



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

**FACULTAD DE DISEÑO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE DISEÑO PROFESIONAL GRÁFICO**

Implementación de un sistema señalético para el Jirón de la Unión ubicado en  
Centro Histórico de Lima

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Para optar el título profesional de Licenciado en Diseño Profesional Gráfico

**AUTOR**

Talla de la Cruz, Camila Sofía (0000-0002-0423-9081)

**ASESOR**

Dávila Castro, Diego Enrique (0000-0001-7984-9805)

**Lima, 7 de enero del 2023**

## RESUMEN

El proyecto consiste en la elaboración de una propuesta basada en un sistema señalético experimental, que sea didáctico y eficaz para el Jirón de la Unión ubicado en el Centro Histórico de Lima, dado que es punto de encuentro de miles de turistas provenientes de distintas partes del mundo a lo largo de todo el año.

Tras la investigación elaborada previamente, se determinó la problemática que sufren los usuarios al no contar con ningún tipo de sistema que los oriente e interactúe con ellos; es por esta razón que la propuesta de diseño está centrada en el usuario y sus necesidades, contextualizando y entendiendo sus necesidades y motivaciones por conocer los lugares emblemáticos de tan icónico lugar.

La metodología utilizada para el proyecto es experimental y documental, basada en el estudio del espacio y con el apoyo de estrategias enfocadas hacia el funcionamiento de la señalética y *wayfinding* en el lugar. En base a ello, la propuesta gráfica desarrollada se conforma por el diseño de elementos de señalización para el Jirón de la Unión tales como, paneles direccionales colgantes, mapas, tótems de información e indicativos, ubicados en puntos estratégicos.

Para ello se realizaron prototipos en contacto con el público usuario, con la finalidad de responder a sus necesidades, validando así la propuesta, obteniendo un resultado eficiente para su uso frente a la problemática.

Palabras claves: turismo, señalética, wayfinding, Jirón de la Unión

Implementation of a signage system for the Jirón de la Unión located in the Historic Center  
of Lima

ABSTRACT

The project consists of the elaboration of a proposal for an experimental, didactic and effective signage system for the Jirón de la Unión located in the Historic Center of Lima, which is a meeting point for thousands of tourists from all over the world throughout the entire year. After the previously elaborated investigation, the problem that users suffer by not having any type of system that guides them and interacts with them was determined. Therefore, the design proposal is focused on the user and their needs, contextualizing and understanding their needs and motivations in such an iconic place.

The methodology used for the project is experimental and documentary based on the study of space with the support of strategies focused on the operation of signage and wayfinding in the place. Based on this, the graphic proposal developed is made up of the design of signaling elements for the shred of the union such as pendant-type directional panels, map, information totem and indicative totems located at strategic points. For this, prototypes were made in contact with the user public in order to respond to their needs, validating the proposal and making its use efficient in the face of the problem.

Keywords: tourism, signage, wayfinding, Jirón de la Unión

# u201514402\_Camila Sofía Talla de la Cruz\_Implementación de un sistema señalético para el Jirón de la Unión ubicado en Centro Histórico de Lima

## INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[tesis.pucp.edu.pe](https://tesis.pucp.edu.pe)

Fuente de Internet

2%

2

[hdl.handle.net](https://hdl.handle.net)

Fuente de Internet

1%

3

[repositorioacademico.upc.edu.pe](https://repositorioacademico.upc.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

4

[upc.aws.openrepository.com](https://upc.aws.openrepository.com)

Fuente de Internet

<1%

5

[www.dspace.uce.edu.ec](https://www.dspace.uce.edu.ec)

Fuente de Internet

<1%

6

[erecursos.uacj.mx](https://erecursos.uacj.mx)

Fuente de Internet

<1%

7

[moam.info](https://moam.info)

Fuente de Internet

<1%

8

Submitted to Universidad Politécnica de Madrid

Trabajo del estudiante

<1%

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1	PRESENTACIÓN DEL TEMA .....	1
1.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	2
1.3	JUSTIFICACIÓN .....	4
<b>2</b>	<b>DIAGNÓSTICO</b> .....	<b>6</b>
2.1	ANÁLISIS DEL CONTEXTO .....	6
2.1.1	Desarrollo del turismo en el Perú .....	6
2.1.2	Influencia del turismo en el Centro Histórico de Lima .....	7
2.1.3	Invisibilización del patrimonio arquitectónico del Jirón de la Unión .....	7
2.2	ANÁLISIS DE LOS ACTORES INVOLUCRADOS .....	9
2.2.1	Turistas .....	9
2.2.2	Prestadores de servicios .....	9
2.2.3	Comercio ambulatorio .....	10
2.2.4	Municipalidad Metropolitana de Lima .....	10
2.2.5	Prolima .....	10
2.3	ANÁLISIS DE LOS USUARIOS .....	10
2.4	REVISIÓN DE ANTECEDENTES .....	11
2.4.1	Jardín Botánico Mapulemu – Chile .....	11
2.4.2	QHAPAQ ÑAN – CUSCO .....	12
2.5	CONCEPTOS CLAVES .....	13
2.5.1	Turismo .....	13
2.5.2	Turismo cultural .....	13
2.5.3	Patrimonio cultural .....	14
2.5.4	Diseño de Información interactivo .....	14
2.5.5	Diseño Gráfico experiencial .....	15
2.5.6	Wayfinding .....	15
<b>3</b>	<b>ESTRATEGIA</b> .....	<b>16</b>
3.1	OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA .....	16

3.1.1	Objetivo general.....	16
3.1.2	Objetivos específicos.....	16
3.2	METODOLOGÍA .....	16
<b>4</b>	<b>PROYECTO .....</b>	<b>18</b>
4.1	CONTEXTO GRÁFICO.....	18
4.2	PRIMERA PROPUESTA GRÁFICA .....	19
4.2.1	Implementación .....	22
4.3	PROPUESTA FINAL .....	23
4.3.1	Implementación .....	25
4.3.2	Antropometría .....	28
4.4	MATERIALIDAD.....	28
4.5	VALIDACIÓN.....	29
<b>5</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>30</b>
5.1	PRINCIPALES LOGROS DEL PROYECTO.....	30
<b>6</b>	<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>32</b>
<b>7</b>	<b>[ANEXOS].....</b>	<b>38</b>
7.1	LINK DE ENCUESTA .....	38
7.2	LISTA DE PREGUNTAS ELABORADAS PARA EL EXPERTO .....	38
7.3	LISTA DE PREGUNTAS ELABORADAS PARA LA VALIDACIÓN .....	38
7.3.1	Preguntas realizadas con las piezas de manera digital en el lugar: .....	38
7.3.2	Preguntas realizadas con las piezas de manera física: .....	39

# 1 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal, la creación e implementación de un sistema señalético para el Jirón de la Unión, ubicado en el Centro Histórico de Lima, el mismo que contribuya a potenciar los patrimonios que se encuentran en su interior, ello mediante un sistema señalético que pueda mimetizarse con el espacio y permita la interacción con los visitantes independientes, permitiendo así su correcta orientación e información.

## 1.1 Presentación del tema

El turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial que ha logrado desarrollarse y prevalecer como la actividad económica que genera mayores divisas y es más utilizada debido a la evolución tecnológica y la globalización. Es una de las fuentes principales de economía.

Hablando históricamente, el turismo es toda actividad relacionada con las personas y sus motivaciones, mayormente vinculadas al descanso y al deseo de conocer nuevos lugares, (Lemoine et al., 2019) define el turismo como una actividad relacionada no solo al descanso, sino también al conocimiento, pues supone estar lejos de nuestra zona de residencia, Sena (2014) relaciona esta actividad como el desplazamiento que involucra más de 25 horas fuera del hogar, así mismo menciona que existen tipos de turismos que realizan las personas y las clasifica de la siguiente manera:

Dentro de esta clasificación, el turismo cultural se ha convertido en una de las principales motivaciones para los turistas en su visita a Perú. En nuestro país, son múltiples los atractivos turísticos que están a disposición de los visitantes, en la capital se ubica el Centro Histórico de Lima (CHL), un espacio lleno de tradiciones, que se caracteriza por sus ambientes urbanos, edificaciones religiosas, entidades públicas, plazas y avenidas del lugar, contando con una riqueza arquitectónica particular, donde su esencia ha prevalecido a lo largo de los años, y que la ha llevado a ser declarada patrimonio mundial en 1991 por la UNESCO, siendo este un espacio que recibe a cientos de miles de turistas nacionales e internacionales cada año.

Gran parte de este turismo que se ha generado se debe al turismo cultural (estimado como una forma de turismo alterno), ya que este se enfoca en el interés del público hacia los

aspectos informativos y de aprendizaje. Definido por La Asamblea General de la OMT reunida en Chengdu, China como toda aquella actividad turística realizada por el usuario motivado por el interés de aprender y experimentar atracciones de un destino turístico.

Según un estudio realizado por La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú, 2019), Lima recibe a miles de visitantes nacionales y extranjeros, de los cuales, en su mayoría, está en el rango de edad entre los 24 a 34 años interesados, provenientes de la región de Latinoamérica (60%). Asimismo, revela que los principales usuarios llegan en un 87%, interesados en la historia, buscando realizar actividades culturales como caminar por la ciudad, visitar plazuelas, museos, inmuebles históricos.

Por ello, uno de los lugares que forma parte de los itinerarios de los turistas es el Centro Histórico de Lima (CHL). Los atractivos que posee el CHL son diversos, las calles están llenas de historia y comercio, las cuales son el principal atractivo del público en general. Una de las zonas más emblemáticas es el Jirón de la Unión, según Bonilla (2019) es el eje más importante del Centro Histórico junto al Jirón Trujillo en el Rímac, caracterizado por sus inmuebles pintorescos de estilo barroco y su variedad de restaurantes y comercios, los cuales, desde su creación, eran concurridos por la clase limeña aristocrática de la época.

Este emblemático jirón con el pasar del tiempo, ha sufrido diversos cambios, tal como menciona Jordán (2022) se ha convertido en una zona donde predomina el área comercial, y cuyos predios emblemáticos, han sido ocupados por establecimientos comerciales de diferentes rubros. Asimismo, este lugar alberga espacios patrimoniales de carácter religioso, como la Basílica de la Merced y casonas, que podrían tener un mayor reconocimiento de los ciudadanos limeños y extranjeros y, a pesar de ello, hoy en día continúa siendo uno de los principales pasajes dentro del Centro Histórico de Lima con gran interés por parte de visitantes.

