



Declaración de autoría del estudiante

Yo Carlos Patricio Anchala Moya con CI., 1723372478, declaro que soy el único autor de este proyecto, además de indicar que toda la información que contiene es veraz y confiable de la campaña titulada: “Campaña informativa para dar a conocer las mejores alternativas y rutas para realizar ciclismo de alta montaña en el sur de Quito” y autorizo al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, para que hagan el uso que estimen pertinente de esta campaña.

.....

Carlos Patricio Anchala Moya

1723372478



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Carlos Patricio Anchala Moya**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Grafico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo Diseño Grafico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Campaña informativa para dar a conocer las mejores alternativas y rutas para realizar ciclismo de alta montaña en el sur de Quito”, el cual incluye la creación de piezas publicitarias, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la campaña informativa, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la campaña y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la campaña informativa descrito en la clausula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, spots, piezas graficas, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar la campaña informativa por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción de la campaña informativa por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de la campaña; c) La distribución pública de las piezas graficas o copias, la comercialización, arrendamiento o utilización de la campaña informativa; d) Cualquier transformación o modificación de la campaña; e) La protección y registro en el IEPI la campaña informativa a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica de la campaña informativa; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la campaña informativa que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la campaña informativa a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

CAMPAÑA INFORMATIVA PARA DAR A CONOCER LAS MEJORES ALTERNATIVAS Y RUTAS PARA REALIZAR CICLISMO DE ALTA MONTAÑA EN EL SUR DE QUITO



QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los ____ días del mes de ____ del dos mil catorce.

f) _____

C.C. Nº

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO



Agradecimiento

**A Dios, por haberme dotado de sabiduría, de entrega y fortaleza para lograr mi objetivo, a
mi familia que ha estado apoyándome a lo largo de mi vida
en especial a mis padres**

**Al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, por brindarme la oportunidad
de seguirnos formando y ser útiles a la sociedad a la cual nos debemos**

**A mis compañeros, y a todas las personas que de alguna forma son parte de la culminación
de este proceso que termina con mucho éxito, muchas gracias a todos**

Carlos Anchala



Dedicatoria

A Dios, como autor de la vida; al Instituto Superior Cordillera a mis padres, amigos , que siempre han estado para apoyarnos en todos nuestros proyectos y han sido la fuerza que necesitábamos para alcanzarlos.

INDICE GENERAL

Titulo	Páginas
• Declaración de aprobación tutor y lector.....	i
• Declaración de autoría del estudiante.....	ii
• Declaración de cesión de derechos a la institución.....	iii-iv
• Agradecimiento.....	v
• Dedicatoria.....	vi
• Índice general.....	vii-ix
• Índice de tablas.....	x-xi
• Índice de gráficos.....	xii-xiii
• Resumen ejecutivo.....	xiv-xv
• Abstract.....	xvi-xvii
• Introducción.....	xvii
i	
Capítulo I: Antecedentes.....	1
1.01 Situación del problema.....	1-2
1.02 Justificación.....	2
1.03 Definición del problema central (Matriz T).....	3-4
Capítulo II: Análisis de involucrados.....	5
2.01 Mapeo de involucrados.....	5
2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados.....	6-8
Capítulo III: Problemas y Objetivos.....	9



3.01 Árbol de Problemas.....	9
3.02 Árbol de Objetivos.....	10
Capítulo IV: Análisis de alternativas.....	11
4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	11
4.01.1 Tamaño del Proyecto	11-12
4.01.2 Localización del Proyecto.....	12
4.01.3 Análisis Ambiental.....	12-13
4.02 Matriz de análisis de Impacto de los objetivos.....	14-15
4.03 Diagrama de Estrategias.....	16
4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico.....	17-21
4.04.1 Revisión de los Criterios para los Indicadores.....	17-21
4.04.3 Selección de Indicadores.....	22-25
4.04.3 Medios de Verificación.....	26-29
4.04.4 Supuestos.....	30-33
4.04.5 Matriz Marco Lógico (MML).....	34-40
Capítulo V: La propuesta.....	41-71
5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta editorial.....	41-43
5.02 Descripción de la herramienta.....	43-44
5.03 Formulación del proceso de aplicación.....	44
5.04 Área Publicitaria.....	44-52
5.04.1 Brief Publicitario.....	44-51
5.04.2 Problemas Comunicacionales.....	51
5.04.3 Objetivos Publicitarios.....	51-52
5.05.4.1 Estrategia Creativa.....	52-54



5.05.4.2 Mensaje Básico.....	53
5.05.4.3 Eje de Campaña.....	53
5.05.4.4 Reason Why.....	53-54
5.05.5 Plan y estrategia de medios.....	54-57
5.05.5.1 Medio Principal.....	55
5.05.5.2 Medio Secundario.....	55
5.05.5.3 Medio Auxiliar.....	56
5.05.6 Presupuestos de medios Flow Chart.....	56-57
5.05.7 Diseño de piezas graficas AIDA.....	57-71
Capítulo VI: Aspectos Administrativos.....	72
6.01 Recursos.....	72-73
6.02 Presupuesto.....	73
6.03 Cronograma.....	73-75
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones.....	76
7.01 Conclusiones.....	76-77
7.02 Recomendaciones.....	77-79
7.03 Referencias Bibliográficas.....	80
7.04 Anexos.....	81



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Página
Tabla 1	
Análisis de Fuerzas T	3
Tabla 2	
Matriz de análisis y selección con los involucrados	6-8
Tabla 3	
Matriz de análisis de impactos de los objetivos.....	14-15
Tabla 4	
Revisión de los criterios para los indicadores.....	17-21
Tabla 5	
Selección de Indicadores.....	22-25
Tabla 6	
Medios de Verificación.....	26-29
Tabla 7	
Supuestos.....	30-33



Tabla 8

Matriz Marco Lógico.....	34-40
--------------------------	-------

Tabla 9

Flow Chart.....	56-57
-----------------	-------

Tabla 10

Presupuesto de producción	57
---------------------------------	----

Tabla 11

Medio principal.....	55
----------------------	----

Tabla 12

Medio secundario.....	55
-----------------------	----

Tabla 13

Medio

auxiliar.....	56
---------------	----

Tabla 14

Guion técnico.....	59-62
--------------------	-------

Tabla 15

Gastos operativos.....	73
------------------------	----



Tabla 16

Cronograma.....	73-75
-----------------	-------

INDICE DE GRÁFICOS

Titulo	Página
Grafico 1	
Mapeo de los involucrados.....	5
Grafico 2	
Árbol de problemas.....	9
Grafico 3	
Árbol de objetivos.....	10
Grafico 4	
Árbol de Acciones.....	11
Grafico 5	
Croquis de la ubicación del proyecto.....	12
Grafico 6	
Árbol de Estrategias.....	16
Grafico 7	
Hoja volante.....	63



Grafico 8

Afiche.....65

Grafico 9

Señalética.....67

Grafico 10

Roll up.....68

Grafico 11

Red social.....70

Grafico 12

Proformas.....82



Resumen Ejecutivo

En el área del diseño gráfico es muy importante resaltar el perfil con el cual se va a informar y comunicar a las personas, es por esta razón que se ha realizado una campaña informativa sobre las rutas más adecuadas para realizar el ciclismo de alta montaña.

Es por este motivo que se ha visto la obligación de investigar el por qué no existe tantos adeptos hacia este deporte y una de las mayores razones es la falta de información, ubicación de estos lugares en los cuales se puede desarrollar este deporte, además que se puede interactuar con las personas que habitan estos pueblos, la naturaleza exótica de nuestro país que es fuente de vida y la cual promueve el turismo.

El principal objetivo de esta campaña informativa es llegar a las personas que les guste el deporte a los ciclistas pro, amateur que quieran experimentar nuevas emociones y a y poder mantener el número de deportistas y ciclistas que permitan incentivar a un grupo mayor de personas y así poder cautivar el interés por practicar deportes de riesgo.

En esta sociedad cada vez más globalizada se puede decir que se aumenta el número de personas que están interesadas en la tecnología y al deporte lo han dejado aparte, es por eso que es necesario aplicar la técnica y el método los cuales permitan desarrollar este tema y el más acertado es el marcológico el cual nos permitirá llegar al problema central y tendrá el alcance necesario para poder sugerir una solución concreta.

Después de analizar y llegar al punto clave del problema debemos dar una solución positiva esta se puede dar a través de piezas graficas con las cuales se dará la información necesaria de cómo



practicar este deporte, sus debilidades y fortalezas, obteniendo así mayores ingresos para los pueblos en los cuales se realiza este deporte, además de atraer a un grupo mayor de deportistas interesados en practicar y conocer nuevos lugares.

Practicar este deporte se requiere de constante entrenamiento, tener un físico aceptable y además tener la suficiente capacidad de seguir adelante en cualquier lugar en el que se encuentre, por eso la campaña además de informar va a promover soluciones que serán dadas después de haber investigado, analizado para así obtener un producto final bien realizado y que hay cumplido con todas las expectativas del grupo objetivo y se pueda ver luego de un tiempo a más personas interesadas practicando estos deportes extremos convencidos que no corren riesgos si toman las debidas medidas necesarias.



Abstract

In the area of the graphical design it is very important to highlight the profile with which one is going to report and report to the persons, is for this reason that has realized an informative campaign on the routes most adapted to realize the cycling of high mountain.

It is for this motive that has seen the obligation to investigate why it does not exist so many followers towards this sport and one of the major reasons is the lack of information, location of these places in which it is possible to develop this sport, besides the fact that it is possible to interact with the persons who inhabit these villages, the exotic nature of our country that is a source of life and which promotes the tourism.

Principal The objective of this informative campaign is to eat to the persons that the cyclists like the sport pro, amateur that they want to experience new emotions and to and to be able to support the number of sportsmen and cyclists who allow to stimulate to major group of persons and to be able like that to captivate the interest to practise sports of risk.

In this society increasingly included it is possible to say that there increases the number of persons who are interested in the technology and to the sport they have left it apart, is because of it that is necessary to apply the technology and the method which allow to develop this topic and the most guessed right to be the marcológico which will allow us to come to the central problem and to have the scope necessary to be able to suggest a concrete solution.

After analyzing and to come to the key point of the problem we must give a positive this solution it is possible to give across graphical pieces with which one will give the information necessary of how to practise this sport, his weaknesses and fortresses, obtaining major income like that for

CAMPAÑA INFORMATIVA PARA DAR A CONOCER LAS MEJORES ALTERNATIVAS Y RUTAS PARA REALIZAR CICLISMO DE ALTA MONTAÑA EN EL SUR DE QUITO



the peoples in which this sport is realized, beside attracting a major group of sportsmen interested in practising and knowing new places.

To practise this sport is needed of constant training, to have an acceptable physicist and besides to have the sufficient aptitude to continue forward in any place in the one that should be, because of it the campaign beside reporting is going to promote solutions that will be given after having investigated, analyzed this way to obtain a final well realized product and that it has fulfilled with all the expectations of the objective group and it could see after a time more interested persons practising these extreme convinced sports that do not traverse risks if they take the due necessary measurements.



Introducción:

Al comenzar la investigación sobre los lugares y las rutas más adecuadas para practicar el ciclismo de alta montaña se encontraron ciertos problemas factores que impedían que este deporte sea conocido por la sociedad, ya que en el factor social y ambiental existe muy poco interés por colaborar para habilitar las rutas que han sido afectadas por el medio y llegando al extremo de que las autoridades han hecho caso omiso a la pérdida de visitantes deportistas como turistas y esto ha generado un bajo nivel de ingreso económicos, provocando que las personas que habitan en estos lugares no promuevan las diferentes actividades deportivas y no existan lugares en los cuales se pueda informar de los lugares más adecuados para practicarlos.

El deporte como parte fundamental en la vida de las personas se ve muy afectado ya que la pérdida de lugares en los cuales se daba la información necesaria de los lugares donde practicar este deporte ha desaparecido dejando a las personas que están interesadas en practicar de ellos con una interrogante de cuáles serán las rutas más adecuadas, si serán seguras, podrán alcanzar la meta que se han colocado o simplemente perderán las ganas de seguir adelante y las actividades de estos lugares se perderán por la falta de información.

