintas
6	Ruta Equipada	¿?	Deportiva	7 Cintas

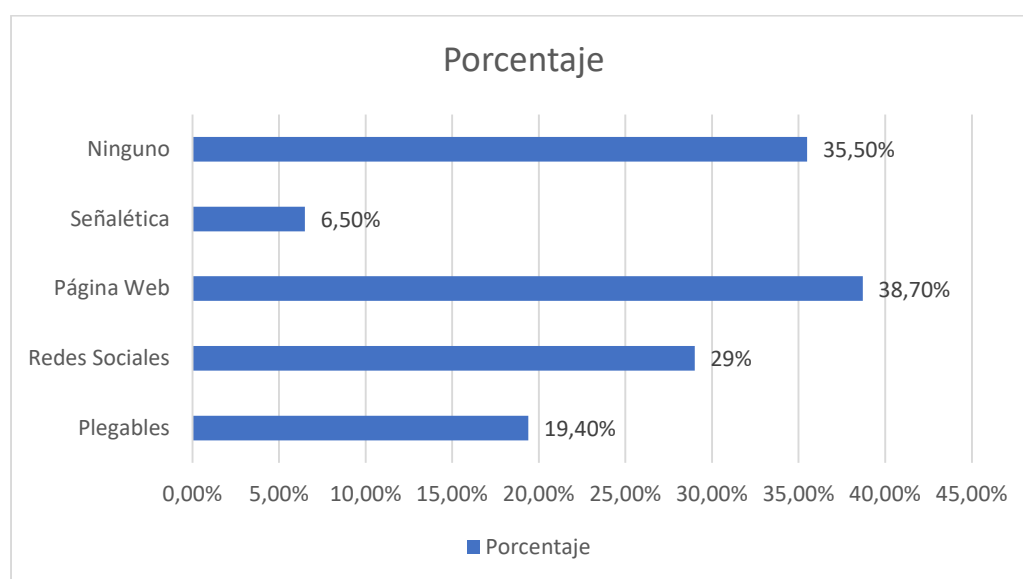
**Figura 6-3.** FICHA DE OBSERVACIÓN RUTAS DE ESCALADA CERRO CACHAWAY ZONA DE ESCALADA

**Realizado por:** Burgos, Jorge, 2020.

### 3.1.2.2. Resultados de las Encuestas

La siguiente encuesta se realizó a 30 escaladores.

#### 1. ¿Por cuáles de los siguientes medios usted ha obtenido información, sobre las rutas de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano)?



**Gráfico 1-3:** Medios de Información sobre las Rutas de Escalada

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Burgos, Jorge, 2020.

#### **Análisis de datos:**

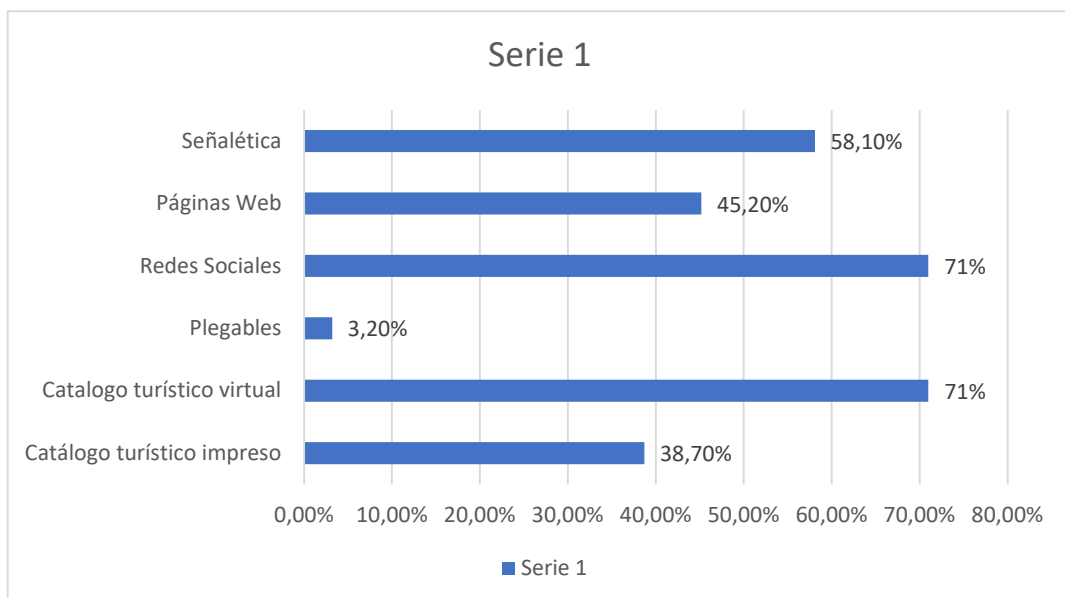
En el gráfico 1, se puede apreciar que del total de la población, el 38,7% de los encuestados ha obtenido mayor información sobre las rutas de escalada mediante las páginas web, el 35,5% refirió no tener ninguna fuente de información, siendo un porcentaje considerable, el 29% de la población expresaron que a través de redes sociales y un 6,5% señalaron que las rutas en la señalética existente muestran menor frecuencia.

#### **Interpretación de Resultados:**

Los medios donde los escaladores han obtenido mayor información sobre las rutas de escalada en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano), es mediante las páginas web

y redes sociales; así mismo el segundo mayor porcentaje ha indicado que no cuenta con ningún tipo de información; mientras que en los plegables y señalética existente han obtenido menos información. En tal sentido, se logra determinar información de las rutas de escaladas lo que permite alcanzar el segundo objetivo, logrando especificar que es necesario mantener actualizado los datos en las páginas o redes sociales los cuales son un punto de apoyo para la población que reconozcan las técnicas de ascensos y de seguridad que tienen estos lugares.

**2. ¿Cuáles de los siguientes medios informativos sobre las rutas de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano), usted utilizaría?**



**Gráfico 2-3.** Medios Informativos sobre las Rutas en el Cerro Cachaway y la Colina de Luishi

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)

**Análisis de datos:**

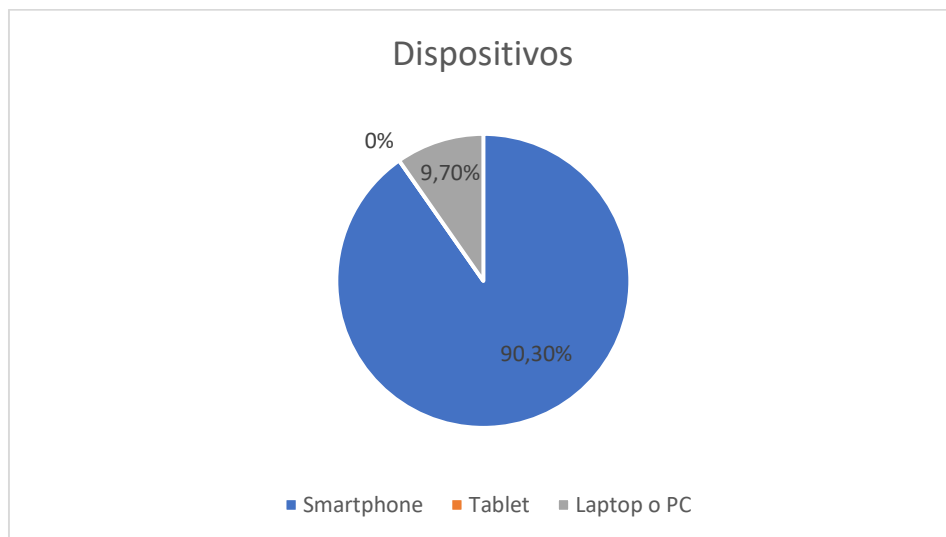
Como parte de la información de las rutas de escaladas, en el gráfico 2, se observa que de la población total, el 71% de los encuestados expresaron que utilizan las redes sociales y simultáneamente un catálogo turístico virtual para obtener información sobre las rutas, mientras que un 58,10 respondieron que con la señalética, el 45,20% indicaron que mediante las páginas

web, un 38,70% señalaron que a través de un catálogo turístico impreso y el 3,20% utilizan los plegables.

### **Interpretación:**

Los escaladores para obtener información sobre las rutas de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano), mayormente utilizarían redes sociales, un catálogo turístico virtual y señalética; mientras que los menos utilizarían son: un catálogo turístico impreso, páginas web y plegables. Cada uno de estos medios son fundamentales porque es una forma de manejar los imprevistos en la vía, es necesario la información de las redes porque es la forma de comunicación actual, convirtiéndose como una obligación en usarla en las rutas de escaladas según los resultados obtenidos, determinando el alcance del segundo objetivo del presente estudio.

### **3. ¿En qué dispositivo electrónico prefiere usted visualizar los medios informativos, sobre las rutas de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano)?**



**Gráfico 3-3.** Dispositivos Electrónicos Rutas de Escalada en Roca en el Cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano)

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Burgos, Jorge, 2020.

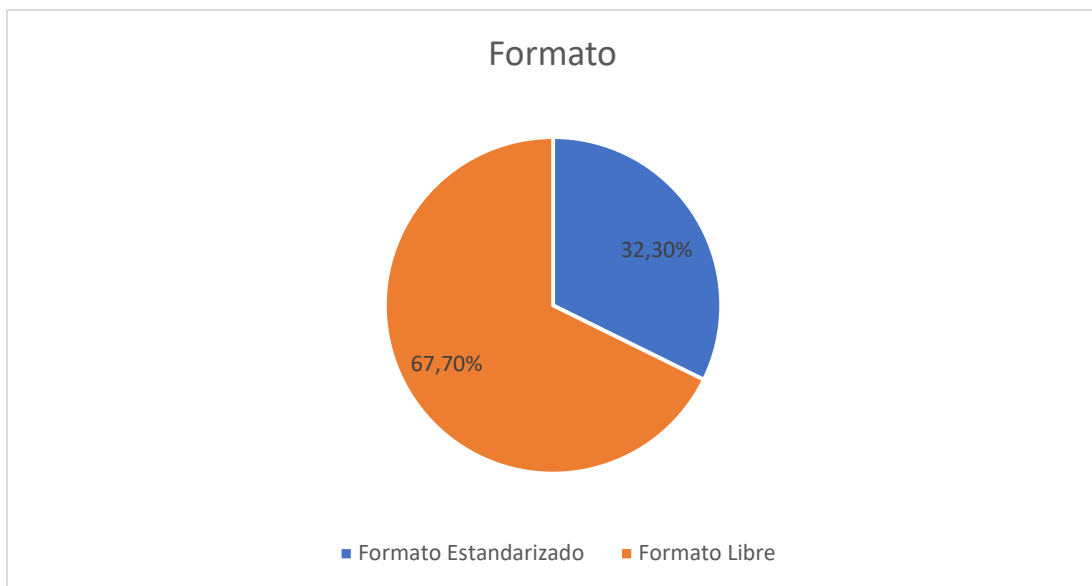
### **Análisis de datos:**

En el gráfico 3, se determinó que de la población total el 90,30% considera que prefiere visualizar los medios informativos sobre las rutas de escalada en Smartphone, mientras que el 9,7% se inclina por visualizarlos mediante laptops o pc.

### **Interpretación:**

Los escaladores en base a los resultados obtenidos, prefieren visualizar los medios informativos sobre las rutas de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano), en smartphones. Estos resultados evidencian que existe una alta aceptación del empleo de las redes sociales como mecanismo de información para rutas de escaladas.

#### **4. ¿Qué tipo de formato para un catálogo informativo sobre las rutas de escalda, cree usted que es el más apto según las condiciones que representa el ir a escalar?**



**Gráfico 4-3:** Formato para un catálogo informativo sobre las rutas de escaladas

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)

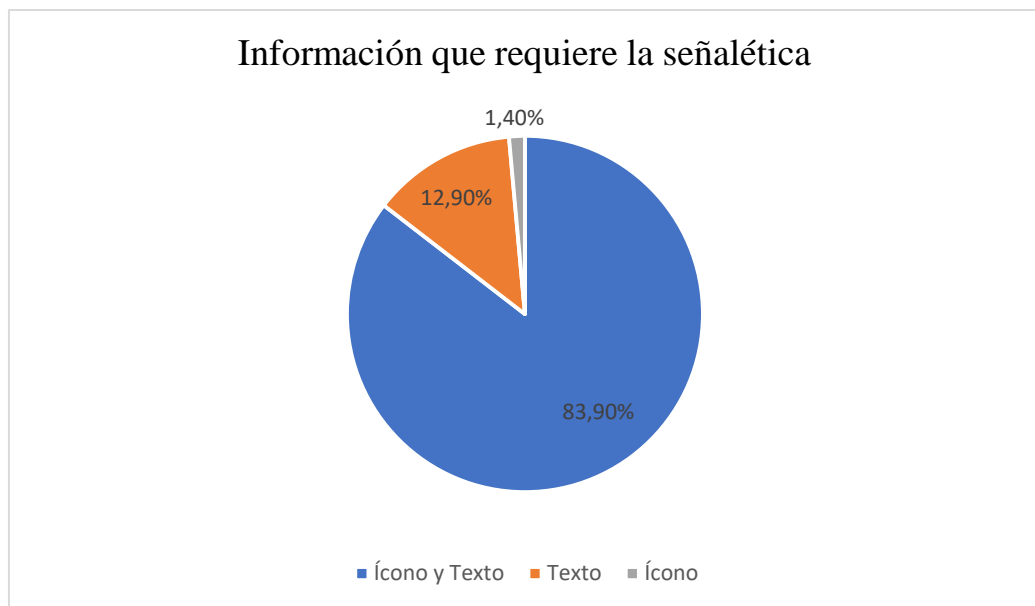
### Análisis de datos:

Se puede observar en el gráfico 4 que de la población total, el 67,70% considera que el formato libre es el más apto para un catálogo turístico, mientras que el 32,30% optó por el formato estandarizado.

### Interpretación de Resultados:

Al respecto, Los escaladores en base a los resultados obtenidos consideran que para un catálogo turístico el formato libre es el más apto para ser utilizado, proporcionando detalles sobre el sector o área geográfica o un destino en particular, lo que conlleva al alcance del tercer objetivo en el que se identifica la forma para difundir las rutas de escaladas

### 5. ¿Qué tipo de información desearía que este en la señalética de los parques de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano)?



**Gráfico 5-3.** Información que se requiere en la señalética.

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)

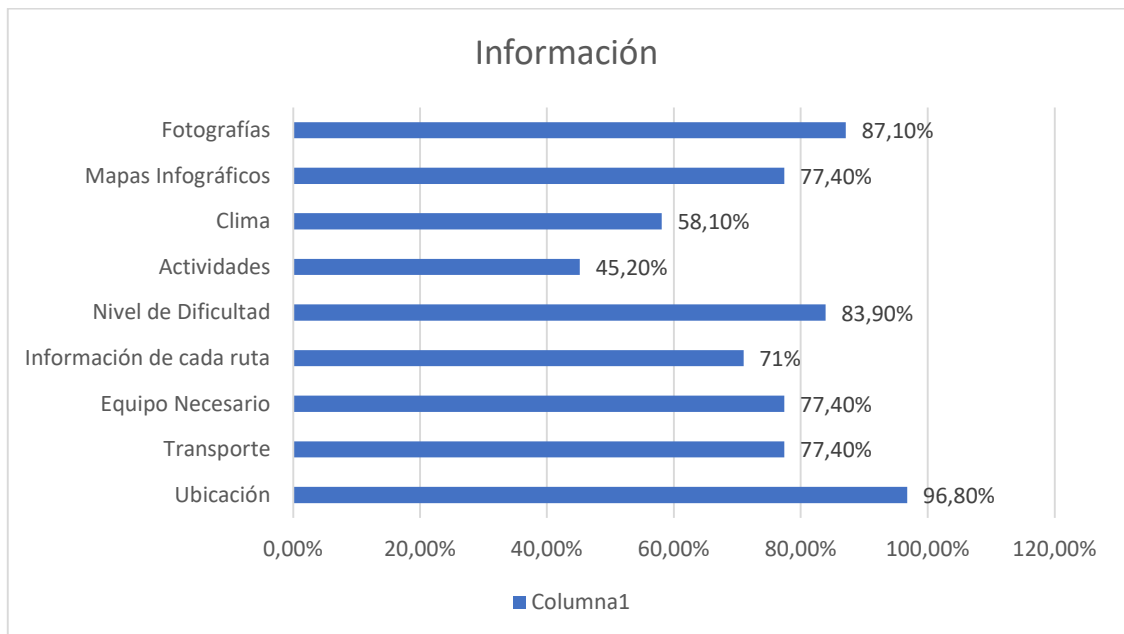
### **Análisis de datos:**

Tal como se muestra en el gráfico 5, de la población total el 83,90% de los encuestados consideraron que la señalética debe contener texto e ícono, el 12,90% refirió que solamente texto, mientras que el 1,40% considero que solo ícono.