## **1.2 Formulación del Problema**

Lima es desde siempre una ciudad caracterizada por albergar una inmensa riqueza cultural, pues posee monumentos, edificaciones, monasterios e iglesias. Jordán (2022) explica cómo estos espacios, se han visto envueltos en una expansión a nivel poblacional en grandes dimensiones, generando mayor enfoque en sus patrimonios arquitectónicos y junto a ello surgiendo algunos problemas. Pino (2021, como se cita en Jordán, 2022) indica que este tipo



de situaciones salen a resaltar debido a la falta del conocimiento de su valor histórico-cultural y su escasa o nula difusión.

El Jirón de la Unión, al ser una calle con abundantes patrimonios culturales y arquitectónicos, se ha convertido en un gran atractivo para los turistas dentro de sus itinerarios, y ha dado a relucir la presencia de un problema de comunicación visual que genera malestar entre sus usuarios, pues no cuenta con ningún sistema de orientación e información que sirva de apoyo visual para los turistas durante su recorrido.

En base a esta información, se realizaron dos métodos de recolección de datos para corroborar la problemática, como primer paso, se efectuaron tres entrevistas: a dos guías turísticos que laboran en la zona, a una familia de turistas argentinos que recorrían el Jirón de la Unión y a un grupo de turistas de diferentes nacionalidades, consultándoles acerca de las principales problemáticas e incomodidades que enfrentan los visitantes, tanto nacionales como extranjeros. De igual manera, se realizó una encuesta de cual se resaltaron las principales problemáticas. Por otro lado, se hizo un recuento fotográfico de los patrimonios en el lugar, donde se pudo observar la interacción de los usuarios con ellos, se observó también la importancia de un sistema señalético eficiente, que oriente correctamente al usuario y le brinde información que pueda servir como medio educativo.

Tal como se puede apreciar, en las imágenes de los patrimonios (Figura 5, 6 y 7) se observa la escasa o nula información brindada en los mismos, por parte de las autoridades (entes municipales), encargadas de su difusión es deficiente, pues como patrimonios culturales, deberían poseer mayor información, estos en algunos casos, contienen en una breve reseña, apoyada en una tipografía adornada, que impide la correcta legibilidad y entendimiento, además, solo se encuentra disponible su lectura en el idioma local, generando un obstáculo para el turista extranjero que tenga un idioma distinto o desconozca la lengua local. De igual manera, la falta de mantenimientos de estos recursos impide su correcta legibilidad.

Teniendo en cuenta estos elementos, la autora Lliguizaca (2015) menciona, que la correcta implementación de la señalética, en un espacio altamente transitado por turistas, es parte fundamental, tanto de orientación como de información, puesto que, contribuyen a la satisfacción de los usuarios visitantes, ya que estos elementos optimizan su tiempo, contribuyendo a decidir sus actividades y a eliminar la incertidumbre.

Asimismo, Otero (2000; como se cita en Del Hierro, 2012) expone acerca de la valorización y como esta, no solo involucra los rasgos más relevantes destacados de un origen, sino también, el cumplir con las demandas y exigencias de los visitantes. Asimismo, Mateos (2013) menciona acerca de la brecha que existe en algunos países, entre los recursos patrimoniales y la escasez de productos turísticos que mejoren su experiencia turística y lo importante que es facilitarle al visitante, una experiencia vivencial de inmersión cultural, mediante mensajes claros ya que, de lo contrario, no conectarán con el usuario.

### **1.3 Justificación**

El Perú es punto de interés en cuanto a turismo a se refiere, ya que cuenta con un amplio territorio el cual alberga una inmensa riqueza cultural, debido a ello en la capital el Jirón de la Unión ubicado en el Centro Histórico se ha convertido en un espacio de paso imperdible para los turistas interesados en conocer acerca de la cultura. Sin embargo, esta zona al ser tan concurrida por turistas nacionales y extranjeros enfrenta problemáticas de espacio como orientación e información.

Con el presente proyecto, se espera diseñar un sistema señalético como alternativa de solución al el problema de comunicación visual existente para los turistas que deciden visitar el Jirón de la Unión, a través de la utilización de las distintas herramientas visuales que nos brinda el diseño gráfico, para la construcción de un sistema señalético experimental, que sirva como medio de interacción, orientación e información, con el objetivo principal de, solucionar los problemas que presentan los usuarios al buscar obtener información acerca de los patrimonios ubicados en el Jirón de la Unión o al dirigirse hacia algún punto del Centro Histórico de Lima.

Los principales beneficiados con la realización de este sistema señalético serán los jóvenes turistas interesados en conocer, visitar y aprender del ámbito cultural de manera independiente. Asimismo, la relevancia del uso del diseño gráfico en la difusión y experimentación de información en este sector de alto flujo turístico es esencial para preservar el valor turístico tal como menciona Mateos (2013) la importancia de brindarle al usuario visitante, una experiencia que le permita conectar con el lugar, generando vínculos que posteriormente le sirvan como aprendizaje, todo ello, mediante distintos canales de difusión.

A la vez, en una breve entrevista realizada con algunos guías turísticos y turistas en específico, se pudo llegar a la conclusión de la necesidad de implementar nuevas maneras de guiado, atracción y aprendizaje para los usuarios, generando así, el uso y aplicación del diseño experimental y *wayfinding*, enfocado en diseñar elementos visuales que sirvan de información para el usuario.

Rivadeneira (2022) menciona a esta rama del diseño gráfico, para que mediante su uso, se ayude a comprender el espacio y la información, para guiar y orientar en su circulación, y que permita navegar en un entorno físico, mediante signos visuales, digitales o físicos, para lograr así, una mejor orientación; estas pueden incluir objetos tridimensionales que brinden información al público. De igual manera, La Sociedad de Diseño Gráfico del Entorno (2018, citado en Ibáñez, 2018) aborda el significado del diseño experimental y lo define como el proceso de transmisión de mensajes a través del entorno, permitiendo hacer partícipe al individuo, mediante procesos de percepción y cognición, posibilitando crear ambientes que comunican y den una sensación de lugar.

## 2 DIAGNÓSTICO

A través de la investigación, se ha obtenido información para el desarrollo del siguiente proyecto, el cual ha sido de ayuda para poder profundizar en el entendimiento del problema. El contenido que se presenta se caracteriza en el estudio e indagación al usuario objetivo y el medio en el que se desenvuelve.

Para la presente investigación se recopilaron diversos datos y se utilizaron distintas metodologías: tales como la documental, el trabajo de campo enfocado en el público objetivo y las entrevistas con los distintos actores involucrados. Asimismo, la investigación se apoyó en la búsqueda de proyectos con problemas de comunicación similares, para así poder comprender la forma en la cual fueron abordadas y desarrolladas.

### 2.1 Análisis del contexto

A pesar de los diversos esfuerzos que se han venido realizando para poder entender mejor el contexto donde se desarrolla el trabajo de investigación, fue preciso también, indagar el ámbito en el cual se encontraba el turismo desde el 2019 en adelante y, cómo ello impactaba en la llegada y desenvolvimiento de los turistas, con los distintos patrimonios culturales en el centro Histórico de Lima. Posteriormente se debe comprender la situación actual de esta zona cultural y el desenvolvimiento de los jóvenes turistas independientes en uno de los jirones más importantes de la capital, como lo es el Jirón de la Unión, visitando e interactuando con los patrimonios que allí se encuentran.

#### 2.1.1 Desarrollo del turismo en el Perú

Perú cuenta con un vasto territorio, el mismo que alberga un gran patrimonio cultural, una gran riqueza arqueológica y múltiples reservas naturales protegidas, que le dan al turismo, una gran variedad de opciones, convirtiéndolo en una de las actividades económicas con mayor posibilidad de desarrollo en nuestro país, al ser una constante fuente económica, generadora de grandes divisas para su progreso y desarrollo.

Para Bardález (2005) el turismo tiene como fuente principal, la visita de turistas extranjeros, lo que genera un gran crecimiento económico y de desarrollo, además, contribuye a la preservación cultural y apego emocional hacia nuestros patrimonios.

Sin embargo, antes de la expansión de la pandemia, el panorama era otro, un estudio realizado por Promperú señala que, solo en el año 2019, se recibieron 1 823 536 turistas extranjeros, dicha cifra fue alentadora en su momento, lamentablemente, la pandemia cambió las proyecciones planteadas.

Tras la llegada del COVID-19, el sector turismo, fue uno de los más afectados alrededor del mundo y nuestro país, no fue la excepción. Así lo señala Tudela-Mamani (2022) el cierre de fronteras y la lenta recuperación de la nueva normalidad, plagada de nuevos protocolos, repercutieron en una baja significativa tanto en la oferta como en la demanda turística.

### **2.1.2 Influencia del turismo en el Centro Histórico de Lima**

Perú cuenta con 13 lugares considerados como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, entre ellos, el Centro Histórico de Lima (CHL) que representa la memoria de todos los peruanos, siendo un espacio de importancia cultural, económica y comercial, donde se puede encontrar las principales instituciones gubernamentales como el Palacio de Gobierno y el Congreso de la República (Jordán, 2022).

Sin embargo, el CHL al igual que otras ciudades con patrimonios similares, se ha visto envuelta en múltiples problemáticas, ocasionados por la informalidad, la inseguridad, el comercio ambulatorio y la contaminación, afectando así su imagen.

A pesar que se han realizado cambios y se ha reubicado el comercio ambulatorio como parte de la revalorización del CHL en zonas emblemáticas para el turista, esto aún no es suficiente. Los autores Chion y Ludeña (2009) mencionan al respecto, el Jirón de la Unión dentro de los espacios remodelados y peatonalizados en 1982 fue el primero. Este proceso de la vía peatonal se dio con la finalidad de recuperar su valor histórico catalogado como punto de encuentro, como se encontraba en aquellos años, antes del periodo de declive.

### **2.1.3 Invisibilización del patrimonio arquitectónico del Jirón de la Unión**

El Jirón de la Unión conecta la Plaza mayor con la Plaza San Martín, siendo así, el Eje urbano con mayor importancia histórica en nuestra capital. Bonilla (2019) en su columna para el periódico *RPP* menciona al respecto, su carácter de vía principal se debe a que este pasaje converge las rutas que atraviesan toda la ciudad, y debido a ello se fue configurando como el eje comercial urbano que se conoce hoy en día.