Los anteriores sistemas de dirección y organización de los diferentes deportes que se realizaban en estos pueblos se convierten en muchas ocasiones, poco eficaces y operativos ya que no contaban con el suficiente apoyo por parte de las autoridades y no permitían que todas las actividades sean patrocinadas sino que eran hechas por grupos de personas que les gusta la aventura y tenían que buscar la mejor forma de llegar a su destino.



Esta campaña permitirá re direccionar a los grupos de deportista, ciclistas que no tenían el conocimiento necesario sobre ciertas inquietudes que se forman a lo largo de ir adentrándose en un deporte que tiene un nivel de riesgo medio pero que cualquier persona lo puede realizar sin embargo cada interrogante que surja será cubierta por cada una de las actividades que se vayan realizando a lo largo de este proyecto y será analizada y se buscara la mejor forma de cumplirla para la satisfacción del grupo objetivo.

La investigación realizada nos ha permitido establecer que los deportes de riesgo no poseen la acogida necesaria para formar parte de una disciplina en esta sociedad y las autoridades no se encuentra lo suficientemente preparadas para asumir las exigencias y desafíos que los grupos objetivos requieren, la información y el conocimiento que las personas capacitadas puedan facilitar no es la más concreta ya que no tienen lugares específicos donde proporcionarla.

De igual forma, se concluye que las personas que están inmersas en este proyecto, aptas para informar y capacitar a los diferentes grupos interesados se deberá buscar los lugares adecuados para transmitir la información que sea necesaria para incentivar a practicar este deporte, el apoyo por parte de las autoridades es necesario ya que a través de ellos y la realización de esta campaña se podrá transmitir y buscar las mejores formas de comunicar sobre los beneficios que se puede obtener al realizar este deporte sin perder la esperanza de introducir esta modalidad como una opción y un estilo de vida en la sociedad.



CAPITULO I

Antecedentes

1.1 Situación del problema

La falta de información y la poca publicidad para este deporte ha llevado que la población de Quito desconozca y no practique este deporte que es atractivo y permite conocer lugares grandiosos que existen en este país, la información es escasa y los lugares no son los óptimos para adquirir una información valiosa de cómo y dónde practicar el ciclismo de alta montaña.

Los diferentes puntos de encuentro para realizar este deporte no son lo suficientemente claros y a su vez no son seguros porque no existe la información necesaria y adecuada para permitir a las deportistas acceder a practicar, las personas que conocen sobre este deporte son muy pocas y no cuentan con el apoyo necesario para incitar a las personas a que practiquen el ciclismo de alta montaña.

En los pueblos de Lloa y Palmira no existe un lugar en el cual se pueda adquirir la información necesaria para cumplir con una ruta tampoco hay un personal que guíe a un grupo en el caso de sufrir un accidente, los lugares donde comienzan las rutas están dañadas y en otro caso no existe por lo cual para realizar una aventura se necesita primero conocer el espacio para poder avanzar seguros y mantener el ritmo del grupo.

Otro elemento que influye en la realización de este deporte son las rutas que en algunos casos ya no existe y a la mayoría de aventureros tiene que llevar un objeto con el cual tiene que ir



abriéndose camino para avanzar en casos extremos terminan perdidos además que después pierden la confianza y ya no lo quieren practicar.

Es por esta razón que la campaña quiere dar a conocer a la sociedad sobre este deporte que no es muy practicado la satisfacción de cumplir una meta, conocer lugares ricos en vegetación y que no hace falta llegar a otras ciudades para practicarlo, adecuando la señaletica necesaria la información para que las personas se interesen; de esta manera se espera que el ciclismo pueda sobresalir y se convierta en un deporte que gane una posición y tenga aceptación en la sociedad.

1.2 Antecedentes

Campaña informativa para dar a conocer las mejores alternativas y rutas para realizar ciclismo de alta montaña en el sur de Quito.

Este Proyecto como principal objetivo tiene la de informar y dar a conocer las rutas de ciclismo de alta montaña que existen en el sur de Quito, para poder desarrollar esta campaña se ha tomado en cuenta los parámetros y elementos del Diseño Grafico que concuerden a lo que se va a utilizar para brindar un servicio bien realizado.

Al momento de realizar este proyecto se comenzó a investigar y se miro un gran desinterés que existe por parte de la sociedad hacia este deporte, debido a que algunas personas piensan que es muy riesgoso, no tiene la seguridad necesaria, este proyecto tiene la finalidad de promover a personas y deportistas de practicar este deporte, siempre y cuando se utilice de una forma correcta los elementos necesarios del Diseño Grafico para realizar una buena propuesta de la Campaña informativa.

1.3 Matriz de fuerzas T

Tabla 1

	Análisis de fuerzas T				
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Creación de una campaña informativa Y piezas graficas	No existe la suficiente información de los lugares para practicar de este deporte				Mayor afluencia de grupos de personas hacia estos pueblos para practicar del ciclismo.
Fuerza Impulsadora	I	P.C	I	P.C	Fuerza Bloqueadora
La información es clara y de fácil difusión en la ciudad	3	4	2	1	No existe el suficiente apoyo de las autoridades
Atraer la atención de más personas y deportistas.	5	4	1	2	Pérdida y desinterés de las personas y deportistas.
Aumentar la cifra de personas que les guste los deportes extremos.	4	3	1	2	Baja cifra de personas que les interés los deportes extremos.
Aumentar nuevas rutas descensos en estos pueblos.	4	3	3	1	Lugares poco apropiados para crear nuevas rutas.
Creación de la señalética para las diferentes rutas de ciclismo.	5	3	2	3	No existe una señalética acorde al nivel de entrenamiento de cada deportista.
Desarrollo social a nivel deportivo.	5	4	2	1	Poco crecimiento social a nivel deportivo.

Efectos negativos

Los efectos negativos que se presentarían al no realizar el proyecto son los siguientes:

- ✓ Desempleo.
- ✓ Poco crecimiento deportivo extremo.
- ✓ No es conocido por cierta parte de la sociedad.
- ✓ Podría desaparecer este deporte en esta ciudad.
- ✓ Poco conocimiento de las rutas que existen en estos pueblos Lloa y Palmira.



Problema actual

Los problemas por los cuales está atravesando este proyecto en la actualidad son los siguientes:

- ✓ Bajos ingresos económicos de los pueblos.
- ✓ Pérdida de aficionados hacia este deporte.
- ✓ No existen locales con la información necesaria.
- ✓ No existen una buena señalética de las rutas en buen estado.
- ✓ Desconocimiento de lugares donde se realizan estas actividades.

Efectos positivos

Los efectos que se presentarían con la realización del proyecto son los siguientes:

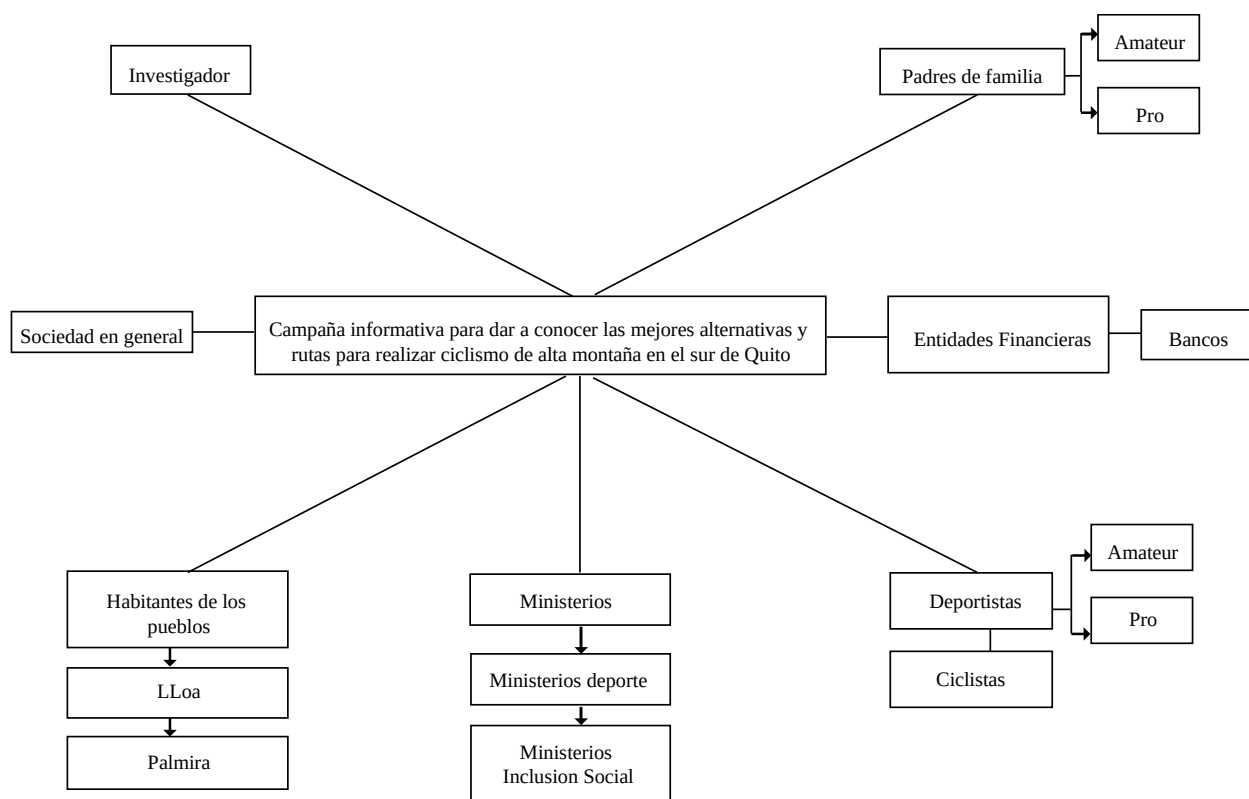
- ✓ Más fuentes de empleo.
- ✓ Mayor desarrollo deportivo.
- ✓ Locales con personal capacitado.
- ✓ Mayor asistencia de ciclistas en estos pueblos.
- ✓ Mayor conocimiento sobre este deporte.

CAPITULO II

Análisis de involucrados

2.01 Mapeo de los involucrados.

Gráfico 1



2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados

Tabla 2

Actores Involucrados	Intereses sobre el problema central	Problemas Percibidos	Recursos, Mandatos y Capacidades	Intereses sobre el Proyecto	Conflictos Potenciales
Investigador	Solucionar, mejorar el interés de las personas hacia este ciclismo de alta montaña.	Dificultad para informar de una manera clara sobre este deporte a la sociedad.	Ministerio de turismo nos brindará el apoyo necesario para cumplir con la función principal que es la de informar sobre este deporte.	Contar con el apoyo de las autoridades para aumentar aficionados hacia este deporte.	Propiedades privadas que sean aptas para realizar el ciclismo, y autoridades locales.
Padres de Familia ciclistas Amateur	Incentivar a los jóvenes a escoger un deporte que los motive a seguirlo y se pueda generar ingresos.	Las autoridades no tomen muy en cuenta los riesgos que existen para los jóvenes que practican este deporte	La seguridad de sus hijos o familiares que están expuestos cuando realizan este deporte también depende de las capacidades económicas de cada persona.	Que las autoridades ayuden a fomentar la seguridad y las vías en buen estado para las personas que realizan este deporte.	El desconocimiento de los lugares a los cuales sus hijos van a realizar este deporte.
Padres de Familia ciclistas Pro	Promover a sus hijos a escoger un deporte seguro y que les beneficie de alguna manera.	La mayoría de deportes no son muy tomados en cuenta y existen factores que incluyen riesgos para sus hijos.	Los deportistas que tienen recursos para sustentar este deporte son las personas que les gusta organizar y participar.	Generar más acogida de los deportes que ayuden a fomentar energía en sus hijos.	Algunos padres son sobre protectores y no permiten que sus hijos realicen este deporte por miedo a que se lastimen.