### **Interpretación de datos:**

Los escaladores en base a los resultados obtenidos desearían que la señalética cuente con íconos y textos. Lo que permite establecer que la forma de comunicar a los escaladores es con las señales que contengan textos e íconos porque es la forma más rápida y clara para orientar a las personas mediante al seguimiento de instrucciones mediante códigos o letras, constituyendo un aporte para el alcance del tercer objetivo que es la manera de difundir rutas escaladas.

## **6. ¿Qué información debería contener los medios que tratan sobre las rutas de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano)?**



**Gráfico 6-3.** Información que contienen los medios

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)

### **Análisis de datos:**

Según los resultados de las respuestas de la población encuestada, se obtuvo que la información requerida en los medios que traten sobre las rutas de escaladas en roca son: el 96,8% señaló la ubicación, el 87,10% indicó las Fotografías, el 83,90% indicaron el Nivel de dificultad, el 77,40% manifestaron el equipo necesario, transporte y mapas infográficos, el 71% respondieron la Información sobre cada ruta, el 58,10% mostraron el Clima, y finalmente el 45,20% indicaron las actividades a realizar.

### **Interpretación de Resultados:**

Según el resultado obtenidos, los escaladores consideran con un alto grado de frecuencia la ubicación, posteriormente las fotografías, el Nivel de dificultad, el equipo necesario, el transporte, mapas infográficos, información sobre cada ruta, el Clima, y las actividades a realizar, son de gran importancia y que son necesarias incluirlas en los medios. Todos estos datos evidencian que existen diversos medios apropiados para difundir las rutas escaladas siendo de gran relevancia para el presente estudio logrando el alcance del tercer objetivo.

#### *3.1.4.3. Resultados de las Entrevistas*

En base a las respuestas de las entrevistas a los 3 escaladores de la ciudad de Riobamba, se pidió que nos respondieran las siguientes preguntas.

#### **¿Cuál es la ubicación del cerro Cachaway y la Colina de Luishi?**

Cerro Cachaway.

Ubicación: El cerro Cachaway está ubicado en el cantón Riobamba, en las parroquias Yaruquíes y Lizarzaburu en las siguientes coordenadas geográficas

S= 1.67189°

W= 78.68371°

Zona 17 Sur.

El ingreso al Cerro Cachaway es por el parque Ricpamba ubicado en el barrio El Batán – Las Manolas.



Colina de Luishi

Ubicación: La Colina e Luishi se encuentra en el Cantón Guano, en las siguientes coordenadas geográficas

Altitud= 2728 m.s.n.m

Latitud: 1°36'20''

Longitud: 78°41'25'' oeste.

### **¿Qué actividades se pueden realizar en la colina de Luishi y en el Cerro Cachaway?**

En ambos lugares se puede practicar la escalada en las modalidades de: Escalada deportiva; Escalada clásica y boulder.

### **¿Cómo se puede llegar a las rutas de escalada?**

#### **Cerro Cachaway.**

Autobús:

Si usted viaja en autobús, desde el Terminal Terrestre puede tomar las siguientes líneas de autobuses: Línea 13 – Línea 14 - línea 15. Pídale al conductor que le avise cuando lleguen a la gasolinera de la Politécnica que se encuentra en la Avenida Pedro Vicente Maldonado y Av. 11 de noviembre, cruza la avenida Pedro Vicente y toma la calle Diego de Rodríguez y sigue toda la calle hasta llegar al parque Ricpamba son alrededor de 900 m desde la parada hasta el parque.

Vehículo particular:

Si Viene del Norte del país, de la Panamericana Norte tome la avenida Lizarzaburu rumbo al centro de la Ciudad tome la avenida 11 de Noviembre a mano derecha recto hasta el cruce de la avenida Pedro Vicente y siga recto por la calle Diego de Rodríguez hasta llegar al parque Ricpamba, una vez en el Parque puede dejar su vehículo estacionado en el parqueadero, pero si su vehículo es 4x4 una vez llegando al parque Ricpamba cruce el puente que está a mano izquierda y siga recto hasta el final de la calle, tome la calle a mano derecha hasta llegar a la Hostería Las Manolas, una vez ahí tome el camino de tierra que se encuentra a mano izquierda y siga recto hasta salir al Asfaltado esta es la calle Alfonso Burbano siga a mano derecha hasta llegar a la Y,

siga a mano derecha y rodee la montaña llegara directo al claro de árboles que se encuentra en la base de las rutas de escalada

Si viene del Sur del país, Al salir de la Panamericana Sur tome la Avenida Pedro Vicente Maldonado y siga recto como punto de referencia tiene la ESPOCH de que está por llegar al cruce, a continuación vera la Gasolinera de la Epoch del semáforo tome a mano derecha por la calle Diego de Rodríguez hasta llegar al parque Ricpamba, una vez en el Parque puede dejar su vehículo estacionado en el parqueadero, pero si su vehículo es 4x4 una vez llegando al parque Ricpamba cruce el puente que está a mano izquierda y siga recto hasta el final de la calle, tome la calle a mano derecha hasta llegar a la Hostería Las Manolas, una vez ahí tome el camino de tierra que se encuentra a mano izquierda y siga recto hasta salir al Asfaltado esta es la calle Alfonso Burbano siga a mano derecha hasta llegar a la Y, siga a mano derecha y rodee la montaña llegara directo al claro de árboles que se encuentra en la base de las rutas de escalada.

Si está dentro de la ciudad como punto inicial tome al Terminal Terrestre, siga por la Av. La Prensa hasta la Av. Milton Reyes tome esta avenida recto hasta llegar a la Av. 11 de Noviembre siga por mano izquierda hasta llegar al semáforo de la Gasolinera de la Epoch y tome la calle Diego de Rodríguez hasta llegar al parque Ricpamba, una vez en el Parque puede dejar su vehículo estacionado en el parqueadero, pero si su vehículo es 4x4 una vez llegando al parque Ricpamba cruce el puente que está a mano izquierda y siga recto hasta el final de la calle, tome la calle a mano derecha hasta llegar a la Hostería Las Manolas, una vez ahí tome el camino de tierra que se encuentra a mano izquierda y siga recto hasta salir al Asfaltado esta es la calle Alfonso Burbano siga a mano derecha hasta llegar a la Y, siga a mano derecha y rodee la montaña llegara directo al claro de árboles que se encuentra en la base de las rutas de escalada

**Acceso:**

Si vas caminando existen 2 Ingresos para llegar hasta las rutas:

La primera es por el parque Ricpamba: cruzas el parque hasta llegar a un canal de riego aéreo, a mano derecha bajas hasta el río y cruzas por un puente de madera, sigues a mano izquierda siguiendo el sendero hasta llegar a un claro en medio de los árboles, de ahí tienes que subir la montaña hasta llegar.

La segunda se ingresa de la siguiente manera: Llegando al parque a mano izquierda caminas hasta llegar a la esquina de la cuadra, ahí encontraras un camino de tierra, tienes que seguir el camino recto en dirección a la montaña, hasta llegar al canal de riego aéreo, una vez estando ahí sigue el

sendero hasta llegar a un claro en medio de los árboles, a continuación, sube la montaña hasta llegar.

### **Colina de Luishi.**

La Colina de Luishi se encuentra a 15 minutos de la ciudad de Riobamba a 8km desde el centro de Riobamba, para llegar existen varias formas:

#### **Autobús:**

Si usted viaja en autobús, debe ir hasta la Plaza Dávalos en Riobamba y tomar el bus que tienen como destino Guano, el costo del pasaje es de 0,30ctvs, cuando subas al bus puedes pedirle al controlador que te deje en el redondel a la entrada de Guano, por si algún motivo te pasas de la parada el bus te dejara en el parque central, no tendrás problemas al ubicarte ya que es la única colina que se puede observar, toma la Av. 20 de diciembre y camina rumbo a la Colina de Luishi.

#### **Vehículo particular:**

Tome como punto inicial el terminal terrestre Interprovincial de Riobamba, vaya por la Avenida de los Héroes hasta llegar al 1er redondel, tome la 3era salida y siga recto hasta la avenida Av. Antonio José de Sucre, está la llevara hasta la vía a Guano. Sabrá que está a punto de llegar a la ciudad de Guano cuando empiece una bajada un poco pronunciada, cuando termine esta bajada siga hasta llegar al redondel tome la 3ra salida y podrá ya visualizar la Colina de Luishi en la base de la colina podrá encontrar un parque que cuenta con un parqueadero.

#### **Sendero:**

Camine hasta llegar a la base de la Colina de Luishi suba las gradas y a mano derecha encontrará dos caminos las gradas para subir a la Colina, y un sendero de piedras que rodea por la parte baja la Colina, siga por este sendero este sendero deja de ser empedrado, pero, el sendero se mantiene siga hasta llegar a las rocas.

### **3.1.5. *Explicación e Interpretación***

Con el fin de dar respuestas a los objetivos propuestos de la investigación denominada: “Sistema de Comunicación Informativo sobre las Rutas de Escaladas en Roca en las ciudades de Riobamba y Guano” a partir de las mediciones efectuadas y los datos resultantes, es necesario un plan de análisis, el cual se detallará a continuación:

Según la información recabada en las fichas de observación, podemos llegar a la conclusión de que la información que se maneja en este deporte es de tipo técnica ya que se necesita saber el nivel de dificultad de la ruta, el equipo necesario y el nombre, cabe recalcar que cada ruta tiene diferente dificultad y diferente número de equipo que se necesita para armar la ruta. Por lo cual es necesario y por la seguridad de los escaladores detallar esta información en los medios que conformaran el sistema de comunicación informativo.

Según los resultados obtenidos a través de la apreciación de los encuestados, revelaron que para conocer sobre las rutas de escaladas se inclinaron por obtener información a través de las páginas web permitiendo así determinar que es una forma directa el cual contiene información digital, ofreciendo datos visuales o sonoros, mediante textos, imágenes, gráficos, audio o videos, convirtiéndose en una red informática mundial siendo seguido por la mayoría de los encuestados que participaron en el estudio, accediendo directamente a la información de las rutas de escaladas requeridas por los mismos.

Por lo tanto, los encuestados generalmente para mantenerse informado utilizan las redes sociales así como también los catálogos turísticos virtuales logrando obtener la informarse requerida sobre las rutas de escaladas, ya que dichas redes sociales, son estructuras conformadas por personas conectadas entre sí y ofrecen datos de algo que es de interés, logrando el contacto social y la comunicación en tiempo real, lo que es necesario actualizar constantemente los datos sobre la situación o escenarios que se encuentran las rutas, así como los catálogos turísticos virtuales el cual se encarga de difundir los destinos turísticos por internet, para mantener informado a los participantes. En este mismo orden, se utilizan como medio de comunicación los Smartphone para obtener información sobre las rutas de escaladas, todo conlleva a demostrar cómo se logra obtener información sobre el tema planteado alcanzando el segundo objetivo de investigación.

Asimismo, en cuanto a los medios de comunicación más adecuada para difundir rutas de escaladas se consideraron de gran valor el formato libre para el catálogo turístico y que es primordial que

la señalética debe contener texto e ícono para su representación y lectura por parte de los escaladores determinando su ubicación, mediante el uso de fotografías, logrando el alcance del tercer objetivo.

Las respuestas que arrojaron las entrevistas dan a conocer que se cuenta con información detallada sobre la ubicación de las rutas, que hay diferentes maneras de llegar y acceder a las estas, variando su respuesta según como sea el medio de transporte. Esta información de igual manera es necesaria que este dentro de los medios, se la puede considerar como general e introductoria de estos lugares ya que esta nos muestra donde esta cada una y sus diferentes accesos.

### **3.1.6.            *Comunicación y Solución***

Los datos recabados gracias a las encuestas, entrevistas y fichas de observación, son de gran importancia ya que en la parte de información sabemos que los medios que formen parte del sistema de comunicación informativa, deben contar con la ubicación y acceso según el medio de transporte que se vaya a utilizar, también esta nos ayudara en la elaboración de mapas e infografías para que los medios sean más didácticos y fáciles de entender. Como otro punto importante tenemos información sobre cada ruta como: el nombre, nivel de dificultad, zona a la que pertenece, donde se encuentra y el equipo que esta necesita. Todos estos datos recabados deben estar de manera legible y fácil de ubicar, ayudándonos de los elementos que intervienen en la maquetación.

Los medios que formaran parte del sistema de comunicación informativo, según la preferencia mostrada en los datos arrojados por las encuestas, nos dan a entender que se debe diseñar una página web ya que la manera preferida de buscar información es en el internet. Los medios impresos como los catálogos y plegable también tuvieron gran aceptación, tomando en cuenta las respuestas, optaremos por realizar el catálogo de manera virtual y que este se pueda descargar, pero también se sugiere que sea impreso al igual que el plegable, ya que los lugares para escalar están ubicados en sitios donde no hay mucha recepción de señal, siendo este un impedimento para tomar en consideración por lo cual también se optará por esta manera de difusión.

Posteriormente se procederá con la toma de fotografías, identificando en estas las rutas, colocar la información en la maqueta de los diferentes soportes. Publicar la página web, subir los catálogos en un formato que se pueda abrir en un smartphone, para que la gente tenga acceso a estas, para tener una mayor difusión se utilizará las redes sociales, que también tuvieron una gran aceptación en las encuestas, en las publicaciones que se hagan en las redes sociales, se adjuntara los links que pertenecerán a las páginas web y los links de descarga de los catálogos. Y para la distribución de los medios impresos, se los colocara en los puntos de información turística de las ciudades, en agencias de turismo y para los guías que tengan conocimiento de la escalada en roca.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. Desarrollo de la propuesta

Para el desarrollo del siguiente proyecto técnico se utilizará la metodología proyectual de diseño de Bruno Munari.

##### 4.1.1. *Definición del problema*

El sistema de comunicación informativo sobre las rutas de escalada en roca en las ciudades de Riobamba y Guano actual, no es adecuado ya que los medios que la conforman, están dentro de otros soportes, lo que hace que se hable de manera muy general y la información este dispersa en diferentes sitios, sean estas de manera virtual como física.