Para Arroyo (1994, como citó en Andrade, 2016, p. 98 - 101), este jirón no siempre fue catalogado como punto de comercio, ya que antes era descrito como una zona de reunión en el que se usaba el término “jironear”, lo cual involucraba diversas actividades como paseos, círculos de reuniones de amigos, familia o amorosa; actividades de consumo como ingreso a los cafés y cines de época. Además, resaltaba por sus casonas hoy declaradas patrimonio cultural.

Al respecto, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2021) define como patrimonio, al legado cultural que adoptamos del pasado, el cual vivimos en el presente y que transmitiremos a las y generaciones futuras como herencia. Asimismo, se le atribuye el nombre de patrimonio tangible a todo aquello monumento, obra arquitectónica y artística cuyo valor universal sea extraordinario desde el punto de la percepción histórica, artística y/o científica.

De acuerdo con Pino (2021; como se cita en Jordán, 2022) el patrimonio arquitectónico ubicado en el Jirón de la Unión en pleno corazón del centro histórico, se halla en calidad de invisibilización y desconocimiento, generado por el apogeo comercial del mismo, conllevado por los servicios y diferentes casas comerciales que trabajan en los inmuebles del lugar, generando así, la imposibilidad de apreciación de los bienes culturales que albergan.

Lo particular de la situación del CHL, radica en el desarrollo de un plan de recuperación de todo su espacio, pero este, no aborda el tema del turismo cultural, experiencia que es una de las principales razones por las que los visitantes deciden acercarse al centro. Al respecto, son múltiples los factores que interactúan con los usuarios en el Jirón de la Unión, uno de los más importantes, recae en la experiencia y la interacción que tienen los turistas en este espacio cultural y visual. El autor señala que esta experiencia del turista, se ve interrumpida por la escasa y/o nula identidad que presenta el Centro Histórico de Lima. Luva (2015, como se citó en Segovia, 2019) menciona la importancia de la identidad en un lugar turístico, ya que, de esta manera, se conserva el patrimonio histórico-cultural, para posteriormente ser utilizado, como parte de la imagen visual corporativa sobre los elementos gráficos y que utilizados en el espacio, le brindan un valor agregados a los visitantes.

La experiencia y calidad turística no sólo se depende de las atracciones principales que ofrece el destino turístico, sino también, involucra la infraestructura y los servicios disponibles, ya que los turistas buscan en sus viajes relacionarse con los lugares de manera emocional y

mediante ellas generar nuevas experiencias (Opaschowski, 2001, como se cita en Morillo, 2010).

## **2.2 Análisis de los actores involucrados**

Para poder realizar correctamente el análisis de los actores involucrados, se debe tener en cuenta que existen diversos personajes que interactúan en el CHL, por lo que se procederá a desarrollar y analizar cada usuario, entidad y su relación con el problema de comunicación.

### **2.2.1 Turistas**

Un turista es un viajero temporal, motivado a conocer otros lugares por interés o negocio, Gurría (1997) lo define como un “visitante de transitorio cuya intención de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros:

- Tiempo libre (recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes).
- Negocios, familia, misiones o reuniones” (p. 15).

Por otro lado, Promperú (2019) define al turista como una persona que se traslada de su lugar de origen a otro distinto y permanece un periodo mínimo de una noche y un máximo de 12 meses consecutivos.

### **2.2.2 Prestadores de servicios**

Los guías turísticos son un punto de intersección entre un espacio cultural y un visitante interesado en conocer más acerca del lugar; Promperú (2019) lo define como, toda forma de servicio brindado a los turistas o a sus distribuidores, tales como, agencias de viaje y centros turísticos, donde en los principales servicios involucran, alojamiento, alimentos, organización de viajes y las excursiones guiadas.

Ahora bien, los guías turísticos son actores relevantes dentro del CHL, puesto que, en un estudio realizado por la Municipalidad Metropolitana de Lima (2019) se determinó que, las principales zonas donde se encuentran estos prestadores de servicios turísticos, se reúnen en el Jirón de la Unión, esto debido al alto flujo peatonal que tiene esta zona para los turistas.

### **2.2.3 Comercio ambulatorio**

En el caso de Lima, el CHL ha sido una zona principal donde ha predominado este tipo de comercio como una negativa y debido a ellos, surgieron las reubicaciones del comercio ambulante hacia espacios cerrados especializados por el comercio (Rivera, 2021); es por esta razón que, actualmente el Jirón de la Unión además de contar con patrimonios entre sus calles, alberga una gran variedad de tiendas de comercio en sus alrededores.

### **2.2.4 Municipalidad Metropolitana de Lima**

Este órgano municipal es encargado de elaborar, presentar y supervisar proyectos destinados para distintas problemáticas que enfrenta la capital, tales como procesos de regulación de la movilidad de tránsito y urbana, entre otras infraestructuras que contribuyan al desarrollo de la movilidad a lo largo de toda Lima.

### **2.2.5 Prolima**

Programa Municipal para la Recuperación del Centro Histórico (PROLIMA) es un órgano de la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) que tiene como finalidad, velar por la protección de los patrimonios y promover la recuperación del Centro Histórico de Lima (CHL).

Este ente municipal, tiene una participación importante dentro de la investigación, debido a que, actualmente se encuentra como encargado principal de las actividades que se vienen realizando en el Centro Histórico de Lima, incluido el Jirón de la Unión y es una de las principales entidades que debería satisfacer las necesidades y exigencia del usuario.

## **2.3 Análisis de los usuarios**

Como grupo objetivo para la investigación, se seleccionó como punto central a los turistas que se acercan al Centro Histórico de Lima y que buscan recreación durante sus vacaciones, en específico personas que visiten el Jirón de la Unión.

Como punto central, se analizó la variedad de perfiles de usuarios que visitan este sitio turístico, entre los turistas nacionales e internacionales y para seleccionar el segmento a investigar, se tuvo como principal indicio el trabajo de campo no invasivo y las estadísticas.



De acuerdo a un estudio realizado por Promperú (2019) se pudo determinar que, los visitantes nacionales en su mayoría, son grupos de personas provenientes de algún departamento del Perú, de nivel socioeconómico B-C, interesados en visitar el destino por el paisaje y naturaleza, quienes utilizaron como incentivo de viaje, los comentarios de familiares y/o amigos (44%). Por otro lado, el perfil del turista extranjero en su mayoría está entre los 24 a 38 años, interesados en realizar actividades de cultura dentro de su visita por Lima (84%) y provenientes de la región de Latinoamérica (60%). Teniendo en cuenta la información presentada y las conclusiones de las entrevistas realizadas en el espacio a estudiar, se llegó a la conclusión que el público objetivo del presente proyecto, alcanza las edades de 24 a 38 años (*millennials*), jóvenes en su mayoría económicamente independientes, interesados en vivir nuevas e innovadoras experiencias, provenientes de la región de Latinoamérica.

## **2.4 Revisión de antecedentes**

Para la presente investigación, se tomaron en consideración proyectos existentes que tuvieran similitud con el problema de comunicación visual, expuesta en el desarrollo del documento, ello, con la finalidad de poder obtener distintas perspectivas acerca de cómo abordar dicho problema, y, de diferentes áreas del diseño como: diseño de información, branding y señalética. Estos proyectos son:

### **2.4.1 Jardín Botánico Mapulemu – Chile**

En el ámbito internacional, encontramos el Primer jardín botánico ubicado en Santiago, que está destinado a presentar e informar, acerca de todas las especies nativas representativas de todas las partes del país, en este lugar, se realizan investigaciones, conservación y exhibición de más de 70 especies en peligro de extinción, logrando así, la conservación de su patrimonio natural; está diseñado con fines educativos y dirigido para todo público, desde niños pequeños hasta adultos expertos, quienes puedan recorrerlo con facilidad.

El proyecto de *wayfinding* y señalética se basó en la elaboración de distintos elementos gráficos informativos que son de apoyo visual, educativo y de orientación para los usuarios.

En el ámbito gráfico, para la elaboración del sistema señalético, se tomó en cuenta la forma y el color del parque, con la intención de representar la esencia y mantener el concepto seleccionado mediante el diseño y la materialidad.

La elaboración e implementación de este proyecto, permitió a los usuarios descubrir nuevos sectores y orientarse dentro del espacio de manera sencilla, así como aprender y compartir momentos alegres en familia, descubriendo cómo representan la flora típica del país para mantener y reproducir especies nativas.

#### **2.4.2 QHAPAQ ÑAN – CUSCO**

En el ámbito nacional, en el año 2016, el Studio Creativo “A” junto al Ministerio de Cultura, ejecutaron un proyecto de *wayfinding* en la ruta Qhapaq Ñan, conocida como una red vial milenaria ya que esta se expande a lo largo de todo Cusco), con el objetivo de plantear un sistema señalético funcional, que rinde homenaje al único imperio en Sudamérica, ayudando a identificar y revalorizar los bienes culturales de la zona, así como adaptarse a los cambios climáticos y de paisaje, que afronta el lugar y que es de gran utilidad para las comunidades aledañas, permitiéndoles mejorar su calidad de vida.

Este proyecto es relevante dentro de la investigación, pues, el sistema señalético diseñado para el Qhapaq Ñan, no solo sirve como medio de orientación, sino que también, es un apoyo para los pobladores de la zona, permitiéndoles conocer el lugar, evitar accidentes, y revalorizar sitios arqueológicos. El caso estudiado (Studio “A”) dentro del proceso de diseño, tuvo muchos factores en cuenta, uno de ellos fue que la ruta carecía de identidad gráfica. Es así que, decidieron utilizarlo como una fortaleza, al hacer uso de los propios recursos naturales de la zona, para trabajar en las piezas gráficas y en la construcción de los pictogramas, asimismo, fortalecieron la relación concepto-espacio, haciendo uso de las propias piedras del camino dentro de la elaboración e implementación de la señalética, permitiendo de esta manera, respetar la esencia y espíritu inca del camino, siendo de utilidad para el usuario en su transporte de localidad a localidad, de manera clara y concisa, mediante una estrategia de diseño correctamente desarrollada.