Sociedad en General	Que existan más deportes a los cuales las personas se puedan integrar y hacerlos de ello su pasatiempo.	A una parte de la sociedad no está interesada en practicar ciertos deportes que impliquen riesgos.	La sociedad está acostumbrada a lo cotidiano y es bueno a veces realizar algo distinto que terminen por adoptarlo con una distracción.	Exista mayor interés en las personas que lo practican y valoren los ecosistemas que son de uso de este deporte.	Falta de interés por los deportes ya que no existe la suficiente información de lugares donde practicarlos.
Habitantes de los pueblos Lloa Palmira	Exista localidades de turismo que informen sobre los deportes que se pueda realizar y las actividades que se realizan en estos pueblos.	No existe una información clara de estos lugares que poseen rutas adecuadas para practicar de este deporte.	Qué se genere una mayor atracción de las rutas de estos pueblos a través de publicidad y apoyo por parte de las autoridades que son encargadas de realizar estos eventos.	Que exista mayor afluencia de deportistas para mejorar su economía y el conocimiento de su pueblo.	Las autoridades locales no tienen la atención necesaria para poder promocionar sus actividades.
Ministerios (deporte)	Mejorar la atención hacia los lugares en los que se puede realizar ciertos deportes que no son muy practicados.	No existe mucho personal capacitado para dar información necesaria de ciertos deportes de riesgo.	Este ministerio posee autoridades que rigen las normas de ciertos deportes de riesgo por lo cual deberían hacerse presentes en actividades que permitan dar a conocer más sobre este deporte.	Obtener mayor afluencia de personas hacia los pueblos de Quito para mantener el turismo estable.	Las rutas modificadas de ciclismo que existen fuera de Quito.

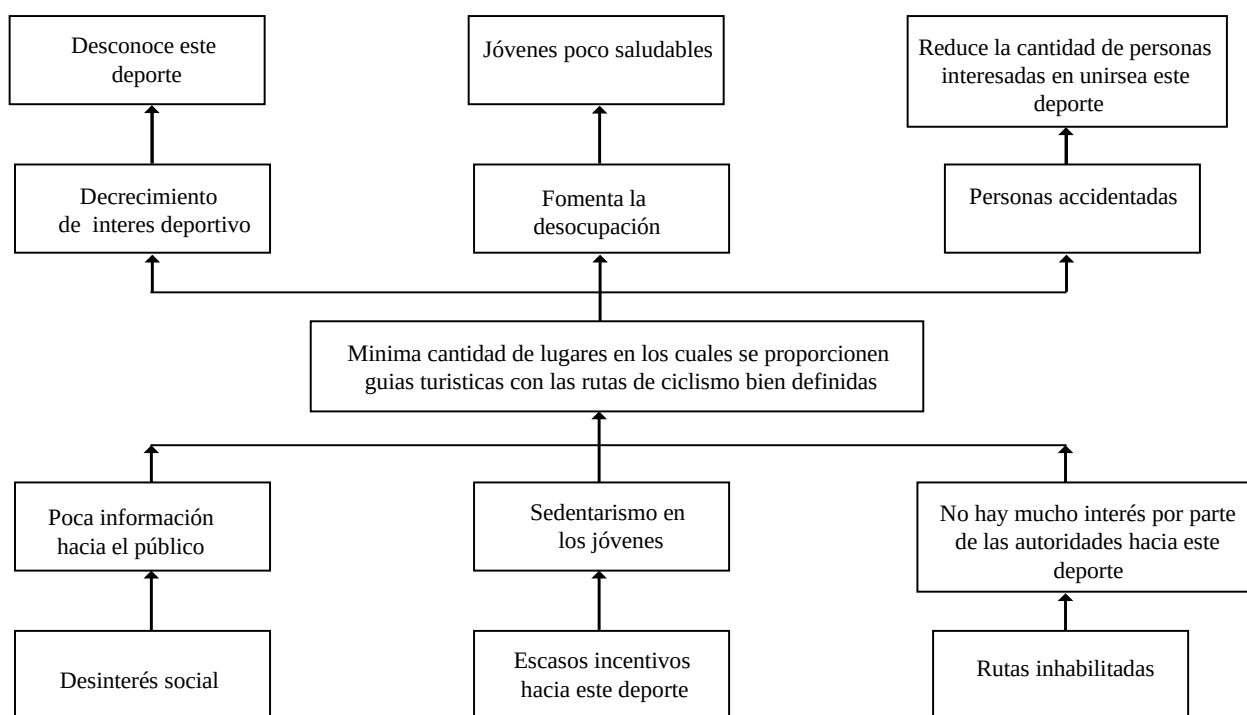
Ministerio de (Inclusión Social)	Promover campañas en las cuales se dé a conocer las rutas que existen en Quito.	Los grupos que practican este deporte no están afiliados a los ministerios.	Existen recursos que a este deporte le hacen falta y podemos innovar nuevas reglas para que mejore el gusto hacia estos deportes.	Que el proyecto ayude a fomentar más personas que quieran conocer estas rutas y practicar este deporte	Los grupos de ciclismo que nos son afiliados y no acceden a obtener la seguridad que estos ministerios les otorgan.
Deportistas	Poder fomentar el deporte y que exista mayor atracción por realizar cada uno de ellos.	Que no existen los espacios necesarios y bien ubicados para realizar estos deportes.	El ministerio del deporte interviene en ciertos deportes pero existe el apoyo necesario para sustentar a los demás deportes.	Exista mayor seguridad en cada espacio en los cuales se desarrollan estos deportes.	Los deportistas no todos tienen afinidad para ciertos deportes por lo cual no los practican.
Ciclistas	Tener los permisos y la seguridad necesaria para poder salir a practicar este deporte en los diferentes pueblos	Los pueblos no cuentan con la señalización de los senderos , no existe un servicio de emergencia rápida	La existencia de recursos para que todas las personas se integren a este deporte puede ser deficiente ya que no todos cuentan con una economía estable	Exista un conocimiento o amplio sobre lo que ellos practican y poder tener más personas interesadas en este deporte.	El apoyo de las autoridades está enfocado más en la ciudad que en los pueblos que rodean la ciudad.
Entidades Financieras Bancos	Prestar sus servicios a personas que quieran dedicar tiempo a proyecto que también los beneficie a ellos.	Los organizadores no quieren comprometerse a pagar cantidades altas por financiar sus grupos de ciclismo.	Hay recursos en los bancos que proveen dinero sin tener que realizar tanto trámite pero a su vez es práctico y seguro	Dar el financiamiento necesario para obtener guías turísticas y ganar dinero a través de ellas.	Lugares en los cuales las personas acceden a dinero sin realizar demasiados trámites.

CAPITULO III

Problemas y Objetivos

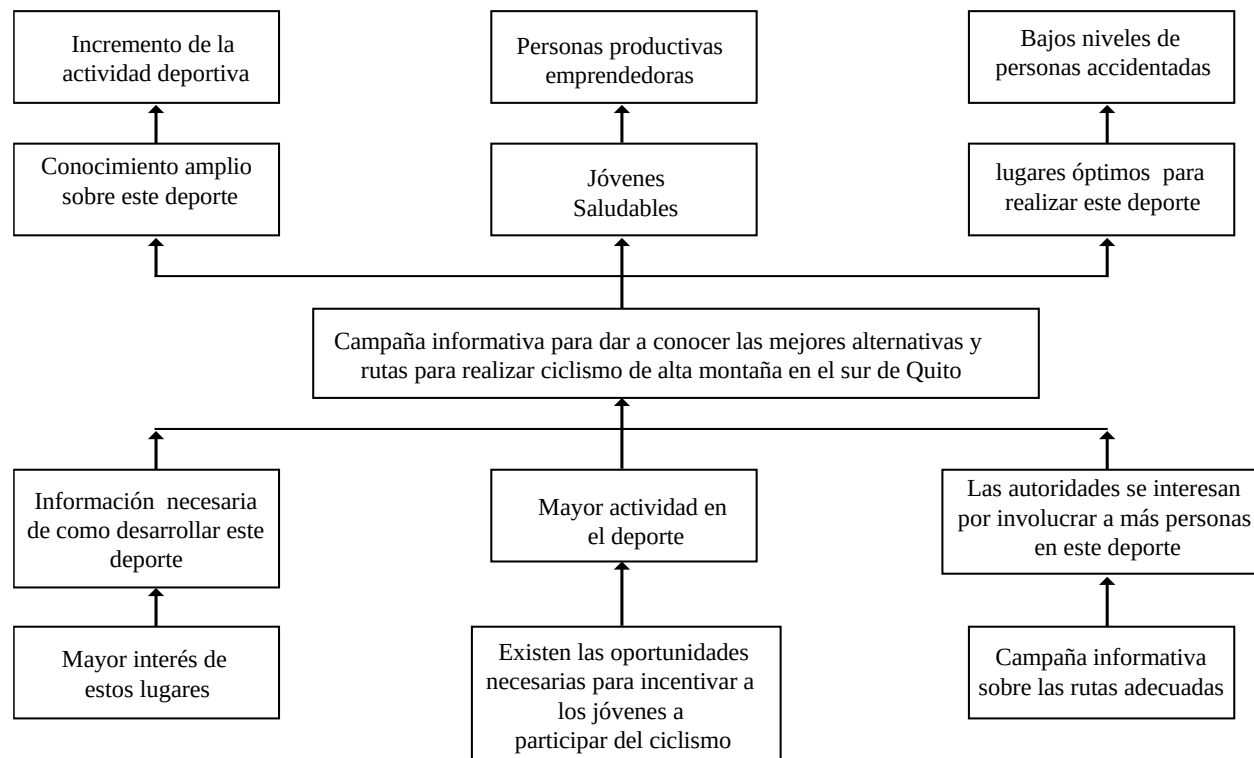
3.01 Árbol de problemas

Gráfico 2



3.02 Árbol de objetivos

Gráfico 3

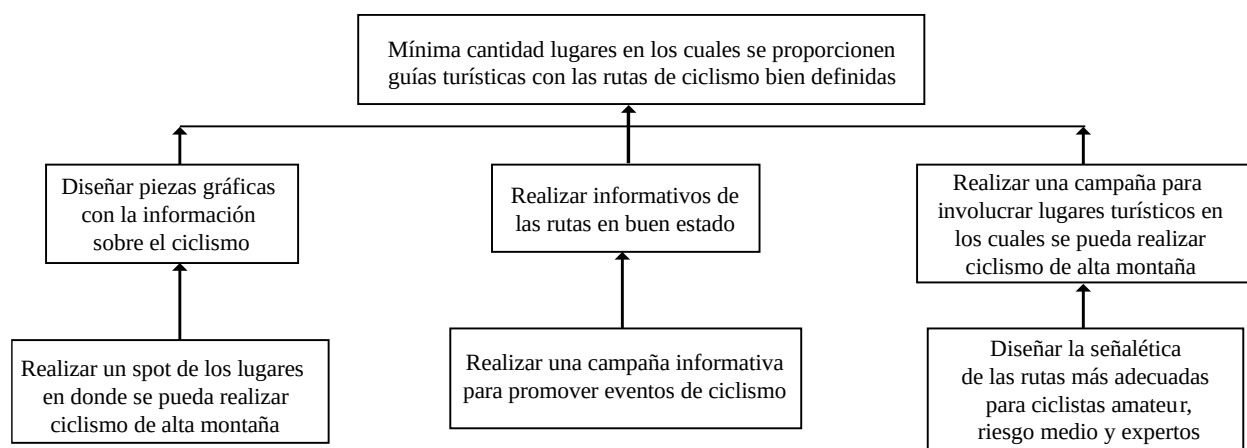


CAPITULO IV

Análisis de Alternativas

4.01 Acciones e identificación de alternativas

Gráfico 4



4.01.1 Tamaño del Proyecto

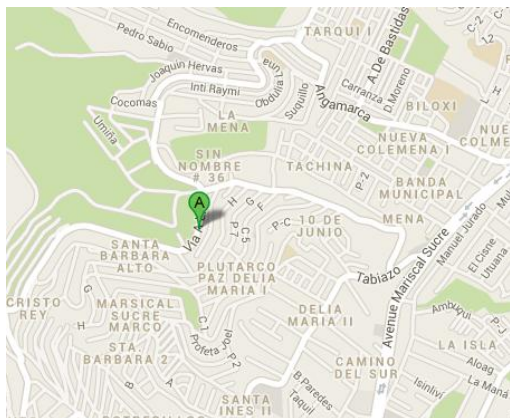
Este proyecto está enfocado a deportistas, ciclistas pro, amateur, elite y a las personas en general que les guste realizar ciclismo además se pretende llegar con este proyecto a los pueblos de Lloa y Palmira ya que en estos lugares existen las rutas para realizar este deporte que algunas personas no les interesa porque piensan que es riesgoso pero todo se da por la poca información que poseen pero unas ves realizado este proyecto se espera transmitir una mayor información

concreta y a la vez concisa de cómo donde y los beneficios que proporciona este deporte al realizarlo.

4.01.2 Localización del Proyecto

Pueblo de Lloa y Palmira.