##### 4.1.2. *Definición del tipo de solución*

Crear un sistema de comunicación informativo de las rutas de escalada en roca en las ciudades de Riobamba y Guano, el cual este formado por los medios identificados según las respuestas de la investigación estos concluyeron que, para promocionar estos lugares, es necesario el diseño de una página web y de un catálogo virtual, porque la manera preferida del público para obtener información es en el internet. En la parte física se realizará medios impresos los cuales estarán formados por catálogos y un plegable, ya que por motivos de una baja señal de internet en estos lugares se recomienda que el público cuente con estos, además es una buena estrategia difundirlos en puntos de información turística. Se diseñará una propuesta de señalética acorde al lugar, para que sea colocada en el sitio sirviendo de orientación y reconocimiento de las rutas y por último para tener un mayor alcance en la difusión de el sistema de comunicación informativo, se hará uso de las redes sociales, en las cuales en las publicaciones se adjuntara los links para las páginas

web, para las descargas de los catálogos y también para dar información sobre los puntos de distribución de los medios impresos.

Todos estos medios que forman parte del nuevo sistema de comunicación informativo, serán mejorados gracias a las conclusiones que se obtuvo en el análisis Foda del sistema anterior, mejorando sus puntos débiles y potenciando sus fortalezas.

#### **4.1.3. Elementos del problema**

El sistema de comunicación informativo actual de las rutas de escalada en las ciudades de Riobamba y Guano, está formado por plegables y catálogos turísticos que solo citan de manera general, que existen rutas de escalada en la ciudad de Riobamba, Guano no cuenta con ninguno de estos, las páginas web de los municipios tienen ventanas las cuales redirigen a ventanas vacías en el caso de Guano y en el caso de Riobamba hablar solo de las rutas que existen en la Chorrera, Guano cuenta con un tótem en la entrada a la colina, que da a conocer que existen las rutas de escalada pero no da a conocer por donde es el ingreso, el cerro Cachaway en Riobamba no cuenta con ningún tipo de señal, el municipio de Riobamba cuenta con una página en Instagram que muestra sobre los lugares turísticos de la ciudad, en la cual hicieron una publicación sobre este lugar y el deporte que se puede practicar en este cerro, la colina de Luishi no cuenta con ninguna promoción en redes sociales por parte de las autoridades.

En la parte del Diseño se debe investigar sobre los formatos que se van a utilizar para los medios impresos y digitales, aplicaciones que nos puedan ayudar en la elaboración de la página web, para la creación de los identificativos se debe llevar a cabo una investigación, ya que estos deben de tener un contexto que se relacione e identifique de manera correcta estos lugares, así como también el color y el tipo de maquetación que se vaya a utilizar, para la creación de la señalética se debe investigar sobre los materiales adecuados para la creación es estos.

Los medios de comunicación que formaran parte del sistema de comunicación informativo son: Páginas web, catálogos, señalética y fan page para cada uno de los lugares, y un plegable para las rutas de la Colina de Luishi.



Los medios de comunicación que formaran parte del sistema de comunicación informativo sobre las rutas de escalada en roca de las ciudades de Riobamba y Guano, han pasado por un proceso para definirlos, donde se los escogió y validó según las necesidades del público, anterior a todo esto el sistema de comunicación informativo anterior fue analizado según el método Foda, este nos ayudó ver los puntos bajos para mejorarlos y los puntos buenos para poder mantenerlos y mejorarlos de ser posible. Al recopilar toda la información sobre las rutas en cada uno de los diferentes medios diseñados, nos ayudó a que el nuevo sistema este enfocado solo en la escalada en roca y a que este brinde información de calidad por medio de un diseño que cumple con las necesidades.

#### **4.1.4.            *Recopilación de datos***

##### **4.1.4.1.            *Resultados del análisis FODA sobre el sistema de comunicación actual de las rutas de escalada en las ciudades de Riobamba y guano***

Se debe de ampliar la información existente sobre la escalada en roca en las ciudades de Riobamba y Guano y colocarla en los diferentes medios que son: catálogos, plegables impresos en los que ya se utiliza para brindar información turística de otros lugares, crear un modelo de página web o una ventana interna dentro de la página de turismo de cada ciudad respecto a las rutas, ayudándonos de las fotografías para crear infografías, diseñar señalética para las rutas de escalada tomando en cuenta el lugar, los materiales y que específicamente sean direccionales y de sitio para poder identificarlas. Todo esto se debe promocionar a través de posts en Redes Sociales para dar a conocer estos lugares adjuntando links de la página web, es importante contratar planes de promoción para que llegue nuestro público y este también se amplíe.

Se debe de indagar más en la calidad de la información para que sea confiable, también se debe de contar con buenos materiales para la creación de los medios físicos, buscar financiación por medio de la presentación de proyectos en las entidades encargadas de la promoción, o colaborar en conjunto con alguien independiente interesado, para fomentar la visita a estos lugares.

**Análisis FODA de el estado de comunicación actual con el que cuenta las rutas de escalada en roca en las ciudades de Riobamba y Guano.**

<b>Análisis FODA</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<p>1. Se cuenta con medios impresos y digitales con información al respecto.</p> <p><b>2. La Colina de Luishi cuenta con información sobre el parque de escalada en dos páginas una de ellas del municipio de Guano web.</b></p> <p>3. El municipio de Guano informa mediante un tótem que se encuentra al ingresar a la colina, que existe un parque de escalda, el tótem cuenta ya con identidad de marca del municipio.</p> <p><b>4. El municipio de Riobamba cuenta ya con un diseño establecido para promocionar sitios turísticos de manera impresa los cuales se encuentran en plegables y folletos.</b></p> <p>5. El municipio de Riobamba ha creado en redes sociales una página llamada Riobamba Turismo la cual cuenta ya con seguidores y varias publicaciones.</p>	<p>1. La información con la que cuenta es muy general, y no cuentan con información detallada sobre la escalada en estas dos ciudades.</p> <p><b>2. En los informativos impresos de Riobamba se cuenta con información sobre los deportes de aventura que se pueden realizar mencionando a la Chorrera como un lugar para escalar, pero no cuenta con ningún tipo de información del Cerro Cachaway.</b></p> <p>3. Las páginas web de igual manera solo dan información escrita de sobre el lugar para escalar donde da se da una breve introducción y la ciudad donde se ubica, pero no cuenta con información básica de cómo llegar, fotografías, mapas, etc.</p> <p><b>4. En la Colina de Luishi existe un tótem deteriorado que informa que ahí existe un parque de escalada, también hay banderín ubicado en medio del camino para llegar a las</b></p>

	<p>6. La página web de Monodedo Ecuador menciona a la provincia de Chimborazo como un atractivo para la escalada ya que cuenta con varios nevados, y la reserva de producción faunística de Chimborazo, la quebrada de San Juan forma parte de esta, donde explica con detalles técnicos para los escaladores las rutas de escalada</p> <p>7. Los Escaladores que han visitado el cerro Cachaway y la Colina de Luishi cuenta con varios posts publicados en sus redes sociales, etiquetando a través de hashtags estos lugares.</p>	<p>rutas pero sin antes haber indicado que sendero lleva a estas, y el cerro Cachaway no cuenta con ningún tipo de señalización.</p> <p>5. En las redes sociales se publican post en los que están solo fotografías indicando el nombre del cerro y no hay información más detallada.</p>
<p><b>Oportunidades</b></p> <p>1. Desde los departamentos de diseño y de turismo de los municipios de cada ciudad o del ministerio del turismo se puede crear material informativo de estos lugares</p> <p><b>2. Mejorar la información existente en los medio impresos y digitales.</b></p>	<p><b>Fortalezas y Oportunidades</b></p> <p><b>FO1:</b> O1, O2, O8, F1, F4; Ampliación de la información existente sobre la escalada en roca en las ciudades de Riobamba y Guano y colocarla en los medios impresos ya existentes.</p>	<p><b>Debilidades y Oportunidades:</b></p> <p><b>DO1:</b> D1, O2: Investigación de que medios son los más adecuados para dar a conocer las rutas de escalada en Riobamba y Guano, así como también una investigación de campo de cada lugar, para saber qué información es necesaria para los diferentes soportes.</p>

<p>3. Promocionar y buscar mejores planes para la publicación de contenido en redes sociales, respecto a la escalda en roca en las ciudades de Riobamba y Guano para tener un mayor alcance.</p> <p><b>4. En las páginas web se puede crear una ventana específicamente para dar información sobre estos sitios.</b></p> <p>5. Crear identificativos para cada parque.</p> <p><b>6. Crear señalización para ser más precisos en la localización de los lugares</b></p> <p>7. Creación de Infografías que proporcionen información de una manera más didáctica en los diferentes medios.</p> <p><b>8. Crear un informativo impreso que sea específico para dar información de estos lugares</b></p>	<p><b>FO2:</b> O6, O7, F3: Creación de un sistema de señalética para las rutas de escalda.</p> <p><b>FO3:</b> O1, O3, O5, F5, F7: Información a través de posts en Redes Sociales para dar a conocer estos lugares y contratar planes de promoción para que llegue nuestro público y este también se amplié.</p> <p><b>FO4:</b> O8, F1: Diseño de infografías que contengan información sobre los lugares para escalar en Riobamba y Guano</p> <p><b>FO5:</b> O2, O4, F2: Creación de un modelo de ventana en las páginas web de los municipios con la información de las rutas de escalada.</p>	<p><b>DO2:</b> D4, O5, O6; Investigación de qué tipo de señalética es la apropiada para guiar al público de manera correcta.</p> <p><b>DO3:</b> D5, O2, O3: Publicación de posts en redes sociales planificada.</p> <p><b>DO4:</b> D3, O2, O4: Una nueva ventana en las páginas web de cada uno de los municipios donde se dé información de las rutas.</p> <p><b>DO5:</b> D2, O2, O8: Creación de material informativo impreso únicamente para las Rutas de Escalada de Riobamba y Guano.</p>
<p><b>Amenazas</b></p>	<p><b>Fortalezas y Amenazas</b></p>	<p><b>Debilidades y Amenazas</b></p>

<p>1. Información no sustentada y con errores se puede publicar en redes sociales y páginas web, también cualquier mal entendido en una publicación puede causar rechazo a la publicación o la página.</p> <p><b>2. Falta de apoyo al sector turístico en la elaboración de material informativo.</b></p> <p>3. Que otras agencias fuera de la ciudad o del país promocionen dentro de sus paquetes la visita a estos lugares</p> <p><b>4. Daño de la señalización por el medio o la mano humana.</b></p> <p>5. Cierre de puntos de información Turística</p> <p><b>6. Falta de material informativo por falta de apoyo a este sector.</b></p> <p>7. Pandemias que generen estados de excepción en el país generando falta de movilidad y que dificulte la práctica de este deporte o genere miedo.</p>	<p><b>FA1:</b> A1, F5, F7: Contar con información real, para que al momento de publicar no exista malos entendidos.</p> <p><b>FA2:</b> A2, A3, F2, F4, F5: A través de proyectos idealizados en los departamentos de turismo o de alguien independiente, dar a conocer cómo se podría fomentar el turismo en estas ciudades.</p> <p><b>FA3:</b> A4, F3: Concientiza a la población sobre el cuidado de la señalización ya que es patrimonio de la ciudad, al igual que ocupar materiales que perduren por mucho tiempo sin causar daño al ambiente, que puedan ser lavados o reemplazados fácilmente.</p> <p><b>FA4:</b> A5, A6, F1, F4: Fomentar a través de proyectos que involucren a estos lugares para que siempre estén en actividad.</p>	<p><b>DA1:</b> A1, D3, D5: Contar con información de calidad y confiable para que no se genere mal entendidos en lo que es la web ya que esta tiene un gran alcance de público.</p> <p><b>DA2:</b> A2, A3, A5, A6, D1, D2, D3: Buscar financiación por medio de la presentación de proyectos en estas entidades, o colaborar en conjunto con alguien independiente, para fomentar la visita a estos lugares.</p> <p><b>DA3:</b> A4, D4: Crear un buen sistema de señalización resistente que pueda ser arreglado fácilmente, y crear conciencia en la población para que los cuide.</p> <p><b>DA4:</b> A7, D1, D2, D3, D4, D5: Informar a través del sistema de comunicación sobre las medidas de bioseguridad que se debe mantener.</p>
---	---	--

	<b>FA5:</b> A7, F1: En el material informativo se debe incluir medidas de bioseguridad para la práctica de este deporte.	
--	--	--

**Figura 1-4.** Análisis Foda sobre el Sistema de Comunicación Actual de las rutas de escalada.

**Realizado por:** Burgos, Jorge, 2020.

#### *4.1.4.2. Elaboración de encuestas para la validación*

Con el fin de que la propuesta final sea totalmente funcional y estética se realizó los prototipos de los diseños de los diferentes medios que conforman el sistema de comunicación informativo. La encuesta calificará cada medio de manera general con, insuficiente, regular, bueno, muy bueno y excelente y como otra pregunta pedirá recomendaciones, todo esto se tomará en cuenta en el diseño final. Se la realizará a 10 personas seleccionadas, estas son personas ganadoras de la competencia a nivel nacional de escalda que organizó el grupo The Block Masters. Antes de llenar la encuesta se dio una explicación sobre el diseño.

#### *4.1.4.3. Sistema de comunicación informativo*

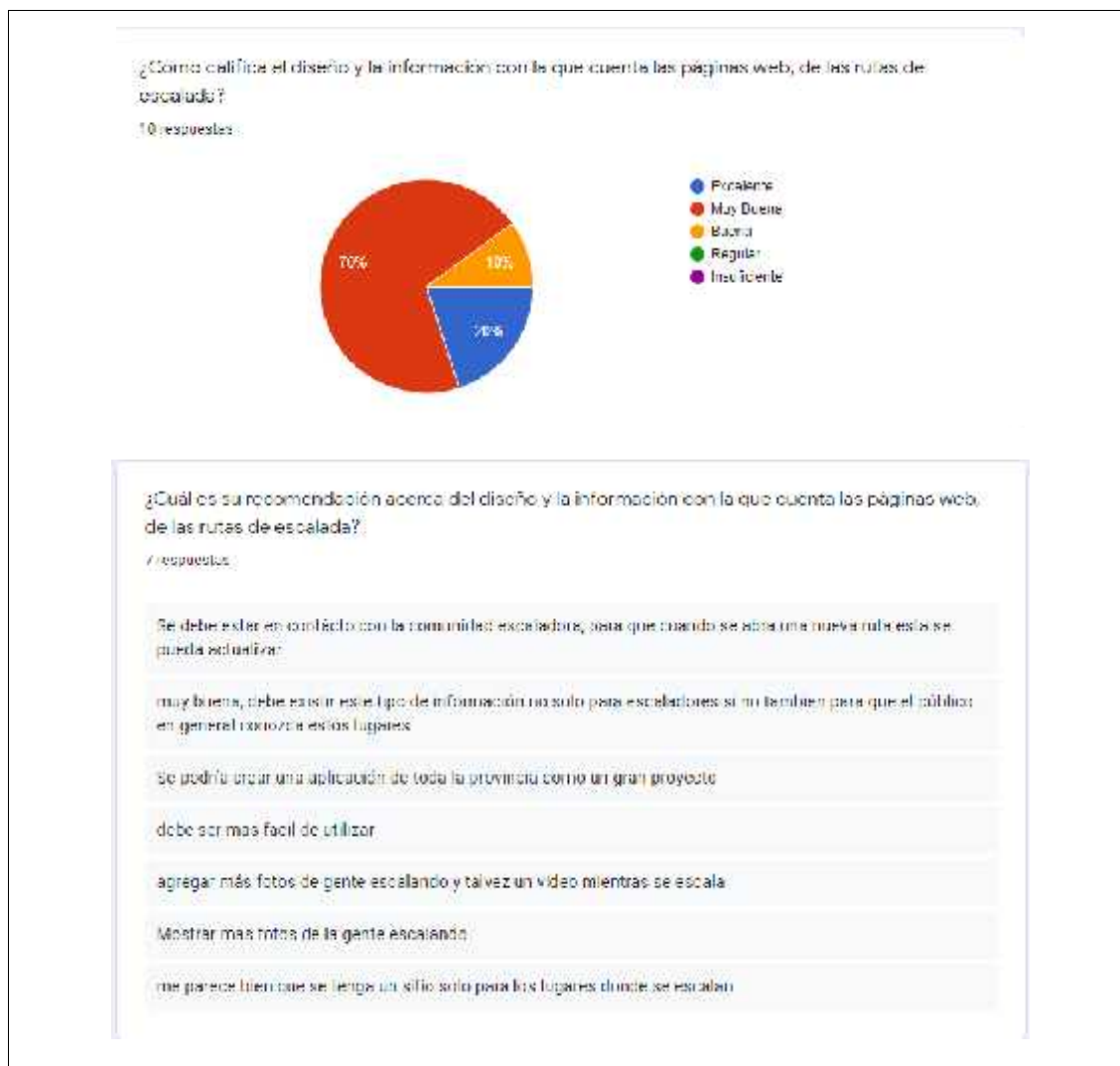
Según el análisis de la información recabada tanto en las encuestas como en el FODA, se determinó que, al ya contar con diferentes formas de dar a conocer estos lugares, sean estos impresos o que se encuentran en la web. Se optó por recolectar la información ya existente, diseñar los medios ya identificados que son la página web, catálogo, plegable, señalética y redes sociales, todo esto mejorarlo siendo más específicos al momento de crearlos ya que ahora solo van a estar enfocados en la escalda en roca, basándonos en las tendencias de diseño respecto al tema, creando una identidad para que todos estos tengan una conexión, buscando los colores más adecuados y todos los elementos que vamos a utilizar en el diseño de estos, finalmente ayudarnos de las redes sociales como medio de promoción, para llegar a tener un mayor alcance por medio de publicaciones que mostraran la actividad que se practica con un diseño que siga la línea gráfica y que sea estéticamente funcional.