## **2.5 Conceptos claves**

### **2.5.1 Turismo**

Morillo (2010) hace referencia a la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT) acerca del turismo, la cual menciona que son todas aquellas actividades de recreación que realizan las personas durante sus viajes involucrando un periodo de tiempo no mayor a un año. Es decir, esta actividad es el desplazamiento voluntario y temporal de un individuo, con la capacidad de decidir por ellos mismos, cuándo y hacia dónde dirigirse, así como escoger entre las opciones de "hacer o no hacer", o bien de "esto o aquello".

El Jirón de la Unión, es un espacio de mayor atención entre los turistas, esto es debido a los patrimonios que concentra y al hecho de ser catalogado como, el eje principal del Centro Histórico de Lima (CHL), además de poseer un gran flujo de comercio entre sus calles (Bonilla, 2019).

### **2.5.2 Turismo cultural**

Richards define al turismo cultural como “el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales” (como se cita en Toselli, 2003, p. 5).

De acuerdo a esta definición, podemos observar el modo en que los turistas consumen la cultura, sensibilizados por el medio ambiente y la diversidad cultural, existiendo cada vez más, turistas sensibilizados por la diversidad cultural y su medio ambiente.

Lima al contar con la ventaja de ser punto de conexión entre varios países, debido a su ubicación, hace que coexista un considerable porcentaje de turistas extranjeros, los cuales cuentan con tiempo libre y desean conocer un poco la ciudad, antes de partir a sus destinos finales. Según un estudio realizado por Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperu, 2019), indica que la mayor cantidad de turistas que llegan al Perú visitan Lima (80%), realizan turismo cultural, realizando actividades como: tours guiados en la ciudad, visitas a museos, conventos y monumentos, teniendo en muchos casos como paso impostergable, el emblemático Jirón de la Unión.

### **2.5.3 Patrimonio cultural**

El patrimonio cultural se podría definir como la aplicación de conocimientos transformados en recursos turísticos. Al respecto, Gonzáles (2009) define este concepto como el conjunto de riquezas tangibles e intangibles que son reconocidos por una sociedad debido a que son considerados símbolos de gran valor cultural pertenecientes a la comunidad, estos son catalogados de dicha manera puesto que poseen un valioso contenido simbólico y emocional, lo cual contribuye a ser merecedores de protección, relacionada con su conservación y posible uso que se pueda hacer de ellos.

El Centro Histórico de Lima nominado por la UNESCO (SC-91/CONF.002/15, 1991) como patrimonio cultural, conserva, además, dentro de sus riquezas históricas un valioso patrimonio histórico arquitectónico, Lombardi y Mountuori (2014) menciona que estos patrimonios abarcan restos arqueológicos como edificaciones y plazas, que corresponden a los períodos de la época virreinal y republicana, los que actualmente, se encuentran en grave estado de desperfecto y en riesgo de desaparecer.

### **2.5.4 Diseño de Información interactivo**

Esta área del diseño, tiene como finalidad analizar, organizar, entender y solucionar la información, para su correcta comprensión, por parte del usuario, tal como menciona Pontis (2010). De igual manera, Coates & Ellison (2014, como se citó en Tique, 2019) mencionan que el diseño de información, cuenta con tres tipos de clasificación: diseño de información impreso, ambiental e interactivo.

Para esta investigación, el diseño de información interactivo es fundamental para facilitar la información y el control de la experiencia, así como, interactuar y aprender mediante distintas herramientas de este tipo.

Además, la posibilidad de brindarle, al usuario nuevas experiencias en sus visitas y contribuyendo así, al sentido de pertenencia. El CHL no cuenta con un estilo, ni identidades visuales definidas, que pueda ser utilizado por los turistas y locales, como identificación de pertenencia. Al respecto, Huertas (2010, como se citó en Reyes et al. 2017) menciona la importancia de la marca de una ciudad, como dispositivo de identificación, que permita

atribuirles valores y simbologías al espacio y que lo convierta en un ambiente diferenciador con respecto a otras.

### **2.5.5 Diseño Gráfico experiencial**

Es un campo emergente en el diseño gráfico, relacionado a la transmisión de mensajes mediante el entorno, involucrando los procesos de percepción y cognición. Ibáñez (2018) lo define como, la interacción del medio físico con el usuario, mediante experiencias que evoquen emociones, con el fin de generar recuerdos positivos e inviten a continuar con la experiencia.

### **2.5.6 Wayfinding**

El *wayfinding* es una disciplina encargada de estudiar el comportamiento humano en interacción con un espacio específico, al respecto Arthur y Passini (1992, como se cita en Rozas, 2014) lo define como las habilidades cognitivas y el comportamiento ambiental de las personas, con un destino físico deseado, buscando soluciones eficaces para facilitar la navegación.

Esta rama del diseño, orientado a un lugar catalogado turístico, permite ofrecerles a los usuarios, compartir nuevas experiencias. Respecto a ello, Rengifo y Tafurt (2018) mencionan lo fundamental de esta área dentro del proceso de orientación y movilidad, por medio de diferentes tareas de interacción, percepción y cognición entre el usuario y el espacio físico. De igual manera, crea una experiencia de interacción con estímulos tales como, señalética o mapas, con el fin de configurar en el usuario una imagen mental de cómo es el espacio que están visitando.

### 3 ESTRATEGIA

#### 3.1 Objetivos de la Estrategia

##### 3.1.1 Objetivo general

Como objetivo proyectual se plantea la creación e implementación de un sistema señalético que contribuya a potenciar la valoración cultural del Jirón de la Unión, uno de los jirones con mayor importancia y de interés para los turistas, ubicado en el Centro Histórico de Lima mediante diversos elementos gráficos que son de utilidad para el usuario y le permita desenvolverse de la mejor manera durante su visita.

##### 3.1.2 Objetivos específicos

- Entender las necesidades del público objetivo al momento de realizar los circuitos turísticos de manera independiente.
- Elaborar un sistema visual que comunique a los usuarios turistas, la información necesaria acerca del lugar que están observando.
- Evidenciar la importancia de un sistema de información orientativo idóneo, que tenga relación con los usuarios y el espacio.

#### 3.2 Metodología

La metodología cualitativa de investigación desarrollada para el proyecto se basó en el Doble Diamante, esta fue planteada por *Design Methods For Developing Services* por el *Design Council* en el 2004 y posteriormente actualizado en el 2015, el cual resalta la importancia de los elementos en relación a los usuarios mediante el uso de distintas herramientas que contribuyan a comprender el comportamiento de los consumidores.

Esta metodología radica en cuatro fases dentro de dos diamantes: descubrimiento, definición, desarrollo y entrega (Design Council, 2015). La primera fase de la metodología consiste en el descubrimiento, se realizaron entrevistas con el propósito de obtener, un primer acercamiento al tema a investigar, para así lograr comprender sus necesidades, tal como

menciona el autor Ugalde y Balbastre (2013) se caracteriza por un mayor contacto entre investigador y sujeto.

Como primera etapa de la fase de descubrimiento, se realizaron visitas detalladas al Centro Histórico de Lima (CHL), con la finalidad de observar, analizar y comprender cómo se desenvuelve el usuario al encontrarse en una zona cultural. De igual manera, se utilizó el tiempo para recopilar fotografías del espacio, conocer la distribución de los patrimonios del Jirón de la Unión y descubrir las distintas esculturas que existen, así como también, las diferentes direcciones con las que colinda el Jirón de la Unión en dirección a la Plaza de Armas del CHL.

La segunda entrevista se llevó a cabo conversando con dos trabajadores de servicios turísticos, que cuentan con más de 10 años de experiencia, esta entrevista sirvió como punto de enfoque para entender la siguiente entrevista, con un turista joven e independiente, tratando de observar las dificultades al estar en la zona, las necesidades que tiene y sus deseos al encontrarse allí. Cabe resaltar que se llevaron a cabo más de una entrevista a los usuarios, sin embargo, se seleccionó una particular para poder entender las necesidades y requerimientos de los turistas independientes. Asimismo, se entrevistaron usuarios que se encontraban visitando el Jirón de la Unión y a un trabajador del ente municipal Prolima.

El propósito final de las entrevistas tanto con los usuarios, con los guías turísticos de la zona, como con el experto fue corroborar la existencia de un problema de comunicación visual en el Centro Histórico de Lima, así como comprender la necesidad de dicha información en el espacio, para facilitar su recorrido y correcta orientación.

La segunda fase llamada definición se basó en recopilar toda la información de la primera fase de descubrimiento e identificar las problemáticas con mayor relevancia a resolver para el beneficio del usuario mediante el sistema señalético. Asimismo, esta fase se caracteriza por contribuir a perfeccionar y clasificar de la mejor manera posible la problemática principal.

La tercera fase es desarrollar, esta se fase se caracteriza por generar ideas mediante las distintas herramientas tales como la lluvia de ideas o los mapas mentales, los cuales contribuyen a elaborar los primeros bocetos de los prototipos, es por ello que fueron utilizadas estas herramientas para generar ideas y conceptos para el desarrollo de los primeros bocetos del sistema señalético.

Por último, la última fase llamada entregar consiste en testear los distintos prototipos de solución y a la par ir descartando las menos funcionales mediante una validación con los usuarios en el cual se procede a presentarle la propuesta y obtener comentarios u opiniones acerca del sistema implementado, todo ello con la finalidad de mejorar el arte final.

## 4 PROYECTO

En este apartado del proyecto, se presentará y detallarán, las tres etapas que se abordaron para desarrollar el concepto y las propuestas.

La primera etapa consta de la conceptualización, la cual incluye el proceso de *brainstorming* y el volcado de ideas, con la finalidad de arrojar palabras claves y posibles conceptos que engloben la identidad del CHL. Seguido por la elaboración de un moodboard y bocetos con las herramientas desarrolladas a lo largo de toda la elaboración del proyecto y para posteriormente finalizar con la propuesta idónea que responda a todas las necesidades de los usuarios durante su recorrido en el Jirón de la Unión.

### 4.1 Contexto gráfico

Como primer paso para la conceptualización, se realizó la recolección de datos relevantes acerca de la zona a intervenir para posteriormente seleccionar los principales espacios del pasaje, para observar sus fortalezas y puntos de dolor a potenciar. Asimismo, se trabajó en conjunto con un colaborador de la entidad pública Prolima, el cual facilitó a nuestra visita algunos recursos gráficos, tales como mapas sectorizados con los principales puntos de atracción turística en el espacio, que sirvieron de ayuda en la sectorización.