Grafico 5



4.01.3 Análisis Ambiental

Al momento de realizar este proyecto se va utilizar ciertos elementos que van a complementar y serán necesarios para llegar al publico objetivo necesariamente se va utilizar roll up, señalética pero en cuanto a el impacto ambiental va ha ser mínimo ya que el material a utilizar no será desechado sino que permanecerá y se lo dará el correcto uso siendo así que podrá ser reciclado para su posterior uso además la señalética permanecerá en los lugares donde sea necesaria y tendrá que estar bien asegurada para que no cause contaminación en los lugares donde se los va a ubicar.



Los materiales utilizados todos se los va a reciclar las volantes, afiches lo cual no va afectar al medio en el cual tendremos que trabajar y el proyecto no va a causar incomodidades a los residentes de los pueblos porque para ello tendremos varias opciones de cómo llegar al público sin incomodarlos o preocuparlos de lo que vayamos a realizar.

4.02 Matriz de análisis de Impacto de los objetivos

Tabla 3

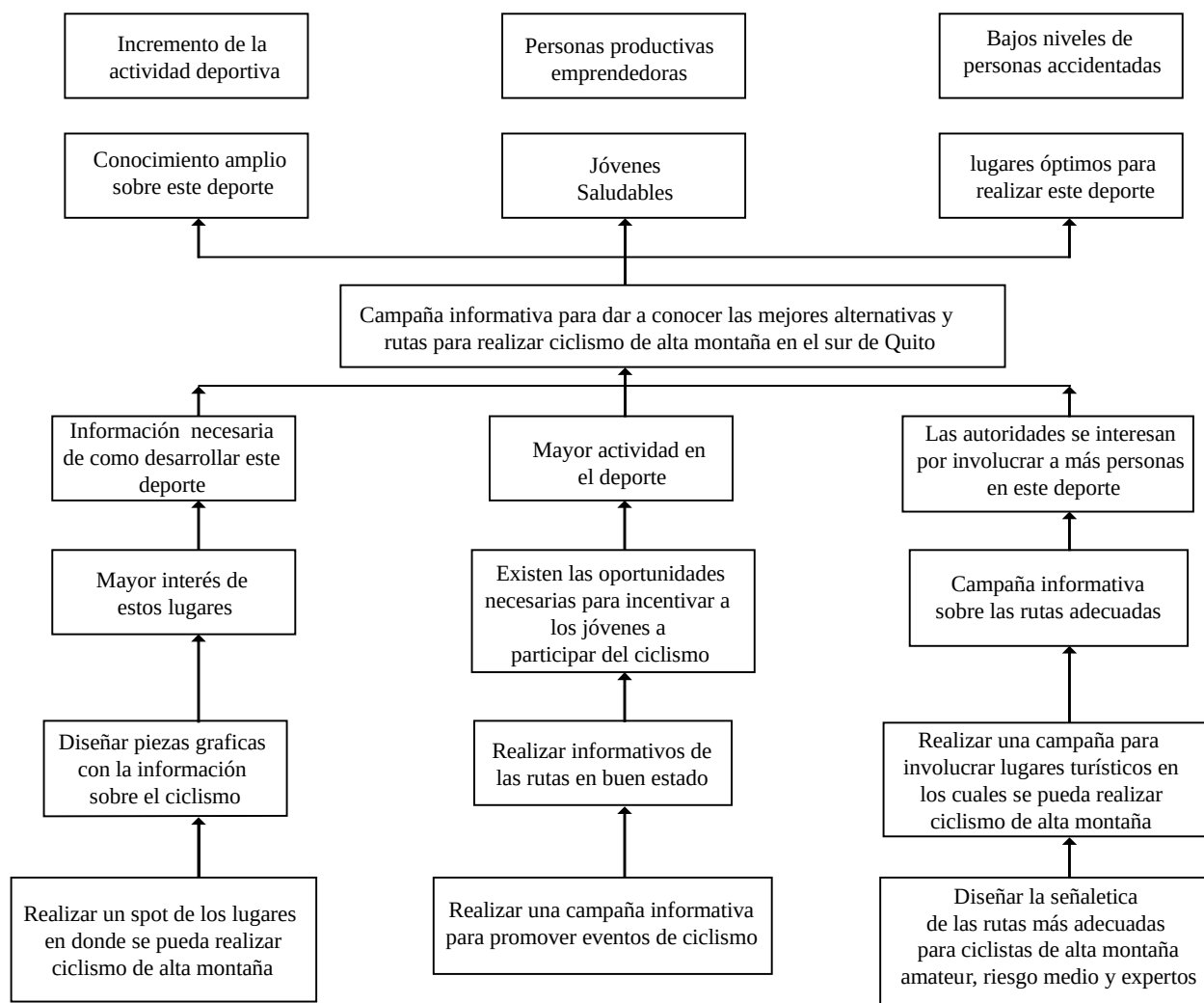
Objetivo	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Diseñar piezas gráficas con la información sobre el ciclismo	4	4	3	3	3	17	Medio
Realizar un spot de los lugares en donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña	4	4	4	4	3	19	Alto
Realizar informativos de las rutas en buen estado	4	3	4	4	3	18	Alto
Realizar una campaña informativa para promover eventos de ciclismo	4	4	3	4	3	18	Alto

Realizar una campaña para involucrar lugares turísticos en los cuales se pueda realizar ciclismo de alta montaña	4	3	4	4	3	18	Alto
Diseñar la señalética de las rutas más adecuadas para ciclistas de alta montaña amateur, riesgo medio y expertos	4	4	4	4	4	20	Alto

4.03 Diagrama de Estrategias

Árbol de Estrategias

Gráfico 6



4.04 Construcción de Matriz de Marco Lógico

4.04.1 Revisión de Criterios para los Indicadores

Tabla 4

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
FINALIDAD	Incremento de la actividad deportiva	El 60% del incremento de la actividad deportiva durante los 3 meses, mientras dura la campaña	80	óptimo	3 meses	Quito	Medio
FINALIDAD	Personas productivas emprendedoras	El 70% de personas productivas emprendedoras durante los tres meses, mientras dure la campaña	40	óptimo	3 meses	Quito	Medio
FINALIDAD	Bajos niveles de personas accidentadas	53% de bajos niveles de personas accidentadas durante los tres meses, mientras dure la campaña	60	óptimo	3 meses	Quito	Medio
FINALIDAD	Conocimiento amplio sobre este deporte	68% de conocimiento amplio sobre este deporte durante los tres meses, mientras dure la campaña	30	óptimo	3 meses	Quito	Medio

FINALIDAD	Jóvenes Saludables	50% de jóvenes saludables durante tres meses mientras dure la campaña	60	óptimo	3 meses	Quito	Medio
FINALIDAD	lugares óptimos para realizar este deporte	60% de lugares óptimos para realizar este deporte durante 3 meses mientras dure la campaña	45	óptimo	3 meses	Quito	Medio
PROPOSITO	Campaña informativa para dar a conocer las mejores alternativas y rutas para realizar ciclismo de alta montaña en el sur de Quito	80% de mayor conocimiento de las alternativas y rutas de ciclismo durante los tres meses mientras dúrela campaña	20	óptimo	3 meses	Quito	Medio
COMPONENTES	Información necesaria de cómo desarrollar este deporte	70% de la información necesaria de cómo desarrollar este deporte durante tres meses mientras dure la campaña	30	óptimo	3 meses	Quito	Medio
COMPONENTES	Mayor actividad en el deporte	86% de mayor actividad deportiva en el ciclismo de alta montaña durante los tres meses mientras dure la campaña	25	óptimo	3 meses	Quito	Medio

COMPONENTES	Las autoridades se interesan por involucrar a más personas en este deporte	60% de las autoridades se interesan por involucrar a más personas durante tres meses mientras dure la campaña	30	óptimo	3 meses	Quito	Medio
COMPONENTES	Mayor interés de estos lugares	40% de mayor interés de estos lugares durante tres meses mientras dure la campaña durante tres meses mientras dure la campaña	40	óptimo	3 meses	Quito	Medio
COMPONENTES	Existen las oportunidades necesarias para incentivar a los jóvenes a participar del ciclismo	40% existen las oportunidades necesarias para incentivar a los jóvenes a participar del ciclismo durante tres meses mientras dure la campaña	30	óptimo	3 meses	Quito	Medio
ACTIVIDADES	Campaña informativa sobre las rutas adecuadas	70% de la campaña informativa sobre las rutas adecuadas durante tres meses mientras dure la campaña	20	óptimo	3 meses	Quito	Medio
ACTIVIDADES	Diseñar piezas graficas con la información sobre el ciclismo	2 piezas graficas con la información sobre el ciclismo durante tres meses mientras dure la campaña	2	óptimo	3 meses	Quito	Medio

ACTIVIDADES	Realizar informativos de las rutas en buen estado	1 informativo de las rutas en buen estado durante tres meses mientras dure la campaña	1	óptimo	3 meses	Quito	Medio
ACTIVIDADES	Realizar una campaña para involucrar lugares turísticos en los cuales se pueda realizar ciclismo de alta montaña	1 campaña para involucrar lugares turísticos en los cuales se pueda realizar ciclismo de alta montaña durante tres meses mientras dure la campaña	1	óptimo	3 meses	Quito	Medio
ACTIVIDADES	Realizar un spot de los lugares en donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña	1 spot de los lugares en donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña durante tres meses mientras dure la campaña	1	óptimo	3 meses	Quito	Medio
ACTIVIDADES	Realizar una campaña informativa para promover eventos de ciclismo	1 campaña informativa para promover eventos de ciclismo durante tres meses mientras dure la campaña	1	óptimo	3 meses	Quito	Medio

ACTIVIDADES	Diseñar la señalética de las rutas más adecuadas para ciclistas de alta montaña amateur, riesgo medio y expertos	1 diseñar la señalética de las rutas más adecuadas para ciclistas de alta montaña amateur, riesgo medio y expertos tres meses mientras dure la campaña	1	óptimo	3 meses	Quito	Medio
--------------------	--	--	---	--------	---------	-------	-------

4.04.3 Selección de Indicadores

Tabla 5

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTA JE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
F1.1	Incremento de la actividad deportiva	El 60% del incremento de la actividad deportiva durante los 3 meses, mientras dura la campaña	*	*	*	*	*	5	Si
F2.1	Personas productivas emprendedoras	El 70% de personas productivas emprendedoras durante los tres meses, mientras dure la campaña	*			*	*	3	No
F3.1	Bajos niveles de personas accidentadas	53% de bajos niveles de personas accidentadas durante los tres meses, mientras dure la campaña	*	*	*	*	*	5	Si
F1	Conocimiento amplio sobre este deporte	68% de conocimiento amplio sobre este deporte durante los tres meses, mientras dure la campaña	*	*		*	*	4	Si
F2	Jóvenes Saludables	50% de jóvenes saludables durante 2 meses mientras dure la campaña	*	*	*		*	4	Si

F3	lugares óptimos para realizar este deporte	60% de lugares óptimos para realizar este deporte durante 3 meses mientras dure la campaña	*	*	*		*	4	Si
P1	Campaña informativa para dar a conocer las mejores alternativas y rutas para realizar ciclismo de alta montaña en el sur de Quito	80% de mayor conocimiento de las alternativas y rutas de ciclismo durante los tres meses mientras dure la campaña	*	*	*	*	*	5	Si
C1	Información necesaria de cómo desarrollar este deporte	70% de la información necesaria de cómo desarrollar este deporte durante tres meses mientras dure la campaña	*	*		*	*	4	Si
C2	Mayor actividad en el deporte	86% de mayor actividad deportiva en el ciclismo de alta montaña durante los tres meses mientras dure la campaña	*	*	*	*	*	5	Si
C3	Las autoridades se interesan por involucrar a más personas en este deporte	60% de las autoridades se interesan por involucrar a más personas durante tres meses mientras dure la campaña	*		*	*	*	4	Si