#### *4.1.5. Análisis de datos recopilados*

Con el análisis presentando anteriormente se realizaron prototipos de los soportes, los cuales fueron enviados a 10 personas que practican este deporte y por medio de una encuesta, se les pidió calificar

y dar una opinión de los mismos. Estas encuestas contaron con las siguientes preguntas y sus respuestas.

## SECCIÓN 1 – PREGUNTAS RELACIONADAS A LA PÁGINA WEB



**Gráfico 1-4.** Resultados calificación de la información de la página web

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)



**Análisis de datos:**

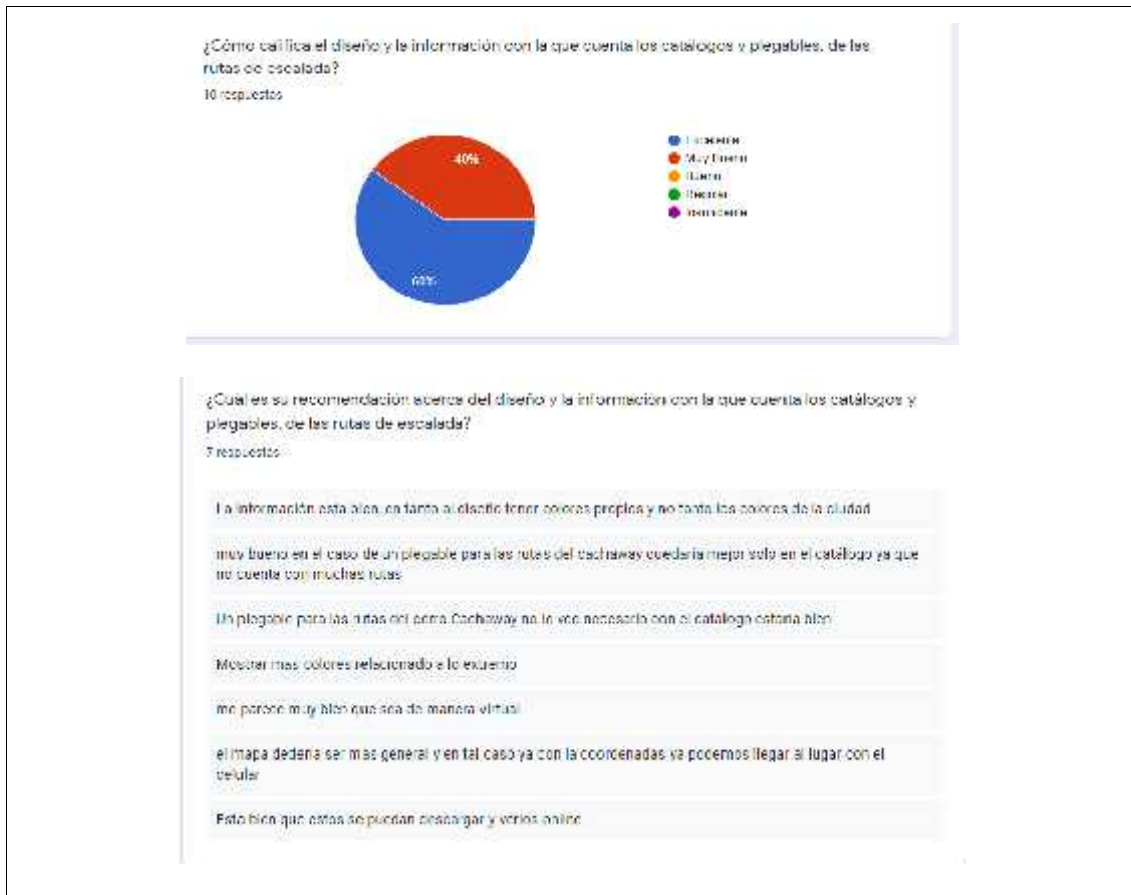
En la sección 1, el gráfico 1 determinó que de la población total el 70% considera que el diseño y la información con la que cuenta la página web es muy buena, el 20% dice que es excelente y el 10% dice que es buena.

En la segunda pregunta realizada en base a la primera, se pidió una recomendación (esta no era de carácter obligatorio), se obtuvieron 7 respuestas.

**Interpretación:**

En base a la encuesta realizada y a la calificación de las páginas web que van desde el excelente, muy bueno, bueno, regular e insuficiente, se obtuvo que el 100% de las respuestas están en el rango de bueno a excelente, evidenciando que existe total aceptación de la página web. En las recomendaciones más relevantes se tomará en cuenta que se debe actualizar la información constantemente, estando en contacto con los escaladores por si se abre una ruta nueva, también para realizar más fotografías a los escaladores para ampliar la galería.

## SECCIÓN 2 – PREGUNTAS RELACIONADAS A LOS MEDIOS IMPRESOS



**Gráfico 2-4.** Resultados calificación de la información de los medios impresos

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)

### **Análisis de datos:**

En la sección 2, el gráfico 1 determinó que de la población total el 60% considera que el diseño y la información con la que cuenta los medios impresos es excelente y el 40% dice que es muy buena.

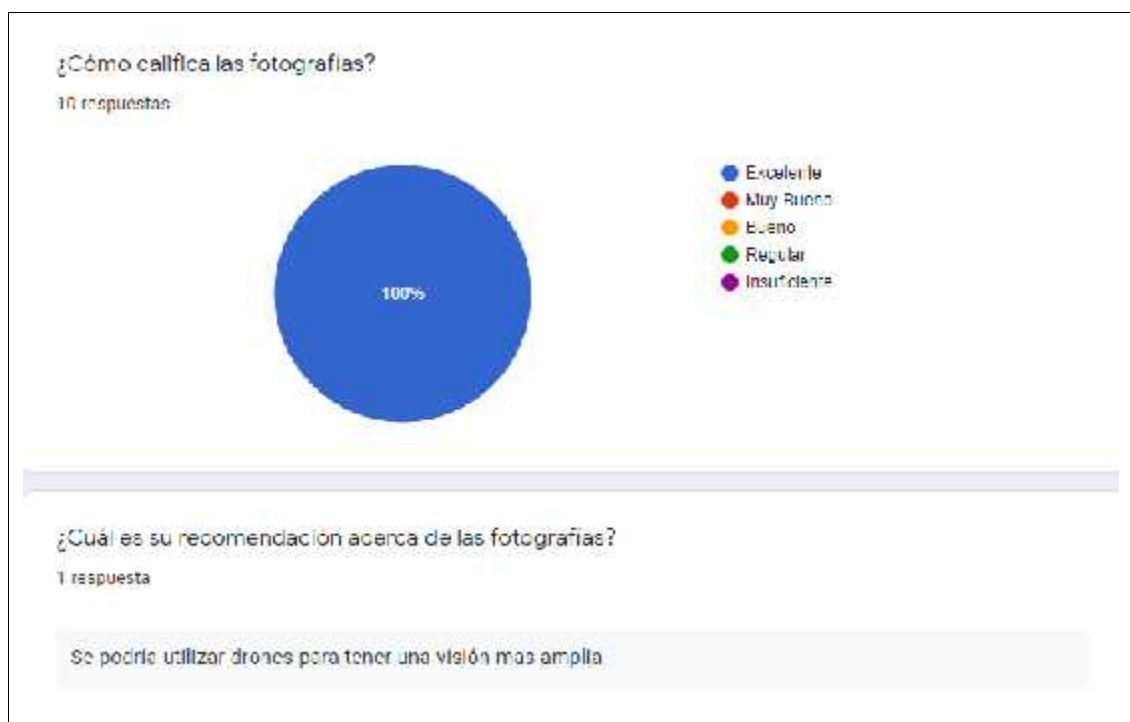
En la segunda pregunta realizada en base a la primera, se pidió una recomendación (esta no era de carácter obligatorio), se obtuvieron 7 respuestas.

### **Interpretación:**

En base a la encuesta realizada y a la calificación de los medios impresos, que van desde el excelente, muy bueno, bueno, regular e insuficiente, se obtuvo que el 100% de las respuestas están en el rango

de muy bueno a excelente, evidenciando que existe total aceptación de los medios impresos. En las recomendaciones más relevantes se tomará en cuenta que se deben difundir de manera virtual sea esta en una página en la que se los cargue o como un pdf que se pueda descargar, también que los colores para utilizar deben ir de acuerdo a la actividad y que el cerro Cachaway al no tener muchas rutas no le ven factible que se realice un plegable y que con el catálogo es más que suficiente.

### SECCIÓN 3 – PREGUNTAS RELACIONADAS A LA DOCUMENTACIÓN RECOLECTADA (FOTOGRAFÍAS)



**Gráfico 3-4.** Resultados calificación de las fotografías

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)

**Análisis de datos:**

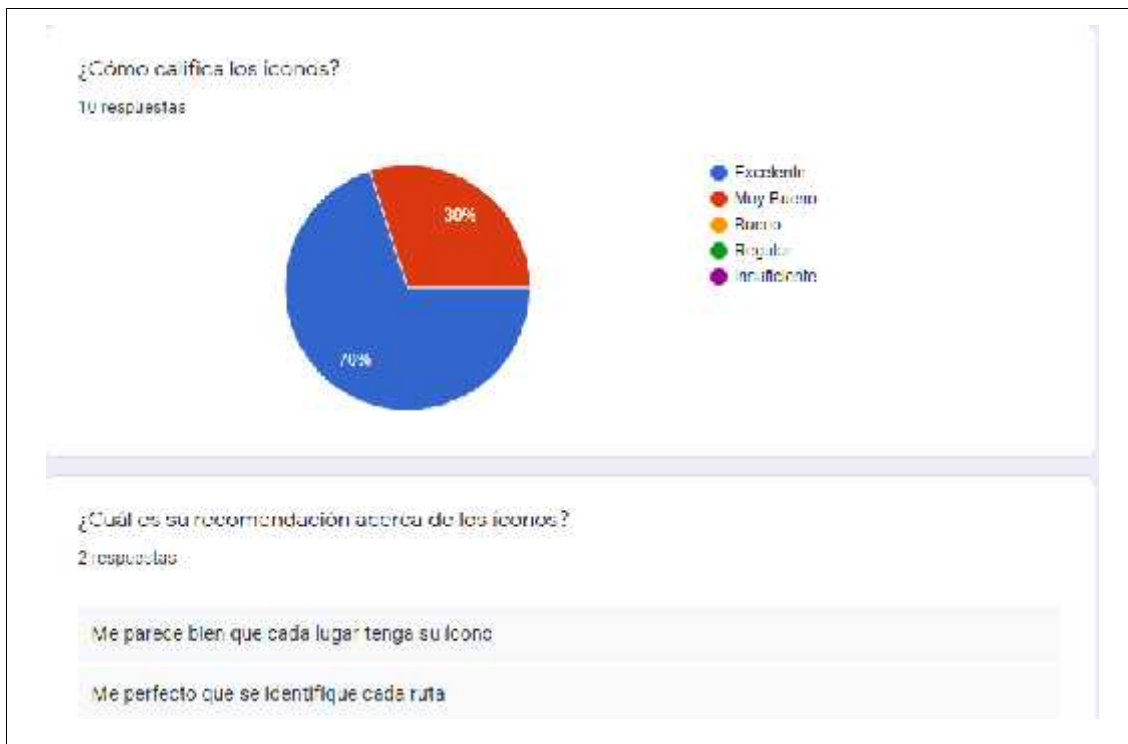
En la sección 3, el gráfico 1 determinó que de la población total el 100% considera que las fotografías que muestran las rutas son excelentes.

En la segunda pregunta realizada en base a la primera, se pidió una recomendación (esta no era de carácter obligatorio), se obtuvo 1 respuestas.

**Interpretación:**

En base a la encuesta realizada y a la calificación de las fotografías que muestran las rutas de escalada, que van desde el excelente, muy bueno, bueno, regular e insuficiente, se obtuvo que el 100% de las respuestas están en el rango de excelente, evidenciando que existe total aceptación de las fotografías que muestran las rutas de escalada. En las recomendaciones más relevantes se tomó en cuenta que se debe de tener un rango más amplio en las fotografías para mostrar diferentes rutas en una sola fotografía, pero al llevar a cabo la toma de fotografías se llevó un dron para realizar estas pero se contó con varios percances, uno de estos fue que, el cerro Cachaway está alineado con el aeropuerto de Riobamba lo cual hizo que el dron no pueda despegar, por otro lado en la colina de Luishi existen árboles que rodean todas las rutas de la zona 1 y 2, por lo cual toco elevar el dron a una distancia considerable desde la cual no se aprecia con mucho detalle cada ruta y la zona 3 cuenta con una especie de cuevas y rocas que están por el frente de esta, dificultando y tapando ciertos tramos de la rutas.

### SECCIÓN 3 – PREGUNTAS RELACIONADAS A LA DOCUMENTACIÓN RECOLECTADA (ICONOGRAFÍA)



**Gráfico 4-4.** Resultados calificación de los íconos

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)

#### **Análisis de datos:**

En la sección 3, el gráfico 2 determinó que de la población total el 70% considera que los diseños de los identificadores son excelentes, el 30% digo que es muy buena.