Consecutivamente, se analizaron diversos proyectos gráficos que tenían problemáticas gráficas parecidas, ello con la finalidad de contemplar posibles soluciones. Como primer caso, aparte de los seleccionados en el documento previamente, se analizaron espacios amplios como los metros y aeropuertos de diferentes países.

El metro Rio ubicado en España y el aeropuerto Husein Sastranegara ubicado en Indonesia, son lugares concurridos por un flujo alto de turistas y su señalética debe ser óptima para satisfacer las necesidades de los usuarios. En el análisis de estos espacios seleccionados se pudo observar el funcionamiento de sus respectivos sistemas señaléticos, tanto en la unidad gráfica como en su implementación espacial. Es decir, al ser espacios donde el flujo de



personas es sumamente abarrotado sus señalizaciones deben cumplir con ciertos estándares de legibilidad, arquitectura y jerarquía visual, así como el ser eficientes dentro de este espacio respetando tamaños.

Asimismo, se analizó el caso de “Minka”, un centro comercial de grandes dimensiones ubicado en el distrito del Callao, este espacio actualmente, es el Centro Comercial con la mayor cantidad de locales, en comparación con cualquier otro en el Perú y en la región, pues cuenta con 9 pabellones y en cada uno de estos se pueden encontrar diversos locales que van desde los 6m<sup>2</sup> hasta los 8,000 m<sup>2</sup> tal como menciona (Gómez et al., 2019).

La variedad de comercios existentes ha generado que sea visitado por más de un millón y medio de clientes por mes según un estudio realizado por la empresa Minka no contaba con un sistema de sectorización e identificación idóneo para su flujo de consumidores y por ello, muchos de sus usuarios presentaban molestias al buscar un sector específico. Para solucionar este problema, en el 2018 se realizó un rediseño completo de su identidad y dentro de ello, de su escasa señalética, haciendo uso de esta manera, de tótems, mapas de ubicación y señales múltiples, que identifican y sectorizan, resaltando así, los valores de la marca. Esta nueva propuesta contribuyó a la correcta sectorización de los distintos comercios, brindando información, mejorando su reconocimiento y contribuyendo a atraer nuevos consumidores.

#### **4.2 Primera propuesta gráfica**

Luego de tener analizado los proyectos con problemáticas parecidas mencionadas anteriormente, se siguió con el proceso de conceptualización. Este proceso tuvo inicio con la creación del *brainstorming* y volcado de ideas, para explorar posibles palabras claves, que ayuden en la elaboración del concepto final. Como menciona Flores (2020), este proceso surge a partir de la comprensión del problema, sus dimensiones, características y el proceso de análisis final, que dé como síntesis, la definición de objetivos concretos.

Como se puede observar en la figura 26, se procedió a elaborar de manera rápida la zona principal del proyecto, para seleccionar los principales patrimonios y puntos de interés para el público objetivo tomando en consideración el espacio cultural, ya que al ser parte del centro histórico y ser parte de los patrimonios declarados por la Unesco, tiene ciertas restricciones que se deben tomar en consideración.

A partir de toda la información recopilada en la investigación, se decidió utilizar como concepto principal la siguiente oración: “Transformación a través de la historia” buscando resaltar un espacio ancestral, pero dialogando con las nuevas generaciones.

Dentro de este concepto principal, se relacionan tres palabras claves: la primera de ellas es la herencia, esta busca destacar el valor cultural de su arquitectura e historia, llena de criollismos y costumbres, así como, el seguir vivo y en constante movimiento, destacando por la arquitectura que conserva la tradición del barroco hispanoamericano.

El segundo punto clave es la unión, esto se debe a que el Jirón de la Unión, dentro del Centro Histórico de Lima (CHL) es un punto clave de encuentro y explosión cultural. Esta calle en específico, es una de las más visitadas por los turistas, debido a sus patrimonios y estado comercial del pasaje. Al respecto, Arroyo (1994 como se cita en Burneo, 2010, p. 96) señala que “el jirón inicialmente adquiere las características sociales de una plaza, teniendo vocación de reunión” Esto debido a la característica palabra “jironear”, que tuvo peso en las clases altas limeñas de la época, representando un espacio de encuentro y fraternidad, que acoge a todos los visitantes de todas partes del Perú y el mundo.

Por último, la tercera palabra clave es caminos, con este se busca resaltar el espacio peatonalizado del Jirón de la Unión, puesto que este espacio se caracteriza por sus calles conectadas entre sí. La principal peculiaridad de este pasaje es la conexión que brinda entre las principales plazas del centro de Lima y de la ciudad, la Plaza de Armas (Plaza Mayor) y la Plaza San Martín, y como estas, están en constante interacción con los usuarios, siendo un elemento fundamental de uso.

En base al concepto estudiado y las palabras claves seleccionadas, el siguiente paso fue la elaboración de un moodboard, basado en los referentes de diversos elementos gráficos y sistemas señaléticos, buscando representar la esencia del Jirón de la Unión, mediante colores, formas y texturas. Posteriormente, se procedió con la elaboración de una retícula modular, que permitirá la elaboración de los pictogramas que se utilizarán en la señalética, y la diagramación de las piezas gráficas. Para ello se escogieron diversas síntesis de los principales elementos.

Por un lado, la arquitectura de estilo barroco hispanoamericano del lugar, se sintetizó mediante los ornamentos y decorados de las fachadas. Por otro lado, se tomaron líneas rectas paralelas y figuras geométricas, como síntesis de las rutas de las calles que comprende el

centro histórico, seguido por líneas diagonales, como complemento para la retícula y la construcción de los elementos gráficos.

Haciendo uso de la retícula construida se procedió a bocetar los primeros pictogramas en base al concepto previamente seleccionado. Como se observa en la figura 29 los primeros bocetos se generaron a partir de la unión de formas simples, es decir mediante figuras separadas que al unirse mediante la semiótica se logren juntar a la vista de la persona.

Para el desarrollo de los pictogramas, se decidió utilizar el concepto de la Hibridación Cultural, concepto desarrollado por el historiador **Nestor García Canclini**, catalogado como intercambio cultural, puesto que este englobaba lo que se deseaba transmitir en las síntesis. Como se puede observar en las imágenes, estas utilizaron formas rectas paralelas con curvas en algunos vértices específicos, que permita formar la figura a la vista del ojo humano, así como su interpretación.

Para los demás pictogramas, se eligieron los principales patrimonios que allí habitan, para sintetizar dentro de estos, están las iglesias, los museos, las galerías de arte, las artesanías, las casonas, los clubs y la Plaza Mayor, utilizando siempre la retícula creada para armar las figuras de manera lineal. Para su construcción final, se probaron diferentes bocetos, pictogramas de manera lineal, pero, fueron descartados, debido a la poca legibilidad a grandes distancias, ya que, al ser parte de un sistema señalético, debe cumplir estándares de legibilidad a largas distancias.

En esta primera etapa de ideación, se realizaron los primeros bocetos a mano alzada de los paneles informativos, que serían utilizados posteriormente. Este primer hallazgo se realizó, teniendo en cuenta la cantidad de paneles a utilizar y las posibles formas que puede adoptar. A partir de los resultados, el uso de las palabras claves, el pro y contras del espacio, se descartaron algunas ideas que no eran viables para el Jirón de la Unión, debido a distintos factores como, el alto flujo peatonal. Uno de estos puntos de descarte fue, la intervención espacial de los pisos y paredes, sin embargo, esta idea no es viable debido a las normativas que tiene el Centro Histórico de Lima, por ello, se pensaron en otras alternativas de solución.

En base a estos bocetos y el concepto, se procedió a diagramar el mapa del lugar, este fue sintetizado con los principales atractivos y nombre de las calles, para este proyecto se trabajaron dos mapas, uno que engloba el centro histórico (CHL) y sus atractivos; y otro del Jirón de la Unión con sus principales atractivos.

En el caso de las señales indicativas y de orientación, se propuso diagramar tótems y postes con banderas múltiples que contengan información acerca de los principales patrimonios, ubicación y distancia marcada por metros. Este tótem estaría ubicado en las avenidas principales, esto debido al alto flujo peatonal y por lo general cuenta con presencia de paraderos como taxis y buses que permitirían su rápido identificación.

Para la paleta cromática seleccionada se tomó en cuenta el estilo que prevalece en todo el centro histórico, de esta manera se utilizó la gama de colores utilizados de la identidad gráfica de la Municipalidad de Lima. Además, se buscó resaltar una de las palabras claves, el cual es herencia, esto debido al gran valor cultural que representa y la tradición que se le otorga, a este espacio lleno de monumentos históricos; el objetivo es conectar la historia y la tradición. De igual manera, el uso predominante del amarillo sobre la tonalidad negra, resalta al ser un color llamativo y de fuerza para esta zona de alto tránsito.

Al respecto, Dondis (2010) expone acerca del contraste y como el tono desaloja el color en nuestro intercambio con el entorno, por ende, tiene más importancia que el color en el establecimiento, ya que es una poderosa herramienta en la comunicación. Por ello, en esta propuesta se usa la carga cromática amarilla sobre un fondo negro, acompañado del blanco para generar contraste con el fondo.

En cuanto a la tipografía se decidió utilizar la familia *coolvetica* para los titulares y encabezados y para el cuerpo de texto se usa la familia *roboto* en sus distintas variaciones, aportando legibilidad, modernidad y jerarquía en la diagramación. Se tuvo como principal enfoque la legibilidad, ya que al ser un proyecto de señalética la lecturabilidad cumple un rol fundamental.

Según Larson (2004, como se citó en Barreto, 2012), menciona que la percepción visual de los espacios y la jerarquía, son el único medio eficaz que tiene el usuario para ubicarse dentro un espacio. Se utilizó el estilo san serif en el sistema señalético, para permitir el reconocimiento de las palabras de manera rápida y, al estar en altas y bajas, el proceso de lectura se agiliza.

#### **4.2.1 Implementación**

En esta primera propuesta, luego de establecer la paleta cromática y tipográfica se procedió a diseñar los primeros prototipos de los tótems.