C1.1	Mayor interés de estos lugares	40% de mayor interés de estos lugares durante tres meses mientras dure la campaña durante tres meses mientras dure la campaña	*	*	*	*	*	5	Si
C2.1	Existen las oportunidades necesarias para incentivar a los jóvenes a participar del ciclismo	40% existen las oportunidades necesarias para incentivar a los jóvenes a participar del ciclismo	*	*		*	*	4	Si
C3.1	Campaña informativa sobre las rutas adecuadas	70% de la campaña informativa sobre las rutas adecuadas durante tres meses mientras dure la campaña	*	*		*	*	4	Si
A1	Diseñar piezas gráficas con la información sobre el ciclismo	2 piezas graficas con la información sobre el ciclismo durante tres meses mientras dure la campaña	*	*	*	*	*	5	Si
A2	Realizar informativos de las rutas en buen estado	1 informativo de las rutas en buen estado durante tres meses mientras dure la campaña	*	*	*	*	*	5	Si
A3	Realizar una campaña para involucrar lugares turísticos en los cuales se pueda realizar ciclismo de alta montaña	1 campaña para involucrar lugares turísticos en los cuales se pueda realizar ciclismo de alta montaña durante tres meses mientras dure la campaña	*	*	*	*	*	5	Si

A1.1	Realizar un spot de los lugares en donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña	1 spot de los lugares en donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña durante tres meses mientras dure la campaña	*	*	*	*	*	5	Si
A2.1	Realizar una campaña informativa para promover eventos de ciclismo	1 campaña informativa para promover eventos de ciclismo durante tres meses mientras dure la campaña	*	*	*	*	*	5	Si
A3.1	Diseñar la señalética de las rutas más adecuadas para ciclistas de alta montaña amateur, riesgo medio y expertos	1 diseño de la señalética de las rutas más adecuadas para ciclistas de alta montaña amateur, riesgo medio y expertos durante tres meses mientras dure la campaña	*	*	*	*	*	5	Si

4.04.3 Medios de Verificación

Tabla 6

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
F1.1	Incremento de la actividad deportiva	El 60% del incremento de la actividad deportiva durante los 3 meses, mientras dura la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador
F3.1	Bajos niveles de personas accidentadas	53% de bajos niveles de personas accidentadas durante los tres meses, mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador
F1	Conocimiento amplio sobre este deporte	68% de conocimiento amplio sobre este deporte durante los tres meses, mientras dure la campaña	Primaria	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador
F2	Jóvenes Saludables	50% de jóvenes saludables durante 2 meses mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador

F3	lugares óptimos para realizar este deporte	60% de lugares óptimos para realizar este deporte durante 3 meses mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
P1	Campaña informativa para dar a conocer las mejores alternativas y rutas para realizar ciclismo de alta montaña en el sur de Quito	80% de mayor conocimiento de las alternativas y rutas de ciclismo durante los tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Encuestas	Cualitativo	3 meses	Investigador
C1	Información necesaria de cómo desarrollar este deporte	70% de la información necesaria de cómo desarrollar este deporte durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Encuestas	Cualitativo	6 meses	Investigador
C2	Mayor actividad en el deporte	86% de mayor actividad deportiva en el ciclismo de alta montaña durante los tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
C3	Las autoridades se interesan por involucrar a más personas en este deporte	60% de las autoridades se interesan por involucrar a más personas durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador

C1.1	Mayor interés de estos lugares	40% de mayor interés de estos lugares durante tres meses mientras dure la campaña durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
C2.1	Existen las oportunidades necesarias para incentivar a los jóvenes a participar del ciclismo	40% existen las oportunidades necesarias para incentivar a los jóvenes a participar del ciclismo	Primaria	Encuestas	Cualitativo	6 meses	Investigador
C3.1	Campaña informativa sobre las rutas adecuadas	70% de la campaña informativa sobre las rutas adecuadas durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A1	Diseñar piezas gráficas con la información sobre el ciclismo	2 piezas graficas con la información sobre el ciclismo durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A2	Realizar informativos de las rutas en buen estado	1 informativo de las rutas en buen estado durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador

A3	Realizar una campaña para involucrar lugares turísticos en los cuales se pueda realizar ciclismo de alta montaña	1 campaña para involucrar lugares turísticos en los cuales se pueda realizar ciclismo de alta montaña durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A1.1	Realizar un spot de los lugares en donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña	1 spot de los lugares en donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A2.1	Realizar una campaña informativa para promover eventos de ciclismo	1 campaña informativa para promover eventos de ciclismo durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A3.1	Diseñar la señalética de las rutas más adecuadas para ciclistas de alta montaña amateur, riesgo medio y expertos	1 diseño de la señalética de las rutas más adecuadas para ciclistas de alta montaña amateur, riesgo medio y expertos durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cuantitativo	6 meses	Investigador

4.04.4 Supuestos

Tabla 7

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F1.1	Incremento de la actividad deportiva	La actividad deportiva se ha incrementado en un 90% a nivel de toda la ciudad			*		
F3.1	Bajos niveles de personas accidentadas	Muy pocos niveles de personas accidentadas al practicar este deporte				*	
F1	Conocimiento amplio sobre este deporte	Las personas tienen mayor conocimiento e interés por el ciclismo de alta montaña			*		
F2	Jóvenes Saludables	Se ha observado un gran incremento de jóvenes activos	*		*	*	

F3	lugares óptimos para realizar este deporte	Se ha distribuido correctamente mas lugares para el ciclismo en las diferentes elites				*	*
P1	Campaña informativa para dar a conocer las mejores alternativas y rutas para realizar ciclismo de alta montaña en el sur de Quito	Las personas están más interesadas por la información correcta de este deporte lo cual ha producido que existan más personas que lo practiquen			*		
C1	Información necesaria de cómo desarrollar este deporte	Los ciclista poseen una mayor información sobre cómo y en qué lugares practicar este deporte			*		
C2	Mayor actividad en el deporte	Se ha incrementado en un 90% las personas que realizan deportes en toda la ciudad			*	*	
C3	Las autoridades se interesan por involucrar a más personas en este deporte	Las autoridades han tomado en cuenta los deportes que no tienen muchos adeptos y han hecho más lugares para practicar este deporte	*		*		

C1.1	Mayor interés de estos lugares	Se ha incrementado en un 80% los lugares en los cuales existen las rutas para el ciclismo de alta montaña	*			*	
C2.1	Existen las oportunidades necesarias para incentivar a los jóvenes a participar del ciclismo	Se ha cubierto totalmente las inquietudes y oportunidades para incentivar a mas jóvenes a practicar de este deporte			*		
C3.1	Campaña informativa sobre las rutas adecuadas	Las campañas han cubierto totalmente indicando de cuáles son las rutas más adecuadas para realizar el ciclismo de alta montaña	*		*	*	
A1	Diseñar piezas gráficas con la información sobre el ciclismo	Las piezas graficas han cumplido con el máximo objetivo el cual era informar sobre el ciclismo y sus beneficios	*		*		
A2	Realizar informativos de las rutas en buen estado	Las personas tienen un mayor conocimiento de todas las rutas en buen estado en cuales pueden ir a practicar.			*		

A3	Realizar una campaña para involucrar lugares turísticos en los cuales se pueda realizar ciclismo de alta montaña	Los deportistas y ciclistas han encontrado rutas adecuadas en los pueblos de Quito que son aptos para realizar y practicar este deporte	*			*	
A1.1	Realizar un spot de los lugares en donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña	Los spot han cumplido con un 90% de informar sobre los lugares en donde poder practicar el ciclismo de alta montaña	*		*	*	
A2.1	Realizar una campaña informativa para promover eventos de ciclismo	Las campañas publicitarias han cumplido con un 90% de informar a las personas sobre el ciclismo de alta montaña	*		*	*	
A3.1	Diseñar la señalética de las rutas más adecuadas para ciclistas de alta montaña amateur, riesgo medio y expertos	Las personas tienen una mayor confianza de transitar por las rutas porque estas están bien definidas y con la señalética ubicada correctamente en los puntos estratégicos	*		*	*	

4.04.5 Matriz Marco Lógico

Tabla 8

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación					Supuestos
		Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable	
Incremento de la actividad deportiva F1.1	El 60% del incremento de la actividad deportiva durante los 3 meses, mientras dura la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador	La actividad deportiva se ha incrementado en un 90% a nivel de toda la ciudad
Bajos niveles de personas accidentadas F3.1	53% de bajos niveles de personas accidentadas durante los tres meses, mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador	Muy pocos niveles de personas accidentadas al practicar este deporte
Conocimiento amplio sobre este deporte F1	68% de conocimiento amplio sobre este deporte durante los tres meses, mientras dure la campaña	Primaria	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador	Las personas tienen mayor conocimiento e interés por el ciclismo de alta montaña
Jóvenes	50% de jóvenes	Primaria	Observación	Cualitativo	6 meses		Se ha observado un

Saludables F2	saludables durante 2 meses mientras dure la campaña					Investigador	gran incremento de jóvenes activos
lugares óptimos para realizar este deporte F3	60% de lugares óptimos para realizar este deporte durante 3 meses mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador	Se ha distribuido correctamente mas lugares para el ciclismo en las diferentes elites
Campaña informativa para dar a conocer las mejores alternativas y rutas para realizar ciclismo de alta montaña en el sur de Quito P1	80% de mayor conocimiento de las alternativas y rutas de ciclismo durante los tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Encuesta	Cualitativo	3 meses	Investigador	Las personas están más interesadas por la información correcta de este deporte lo cual ha producido que existan más personas que lo practiquen
Información necesaria de cómo desarrollar este deporte C1	70% de la información necesaria de cómo desarrollar este deporte durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Encuestas	Cualitativo	6 meses	Investigador	Los ciclista poseen una mayor información sobre cómo y en qué lugares practicar este deporte

Mayor actividad en el deporte C2	86% de mayor actividad deportiva en el ciclismo de alta montaña durante los tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador	Se ha incrementado en un 90% las personas que realizan deportes en toda la ciudad
Las autoridades se interesan por involucrar a más personas en este deporte C3	60% de las autoridades se interesan por involucrar a más personas durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador	Las autoridades han tomado en cuenta los deportes que no tienen muchos adeptos y han hecho más lugares para practicar este deporte
Mayor interés de estos lugares C1.1	40% de mayor interés de estos lugares durante tres meses mientras dure la campaña durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador	Se ha incrementado en un 80% los lugares en los cuales existen las rutas para el ciclismo de alta montaña

Existen las oportunidades necesarias para incentivar a los jóvenes a participar del ciclismo C2.1	40% existen las oportunidades necesarias para incentivar a los jóvenes a participar del ciclismo	Primaria	Encuestas	Cualitativo	6 meses	Investigador	Se ha cubierto totalmente las inquietudes y oportunidades para incentivar a mas jóvenes a practicar de este deporte
Campaña informativa sobre las rutas adecuadas C3.1	70% de la campaña informativa sobre las rutas adecuadas durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador	Las campañas han cubierto totalmente indicando de cuáles son las rutas más adecuadas para realizar el ciclismo de alta montaña
Diseñar piezas graficas con la información sobre el ciclismo A1	2 piezas graficas con la información sobre el ciclismo durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador	Las piezas graficas han cumplido con el máximo objetivo el cual era informar sobre el ciclismo y sus beneficios

Realizar informativos de las rutas en buen estado A2	1 informativo de las rutas en buen estado durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	Investigador	Las personas tienen un mayor conocimiento de todas las rutas en buen estado en cuales pueden ir a practicar.
Realizar una campaña para involucrar lugares turísticos en los cuales se pueda realizar ciclismo de alta montaña A3	1 campaña para involucrar lugares turísticos en los cuales se pueda realizar ciclismo de alta montaña durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cualitativo	6 meses	Investigador	Los deportistas y ciclistas han encontrado rutas adecuadas en los pueblos de Quito que son aptos para realizar y practicar este deporte
Realizar un spot de los lugares en donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña A1.1	1 spot de los lugares en donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cualitativo	6 meses	Investigador	Los spot han cumplido con un 90% de informar sobre los lugares en donde poder practicar el ciclismo de alta montaña

Realizar una campaña informativa para promover eventos de ciclismo A2.1	1 campaña informativa para promover eventos de ciclismo durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Entrevista	Cualitativo	6 meses	Investigador	Las campañas publicitarias han cumplido con un 90% de informar a las personas sobre el ciclismo de alta montaña
Diseñar la señalética de las rutas más adecuadas para ciclistas de alta montaña amateur, riesgo medio y expertos A3.1	1 diseño de la señalética de las rutas más adecuadas para ciclistas de alta montaña amateur, riesgo medio y expertos durante tres meses mientras dure la campaña	Primaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador	Las personas tienen una mayor confianza de transitar por las rutas porque estas están bien definidas y con la señalética ubicada correctamente en los puntos estratégicos



CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.01 Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta

Después de conocer de más de siete accidentes de tránsito que involucraron a ciclistas, la Alcaldía se reunió con ellos y llegaron a siete compromisos: iniciar una campaña de concienciación para respetar a los deportistas; diseñar un plan de mejoramiento y ampliación de la infraestructura para los ciclistas; implementar un plan emergente de señalética en los lugares donde entrenan los ciclistas; constituir una veeduría para observar el control policial del tránsito y el proceso de juzgamiento de los casos de accidentes; ampliar la red de chaquiñanes y ciclo rutas, mejorar ciclovías e introducir la política de utilización de las vías compartidas; plantear dos ordenanzas: una de seguridad vial y otra para declarar como zonas de seguridad los chaquiñanes y ciclovías; y conformar una comisión permanente.