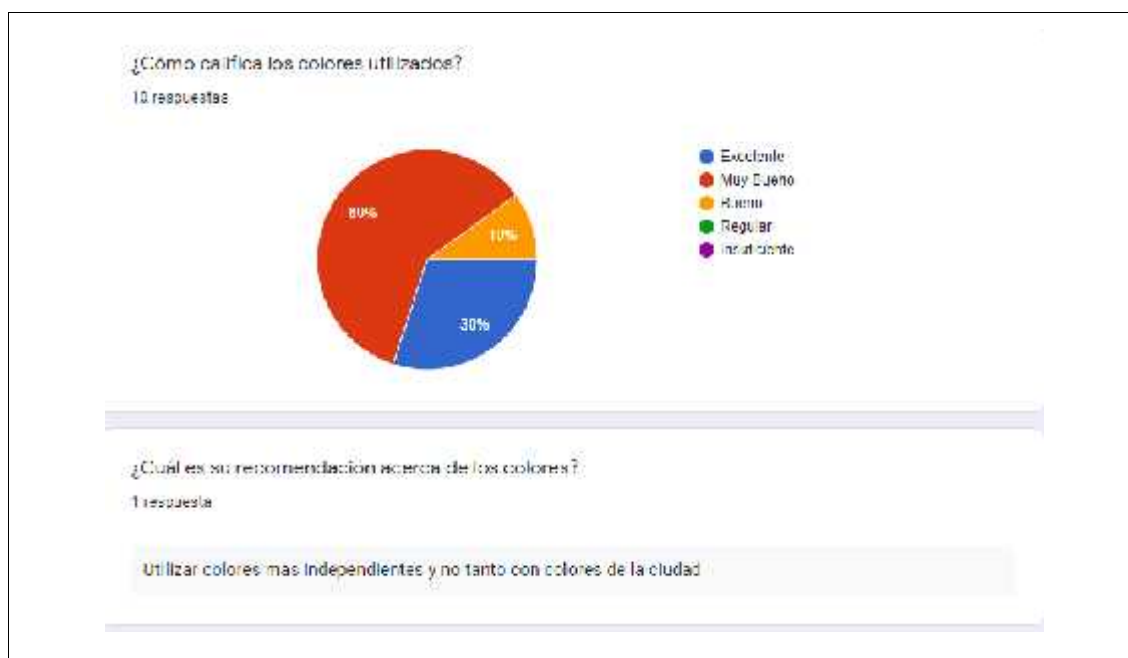
En la segunda pregunta realizada en base a la primera, se pidió una recomendación (esta no era de carácter obligatorio), se obtuvieron 2 respuestas.

#### **Interpretación:**

En base a la encuesta realizada y a la calificación de los identificadores, que van desde el excelente, muy bueno, bueno, regular e insuficiente, se obtuvo que el 100% de las respuestas están en el rango

de muy bueno a excelente, evidenciando que existe total aceptación de la de estos íconos. En las recomendaciones más relevantes se llega a la conclusión que esta bien que cada lugar cuente con un identificativo y con íconos para separar cada tipo de información dentro de los medios.

### SECCIÓN 3 – PREGUNTAS RELACIONADAS A LA DOCUMENTACIÓN RECOLECTADA (COLORES)



**Gráfico 5-4.** Resultados calificación de los colores

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)

#### **Análisis de datos:**

En la sección 3, el gráfico 3 determinó que de la población total el 60% considera que los colores con los que se manejan los medios son muy buenos, el 30% digo que es excelente y el 10% que es bueno.

En la segunda pregunta realizada en base a la primera, se pidió una recomendación (esta no era de carácter obligatorio), se obtuvo 1 respuestas.

### Interpretación:

En base a la encuesta realizada y a la calificación de los colores escogidos, que van desde el excelente, muy bueno, bueno, regular e insuficiente, se obtuvo que el 100% de las respuestas están en el rango de bueno a excelente, evidenciando que existe total aceptación de la de estos íconos. La recomendación dice que se debe de manejar los colores fuera de la identidad de la ciudad. Al presentar el primero prototipo de diseño nos basamos en parte en como llevaba los diseños el departamento de turismo de la ciudad de Riobamba, pero según ciertas recomendaciones presentes de optar por colores propios y de acuerdo a la actividad, se optó por escoger colores de acuerdo a la actividad, justificándonos por su significados denotativo y connotativo.

### SECCIÓN 3 – PREGUNTAS RELACIONADAS A LA DOCUMENTACIÓN RECOLECTADA (MAPAS)



**Gráfico 6-4.** Resultados calificación de los mapas.

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)

### **Análisis de datos:**

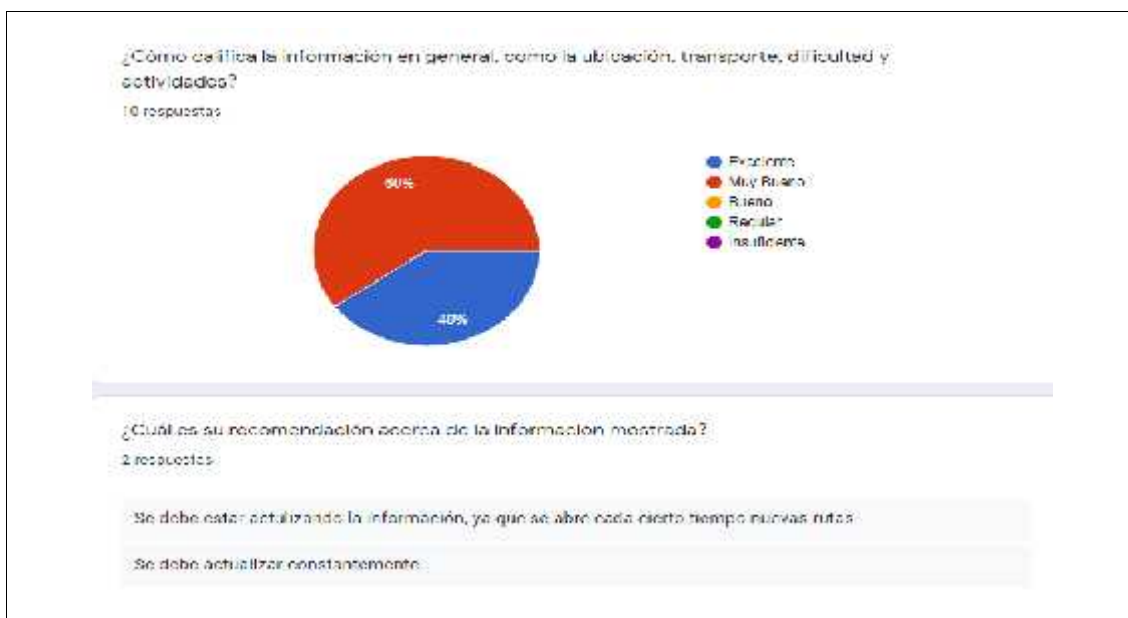
En la sección 3, el gráfico 4 determinó que de la población total el 50% considera que los diseños de los mapas son muy buenos, el 30% digo que es buena y el 20% que es excelente.

En la segunda pregunta realizada en base a la primera, se pidió una recomendación (esta no era de carácter obligatorio), se obtuvieron 3 respuestas.

### **Interpretación:**

En base a la encuesta realizada y a la calificación de los mapas, que van desde el excelente, muy bueno, bueno, regular e insuficiente, se obtuvo que el 100% de las respuestas están en el rango de bueno a excelente, evidenciando que existe total aceptación del diseño de los mapas. En las recomendaciones más relevantes se llega a la conclusión que al ya contar con un celular inteligente que tenga algún programa que funcione con GPS, ya se puede llegar al lugar que es solo es necesario contar con el nombre del lugar o con las coordenadas para poder llegar.

## **SECCIÓN 3 – PREGUNTAS RELACIONADAS A LA DOCUMENTACIÓN RECOLECTADA (INFORMACIÓN GENERAL)**



**Gráfico 7-4:** Resultados calificación de la información en general

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)



### **Análisis de datos:**

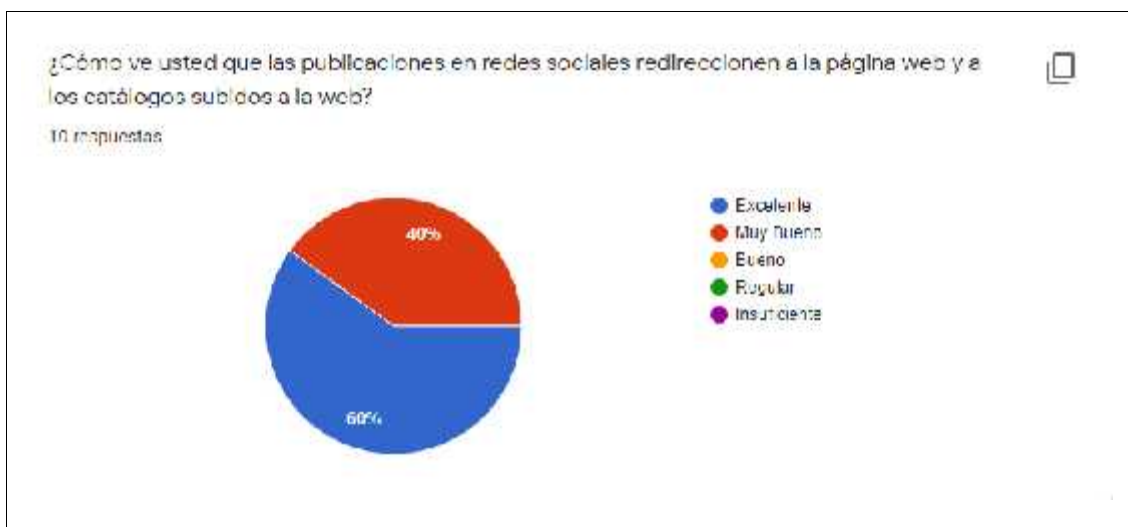
En la sección 3, el gráfico 5 determinó que de la población total el 60% considera que la información general de las rutas es muy buena, el 40% digo que es excelente.

En la segunda pregunta realizada en base a la primera, se pidió una recomendación (esta no era de carácter obligatorio), se obtuvieron 2 respuestas.

### **Interpretación:**

En base a la encuesta realizada y a la calificación de la información en general, que van desde el excelente, muy bueno, bueno, regular e insuficiente, se obtuvo que el 100% de las respuestas están en el rango de muy bueno a excelente, evidenciando que existe total aceptación de la información con la que cuenta todos los medios sean estos en la página web, en el catálogo, plegable y redes sociales. En las recomendaciones más relevantes se debe tomar en cuenta que siempre se debe estar actualizando la información ya que se suelen abrir rutas nuevas y estas deben incluirse en todos los medios.

## **SECCIÓN 4 – PREGUNTAS RELACIONADAS A LAS REDES SOCIALES**



**Gráfico 8-4:** Resultados calificación redes sociales

**Fuente:** Escaladores

**Elaborado por:** Jorge Burgos (2020)

### **Análisis de datos:**

En la sección 4, el gráfico 1 determinó que de la población total el 60% considera que colocar links en las imágenes subidas a redes sociales que nos lleven directo a la página web o los catálogos subidos a la red o links de descargas es excelente, el 40% digo que es muy bueno.

### **Interpretación:**

En base a la encuesta realizada y a la calificación, de los links que nos lleven a la página web y al catálogo subido en línea o a link de descarga del mismo, que van desde el excelente, muy bueno, bueno, regular e insuficiente, se obtuvo que el 100% de las respuestas están en el rango de muy bueno a excelente, evidenciando que existe total aceptación para que se tome esta acción.

#### **4.1.6. *Creatividad***

Al ser un proyecto donde queremos dar a conocer lugares para escalar mediante un sistema de comunicación informativo, este debe resaltar y tener un diseño acorde a las tendencias y temática, manejándonos con colores apropiados, maquetando cada elemento, de tal manera que este cree armonía y un impacto en el público, que sea legible y de fácil interactividad. El sistema de comunicación informativo para las rutas de escalada está compuesto por un catálogo, un plegable y una página web, todos estos seguirán una línea gráfica para mantener un mismo estilo, se creó identificadores uno para el cerro Cachaway y otro para la colina de Luishi, los colores fueron seleccionados tomando en cuenta la psicología del color, la información fue ubicada de manera que sea legible y de manera ordenada, las fotografías fueron realizadas para que el público pueda observar de buena manera las rutas y tener conocimiento de donde esta cada una.

#### **4.1.7. *Materiales y tecnologías***

Por motivos de la pandemia los soportes impresos se los publicó en la red en pdf interactivos y para su descarga, pero en caso de ser impresos el catálogo tiene una medida de 10,5 cm de ancho por 20cm de alto, los plegables son del tamaño de un formato A3, todos estos serían impresos en offset o a laser y el material en el que se imprimiría sería en papel couche.

La tecnología que se va a utilizar son computadoras con un software de diseño que nos permita crear vectores y maquetar el catálogo y plegable, un software para retocar las fotografías, y una aplicación para poder crear la página web por medio de plantillas, la página web tendrá dos formatos, el uno para ser visualizado en computadoras y otro para ser visualizados en smartphones. Una cámara réflex, un trípode y un dron para poder llevar a cabo la toma de fotografías.

#### **4.1.8. Modelos**

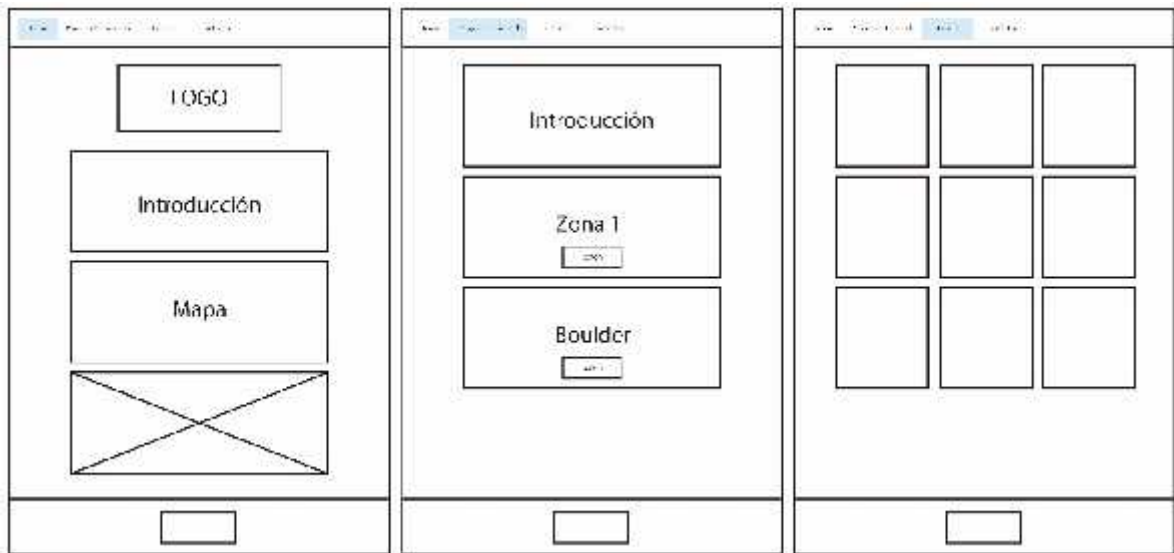
##### *4.1.8.1. Modelo de la página web.*

La página web es un sitio en el cual se puede cargar y publicar material multimedia, para esto se hizo uso de una plataforma de administración de contenido, en el cual se fue colocando los diferentes elementos de manera ordenada para que sea amigable con el usuario. Esta página cuenta con el nombre del dominio, con 4 páginas internas que son:

- ) Página de inicio: cuenta con la información, la ubicación, mapa e imágenes que redireccionan a las otras páginas internas.
- ) Página parque de escalada: esta despliega un menú que muestra las rutas de escalada por zonas.
- ) Página galería: cuenta con imágenes de las rutas y del lugar.
- ) Página contactos: cuenta con la información de contactos.

Para la elaboración de la página web se tomó en cuenta dos formatos para utilizar, estos sacados de las encuestas, los cuales son un formato para visualizar en una computadora y en un smartphone, se creó una maqueta para colocar los diferentes elementos. Las fotografías mostradas son de 6000 x 4000 píxeles y se las tomo con una cámara réflex, ya que los escaladores van a necesitar de ampliaciones de imagen para visualizar de mejor manera las rutas.