Como primer prototipo se elaboró el modelo del tótem informativo, esta estructura iría ubicada en un lado de los patrimonios sin impedir su visualización y en algunos casos empotrados en la pared. Esta estructura estaría compuesta por un pictograma de síntesis de patrimonio, seguido por el nombre y un breve párrafo con información, una imagen, dirección y mapa de ubicación. Asimismo, se consideró importante la implementación de un código Qr que le brinde al usuario tener la información en cualquier momento. Este tótem contaría con la medida de 1.90 metros debido que la estatura del público objetivo es de 1.70 metros, ya que es la altura promedio para las personas latinoamericanas.

En el caso de la estructura del mapa directorio, este estaría ubicado en un punto estratégico de la Plaza Mayor debido a que este lugar es muy concurrido por los turistas gracias a sus múltiples atractivos. La información de este mapa está compuesta por su respectivo pictograma, seguido por el título en español e inglés y debajo de este un mapa sectorizado del jirón de la unión resaltando sus patrimonios y en parte final del tótem se ubicaría un código QR. Esta necesidad responde al uso constantes de sus aparatos móviles por parte de los turistas. Las medidas para esta estructura son 2 metros por 1 metro de ancho.

Con respecto a los tótems direccionales, su estructura estaría compuesta por los nombres de los patrimonios que se encuentren a un trayecto cercano con su respectivo pictograma y la distancia en metros, esto con la finalidad de mostrarles a los visitantes los patrimonios y puedan organizar sus itinerarios de acuerdo a sus intereses. Esta estructura estaría ubicada en las avenidas principales del Jirón de la Unión donde el flujo de personas es alto debido a sus distintos elementos como paraderos o ingresos. La altura de estos tótems direccionales sería de 1 metro con 90 centímetros por 60 centímetros de ancho.

En el caso de los postes banderas múltiples estas tendrían la información de los nombres de los jirones donde se ubicaría, esto con la finalidad de apoyo para los usuarios debido a que el Jirón de la Unión al ser un espacio peatonalizado su único medio de ingreso es caminando y por ello en muchos casos se complica debido a la presencia de señalética como se evidenció en la breve encuesta realizada. Esta estructura contaría con la medida de 2.50 metros de alto y cada bandera mediría 15 cm por 80 de ancho.

### **4.3 Propuesta Final**

Como segunda propuesta, se decidió trabajar bajo el concepto principal “Caminos que se unen”, este busca resaltar un espacio ancestral de unión, de intercambio y explosión cultural

que representa el Centro Histórico y el Jirón de la Unión en específico, un espacio que interactúe tanto con los usuarios cotidianos y las nuevas generaciones.

De igual manera, dentro de este concepto se relacionan tres palabras claves: la primera es la integración, buscando destacar el valor cultural lleno de criollismos y costumbres, su actividad comercial e histórica, la cual sigue viva y en constante movimiento. El segundo punto clave es la unión, esto debido a que el Jirón de la Unión, es considerado el eje más importante de todo el Centro Histórico. Esta calle en específico, es una de las más visitadas por los turistas, debido a sus patrimonios y estado comercial del pasaje. Asimismo, con esta palabra se busca resaltar el espacio peatonalizado del Jirón y sus calles conectadas entre sí, puesto que están en constante interacción con los usuarios, siendo un elemento fundamental de uso.

Por último, se buscó representar la modernidad, pero a su vez mantener el equilibrio entre lo histórico y ancestral del espacio, mediante los distintos elementos gráficos visuales y estructuras desarrolladas que comprende la creación del sistema señalético para el Jirón de la Unión.

En base al concepto estudiado y las palabras claves seleccionadas, el siguiente paso fue la elaboración de un moodboard, buscando representar la esencia del Jirón de la Unión. Se decidió mantener la misma paleta cromática y tipografía en ambas propuestas, ya que estas representan la identidad deseada para este espacio cultural. Posteriormente, se procedió con la elaboración de una retícula modular, que permitirá la elaboración de los pictogramas que se utilizarán en la señalética, y seguido de ello la diagramación de las piezas gráficas para ello se escogió diversas síntesis de los principales elementos.

Para la elaboración de la familia pictográfica se decidió explorar otros elementos gráficos a modo de referentes, teniendo como resultado final esta nueva propuesta de pictogramas con el concepto y las palabras claves. En base a ello, representa los recorridos que se suelen hacer en este lugar especialmente peatonalizado para los usuarios. Para su construcción final, se probaron diferentes bocetos de pictogramas donde varios fueron descartados, ya que al ser parte de un sistema señalético, debe cumplir estándares de legibilidad a largas distancias.

Los pictogramas se realizaron a modo de representación del concepto “Caminos que se unen” resaltando principalmente el espacio peatonalizado del Centro Histórico y en espacial

del Jirón de la Unión. Este diseño busca simbolizar las calles por medio de líneas rectas en diversos ángulos formando los diferentes patrimonios que alberga este jirón cultural.

Como se puede observar en las figuras 40 y 41, se realizaron múltiples bocetos de prueba como primer acercamiento, sin embargo, estos eran descartados debido a su legibilidad y comprensión clara de tipos de patrimonios que se deseaban representar.

Para los patrimonios se propuso el diseño de tótems interactivos ubicados a un lado de los monumentos que no impida su visualización. La diagramación de toda la información se da en base a una retícula de dos espacios, ya que brinda dinamismo y permite que descansa la vista del usuario y de igual manera les resulta atractivo a la vista como lo indico un usuario en la validación.

En esta segunda fase del proyecto, se continuó con la exploración de paneles informativos ya existentes que sean de apoyo visual en los tamaños, dimensiones y las interacciones de los turistas frente a estos paneles. El punto de exploración se dio en el distrito de Miraflores ya que este es uno de los puntos favoritos junto con el CHL para los turistas, en este lugar se pudo observar la presencia de mapas de orientación y tótems informativos.

Seguido de ello, se inició con la elaboración de los paneles para el sistema señalético y como primer paso se decidió elaborar bocetos a mano alzada y digitales. Posteriormente se realizaron las primeras pruebas de diagramación con la información que comprende los distintos elementos del sistema.

Se trabajaron sobre superficies horizontales y verticales para los diferentes tótems, postes y banners; en esta fase de los bocetos se descartaron gamas cromáticas secundarias, tipografías, y elementos que no cumplían con la legibilidad que debe brindar una señal de ubicación, orientación e información.

#### **4.3.1 Implementación**

El punto central en la fase de implementación del sistema señalético es la construcción de los paneles, tótems y señales direccionales e informativas. Como primer diseño se diagramó el tótem direccional que se ubicaría en la avenida emancipación, (figura 46) para ello se tomó como referencia la altura del usuario el cual se encuentra entre el metro con sesenta y cinco centímetros y el metro setenta según estudio la estatura promedio de las personas latinoamericanas es de 1.73cm, tomando 1.70cm como medida modelo para la elaboración de los paneles; y como se evidencio en los primeros apartados, el público objetivo con

jóvenes latinoamericanos. Siguiendo esas medidas, se decidió aplicar el tamaño 2.20 metros, puesto que, al ser una señalética con información y direcciones para turistas, tiene que ser percibido a la distancia y según el rango de visión de los humanos, para permitir su correcta visualización.

La diagramación para la cara principal del tótem se observan los principales atractivos del pasaje divididos por una línea para generar jerarquía y orden en la lectura. Asimismo, cada patrimonio cuenta con su respectivo pictograma seguido por su nombre en español e inglés, la respectiva flecha de ubicación y en un lado la distancia que tardaría llegar hasta el lugar medido en metros. La tipografía aplicada para resaltar los nombres de los patrimonios es *coolvetica* para los títulos en inglés y las bajadas se usa *roboto*, aportando legibilidad, modernidad y jerarquía en la diagramación. Es necesario mencionar que en todas las piezas graficas se colocó el logo de la Municipalidad de Lima en la parte superior derecha.

Para la diagramación de los tótems informativos, se realizó bajo una retícula compuesta por dos columnas para la organizar toda la información, generando orden y aires, para no ser cansado a la vista de los usuarios ni saturarlos. Como punto inicial, en la parte superior se observa el pictograma del monumento seguido por su nombre en los idiomas español e inglés, bajo esto se ubican las cajas de texto con información pertinente de patrimonio en cuestión. Por último al lado izquierdo de la imagen se ubica el código QR y audio que permita al turista interactuar con la información, con la finalidad de educar e informar a los usuarios objetivos acerca de los monumentos que observa.

En cuanto a la diagramación de las pantallas que se visualizan al escanear el código Qr de los diversos tótems, se tomó en consideración el estilo gráfico definido previamente para la elaboración de la señalética, respetando colores, familia tipográfica e iconografías.

Se realizó el diseño de un Qr interactivo que va en los paneles, el cual descubre una página digital en la cual los usuarios pueden acceder a mayor información acerca de los patrimonios que allí se encuentran. De igual manera, esta página te permite acceder al mapa de manera virtual generando así que los usuarios puedan tener mayores herramientas que los oriente en su recorrido.

Este recurso se llevó a cabo debido a un estudio realizado por Promperú (2019) en el que se indica que 54% de los turistas extranjeros adquiere un servicio de internet durante su estadía.



Asimismo, la entrevista realizada con la guía de viaje indicó que el 90% de viajeros busca de manera inmediata el obtener internet.

Para la diagramación de las pantallas se tomaron en consideración el estilo gráfico definido previamente para la elaboración de la señalética, respetando colores, familia tipográfica e iconografías. Asimismo, se tomaron consideraciones con los tamaños y medidas debido a ser una forma diferente.

En esta página se puede observar el logo de la Municipalidad de Lima seguido por fotografías del patrimonio, posteriormente se ubica el nombre y pictograma, continuado por una breve reseña, la dirección y un ícono de audio donde se puede escuchar la reseña, ambos en el idioma inglés y español.

Para el desarrollo del tótem con el mapa directorio se tuvo como base la diagramación en base a dos columnas, la cual le otorgó orden a la composición al momento de colocar la información logrando una estructura atractiva a la vista, así como generar una lectura fluida de los elementos. Además de ello, se puede observar en el diseño la presencia de un mapa turístico del Centro Histórico de Lima resaltando sus principales atractivos, calles y avenidas; resaltando igualmente el Jirón de la Unión dentro de este. Por último, se ubica una leyenda de los atractivos en los idiomas de español e inglés acompañados de los pictogramas. Sus medidas corresponden a 2.20 metros por 1.50 de ancho.