El primer acuerdo cumplido fue el de conformar la comisión integrada por representantes del Municipio y la Secretaría de Movilidad, una representación de concejales metropolitanos y otra de representantes de los diversos grupos de ciclistas, quienes acordaron reunirse cada 15 días. Por parte de los ciclistas existen ocho representantes, entre ciclistas de élite y urbanos.

Otro de los puntos del acuerdo, que ya se ha aplicado, es iniciar una campaña de concienciación para toda la ciudadanía. María Cuestas, representante de Ciclópolis, explica que la campaña es de “shock”, es decir, llamar la atención de la gente; pero el siguiente paso será incentivar el respeto a los ciclistas y la utilización de la bicicleta.



Con respecto a la señalética, Francisco Cobos, vocero de los ciclistas de élite, explicó que aún trabajan en la ejecución de este punto. La señalización se realizará en las vías principales, desde Calderón hasta Tambillo, con el fin de garantizar el espacio de los ciclistas, que es de 1,5 metros desde la acera.

Se iniciará la obra en los alrededores del parque La Carolina, sitio clave de práctica para los deportistas. En el lugar entrenan los martes y jueves, desde 04:30 hasta las 05:30.

Entre otras actividades que realizó el grupo de trabajo está un recorrido por la ruta El Chaquiñán -en Cumbayá-, que es utilizada, principalmente, para el entrenamiento de ciclismo de montaña. Allí se detectaron los puntos críticos de la ruta para posteriormente colocar la señalización.

Cuestas aclaró que en las reuniones también se planifican actividades para los ciclistas urbanos. Por ejemplo, dentro de seis meses se construirán 45 kilómetros de ciclovía en toda la ciudad, pues en la actualidad son 14 kilómetros.

Agregó que, a más de buscar beneficios para los ciclistas, Ciclópolis ha realizado pedidos para fomentar el uso del transporte no motorizado y público. Según datos de la entidad, la ciudad cuenta con el 23% de vehículos privados y estos utilizan el 80% de las vías.

La Secretaría de Movilidad ha destinado 400 mil dólares para publicidad, incluidos 50 mil dólares para señalética, como parte del presupuesto que el Municipio entregó para esta causa.



A pesar de las campañas de concienciación, aún hay quienes no respetan a los ciclistas, así como ciclistas que no respetan al peatón. María Bonilla cuenta que en la avenida Colón los ciclistas pasan por la acera a alta velocidad y “en varias ocasiones me he librado de que me atropellen.

5.02 Descripción de la herramienta

Es una campaña informativa para dar a conocer las mejores alternativas y rutas de ciclismo de alta montaña que existen en el sur de Quito, exactamente en los pueblos de Lloa y Palmira ya que existen rutas que son hechas para poder realizar ciclismo de alta montaña pero no existe un lugar en el cual se pueda llegar y te indiquen toda la información necesaria de la duración, lugares para descansar, las rutas que están habilitadas es por este motivo que se ha decidido con esta campaña y a través de informativos, spots, promoción de eventos entre otras piezas publicitarias informar los beneficios que se logra al realizar el ciclismo uno de ellos es conocer nuevos lugares en los cuales no solo existen senderos sino también es rica en la flora y fauna además que existen diferentes hosterías a lo largo del camino y en esos lugares se puede realizar otras actividades que pueden complementar a una salida entre amigos o en familia.

Las piezas publicitarias así como los medios que se va a utilizar van a ayudar a complementar y vamos a lograr que las personas entiendan que no solo es un deporte de riesgo como algunas lo piensan sino que también es una forma de conocer y obtener beneficios que sin tener que salir de la ciudad pueden obtener.

Además en estas salidas también es una buena forma para socializar e incluir a más personas ya pueden ser jóvenes, ciclistas o deportistas que les guste la aventura cada persona es libre de escoger si aventurarse dos días o llegar a un punto en el cual disfrutar de lo que te ofrecen, esto



no solo va a permitir que se incremente la economía de ciertos lugares sino que además estamos valorando lo que existe en nuestra ciudad y a través de estas personas logramos que las autoridades locales se preocupen un poco mas por brindar la atención necesaria que se merecen tanto los pobladores del lugar como los turistas que todos los fines de semana los visitan.

5.03 Formulación del proceso de aplicación

Esta campaña la vamos aplicar en el pueblo de Lloa y Palmira ya que son en estos lugares donde se encuentran estas rutas para practicar este deporte que no es muy conocido en toda ciudad, lo vamos a promocionar tanto a nivel de los pueblos y a nivel de la ciudad demostrando que no existe riesgos si se lo practica utilizando las medidas necesarias para hacer de este deporte un incentivo de cómo lograr obtener beneficios sin tener que salir de la ciudad.

Los objetivos de esta campaña son claros, medibles tanto para comunicar los beneficios que producirá al empezar esta campaña, además que para alcanzar estos objetivos también se debe planificar cuidadosamente y considerar las etapas principales que van desde nuestro grupo objetivo hasta la preparación del presupuesto con el que vamos a contar para llegar a la meta que es incluir e informar.

5.04 Área Publicitaria

5.04.1 Brief Publicitario:

El ciclismo de montaña, considerado un deporte de inercia, es un ciclismo de competición realizado en circuitos naturales generalmente a través de bosques por caminos angostos con cuevas empinadas y descensos muy rápidos. Las bicicletas suelen ser hechas de aluminio,



titanio, carbono u otras aleaciones lo más ligeras posibles, llevan suspensión delantera regulable a través de resorte, aire o aceite u ambas; algunas usan también amortiguador para la llanta trasera la cual la denominan shock; la mayoría usa cambios de 9 velocidades en el piñón de la rueda posterior y 3 velocidades en la catalina, es decir tres platos de dientes. El freno viene accionado a través de una maneta normalmente metálica. Ahora existen también los frenos de llanta, con pastillas neumáticas o a su vez los frenos de disco que te permiten mayor fuerza al frenar y son mucho más confiables de igual forma accionadas por un cable metálico o través de un sistema hidráulico.

Adicionalmente se requiere el uso de los siguientes accesorios: casco especial, guantes de dedos largos, pedales clip y zapatillas especiales para este tipo de pedal.

Existen algunas de las modalidades las cuales se puede realizar en el ciclismo de alta montaña:

Campo a través o rally

Son competencias que se realizan por senderos ascendente y descendente que suelen disputarse en circuitos de 7-10 km de longitud a los que se efectúan varias vueltas. Todos los corredores parten al mismo tiempo. Aquí las pulsaciones medias suelen ser entre 170-180 ppm.

Suele ser la especialidad competitiva más habitual del ciclismo de montaña, de hecho en el nombre de estas competencias se suele omitir la especialidad concreta y usando el genérico de "ciclismo de montaña" se sobreentiende que se refiere a esta especialidad. La especialidad olímpica, con distancias y normas olímpicas, lleva el código XCO (Cross-country Olympic).



Campo a través por equipos

Es una carrera en el que compiten varios corredores de un equipo dándose relevos una vez llegados a meta.

Campo a través de eliminación

Es una carrera en el que se elimina el último en llegar a meta después de haber hecho un recorrido a través de chaquiñanes y obstáculos naturales tanto como artificiales.

Descenso (Downhill)

Recorrido cuesta abajo con saltos y obstáculos tanto naturales como artificiales de dificultad técnica media o alta en el que los corredores luchan contra el cronómetro de manera individual, en descenso se han registrado varios tipos de récords de velocidad en bicicleta.

Las bicicletas llevan suspensiones delantera y traseras con 200 mm de recorrido, así como frenos de disco de 200 mm también, lo que permite una mayor eficacia de frenado. Las cubiertas de las ruedas son más gruesas (normalmente de 2,5 pulgadas) para asegurar el máximo agarre, y el manillar más ancho (entre 760 y 800 mm) para un mayor control de la bicicleta.

Las protecciones que se usan en este tipo de eventos son el casco, rodillera y espinilleras, peto (traje que incluye protector de columna, pecho y costillas, hombreras, coderas y muñequeras) protector cervical y unas gafas parecidas a las de motocross.



Enduro

Rutas fuera de pista normalmente por montaña donde prima la diversión, técnica y esfuerzo físico. Son bicicletas de doble suspensión y largo recorrido donde normalmente se buscan senderos, trialeras con dificultades técnicas y descensos al estilo de DH. La principal diferencia con este último es que no se utilizan remotes mecánicos, se sube pedaleando, además son bicicletas de 140-180 de recorrido y ya se están viendo campeonatos de esta modalidad en el mundo.

Eslalom

Parecida al descenso, en la cual se compete en una pista en bajada, con banderas y puertas al estilo del esquí.

Existe la variante Dual slalom con dos corredores bajando por descensos paralelos de corta longitud. El primero en llegar a la meta pasa a la siguiente ronda.

Maratón de montaña

Especialidad que consiste en una travesía de entre 65 y 100 km, se suele emplear el mismo tipo de bicicleta que en el cross country, aunque algo más compleja, pues la fiabilidad y la comodidad son vitales en carreras tan largas.

Están son alguna de las categorías en la que se puede realizar el ciclismo de alta montaña pero para realizar este tipo de deportes se necesita tener una bicicleta adecuada y armada con las siguientes piezas.



Tipos de bicicleta

- **Rígidas**

Sin suspensiones; los cuadros cuentan con horquilla rígida y la parte posterior del cuadro es sólida, sin suspensión.

- **Suspensión Delantera**

También llamadas semirrígidas. Cuadro rígido, sin mecanismo de suspensión pero reemplaza la horquilla rígida con una horquilla con suspensión.

- **Doble suspensión**

Cuadro con sistema de suspensión trasera y suspensión delantera.

- **Las 26**

Es la medida de rueda más habitual entre las bicicletas de montaña.

- **Las 29**

Con ruedas de 29 pulgadas de diámetro; (Este nuevo tipo de bicicleta requiere componentes específicos, como el cuadro, horquilla de suspensión delantera). Este tipo de bicicletas resultan, por lo general, mejor rodadoras pero menos ágiles. Debido al mayor radio de estas ruedas suelen ser menos rígidas que las de 26 pulgadas.



Técnica de conducción

En el aspecto de la conducción, el ciclista de montaña debe aprender las siguientes técnicas:

- Mantener la bicicleta detenida por al menos 20 segundos. Sin moverse.
- Levantar la rueda delantera sin caerse al asfalto, necesario para sortear obstáculos tales como arroyos, baches.
- Levantar ambas ruedas del suelo sin necesidad de pararse utilizando la técnica, tomada del BMX.
- El término usado en el DH (Downhill) que se refiere al impulsar tu cuerpo hacia abajo activando las suspensiones antes de un salto ya sea en rampa o en un plano.

Es fundamental mantener una gran concentración a la hora de superar obstáculos, ya que de otro modo uno puede dar con su cuerpo en el suelo; incluso en pequeños obstáculos por un exceso de confianza. También el tener un grado de preparación física adecuado: se sufre de cambios de ritmo continuos produciéndose grandes estado de fatiga. Pero que se compensa con la diversión de la actividad, que llega a enganchar a todo tipo de personas sin importar la edad.

Es sumamente importante el uso del equipo de protección sin importar lo bien que se maneje, no hay que confiarse.

Diferentes materiales de los cuadros

Existen diferentes materiales y según el material es el precio para las bicicletas:



Acero

Hay dos tipos, el acero de carbono de alta resistencia es fuerte y duradero, pero no es tan ligero además que posee más alta tecnología, el acero conocido cromo-molibdeno. Se encuentran en bicicletas comerciales tipo montaña como las marcas: Turbo, Benotto, Orbea, Bimex, su peso es de 14 a 17 kilos aproximadamente, según el tamaño y calidad.