En la siguiente imagen se muestra la maquetación de la página web, mostrando sus diferentes ventanas con sus subpáginas y la disposición de los diferentes elementos.



**Figura 2-4.** Página web maqueta

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

Aquí se muestra la página principal con sus menús, fotografías y el identificativo.



**Figura 3-4.** Página web, ventana inicio

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

En la misma pagina de inicio se colocó lo que es la información básica como: introducción, ubicación, mapas, transporte.



Figura 4-4. Página web, ventana inicio, introducción

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

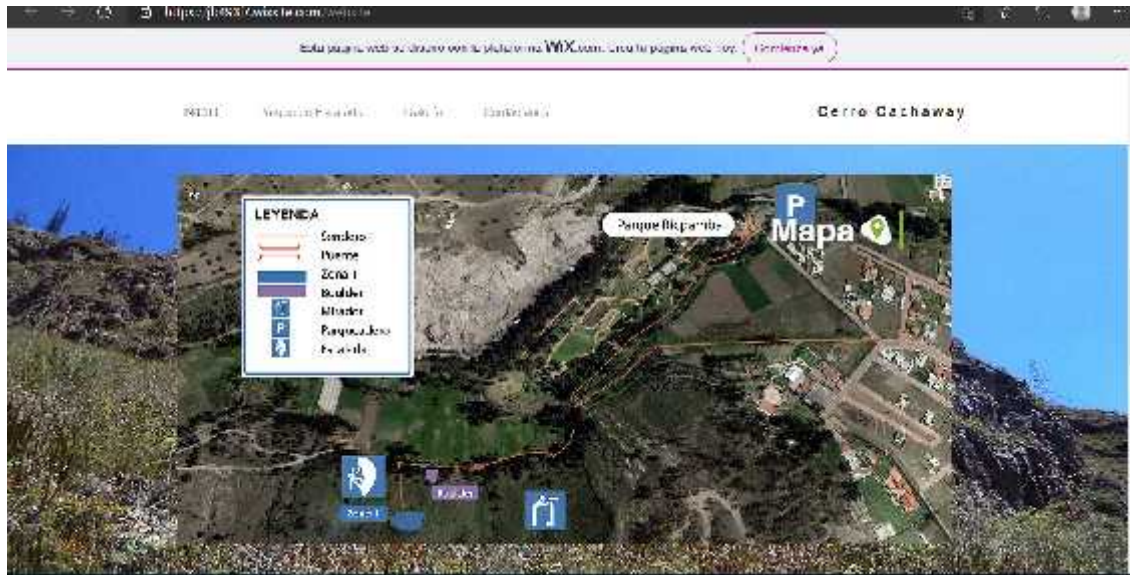
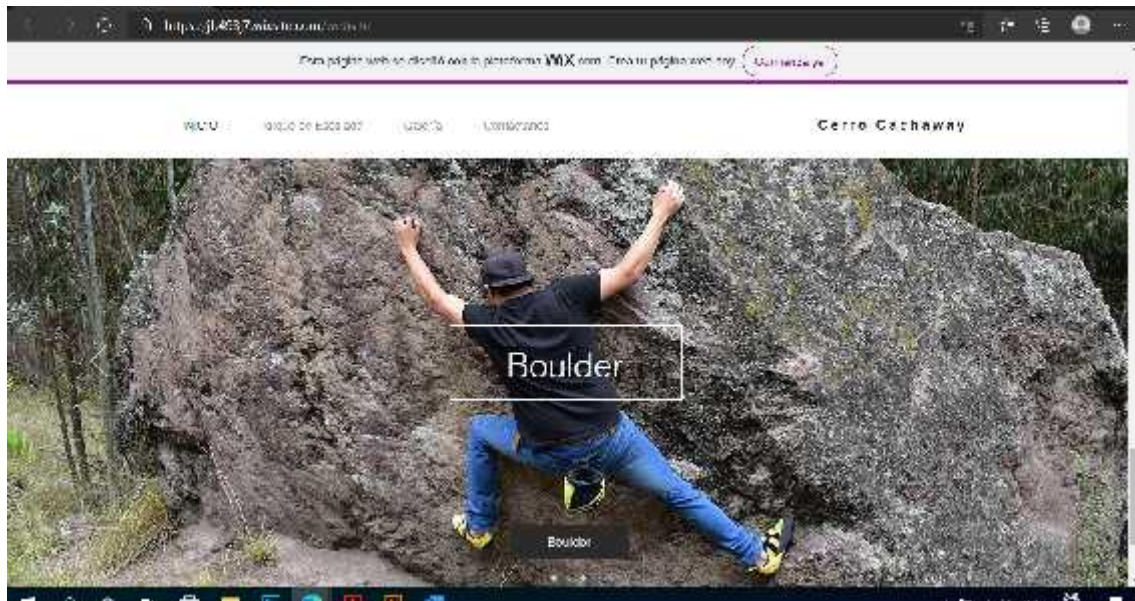


Figura 5-4. Página web, ventana inicio, mapa

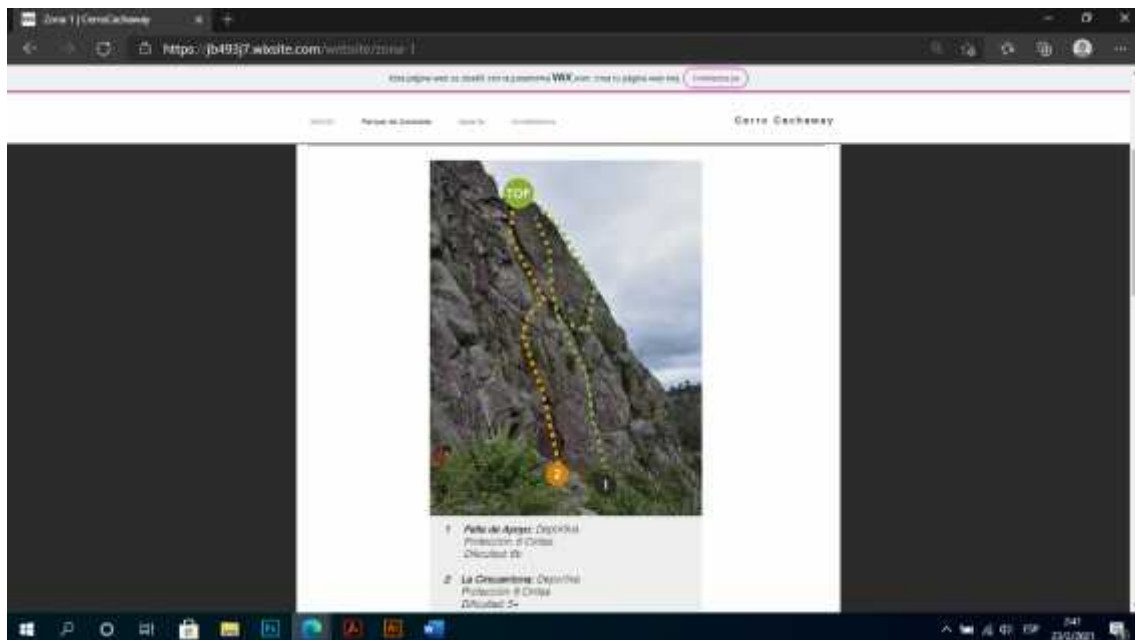
Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.



**Figura 6-4.** Página web, ventana inicio, imágenes rotativas

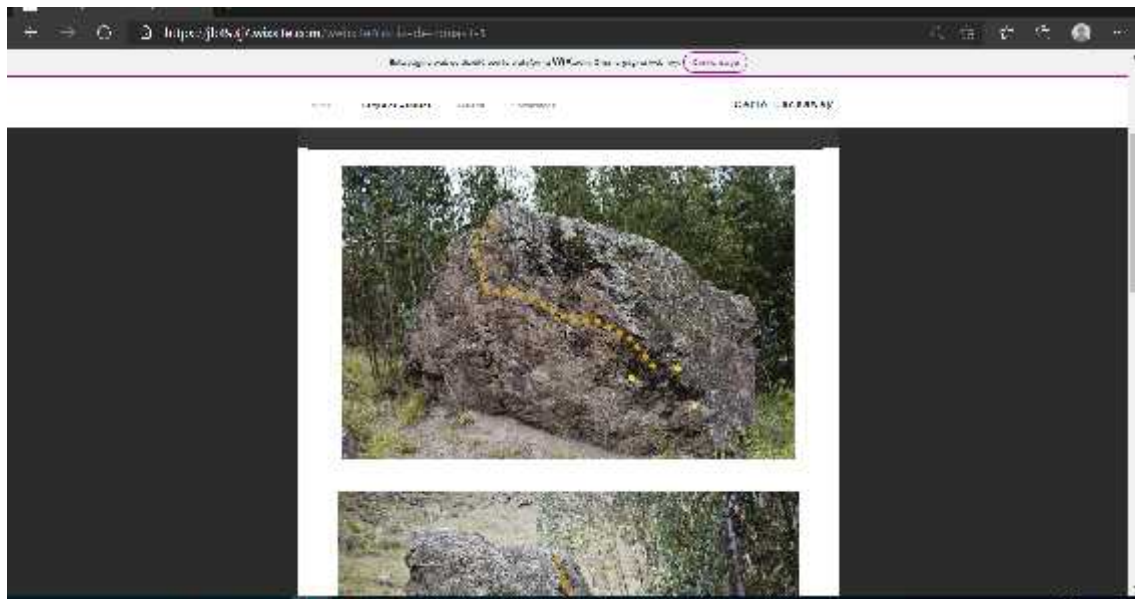
Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

En el menú de Parque de Escalada hay dos submenús en el que se muestra la zona de escalada con imágenes de las rutas con su respectiva información y la zona de boulders.



**Figura 7-4.** Página web, ventana parque de escalada, rutas

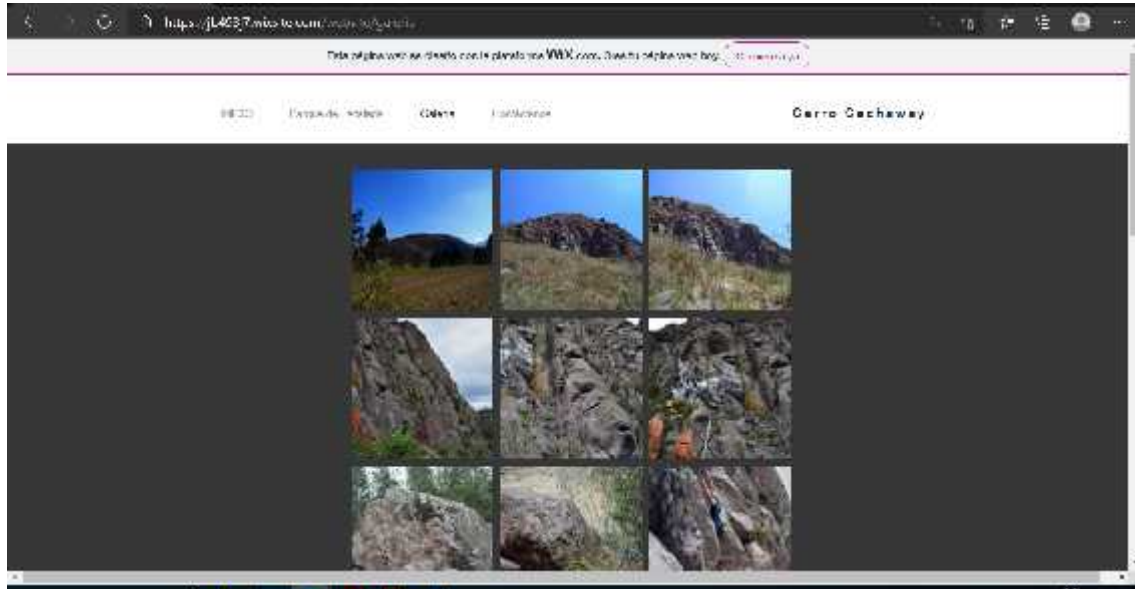
Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.



**Figura 8-4.** Página web, ventana parque de escalada, Boulder.

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

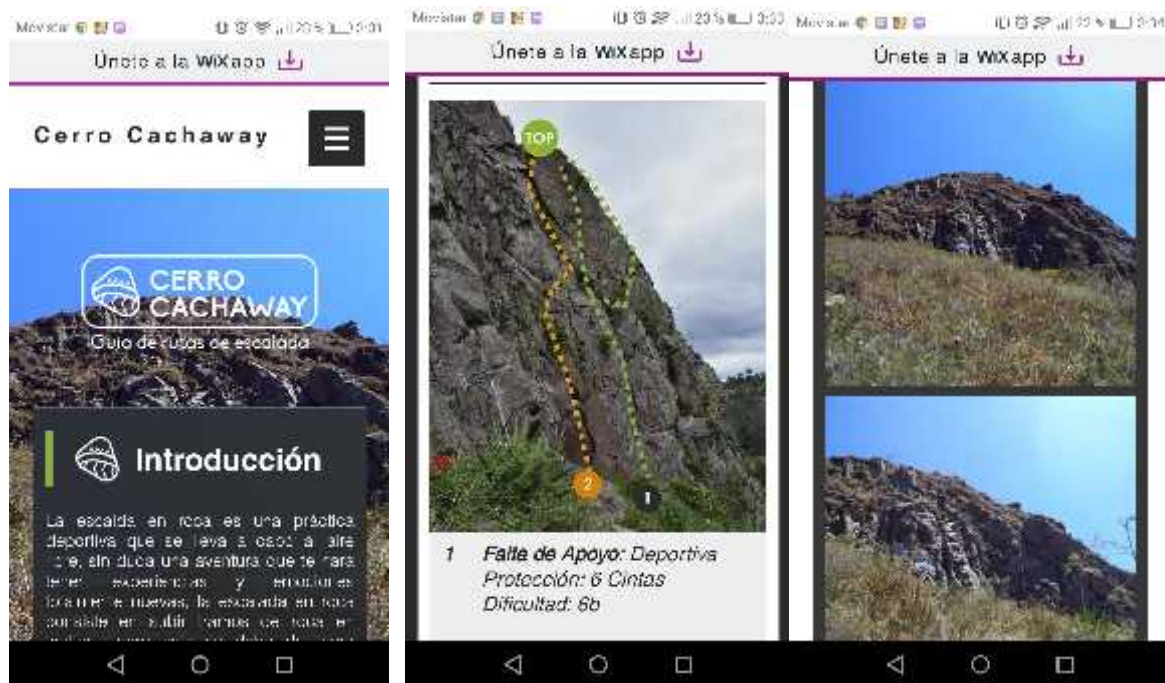
En el menú galería podemos desplegar todas las fotografías utilizadas para la creación del proyecto.



**Figura 9-4.** Página web, ventana galería

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

Modelo de la página web abierta desde un smartphone.