Para la señalética direccional múltiple bandera, su estructura está compuesta por los nombres de los cruces de las calles principales donde se ubiquen, seguido por los patrimonios que allí se encuentren con su respectivo pictograma. La finalidad de la implementación de esta señalética responde a la necesidad de orientación e identificación de los usuarios, sirviendo como un elemento de descarte para los turistas puesto que el tener sectorizado las calles con sus atractivos les permite tomar decisiones y de esta manera optimizar mejor su tiempo. Las medidas de la señalética múltiple bandera son de 2.50 metros de altura.

Finalmente se desarrollaron unos afiches publicitarios que sirven como incentivo para recorrer el circuito turístico del jirón de la unión. Para la diagramación de estos afiches se tuvo como base el uso de imágenes de los monumentos que abundan en este espacio como elemento principal encapsulados en figuras geométricas previamente seleccionadas por la retícula previamente seleccionada, acompañado por una frase de incentivo e invitación en los idiomas de inglés y español, todo ello sobre un fondo de tonalidad oscura para generar

contraste con el texto e imagen, así como para guardar relación con el resto de piezas gráficas. Recordando lo que dice Dondis (2010) este fenómeno contribuye a la rápida identificación de los elementos. Estos estarían ubicados a lo largo de todo el jirón apoyándose de las mismas estructuras que allí se encuentran.

Para la familia tipográfica se usó *coolvetica* para los textos debido a su legibilidad como se mencionó anteriormente. Como segunda tipografía de apoyo se usó *Glitten*, editada para su uso, todo ello debido que esta fuente responde al concepto de la “herencia” del Centro Histórico, resaltando su arquitectura.

#### **4.3.2 Antropometría**

Es importante destacar que la construcción de las estructuras que conforman las piezas del sistema señalético se da en base a los principios de la antropometría y ergonomía de un sistema de orientación teniendo como principio la altura promedio de 1.70cm de los usuarios.

Para su correcta aplicación se debe considerar su campo de visión y capacidad visual, ya que si esta no se encuentra limitada es mucho más amplio. Estos ángulos de visión humana se consideraron en la elaboración y el posicionamiento del sistema señalético (figura 44). Como menciona Barbosa & Avendaño (2009) se puede observar el campo visual cuenta con dos límites establecidos, estos están entre los 50° superior y 70° inferior, esto debido a que los ojos humanos tienden a estar dirigidos de manera horizontal. Entre ellos, el rango de rotación de cuello marca los 45° a cada lado y dentro de este el área visual del movimiento de los ojos abarca el 30° a cada lado.

#### **4.4 Materialidad**

Para la elaboración del sistema señalético se propone el uso de una estructura metálica forrada en lámina de aluminio, el cual es resistente a los cambios de clima y contribuye a su durabilidad. El metal cuenta con dos atributos que lo hacen idóneo para su uso: la resistencia y la versatilidad. Ambas caras estarían soldadas en cuatro puntos de la estructura con tornillos en cada esquina, que permita su cambio de ser necesario. Ambos materiales seleccionados para su uso conviven muy bien entre si y son de larga durabilidad.

El uso del vinil acrílico colocado de manera tridimensional entre el diseño y el metal sirve como protección y solución rápida en caso de cualquier acto de vandalismo, ya que este material permitiría la rápida sustitución de las láminas evitando así la necesidad de reemplazar toda la pieza. Se toma esta decisión debido al espacio donde se ubican las

estructuras es de grandes dimensiones y no cuenta con un sistema fijo de seguridad, por ende los casos de pandillaje con las estructuras pueden ser frecuente.

En cuanto al montaje de las estructuras de las estructuras es realizada en base tipo T aportando estabilidad entre la señalética y el suelo. Esta estaría ubicada sobre otra base perpendicular más pequeña atornillada y soldada entre sí con un soporte de cuatro puntos en cada esquina del módulo garantizando estabilidad y rendimiento de las estructuras.

Con respecto a los materiales para la señalética múltiple bandera, esta cuenta con una base de un tubo de metal negro de 5 cm de diámetro y con la medida total de altura de 2 metros con 50cm y 8 cm de grosor. Cada pieza está conformada por dos banderas, una a cada lado y dependerá de la información el tamaño de estas. De tener solo una información la bandera tendría una medida de 15 cm por 80 cm de alto, de contar con más información se respetaría la medida inicial correspondiente y se reproduciría en doble la medida para cada uno. El diseño de estas banderas va en vinil autoadhesivo.

#### **4.5 Validación**

Posteriormente de tener las piezas terminadas de la gráfica ambiental del jirón de la Unión se realizó un breve testeo con los usuarios objetivos del sistema señalético, donde se les presentaron los diseños y se les comentó acerca de sus posibles ubicaciones. Iniciando el proceso de testeo se les mostró a los usuarios el mapa de ubicación, respondiendo en su mayoría la importancia de colocar el norte debido que eso le permitía con mayor facilidad ubicarse en el espacio, así como el sentirse cómodos leyendo el mapa de manera horizontal, así como el uso de colores planos sobre una base oscura le permite leer con mayor facilidad y no les genera ningún tipo de ruido. De igual manera, el 100% de los entrevistados están de acuerdo con el uso de tótem informativo para los monumentos, ya que estos se encuentran con ningún tipo de ayuda visual que les permita interactuar, así mismo el uso de un código QR les permite tener de manera más directa la información.

Este proceso fue de gran utilidad, ya que surgieron ciertas dudas y posibles recomendaciones que se lograron solucionar en la retroalimentación generando así mejoras en la propuesta final.

Con intención de validar la implementación del sistema señalético, se realizaron 2 entrevistas más a posibles usuarios que están dentro del rango establecido. Cabe mencionar que debido a factores que escapan de las posibilidades, no se pudo realizar esta segunda validación

dentro del Jirón de la Unión, sin embargo, se pudo realizar en otro espacio. Con respecto al tema de tamaños y legibilidad de las tipografías y demás elementos, se procedió a imprimir en tamaño real los diferentes elementos de señalética para obtener mejores resultados. Con las impresiones realizadas, se conversó con dos de los seis usuarios acerca del proyecto y las especificaciones del espacio seleccionado con la finalidad de contextualizar el ambiente, mostrándoles la gama de colores de manera digital y los tamaños en forma físico. Seguido de ello, se les elaboraron preguntas acerca del tamaño, legibilidad y composición de los artes. Ya contextualizado los diseños, un entrevistado señaló que se les facilitaba leer correctamente con y sin el uso de sus lentes, tanto de cerca como de lejos. De igual manera, les pareció acertado el uso del Qr que les permita tener más información de la que se puede observar. Ambos coincidieron en el acertado uso e implementación de este sistema en el Jirón de la unión en especial el mapa donde se indican todos los atractivos, ya que el entrevistado Munive considera que es un lugar “desordenado, caótico y con alto flujo de personas sin ningún tipo de información que me facilite la llegada”.

## 5 CONCLUSIONES

### 5.1 Principales logros del proyecto

En conclusión, el desarrollo del proyecto se generó debido a la carencia de un sistema de orientación e información para los usuarios en el Jirón de la Unión. Debido a ello, se forjó un proyecto gráfico que represente la esencia del jirón respetando sus normativas, cumpliendo con las normas de legibilidad y resolviendo las necesidades de los usuarios.

El sistema señalético visual propuesto de orientación experimental logró alcanzar los objetivos propuestos resolviendo las necesidades de los usuarios mediante su eficiencia y sencillez como se pudo observar en la validación.

Para el desarrollo del proyecto se recolecto información de diferentes fuentes, como documentales académicos, encuestas, entrevistas con expertos y usuarios; con la finalidad de comprender el problema de comunicación visual, el cual se pudo comprobar gracias a las distintas herramientas usadas, ya que efectivamente los usuarios presentaban inconvenientes al momento de trasladarse y orientarse en el Jirón de la Unión y el Centro Histórico de Lima.

De igual manera, los resultados obtenidos con los especialistas la observación no interrumpida en el espacio, se pudo determinar la necesidad que afrontaban los turistas

independientes, al no contar con ningún tipo de información que les permita interactuar con los patrimonios.

Por un lado, el uso del *wayfinding* y la gráfica de entorno, en conjunto con otras herramientas gráficas, ha demostrado ser de utilidad en brindar mejoras en los temas de espacio, orientación e interacción de los recursos gráficos con las personas, permitiendo al usuario, generar nuevas rutas y direcciones, que le permitan tomar decisiones acerca de calles y pasajes, así como, optimizar sus tiempos e informarse acerca de lo que están observando.

Debido a ello, se ha elaborado la propuesta de señalética turística para el Jirón de la Unión surgida a partir de la necesidad de los usuarios, este comprende elementos tanto de piso como aires como: tótems, mapas, señales direccionales y de ubicación; y banners que cumplen la función de orientar en el espacio a los visitantes, siendo relevante y de utilidad en este espacio tan concurrido diariamente.

Por otro lado, es importante resaltar una de las limitaciones que afronta el proyecto, debido al espacio público de grandes dimensiones donde su ubica. El vandalismo, son aquellos posibles daños generados por terceros, pueden generar el deterioro de la señalética, tanto en sus sistemas de fijación, como en la visualización de la información de sus tableros, frente a ello, un método de posible solución inmediata, sería la materialidad, que permita limpiar el área visual en las señaléticas. Asimismo, esta problemática debe ser trabajada a fondo con los principales entes municipales encargados.

Finalmente, se observa la oportunidad de unión futura en la continuidad y estandarización de este sistema señalético a lo largo de todo el centro histórico trabajando de la mano de la entidad Municipal Prolima, ya que este ente municipal está encargado de la restauración del todo el Centro Histórico, buscando constantemente medios de mejoras para implementar a lo largo de todo este espacio cultural.