Titanio

El titanio presenta propiedades únicas que lo convierten en un excelente material para la construcción de cuadros de bicicleta. Su excelente resistencia a la fatiga y a la corrosión hace que un cuadro no sólo sea extremadamente fuerte y duradero, sino también increíblemente ligero.

Aluminio

Las aleaciones de aluminio tienen una menor densidad y menor resistencia en comparación con las aleaciones de acero, sin embargo, poseen una mejor relación de resistencia-peso, dándoles ventajas notables de peso sobre el acero.

Fibra de carbono

Es el material más liviano de todos. El peso varía según los accesorios, pero en si van desde los 14 a los 9 kilogramos.

Tipos de Suspensión

Elastómeros: conjunto de anillos de goma uno encima del otro.



Resortes: es un sistema muy sencillo. Los resortes se sitúan en la parte interior de los brazos de la horquilla.

Cartucho hidráulico: compuesto por un cartucho de aceite, sistema de aceites.

Cartucho de aire: cartucho sellado y graduable mediante una válvula (situada en el exterior de la válvula).

5.04.2 Problemas comunicacionales

Información:

El grupo objetivo carece de la información necesaria sobre el ciclismo de alta montaña ya que es un deporte poco conocido.

Persuasión:

No se ha logrado informar con las anteriores campañas informativas causando de esta forma el desinterés por este deporte y llegando muy poco al grupo objetivo.

Posicionamiento:

La campaña no está posicionada ya que no existe la suficiente acogida por parte de la sociedad en algunos deportes de riesgo.

Mantenimiento:

No se existen estrategias para que las personas se interesen sobre practicar este deporte.

5.04.3 Objetivos Publicitarios

Información:

Brindar toda la información necesaria para dar a conocer este deporte al grupo objetivo mediante



diseños de piezas graficas e informativos sobre el ciclismo de alta montaña.

Persuasión:

Se lograra esto realizando una campaña para promover eventos de ciclismo en las rutas que existen en Lloa.

Posicionamiento:

Manejar de manera importante la campaña a través de spot publicitario sobre la información del ciclismo de alta montaña lo cual permita a al grupo objetivo interesarse y practicarlo.

Mantenimiento:

Se realizara una campaña para involucrar lugares turísticos donde se pueda realizar ciclismo de alta montaña en la parte del sur de Quito.

5.05.4.1 Estrategia Creativa

¿Cómo Diferenciarse?

En esta campaña se dará a conocer toda la información necesaria de los lugares el tiempo además de los beneficios que lograras cuando practiques este deporte y se lo hará también en los pueblos donde están las rutas, a diferencia de las demás que solo promocionan eventos.

¿Cómo Posicionarse?

Esta campaña se posicionar en la mente del grupo objetivo mediante artes que le permitirán persuadir, recordar además se utilizara los diferentes medios para que las personas obtengan un punto de vista e ideas más claras de lo significa este deporte.



Beneficios Emocionales

Tranquilidad, seguridad, entusiasmo, confianza, optimismo, felicidad, satisfacción.

Beneficios Racionales

Calidad, organización, participación, colaboración, inducción, experimentación, creación.

Tono:

Competitivo

Estilo:

Juvenil

Insight: Confianza, participación

5.05.4.2 Mensaje Básico:

Satisfacer nuevas experiencias te genera más confianza para participar.

5.05.4.3 Eje de Campaña:

La experiencia de participar.

5.05.4.4 Reason Why:

Mensaje Básico

Por que cuando alguna persona conoce o practica algo nuevo y siente seguridad opta por seguirlo practicando y busca que más personas también disfruten de este deporte.



Tono: Competitivo por que existen otros deportes y lo que se quiere lograr es más interés en el ciclismo de alta montaña.

Estilo: Va dirigido a un grupo objetivo entre jóvenes y adultos en rango de edad de 17 a 60 años.

Insight: Porque se quiere que las personas tengan más confianza al practicar este deporte, participación para lograr que más personas se unan a practicar de este deporte.

Slogan:

Conocer y experimentar es confiar ti mismo.

5.05.5 Plan y Estrategia de medios

5.05.5.1 Medio Principal

Spot Publicitario

5.05.5.2 Medio Secundario

Publicidad Prensa

5.05.5.3 Medio Auxiliar

Red Social, Roll up, Afiches, Volantes.



5.05.6 Presupuestos de Medios

Presupuesto de Medios

Spot Publicitario:

Medio Principal

Canal: Teleamazonas **Bloque:** early

Spot: 30"

Tabla 11

PROGRAM A	HORARI O	BLOQU E	TARGE T	BAS E	RATIN G	DURACIO N SPOT	VALO R DE SPOT	Nº REPETICIONE S	TOTAL INVERSI O N	SOBRANT E
Programa F	13H00 a 14H00	AA	18+	5,8	5,5	30	957	6	5742	

Medio Secundario

Publicidad Prensa

Tabla 12

Periódico	Ubicación	Formato	L	M	M	J	V	S	D	Valor Individual	N. de avisos	Total Inversión
El comercio	Pagina central sección c	pagina horizontal				*				1590	2	3180

Medio Auxiliar

Tabla 13

Producto	Inversión	Porcentaje
Red Social	800	50
Afiches	130	50
Volantes	110	50
Roll up	112	50
	1152	

Flow Chart

Tabla 9

Medio	Inversión	Porcentaje	Sobrante
Medio Principal			
Televisión			
Teleamazonas	5742	100	
Total Inversión	17,226	100	0
Medio Secundario			
Prensa			
El Comercio	3180	100	
Total Inversión	3180	100	0
Medio Auxiliar			
Red Social	800	50	
Afiches	130	50	
Volantes	110	50	
Roll up	112	50	
Total Inversión	1152	200	0
Total	21,558		
Presupuesto de producción +	2,940		
	24,498		
	+10%		
TOTAL PLAN DE MEDIOS	26,947		



Presupuesto de producción

Tabla 10

Medios	Inversión
Spot	1,000
Cuña	500
Roll up	40
prensa	800
Internet/redes	300
S	
Afiches /flyers	300
TOTAL	2,940

5.05.7 Diseño de piezas gráficas

Spot Publicitario

Guión Literario

-Lloa

-Cerca de Quito

-Las mejores rutas llenas de adrenalina

*Toma general de Lloa

*Grupo de jóvenes preparándose para salir

*Jóvenes revisando las bicicletas que estén listas para recorrer

-Tú eliges y tú te limitas

-No lo intentes, Hazlo



*Personas pedaleando por los senderos tanto de tierra como por vegetación

* Personas descansando sobre rocas

-Se inscriben en todas las carreras, rara vez ganan

-No les importa el cansancio, lo importante es participar

*Jóvenes cargando su bicicleta en los hombros

*Compañero ayudando a otro que se le bajo la llanta

*Compañeros ayudando a un amigo lastimado

-La amistad los mantienen siempre juntos

-Creen que han conquistado el mundo, pero han conquistado su espíritu de seguir adelante

*Imagen de todos unidos

*Compartiendo y conversando

*Algunas personas sobre camionetas porque están demasiados cansados

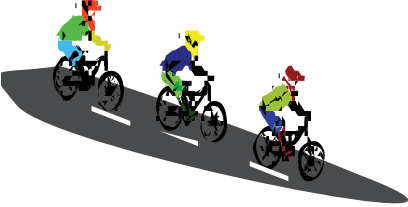
Todo esto te permite vivir el ciclismo

La confianza de conocer nuevas experiencias.

Guión Técnico:

Tabla 14

Equipo Requerido	Escena	Plano	Descripción Imagen Acción Imagen	Audio		Tiempo Duración
					Texto	
Cámara Fotográfica Trípode	1	Plano General	Aparecen varias frases intercaladas sobre un fondo blanco	Llo a Cerca de Quito Las mejores rutas llenas de adrenalina	-Lloa -Cerca de Quito -Las mejores rutas llenas de adrenalina	3''
Cámara Fotográfica Trípode	2	Gran Plano General	Una toma del pueblo de Lloa, aparece un grupo de jóvenes alistándose para comenzar a recorrer los diferentes senderos.			4''

Cámara Fotográfica Trípode	3	Plano Corto	En esta escena aparece una persona ayudando a arreglar su bicicleta aun compañero			4"
Cámara Fotográfica Trípode	4	Plano General	Aparecen dos frases las cuales se funden sobre un fondo blanco	Tú eliges y tú te limitas No lo intentes Hazlo	-Tú eliges y tú te limitas -No lo intentes, Hazlo	3"
Cámara Fotográfica Trípode	5	Plano General	En esta escena se muestra una toma de varias personas pedaleando por diferentes senderos			4"

Cámara Fotográfica Trípode	6	Plano Corto	Se muestra a personas descansando, y sus bicicletas a sus lados			3"
Cámara Fotográfica Trípode	7	Plano General	Aparecen dos frases de igual forma se funden sobre un fondo blanco	-Se inscriben en todas las carreras rara vez ganan -No les importa el cansancio lo importante es participar	-Se inscriben en todas las carreras rara vez ganan -No les importa el cansancio, lo importante es participar	3"
Cámara Fotográfica Trípode	8	Plano General	En esta escena se observa a jóvenes cargando su bicicleta a un compañero ayudando a su amigo que se ha lastimado			4"

	9	Plano General	Aparece varias imágenes del grupo abrazado y reunidos compartiendo experiencias y aparecen dos frases		-La amistad los mantiene siempre juntos -Creen que han conquistado el mundo, pero han conquistado su espíritu de seguir adelante	4''
	10	Plano General	Aparecen varias frases terminando con el slogan	-Todo esto te permite vivir el ciclismo -La confianza de conocer nuevas experiencias	-Todo esto te permite vivir el ciclismo -La confianza de conocer nuevas experiencias	4''

Hoja Volante

Grafico 7



Imagen Corporativa

Las medidas de la siguiente pieza publicitaria son de 2480 pixeles de ancho por 3580 de largo para la realización de la hoja volante, ya que es un tamaño prudente para su colocación en el área determinada para este elemento.



Retícula

La retícula está compuesta por varias imágenes, una de ellas es la principal que está en la parte superior y encontramos cuatro imágenes en la parte inferior que logra un equilibrio visual deseado y gracias a la composición visual se logra tener un mayor atractivo en las personas.

Titulares

Los titulares corresponden a la información necesaria para llegar al grupo objetivo.

Cuerpo de Texto

Se ha empleado la información de lo que es el ciclismo de alta montaña además que los colores y la forma de cómo están ubicados permite tener una atracción visual, las fotografías complementan lo que está en la información y permite abarcar una mayor atracción de lo que es el ciclismo.

Tipografía

Familia tipográfica Chandstate

Se empleo la fuente Chandstate como objetivo que la tipografía obtenga una parte importante y así podrá tener su propio espacio como algo representativo, además que está encargada de representar la información con bastante claridad.

Imágenes

Se ha utilizado una fotografía grande en la parte superior de varios ciclistas que están posando en una ruta de ciclismo además que existen más fotografías en la parte inferior que complementan la hoja volante

Afiche

Grafico 8



Imagen Corporativa

Las medidas de esta pieza publicitaria son de 3508 pixeles de ancho por 4961 pixeles de largo para la realización del afiche, ya que es un tamaño ideal para visualizarlo y mirar los eventos que se realizaran a futuro.



Retícula

La retícula está compuesta por dos imágenes están centradas y fusionadas lo cual es ideal para promocionar los diferentes eventos de ciclismo.

Titulares

Los titulares corresponden a los eventos que se promocionaran en este afiche.

Cuerpo de Texto

Se ha empleado la información de todo el evento que se realizara, el color empleado es el verde ya que está relacionado con la naturaleza porque es el lugar por el cual se realizan estos eventos y la forma de cómo están ubicados permite una atracción visual.

Tipografía

Familia tipografía Nasalization

La tipografía empleada es Nasalization la cual permite una visualización de la información que es clara y concisa.

Imágenes

Se ha utilizado dos fotografías las cuales están fusionadas complementadas por un efecto que permite que la fotografía no esté descuadrada y muestre de lo que se trata este afiche.

Señaletica

Grafico 9



Imagen Corporativa

Las medidas de la señalética ya que es el tamaño adecuado para que los ciclistas la observen desde una distancia prudente.