**Figura 10-4.** Página web celulares

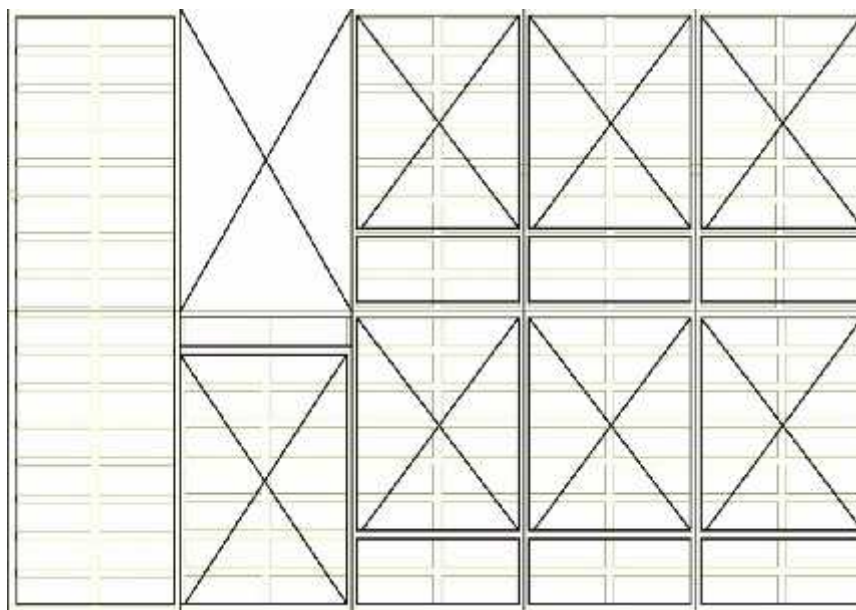
Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

#### 4.1.8.2. Modelo del Plegable (Colina de Luishi)

El plegable es un medio impreso publicitario, el cual, gracias a su versatilidad de doblarse y contener gran cantidad de información, hace que este pueda ser transportado fácilmente convirtiéndolo en un medio adecuado para dar a conocer información sobre las rutas de escalada. Para el diseño del plegable se optó por el tamaño de un formato a3 (420mm x 297mm), de manera horizontal se lo plegó en 2 partes y en lo vertical se lo plegó en 5 partes, se adecuo en cada cara formada la diferente información tal como la introducción, ubicación, transporte, mapa, zonas de escalada y las fotografías que están en calidad de 6000 x 4000 pixeles ya que necesitan verse nítidas y de buena calidad para ser apreciadas de mejor manera.



Para esto se realizó la siguiente maquetación



**Figura 11-4.** Maquetación plegable colina de Luishi

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.



**Figura 12-4.** Plegable colina de Luishi

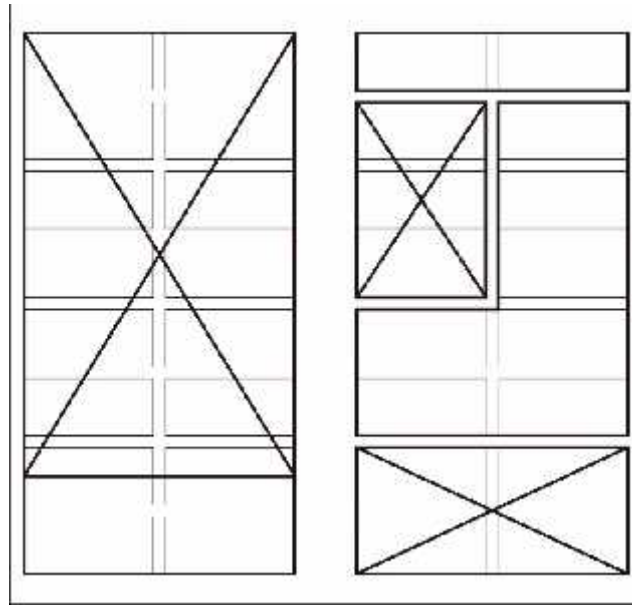
Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

#### 4.1.8.3. *Modelo del Catálogo*

El catálogo es un medio impreso editorial donde se da a conocer productos, en este caso se enfocará en las rutas de escalada, al ser destinado para escaladores el tamaño del formato es de (105mm de alto x 200mm de ancho), estas medidas ayudaran a que el catálogo sea fácil de guardar y de llevar, también se pensó en que este va a ser también difundido de manera virtual y de que debe de tener medidas que se adecuen a un smartphone, cada catálogo cuenta con diferente número de páginas pero cuentan con la misma estructura que es:

- ) Portada
- ) Páginas con información como: Introducción, ubicación, mapa y transporte.
- ) Páginas que muestran ya las rutas divididas por zonas estas son: Zona de escalada y zona de Boulder.
- ) Contraportada

Para la distribución de los diferentes elementos tales como: fotografías, texto, cuadros, íconos, se realizó la siguiente maquetación. Se utilizó un formato y una caja libre, el margen es de 10mm en el lomo, pie, cabeza y de 5mm en el corte, se utilizaron 8 filas y 2 columnas, en donde se dispuso la información. Al ser este un catálogo que se va a distribuir de manera física y digital debe guardarse en la mejor calidad sea cual sea el uso que se le va a dar, por lo que se opto realizar fotografías de 6000 x 4000 pixeles con una cámara réflex.



**Figura 13-4.** Hoja tipo Catálogo

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

Portada y Contraportada del catálogo.



**Figura 14-4.** Portada y contraportada catálogo

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

Páginas internas donde se muestra la maquetación y ubicación de los elementos.



Figura 15-4. Hojas internas Catálogo

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

#### 4.1.8.4. Identificadores, tipografía y color

Para poder manejar una sola identidad en el diseño y que el público pueda reconocer e identificar fácilmente una marca, se debe de diseñar identificativos, en este caso se creó un isologo, el cual nos da la factibilidad de utilizar el ícono y texto de manera independiente. Como factores de inspiración para la creación del ícono se escogió tres elementos que son:

- )] Mosquetón: Utilizado en la escalada como un instrumento de seguridad
- )] La Colina de Luishi y el Cerro Cachaway: Se realizó una abstracción basándonos en la forma de la colina y el cerro.
- )] Rocas: se realizó una abstracción de las rocas, las cuales resaltan sus líneas verticales y vértices geométricos.

La tipografía utilizada en la marca y en los soportes es la fuente Biko, la cual es una tipografía de palo seco, de cuerpo fuerte, geométrica y moderna que lo vamos a asociar a las rocas ya que estas

presentan esta forma, también lo asociamos a la fuerza que se necesita para realizar el deporte extremo.

Los colores utilizados para los soportes son 2 como principales (verde, negro) y 1 como secundario (naranja), estos son:

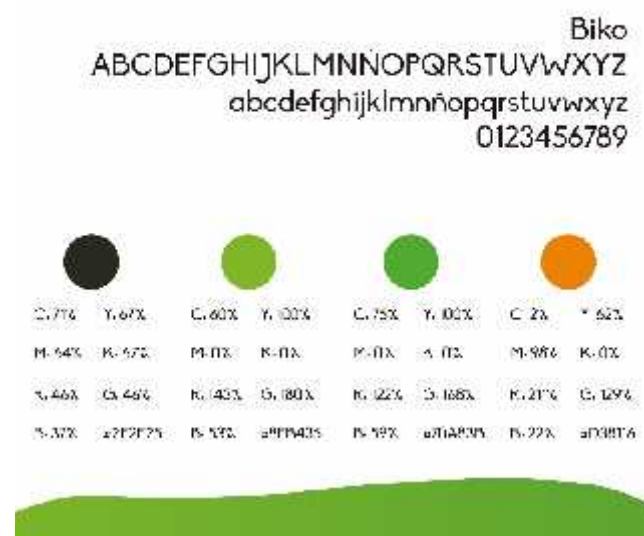
- )] Verde: al ser este un deporte que se práctica en la naturaleza lo vamos a asociar a esta, también generamos dinamismo ya que cuenta con un degradado.
- )] Negro: la escalada en roca es un deporte en el cual vamos a necesitar fuerza y seguridad, valores asociados a este color
- )] Naranja: da como significado la aventura, lo arriesgado y dinamismo.



**Figura 16-4.** Construcción de los identificativos

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

## Tipografía y Colores

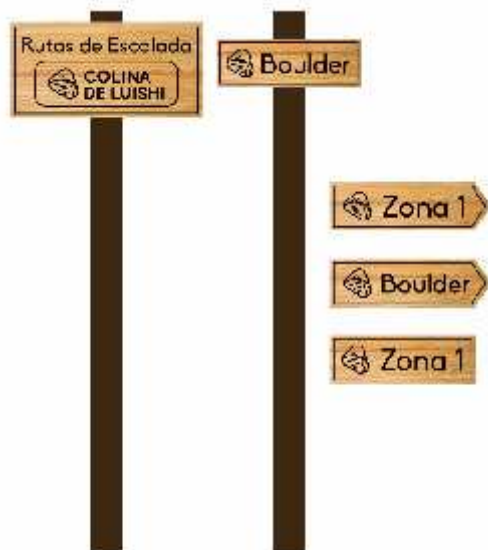


**Figura 17-4.** Tipografía y Colores

Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

### 4.1.8.6. Señalética

La señalética ayuda a identificar lugares en un sitio determinado, para la elaboración de la propuesta de señalética se tomó en cuenta el lugar en donde iría ubicada, al estar en medio de la naturaleza se va a utilizar materiales ecológicos como es la madera, en la cual se va a grabar en laser la información. El tipo de señalética es direccional e identificativo el cual será colocado en puntos estratégicos de visión, para que puedan ser identificados y cumplan con su objetivo.



**Figura 18-4.** Señalética de la colina de Luishi  
Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.



**Figura 19-4.** Señalética de la colina de Luishi  
Elaborado por: Burgos, Jorge, 2020.

En base a la problemática presentada al inicio, se planteó para su resolución seguir una serie de pasos propuestos por el método de investigación escogido, que nos dio varias herramientas de investigación, que nos brindaron una serie de resultados, estos fueron los datos emitidos por parte del análisis Foda, las encuestas, entrevistas y fichas de observación. Estos nos permitieron determinar la información y los medios que formaron parte del sistema de comunicación informativo de las rutas de escalda en roca de las ciudades de Riobamba y Guano.

Estos medios fueron mostrados y explicados desde su planificación, como se recolecto la información con la que cuenta, la sustentación del diseño, teniendo las propuestas ya diseñadas se las paso por una validación que nos permitió entregar un producto final, con el objetivo de presentar un producto con mejores resultados y que satisfaga todas las necesidades que este proyecto busco solucionar.



## CONCLUSIONES

El método FODA, da a conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de cada uno de los medios que conforman el sistema informativo actual de las rutas de escalada de las ciudades de Riobamba y Guano, dando a conocer sus puntos positivos y negativos, y ver como se los puede mejorar. Con el fin de que cumplan sus objetivos, siendo más prácticos, viables, contribuyan a su promoción y que brinden al público información de calidad.

Documentar la información necesaria, mediante las herramientas de recolección de datos da a conocer detalles y datos precisos con los que este sistema de comunicación informativo debe contar, para así contribuir de buena manera con la difusión de estos lugares, brindando servicios de información eficientes.

Con las respuestas ya analizadas de los resultados, se identificó los medios que formaron parte del sistema de comunicación informativo que son: página web, catálogo impreso, catálogo digital, plegable impreso, señalética y páginas en redes sociales, siendo estos los más factibles ya que son de la preferencia del público al momento de buscar información sobre las rutas de escalada y también al momento de utilizarlos gracias a sus formatos adecuados según la actividad.

El sistema de comunicación informativo de las rutas de escalada, ha sido creado, para brindar información enfocada en esta actividad, por medio de un diseño funcional, estético y adecuado, cumpliendo así con una mejor difusión de estos lugares a nivel nacional e internacional.

## **RECOMENDACIONES**

El sistema de comunicación informativo se debe analizar constantemente con el método FODA, para que se pueda ir mejorando y actualizando cada cierto tiempo, para que el público siempre tenga a su disposición los medios y la información necesaria, ya que según pasa el tiempo, nuevos medios pueden surgir y añadirse al sistema, por lo cual es necesario analizarlo constantemente.

La información que se recolecto siempre está variando, ya que se suelen abrir rutas nuevas, por lo que se sugiere actualizar la información en lapsos de tiempo determinados, enfocando toda la información que existe en diferentes partes en un son solo sistema de comunicación informativo.

El sistema de comunicación informativo debe estar abierto a las nuevas tecnologías que van surgiendo, por lo que se recomienda que se incluyan al sistema, medios que permitan tener un mayor alcance ayudándonos de la tecnología y su facilidad de difusión, tales como las aplicaciones móviles.

Para distribuir este sistema de comunicación informativo, se debe pedir a las instituciones y dependencias encargadas de la parte turística de estas ciudades, el difundir y dar a conocer este sistema, para contar con una mejor difusión del mismo, ya que los medios web e impresos todavía son recomendables para dar a conocer este tipo de información, considerando que en la época actual la mayoría de procesos se los maneja a través de la web que funciona con dispositivos tecnológicos, pero al mismo tiempo aún existe una baja conectividad a la red en estos lugares y no existe puntos de carga para los dispositivos en donde se práctica este deporte, por lo cual los medios impresos aún sirven para llevar información a estos lugares.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARCE JIJÓN, Ruben Darío.** Comunicación visual y su influencia en la difusión del desarrollo turístico del recinto la Esperanza del cantón Bucay de la provincia del Guayas. [En línea] (Trabajo de titulación). (Ingeniería) Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. 2016. Pp. II-13. [Consulta: 02 de agosto 2020]. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/20075>
- BETANCUR RENDÓN, Lady Jhuliana, & CRUZ HERNÁNDEZ, Alexander.** Comunicación y turismo. Concepciones y aplicaciones de la comunicación en la industria y la práctica del turismo. [En línea] (Trabajo de Titulación). (Comunicador Social) Pontificia Universidad Javeriana, Bogota, Colombia. 2008. Pp. 8-19. [Consulta: 02 de agosto 2020]. Disponible en: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/5178>
- BUHALIS, D; & LAW , R.** *Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years afeter the internet.* Reino Unido: The state of etourism research. 2008, pp. 609-623
- CARDONA, O.** “Diseño, comunicación visual y publicidad. Conceptos generales: el entorno visual, la estética y función”. *Actas de Diseño 3* [En línea], 2007 (Argentina), Pp. 91-94. [Consulta: 2020-09-03]. ISSN Universidad de Medellín, Medellín, Colombia. 2017. Pp. 91-94. [Consulta: 03 de agosto 2020]. ISSN: 1850-2032 Disponible en: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=11&id\\_articulo=5484](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=11&id_articulo=5484)
- CASTRO, N.** *Sistemas, estructuras y desarrollos* [En línea]. 1ª ed. Ciudad de Panamá – Panama: Instituto de Estdudios Nacionales, 2000. [Consulta: 04 de agosto 2020]. Dsiponible en: <https://isbn.cloud/9789962550839/sistemas-estructuras-y-desarrollo/>
- DE MORAGA, M.** *Teorías de la comunicación* [En línea]. 2ª ed. Barcelona – España: Gustavo Gili, 1981. [Consulta: 04 de agosto 2020]. Disponible en: [https://books.google.com.ec/books/about/Teor%C3%ADas\\_de\\_la\\_Comunicaci%C3%B3n.html?hl=es&id=h5WGAAAAIAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books/about/Teor%C3%ADas_de_la_Comunicaci%C3%B3n.html?hl=es&id=h5WGAAAAIAAJ&redir_esc=y)

- DE PABLOS, C; AGIUS, J; & ROMERO, L.** *Organización y transformación de los sistemas de información en la empresa.*[En línea]. Madrid – España: ESIC Editorial, 2012. [Consulta: 04 de agosto 2020] Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=2pqwKkqxxosC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- ESPAÑA, V; ARTERO, E; ORTEGA, F., JIMENEZ, D; GUTIERREZ, A; CASTILLO, M; & RUIZ, J.** (2009). “Aspectos fisiológicos de la escalada deportiva”. *Revista internacional de medicina y ciencias de la actividad física y el deporte*, vol. 9, n°35 (2009), (España) pp 264-268.
- FEDME.** *Qué es la escalada.* Madrid: Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada [blog]. 2015. [Consulta: 02 de agosto 2020]. Disponible en: <http://www.fedme.es/index.php?mmod=staticContent&IDf=148>
- GARDEY, A; & PÉREZ, J.** *Definición.de Comunicación* [blog] 2020. [Consulta: 02 de agosto 2020]. Disponible en: <https://definicion.de/comunicacion/>
- GLASER, M.** *Diseño, El entorno visual* [blog] 2007. [Consulta: 01 de agosto 2020]. Disponibles en: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=11&id\\_articulo=5484](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=11&id_articulo=5484)
- HERNANDEZ, A.** “Los sistemas de información: Evolución y desarrollo”. *Proyecto social: Revista de relaciones laborales*, n° 10-11 (2003), (España) pp. 149-165.
- HERNÁNDEZ, A; & GARAY, O.** *La comunicación en el contexto deportivo.* México: Wanceulen Editorial Deportiva, 2005, pp. 195-265.
- HUERTAS, A; SETÓ-PÀMIES, D; & MÍGUEZ-GONZÁLEZ, M.** “Comunicación de destinos turísticos a través de los medios sociales”. *El profesional de la información* [en línea], 2015, 24(1), pp. 15-21. [Consulta: 06 de agosto 2020]. ISSN 1386-6710. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/272371869\\_Comunicacion\\_de\\_destinos\\_turisticos\\_a\\_traves\\_de\\_los\\_medios\\_sociales/link/58bedd3b92851c1475e7a4e0/download](https://www.researchgate.net/publication/272371869_Comunicacion_de_destinos_turisticos_a_traves_de_los_medios_sociales/link/58bedd3b92851c1475e7a4e0/download)
- LAUDON, C; & LAUDON , J.** (2012). *Sistemas de información gerencial* [en línea]. Décimosegunda edición, México: Pearson Educación, 2012. [Consulta: 06 de agosto 2020].