## 6 REFERENCIAS

- Andrade, J. (2016). *Espacios públicos urbanos: percepciones y prácticas de apropiación. El caso de la Plaza San Martín*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional de Tesis UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/5410>
- Barbosa, P. & Avendaño, N. (2009). *Programa para implementar un Sistema Efectivo de Comunicación Visual*. [Tesis de licenciatura, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Repositorio Institucional de ESPOL. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/18985/1/D-90428.pdf>
- Bardález, M. (2005). *El Turismo como factor de desarrollo socioeconómico de la población vinculada a la actividad turística en la provincia de San Martín*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional de la UNSM. <https://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/1871>
- Barreto, L. (2012). *Estudio tipográfico para señalética: Verificación de la mejor legibilidad de la tipografía lineal Humanística frente a la tipografía lineal Neogrotesca en los sistemas de señalización portugueses*. [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de València]. Repositorio Institucional de la Universitat Politècnica de València. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/18126/tesisU - PV3933.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Burneo, L. (2010). *Construcción de la ciudadanía mediante el uso cotidiano del espacio público* [Tesis de magister, Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/1147>
- Bonilla, E. (2019, 1 de agosto). *El Jirón de la Unión soy yo*. RPP. Recuperado el Consulta: 27 de Julio del 2022, de <https://rpp.pe/columnistas/enriquebonilla/el-jiron-de-la-union-soy-yo-lima-historia-columna-noticia-1212267>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2019). Perfil del vacacionista latinoamericano. <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIn//Reportes/DetalleReporte?reporte=72&redireccionar=1>

Chion, M. & Ludeña, W. (2009) Espacios públicos, centralidad y democracia. El centro histórico de Lima periodo 1980-2004. En F. Carrión (Ed.). *Lima, diversidad y fragmentación de una metrópoli emergente* (pp. 325-360). Organización Latinoamericana y del Caribe de Centros Históricos. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57399.pdf>

Design Council. (2015). *Design methods for developing services*. [https://www.designcouncil.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents/DesignCouncil\\_Design%20methods%20for%20developing%20services.pdf](https://www.designcouncil.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents/DesignCouncil_Design%20methods%20for%20developing%20services.pdf)

Del Hierro, N. (2012). *Estudio del comportamiento espacial del turista extranjero en el centro histórico de Quito como una herramienta para la mejora de la señalética, movilidad y seguridad turística*. [Tesis de grado, Universidad del Pacífico]. Repositorio Digital UPACIFICO <http://uprepositorio.upacifico.edu.ec/handle/123456789/883>

Dondis, D. A. (2010). La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual. *La sintaxis de la imagen*. Editorial Gustavo Gili. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/222>

Flores, M. (2020). *Un modelo componencial para el desarrollo del potencial creativo. La integración sistémica de los componentes principales resultantes del análisis factorial de los atributos de la creatividad*. [Tesis doctoral, Universitat Politècnica de València]. Repositorio Institucional RIUNET. <http://hdl.handle.net/10251/149386>

- Gómez, S., Marquina, M. & Pérez, N. (2019). *Plan de Marketing para Minka-2019*. [Tesis de maestría, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional USIL. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/9205>
- González, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de Turismo*. (23), 237-254. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70121/67591>
- Gurría, M. (1997). *Introducción al Turismo*. Editorial Trillas.
- Ibáñez, G. (2018) De los métodos en señalética, wayfinding y diseño gráfico experiencial. *De los métodos y las maneras*. (3), 21–29. <http://zaloamati.azc.uam.mx/handle/11191/6364>
- Jordán, M. (2022). *Jironeando: Diseño de plataforma digital para la revalorización del patrimonio cultural arquitectónico del Jirón de la Unión en los ciudadanos de Lima Metropolitana*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/22618>
- Lemoine, F.; Villacís, L.; Hernández, N.; Zamora, Y. & Montesdeoca, M. (2019). Gestión del marketing turístico sostenible. Universitaria. <https://munayi.uileam.edu.ec/wp-content/uploads/2019/12/gestion-del-marketing-turistico.pdf>
- Lombardi, A. & Montuori, P. (2014). El Centro Histórico de Lima entre conservación y uso inadecuado del Patrimonio Histórico Arquitectónico “Menor”. *Devenir*. 1(2), 97-109. <http://revistas.uni.edu.pe/index.php/devenir/article/view/253/150>
- Llguizaca, V. (2015). *Importancia de la señalización turística para el Cantón Azogues*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional UCUENCA. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/23569>



- Mateos, R. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Relaciones Interculturales en la Diversidad*. 199-217. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4768331>
- Morillo, M. (2010). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*. (1), 135-158. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Municipalidad Metropolitana de Lima (2019). Plan Maestro del Centro Histórico de Lima al 2029 con visión al 2035. <https://patrimoniomundial.cultura.pe/sites/default/files/pb/pdf/Resumen%20Ejecutivo%20Plan%20Maestro%20del%20Centro%20Historico%20de%20Lima%20%281%29.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2021). Patrimonio Cultural. <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>
- Pontis, S. (2011). *Qué es el diseño de información*. Foro Alfa. <https://foroalfa.org/articulos/pdf/que-es-el-diseno-de-informacion.pdf>
- Rengifo, E. & Tafur, J. (2018). *Exploración y Evaluación de una estrategia wayfinding que facilite la orientación del público en el Bulevar del Río y su perímetro de influencia*. [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente]. Repositorio Institucional UAO. <https://red.uao.edu.co/handle/10614/10473>
- Reyes, E., Ruiz, E., & Zamarreño, G. (2017). Marca territorio y marca ciudad, utilidad en el ámbito del turismo. el caso de Málaga. *International Journal of Scientific Management and Tourism*. 3(2), 155 - 174. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6132936>

- Rivera, A. (2021). *Entre lo trágico y lo urbano, Comercio ambulatorio en el Centro Histórico de Lima (1946-2019)*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional de la PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/17997>
- Rivadeneira, A. (2022). Importancia y proceso de la enseñanza del Diseño de Información en el ámbito del Diseño Gráfico. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. *Ensayos*. (104), 165-191. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232022000300179](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232022000300179)
- Rozas, V. (2014). Identificación del diseño universal y principios del wayfinding: caso de estudio: Centro Cultural Gabriela Mistral, GAM en Santiago de Chile. [Tesis de grado, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile. [https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116533/SEM\\_INVI\\_Victoria\\_Rozas\\_%20Scaramelli.pdf?sequence=1](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116533/SEM_INVI_Victoria_Rozas_%20Scaramelli.pdf?sequence=1)
- Segovia, C. (2019). *Estrategia de marketing para la venta de artesanías de sillar en Arequipa. R*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Agustín]. Repositorio Institucional UNAS. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/11245/UPsemecv.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sena, V. (2014). *Condiciones turísticas que presenta la provincia de san ignacio-región cajamarca, para su desarrollo como destino turístico 2014*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional UNITRU. <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/4595>
- Tique, J. (2019). *Diseño de información interactivo en la experiencia cultural de los turistas latinoamericanos en el distrito de Barranco*. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico de la UPC <http://hdl.handle.net/10757/652487>

- Toselli, C. (2003). Turismo cultural, participación local y sustentabilidad Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina. *Portal iberoamericano de Gestión cultural*. 1, 12. [https://imae.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/a\\_ocio-06.pdf](https://imae.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/a_ocio-06.pdf)
- Tudela-Mamani, J., Cahui-Cahui, E., & Aliaga-Melo, G. (2022). Impacto del COVID-19 en la demanda de turismo internacional del Perú. Una aplicación de la metodología Box-Jenkins. *Revista de Investigaciones Altoandinas*. 24(1), 27-36. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2313-29572022000100027&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2313-29572022000100027&script=sci_arttext)
- Ugalde, N & Balbastre, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Ciencias Económicas*. 31(2), 179-187. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730/11978>

## 7 [ANEXOS]

### 7.1 Link de encuesta

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfilyJs6ojomwsrrs9jLTOMLBOEOXe1LkGg36WvtGGUhCK9Q/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfilyJs6ojomwsrrs9jLTOMLBOEOXe1LkGg36WvtGGUhCK9Q/viewform?usp=sf_link)

### 7.2 Lista de preguntas elaboradas para el experto

- ¿Qué es Pro lima? y ¿cuál es su cargo y actividad que desempeña dentro de esta entidad?
- Según un estudio realizado por Prom Perú en el 2021 sostuvo que el sector turístico sufrió pérdidas económicas debido al confinamiento.
- ¿En su opinión cuales fueron los sectores económicos más afectados en el sector turístico?
- ¿Tiene conocimiento acerca de las rutas turísticas que forman parte del centro histórico? ¿Y se ejecutó algún proyecto para potenciar las mismas?
- Considera usted que al potenciar las rutas turísticas en el centro histórico ¿ayudaría a reactivar el turismo y la economía en el mismo? ¿por qué?
- ¿Considera al Jirón de la Unión como un sector ampliamente turístico dentro del Centro Histórico de lima? ¿por qué?
- ¿Cuál es su percepción con respecto al contemplar la idea de la elaboración y ejecución de una ruta turística propuesta para el centro histórico, en específico el jirón de la unión que ayude como medio de orientación para los jóvenes turistas que no contraten ningún tipo de servicio turístico?
- Para finalizar, ¿Usted considera que el sistema de señalización de las rutas ayudaría a mejorar la actividad económica de los establecimientos afectados? 8- ¿En el año 2019, cuáles fueron las cifras que se tiene según ProLima con respecto a la visita de turistas naciones? Teniendo en cuenta que no existía la pandemia

### 7.3 Lista de preguntas elaboradas para la validación

#### 7.3.1 Preguntas realizadas con las piezas de manera digital en el lugar:

- ¿Cuál tu primera impresión al ver esta pieza de señalética?
- ¿Cuál crees que sería su función?
- ¿Qué opinas acerca del tamaño? ¿Puedes leerlo e interpretarlo con facilidad?

- ¿Te sería útil durante tu visita en el lugar?
- ¿Qué opinas acerca del color?
- ¿Qué te parecen los pictogramas? ¿Logras comprender sobre qué son?
- Con respecto al mapa, ¿te sería útil si se implementa?
- ¿Qué opinas acerca de la diagramación del mapa? ¿Con cuál de las dos opciones te quedas y por qué?
- ¿Qué opinas acerca del uso del Qr?
- ¿Harías uso del Qr para tener mayor información?
- Con respecto al tótem direccional, ¿Entiendes cuál es su función? ¿Te sería útil?
- En general, ¿Consideras que es útil?

### **7.3.2 Preguntas realizadas con las piezas de manera física:**

- ¿Qué opinas de las piezas?
- ¿Cuál crees que es su función?
- ¿Las utilizarías estando en el Jirón de la Unión?
- ¿Logras leerlo a la distancia?
- ¿Con que tanta claridad logras verlo?
- ¿Qué opinas acerca de los pictogramas? ¿Logras entender sobre qué son?
- ¿Qué opinas del uso del Qr?
- ¿Logras reconocer cual es la función de cada elemento?
- En general, ¿Consideras que es útil?