Retícula

La retícula está compuesta por una línea de color negro que esta hecha en forma de una vía además que sirve de división entre la figura y el texto de la señal a la que corresponde.

Material

Es de acero, tamaño estándar, se lo realiza en vinil reflectivo, grado de ingeniería en plotter de corte, esto quiere decir la intensidad del vinil.

Roll up

Grafico 10



EVENTO DE CICLISMO URBANO LLOA - PALMIRA

BIENVENIDOS A LLOA

- Centro de Interpretación ↑
- Plaza Central ↗
- Ruta Lloa-Palmira ↖

Distancia: Aprox. 24 km ida y regreso
Lugar de salida: Parque central de Lloa
Hora de Salida: 9:00 a.m. (puntual)
Nivel de dificultad: Media Alta
Nivel Técnico: Medio
Contactos: 2572407 / 0995725079
Ciclista: \$ 10
Acompañante: \$ 5

CATEGORIAS

- JUNIOR: 14 a 18 años
- ÉLITE
- MASTER
- DAMAS
- y la categoría para divertirse
- TURISMO

INCLUYE

- CARRO ESCOBA
- SEGURIDAD
- INGRESO AL PARQUE RECREACIONAL
- MECÁNICOS DE RECORRIDO

CONOCER Y EXPERIMENTAR ES CONFIAR EN TI MISMO

CAMPAÑA INFORMATIVA PARA DAR A CONOCER LAS MEJORES ALTERNATIVAS Y RUTAS PARA REALIZAR CICLISMO DE ALTA MONTAÑA EN EL SUR DE QUITO



Imagen Corporativa

Las medidas de esta pieza publicitaria son de 1 metro de ancho por 2 metros de largo para la realización de este roll up, ya que es un tamaño ideal para visualizarlo y mirar los eventos que se realizarán a futuro además de incluir lugares turísticos como lo es Lloa y Palmira.

Retícula

La retícula está compuesta por varias imágenes están centradas y fusionadas lo cual es ideal para promocionar los diferentes eventos de ciclismo y el pueblo donde se realizara el ciclismo de alta montaña.

Titulares

Los titulares corresponden a los eventos que se promocionaran en este afiche y el lugar, además de los precios para cada uno de los eventos que se realizara en este pueblo.

Cuerpo de Texto

Se ha empleado la información de todo el evento que se realizara, el color empleado es el verde y el azul ya que está relacionado con la naturaleza porque es el lugar por el cual se realizan estos eventos y la forma de cómo están ubicados permite una atracción visual además que todo va de acuerdo al ciclismo.

Tipografía

Familia tipografía Urban Jungle

La tipografía empleada es Urban Jungle la cual permite una visualización de la información que es clara y concisa además que va de acuerdo al titular que es un evento urbano por eso se utiliza la tipografía antes mencionada

Imágenes

Se ha utilizado dos fotografías las cuales están fusionadas complementadas por un efecto que permite que roll up tenga una estructura correcta los colores que acompañan con un efecto de degradado permite una mejor atracción visual.

Red Social

Grafico 11



Imagen Corporativa

Las medidas de esta pieza publicitaria son de 851px de ancho por 315 pixeles de largo para la realización de esta portada de facebook, ya que es un tamaño ideal para visualizarlo y mirar en la web.



Retícula

La retícula está compuesta por una imagen la cual nos muestra lo que indica el slogan ya que el casco te da confianza, la profundidad de la fotografía te da a entender que se va a conocer nuevos lugares además que la bicicleta esta modificada para atravesar estos senderos.

Titulares

El titular corresponde al slogan de la campaña el cual se lo muestra en esta pieza publicitaria.

Cuerpo de Texto

En este caso no se ha utilizado texto ya que es una red social y la información está dentro de la página.

Tipografía

Familia tipografía Chandstate

La tipografía empleada es Chandstate la cual permite una visualización de la información que es clara y que se mostrara en la web.

Imágenes

Se ha utilizado una fotografía en la cual se muestra lo que nos quiere decir el slogan y la imagen de perfil es el logotipo de la campaña.



VI ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 Recursos

Los recursos utilizados son un ordenador, papel, impresoras, programas de diseño, libros, internet son los únicos recursos utilizados.

- Equipos
- Computador Intel(R) Core(TM)2Duo CPU
- E7500 @ 2.93GHz
- 2.99 GB de RAM
- Cámara de 14.1 mega pixeles

- Software
- Microsoft Word 2007
- Adobe Illustrator CS6
- Adobe Photoshop CS6
- Adobe Flash CS6

Humano

Investigador: Carlos Anchala

Tutor: Ingeniero Pablo Trujillo

Económico

El presupuesto que se ha utilizado a lo largo de esta campaña, esto en cuanto se ha gastado ha sido por mi persona de acuerdo a los diferentes materiales que se necesitaron para poder llevar a



cabo este proyecto ya que la información y los lugares los cuales se pudieron visitar estaban un poco alejados de la ciudad pero sin embargo se logro el objetivo, luego se necesito comprar más instrumentos y mandar a imprimir las artes pero sin embargo la campaña ha sido un éxito en los lugares donde se la va a difundir.

6.02 Presupuesto

Gastos Operativos

Tabla 15

Gastos				Financiación
Lista	Cantidad	Precio	Total	Autor
Impresiones	4	5	20	20
Gastos varios	1	60	60	60

6.03 Cronograma

Tabla 16

No.	Actividad	Responsable	Tiempo					Resultados Esperados
			Mes	Semana				
				1	2	3	4	
1	Aprobación del proyecto presente formulario 001	Directora de la Escuela	Septiembre				*	Dar el visto bueno para iniciar la investigación
2	Desarrollar los antecedentes de la propuesta	Carlos Anchala	Noviembre				*	Definición del contexto del problema
	Desarrollar el análisis de							Identificar todos aquellos que pueden beneficiar directamente construcción del

3	involucrados de las propuesta	Carlos Anchala	Diciembre			*	*	mapeo de involucrados matriz de análisis y selección de los involucrados
4	Capítulo II	Carlos Anchala	Diciembre	*				Involucrados
5	Desarrollar los problemas y objetivos de la propuesta	Carlos Anchala	Enero		*			Formular el problema central negativo, analizar las causas y efectos en torno al problema central, construcción del árbol de problemas y objetivos.
6	Análisis de alternativas, tamaño y localización del proyecto	Carlos Anchala	Enero	*	*			Indicadores medios de verificación Realizados
7	Desarrollar y analizar las alternativas de la propuesta	Carlos Anchala	Marzo			*	*	Definir las acciones concretas a materializar en los diferentes medios posibles Árbol de acciones, matriz de análisis de impactos, diagrama de estrategias, construcción marco lógico

8	Aplicación y desarrollo de la propuesta	Carlos Anchala	Febrero		*	*	*	Presentación y aprobación de la propuesta de la propuesta; área publicitaria, estrategia creativa, plan y estrategia de medios, presupuesto de medios
9	Diseño de las artes	Carlos Anchala	Marzo	*	*	*	*	Artes finalizadas de acuerdo al proyecto
10	Conclusiones y Recomendaciones	Carlos Anchala	Marzo			*	*	Capítulos terminados 6-7



Capítulo VII Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Al realizarse este proyecto de investigación para desarrollar esta campaña informativa fue necesario la utilización de ciertos recursos fundamentales para la organización, clasificación y difusión de la información que se dará a conocer al grupo al que está enfocado, considerando todos los factores que influyen tanto positivos como negativos y todos los beneficios que va a generar el desarrollo de esta campaña hacia el grupo objetivo que está involucrado.

Al terminar este proyecto fue necesario percibir la gran cantidad de personas que se muestran interesadas en practicar este deporte, además que sienten que toda la información dada a llenado sus inseguridades y podrán tomar decisiones que cambien su sentido de mirar ciertos deportes que lo único que hacen es complementar las emociones que surgen al practicarlo.

Los grandes beneficios percibidos al realizarse esta campaña son en los pueblos en donde se los realizo, ya que en estos aumento la afluencia tanto de deportistas como de aficionados que no conocían estos lugares que les permite salir de la rutina diaria y pueden disfrutar de las grandes maravillas del medio ambiente en el que se desarrolla este deporte.

Cuando se realizo esta campaña se conformaron diversos grupos de personas los cuales no solo interactuaron entre sí, también les permitió socializar con los habitantes de los pueblos y conocieron sus costumbres, y la gran cantidad de actividades que se realiza en estos lugares.

Se obtiene como conclusión que en la mayoría de las personas poseen un vago conocimiento sobre ciertos deportes ya que al realizarse esta campaña y según los resultados obtenidos en esta



investigación realizada, el tema a tratarse no era muy relevante para la sociedad ya que la mayoría no poseía conocimientos previos sobre que se trataba este deporte, sin embargo después de poner en práctica y sin alterar su rutina diaria se verifico la buen concepción de las personas hacia el ciclismo de alta montaña como una nueva opción para destacarlo ante los demás deportes.

Para finalizar se puede indicar que el uso de la tecnología también ayuda a los deportes ya que existen nuevos accesorios que permiten mayor comodidad y su desenvolvimiento en estos deportes ya que en la mayoría de estos siempre se cambia el ritmo según las continuas necesidades de las generaciones presentes y futuras, no obstante, para ello siempre se necesita el respaldo de campañas que apoyen a promocionar ciertos lugares que son óptimos para practicar los diferentes deportes que incluyan a la sociedad en general.

7.02 Recomendaciones

Mejorar los procesos de investigación, ampliando la variedad de instrumentos para la recolección de la información, e incluir a las personas que habitan esos lugares para poder generar una relación para el aprendizaje de cómo desarrollarse y desenvolverse en estos lugares que sus accesos no son muy concurridos.

Incentivar y crear ciertos mecanismos para que este deporte comience a ser practicado por una masiva concurrencia de personas y deportistas que deseen hacer de este deporte un estilo de vida, que puede realizarse dentro y fuera de la ciudad, además se puede proponer al Ministerio de Educación y Deporte que analice ciertos factores que no permiten que estos deportes sean tan practicados y las personas no los tomen en cuenta.



Fomentar la producción de campañas y piezas publicitarias para poder realizar las diferentes actividades a lo largo del tiempo que se demore en realizar la campaña ya que la información obtenida pueda contribuir y permitir un elevado nivel de actividad turística y de promoción de estos pueblos donde se va a realizar este deporte.

Dotar con las herramientas necesarias a los lugares de información y comunicación dentro de un sistema en el cual se comience adecuar las necesidades que actualmente exige los pueblos para que no existan conflictos con la información de cómo realizar este deporte, y esto obligara a profundizar los conocimientos sobre este tema y poder orientar a las futuras generaciones interesadas en practicar deportes extremos

Además se recomienda establecer pactos de cooperación entre los pueblos y las personas que van a estar capacitadas para informar sobre las rutas más adecuadas para practicar el ciclismo de alta montaña, además se recomienda acentuar la difusión de las medidas de seguridad del ciclismo, para dar confianza a las personas que les interese practicarlo y esto se deberá hacer mediante el trato personal al momento de repartir los Flyers que serán determinantes a la hora de buscar un deporte extremo.

Para finalizar deberíamos decir que en este deporte siempre se debe tener mucho cuidado y la mejor recomendación es no confiarse ya que podemos decir que no todas las categorías en las que se divide este deporte son peligrosas, pero existen niveles y siempre están divididos de acuerdo a la condición física, técnica y porque no decirlo psicológica ya que no todas las personas tienen las mismas condiciones para poder realizar este deporte, además que también se debe adquirir un equipo de seguridad el cual les permita cuidar su condición física para luego no



tener conflictos, así el avance de la tecnología nos permite informarnos de todo lo que se refiere a este deporte solo es cuestión de tener un poco de afinidad con las cosas que nos hagan sentir bien, eso en cuanto a recomendaciones.



7.03 Referencias Bibliográficas

- www.tenerifebike.net. Ciclismo de alta montaña 18 de enero de 2013
<http://www.tenerifebike.net>
- www.google.com.mx vente al ciclismo de alta montaña febrero 2013 www.ciclored.com
- www.google.com.mx ciclismo de alta montaña Quebrantahueso www.granabike.co
- www.taringa.net técnica de ciclismo de montaña www.todomountainbike.es
- www.mountainbike.org.mx el sitio más importante de mtb www.todomtb.com



7.04 Anexos