Disponible en: <https://juanantonioleonlopez.files.wordpress.com/2017/08/sistemas-de-informacion-gerencial-12va-edicion-kenneth-c-laudon.pdf>.

**MARAKAS, J; & O'BRIEN, J.** *Sistemas de Información Gerencia* [en línea]. 7ª ed, México: Editorial Mc Graw Hill, 2006. [Consulta: 06 de agosto 2020]. Disponible en: <http://cotana.informatica.edu.bo/downloads/Id-Sistemas%20de%20Informacion%20Gerencial-J%20Obrien.pdf>

**MONODENO.** *Zona 2* [blog]. [Consulta: 09 de agosto 2020]. Disponible en: <http://www.monodedoecuador.com/>

**NAVARRO, N.** Diseño de un sistema de comunicación visual para contribuir al fortalecimiento del turismo y cuidado del Bosque Protector Cascadas de Peguche. (Trabajo de titulación) (Licenciatura). [en línea] PUCE, Quito – Ecuador. 2017. [Consulta: 07 de agosto 2020]. Disponible en: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/13560>

**NAVEDA, S. (2018).** Diseño de rutas para escalada en roca en el Cerro Cachaway, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. (Trabajo de titulación) (Ingeniería). Escuela Superior politécnica de Chimborazo. Riobamba – Ecuador. 2018. Pp. 10-39.

**PAOLI, A. (1980).** *La comunicación*. [en línea]. 2ª ed. México: Edicol S.A., 1980. [Consulta: 08 de agosto 2020]. Disponible en: [https://books.google.com.ec/books/about/La\\_comunicacion.html?id=DD9gAAAA\\_CAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books/about/La_comunicacion.html?id=DD9gAAAA_CAAJ&redir_esc=y)

**PROAÑO, M; ORELLANA, S., & MARTILLO, I.** “Los sistemas de información y su importancia en la transformación de la empresa actual”. *Espacios* [en línea], 2018, (Ecuador) 39(45), pp. 3-7. [Consulta: 08 de agosto 2020]. ISSN 0789 1015. Disponible: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n45/a18v39n45p03.pdf>

**PROAÑO, M., ORELLANA, S., & MARTILLO, I.** “Los sistemas de información y su importancia en la transformación digital de la empresa actual”. *Espacios* [en línea], 2018, (Ecuador) 39(45), pp. 3. [Consulta: 08 de agosto 2020]. ISSN 0789 1015. Disponible: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n45/a18v39n45p03.pdf>

**RESTREPO, M.** “Bases para la comprensión científica de la comunicación”. *Singo y pensamiento* [En línea], 1986, (Colombia) 5(8), pp. 77-88. [Consulta: 09 de agosto 2020] ISSN 2027-

2731.

Disponible

en:

<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/issue/view/212>

**RODRÍGUEZ, C; RODRÍGUEZ-CAMPO, L; & RODRÍGUEZ-FERNÁNDEZ, M.** (2016).

“The effects of the application of the internet and information and communication technologies in the field of tourism mediation”. *International journal of management science and technology information* [en línea] 2016, (Estados Unidos) (19), pp. 1-20. [Consulta: 10 de agosto 2020]. ISSN 1923-0273. Disponible en: [https://www.econstor.eu/bitstream/10419/178818/1/IJMSIT\\_y2016\\_i19\\_p001-020.pdf](https://www.econstor.eu/bitstream/10419/178818/1/IJMSIT_y2016_i19_p001-020.pdf)

**ROMERO, J.** (1979). *Las Comunicaciones* [blog]. Bogotá: Acción cultural popular, 1979.

[Consulta: 09 de agosto 2020]. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/las-comunicaciones-882393>

**SHANNON, C.** (1981). *Teoría Matemática de la comunicación*. Madrid - España: Forja, 1981.

ISBN: 84-85880-07-2

**UIAA.** *Conceptos Básicos*. Berna: Unión Internacional de Asociaciones de Alpinismo (UIAA), 1999.

**UIAA, U. I.** *Conceptos Básicos*. Berna: Unión Internacional de Asociaciones de Alpinismo (UIAA), 1999.

**URQUIZO, S.** Diseño de vías de escalada en roca en el cuartel de los incas parroquia San Juan,

cantón Riobamba, provincia de Chimborazo (Trabajo de titulación) (Ingeniería). [en línea]

UNACH, Riobamba – Ecuador. 2015. Pp. 1-3. [Consulta: 05 de agosto 2020]. Disponible en:

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/691/1/UNACH-EC-IG.TUR-2015-0004.pdf>

**ZANÓN, D.** *La Retícula*. Madrid - España: Visión net. 2008. Pp. 108

## ANEXOS

### Anexos A: Fichas de observación de las rutas de escalada

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b> <b>RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUSHI</b>		
<b>Nombre del Lugar:</b> Colina de Lushi	<b>Ubicación:</b> Guano – Chimborazo	
<b>Tipo de Atractivo:</b> Turístico deportivo y de aventura	<b>Horario de atención:</b> 24 horas (Lunes a Domingo)	
<b>Transporte:</b> Carro Particular Cooperativa 20 de Diciembre	<b>Señalética:</b> Si, un tótem una señal direccional	
<b>Número de Rutas:</b> 31 Rutas divididas en 3 zonas	<b>Alojamiento:</b> Guano cuenta con hostales y también hay zonas de acampada	

## FICHA DE OBSERVACIÓN

### RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUISHI – ZONA 1



<b>N° Sector</b>	<b>N°</b>	<b>NOMBRE DE LA RUTA</b>	<b>Grado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Protección</b>
<b>1.</b>	1	Mashu-Machay	5+	Clásicas	Free Solo
	2	Uyuyui	7a+	Clásica	Microstoppers. Al final hay una chapa
	3	La Bacilona	6c	Deportiva	8 Cintas
	4	Psycho	6b	Deportiva	6 Cintas
	5	Arco Iris	8a	Deportiva	8 Cintas
	6	Hazte-Line	7b	Deportiva	9 Cintas
	7	La Canaleta	6a+	Deportiva	8 Cintas
	8	Comandos	6a	Mixta	Friends 2,3,y5



**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUISHI – ZONA 2**



<b>N° Sector</b>	<b>N°</b>	<b>NOMBRE DE LA RUTA</b>	<b>Grado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Protección</b>
2.	9	Fisura Tecnonoche	6b	Clásica	Friends del 0,5 al 3,;
	10	Guagua-Ñaco	7b	Deportiva	7 Cintas
	11	Trip Sensation	7c	Deportiva	10 Cintas
	12	5ta Batalla	6a	Deportiva	9 Cintas
	13	La Maquinaria	7b	Deportiva	9 Cintas
	14	Mira que bien te ves	6a	Clásica	Friends del 2 al 5
	15	Chola Resabiada	6b+	Deportiva	8 Cintas
	16	Te gusta mi banana	7b	Clásica	Friends del 0,5 al 2
	17	Chis	6b	Deportiva	8 Cintas
18	Gringa Loca	7b	Clásica	Camalots del 2 al 5	

## FICHA DE OBSERVACIÓN

### RUTAS DE ESCALADA COLINA DE LUISHI – ZONA 3



N° Sector	N°	NOMBRE DE LA RUTA	Grado	Tipo	Protección
3.	19	Mavesa	¿?	Deportiva	8 Cintas
	20	Fuuaa	7a+	Deportiva	8 Cintas
	21	Machuca	¿?	Deportiva	9 Cintas
	22	El sabor	6b	Clásica	Friends del 2 al 5
	23	Arista	6b+	Deportiva	6 Cintas
	24	La Diferente	6c	Deportiva	7 Cintas
	25	Venteada	6b+	Deportiva	7 Cintas
	26	Fly Away Home	6c+	Deportiva	7 Cintas
	27	Raja de Perro	6c	Clásica	Friends del 1 al 5
	28	La Novedad	6c	Deportiva	8 Cintas

	29	Salvation	6a	Deportiva	7 Cintas
	30	Bodas de Bronce	7a	Deportiva	6 Cintas
	31	Lluvia de Meteoritos	6b		Friends del 1 al 5. Camalots del .75 al 3

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>		
<b>RUTAS DE ESCALADA CERRO CACHAWAY</b>		
<b>Nombre del Lugar:</b> Cerro Cachaway	<b>Ubicación:</b> Riobamba – Chimborazo	
<b>Tipo de Atractivo:</b> Turístico deportivo y de aventura	<b>Horario de atención:</b> 24 horas (Lunes a Domingo)	
<b>Transporte:</b> Carro Particular. Buses con rutas al Sur.	<b>Señalética:</b> No	
<b>Número de Rutas:</b> 6 Rutas	<b>Alojamiento:</b> Riobamba cuenta con varios hoteles, hostales y también existe zonas de acampada	

**FICHA DE OBSERVACIÓN**  
**RUTAS DE ESCALADA CERRO CACHAWAY**



<b>N</b> <b>°</b>	<b>NOMBRE DE LA RUTA</b>	<b>Grado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Protección</b>
1	Falta de apoyo	6b	Deportiva	8 Cintas
2	La cincuenta	5to superior	Deportiva	8 Cintas
3	Modo Drunk	6b+	Deportiva	9 Cintas
4	Las Dulces Sueños	6a	Deportiva	6 Cintas
5	Pase del Niño	6c	Deportiva	6 Cintas
6	Ruta Equipada	¿?	Deportiva	7 Cintas

## **Anexos B:** Modelo de la encuesta realizada

Encuesta para determinar los medios de comunicación más adecuados sobre las rutas de escalada en las ciudades de Riobamba y Guano y que tipo de información deben contener.

¿Cuáles de los siguientes medios conoce usted, que contenga algún tipo de información sobre las rutas de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano)?

\_\_\_ Catálogo turístico

\_\_\_ Plegables

\_\_\_ Redes sociales

\_\_\_ Páginas web

\_\_\_ Señalética

\_\_\_ Ninguno

¿Cuáles de estos medios utilizaría usted para obtener información sobre las rutas de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano)?

\_\_\_ Catálogo turístico Impreso

\_\_\_ Catálogo turístico Virtual

\_\_\_ Plegables

\_\_\_ Redes sociales

\_\_\_ Páginas web

\_\_\_ Señalética

¿Qué tipo de formato para un catálogo con información de las rutas de escalda, cree usted que es el más apto según las condiciones que representa el ir a escalar?

\_\_\_ Formato estandarizado (Formatos serie A ejemplo: A4, A5, etc)

\_\_\_ Formato libre (Formatos personalizados, depende la función que este vaya a tener)

¿En qué dispositivo electrónico prefiere usted visualizar un catálogo virtual sobre las rutas de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano)?

\_\_\_ Laptop o computadora de escritorio

\_\_\_ Tablet

\_\_\_ Smartphone

¿Qué tipo de información desearía que este en la señalética de los parques de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano)?

\_\_\_ Ícono

\_\_\_ Texto

\_\_\_ Ícono y Texto

¿Qué información debería contener los medios que tratan sobre las rutas de escalada en roca en el cerro Cachaway (Riobamba) y la Colina de Luishi (Guano)?

\_\_\_ Ubicación

\_\_\_ Transporte

\_\_\_ Clima

\_\_\_ Equipo necesario

\_\_\_ Información sobre cada ruta

\_\_\_ Nivel de dificultad

\_\_\_ Fotografías

\_\_\_ Mapas infográficos

\_\_\_ Actividades a realizar

\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

**Anexo C:** Entrevistas realizadas

Escaladores de la ciudad de Riobamba.

**¿Cuál es la ubicación del cerro Cachaway y la Colina de Luishi?**

**¿Qué actividades se pueden realizar en la colina de Luishi y en el Cerro Cachaway?**

**¿Cómo se puede llegar a las rutas de escalada?**

**Anexo D:** Encuestas de validación del Sistema de Comunicación Informativo.

Opiniones del sistema de comunicación informativo propuesto, sobre las rutas de escalada en las ciudades de Riobamba y Guano.

1. ¿Cómo califica el diseño y la información con la que cuenta las páginas web, de las rutas de escalada?

\_\_\_ Excelente

\_\_\_ Muy buena

\_\_\_ Buena

\_\_\_ Regular

\_\_\_ Insuficiente

¿Cuál es su recomendación acerca del diseño y la información con la que cuenta las páginas web, de las rutas de escalada?

2. ¿Cómo califica el diseño y la información con la que cuenta los catálogos y plegables, de las rutas de escalada?

\_\_\_ Excelente

\_\_\_ Muy buena

Buena

Regular

Insuficiente

¿Cuál es su recomendación acerca del diseño y la información con la que cuenta los catálogos y plegables, de las rutas de escalada?

3. ¿Cómo califica las fotografías?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Insuficiente

¿Cuál es su recomendación acerca de las fotografías?

4. ¿Cómo califica los íconos?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Insuficiente

¿Cuál es su recomendación acerca de los íconos?

5. ¿Cómo califica los colores utilizados?

Excelente

Muy buena



Buena

Regular

Insuficiente

¿Cuál es su recomendación acerca de los colores?

6. ¿Cómo califica los mapas?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Insuficiente

¿Cuál es su recomendación acerca de los mapas?

7. ¿Cómo califica la información en general, como la ubicación, transporte, dificultad y actividades?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Insuficiente

¿Cuál es su recomendación acerca de la información mostrada?

8. ¿Cómo ve usted que las publicaciones en redes sociales redireccionen a la página web y a los catálogos subidos a la web?

Excelente

Muy buena

\_\_\_ Buena

\_\_\_ Regular

\_\_\_ Insuficiente

\_\_\_ Excelente

\_\_\_ Muy buena

\_\_\_ Buena

\_\_\_ Regular

\_\_\_ Insuficiente



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA  
DE CHIMBORAZO**

**DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS  
PARA EL APRENDIZAJE Y LA  
INVESTIGACIÓN**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y  
BIBLIOGRAFÍA**



**Fecha de entrega:** 18 / 03 / 2021

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> JORGE LUIS BURGOS GUILCA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
<b>Carrera:</b> DISEÑO GRÁFICO
<b>Título a optar:</b> INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b>



0771-DBRAI-UPT-2021