



# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## TRABAJO DE TITULACIÓN

**CARRERA:** Diseño Gráfico

**TEMA:** Promoción de deportes ecológicos como: Trekking, Mountain Bike, Tubing, Rappelling y Canopy practicados en la parroquia de Mindo, provincia de Pichincha, mediante el uso de redes sociales.

**AUTOR/ A:** Franklin Xavier Ramírez Quintana

**TUTOR/ A:** Master. Paola Ortiz

**AÑO:** 2014

## **CARTA DEL AUTOR**

El documento de Proyecto de Grado con título “Promoción de deportes ecológicos como: Trekking, Mountain Bike, Tubing, Rappelling y Canopy practicados en la parroquia de Mindo, provincia de Pichincha, mediante el uso de redes sociales.”, ha sido desarrollado por Franklin Xavier Ramírez Quintana con C.C. No. 1713887600 persona que posee los derechos de autoría y responsabilidad, restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por haberme permitido llegar hasta aquí para cumplir una de mis metas, a mis padres por su apoyo incondicional durante el transcurso de mi carrera, a mis profesores que supieron guiarme con sus conocimientos y encaminarme hasta culminar con esta etapa y prepararme para ser un profesional competitivo en el área de Diseño Empresarial.

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada a mi esposa y a mis hijos que les amo mucho y han sido incondicionales conmigo, a mis padres, mi hermana, a las futuras generaciones que estoy seguro también van a contribuir con sus conocimientos para el progreso turístico de la provincia de Pichincha y de nuestro país.

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	1
1. CAPÍTULO I.....	5
1.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	5
1.2 Mindo.....	5
1.2.1 Turismo .....	6
1.2.2 Turismo y deporte.....	6
1.3 Deportes ecológicos en Mindo.....	7
1.3.1 Indicaciones generales y seguridad .....	8
1.3.2 Rapeling.....	9
1.3.3 Rapel en Mindo.....	11
1.3.4 Ciclismo de montaña en Mindo .....	11
1.3.5 Senderismo o trekking .....	12
1.4 Diseño y comunicación visual .....	13
1.4.1 La comunicación.....	13
1.4.2 Tecnologías aplicadas a la comunicación .....	14
1.4.3 Internet .....	14
1.4.4 Multimedia .....	15
1.4.5 Páginas Web.....	16
1.4.6 Principales elementos de una página web.....	16
1.4.7 Redes sociales.....	16
2 CAPÍTULO II .....	18
2.1 Determinación del mercado objetivo .....	18
2.1.1 Segmentación de Mercado.....	18
2.1.2 Variables de segmentación.....	18
2.1.3 Análisis de la situación competitiva del mercado .....	19
2.1.4 Selección del mercado objetivo .....	19
2.2 Determinación del tamaño de la muestra.....	20
2.2.1 Tipo de muestreo.....	20
2.2.2 Instrumentos y técnicas para la recolección de datos.....	20
2.2.3 Tamaño de la muestra.....	20
2.2.4 Aplicación de encuestas y tabulación de datos.....	21
2.2.5 Tabulación de datos.....	21

2.2.6	Análisis general de datos obtenidos a través de las encuestas aplicadas..	25
2.3	Costos de la propuesta.....	26
2.4	Mercadeo.....	26
2.4.1	Estrategias de promoción .....	27
2.4.2	Estrategia de servicio.....	27
2.4.3	Estrategia de Distribución – Plaza.....	27
3	CAPITULO III.....	29
3.1	Definición y diferenciación del producto: web y redes sociales .....	29
3.2	Naturaleza y usos del servicio.....	30
3.3	Estudio de mercado .....	31
3.3.1	Justificación del segmento.....	31
3.3.2	Factores principales que afectan a la Demanda .....	31
3.4	Producto.....	32
3.5	Concepto e imagen .....	32
3.5.1	Tipografía.....	33
3.6	Evolución del logotipo corporativo .....	34
3.6.1	Proporciones .....	37
3.6.2	Iconografía.....	38
3.7	Especificaciones técnicas del producto .....	39
3.8	Concepto de diseño del sitio web .....	39
3.9	Descripción de las páginas enlazadas.....	43
3.10	Recopilación de datos y concepto de diseño sitio web .....	43
3.10.1	Descripción gráfica del Página web .....	44
3.10.2	Redes sociales.....	46
3.10.3	Recopilación de datos y concepto de diseño para redes sociales .....	46
3.10.4	Descripción gráfica de las redes sociales .....	47
3.11	Anuncios y contenidos realizados para la promoción del producto .....	50
3.12	Validación del producto .....	57
3.12.1	Descripción teórica del Página web “exodusmindo.ec”.....	57
3.12.2	Observación técnica: .....	57
4.	Conclusiones .....	59
5.	Recomendaciones .....	60
6.	Lista de referencias .....	61
7.	ANEXOS .....	63

7.1	Anexo 1: Modelo encuesta .....	63
7.2	Anexo 2: Matriz para validación .....	65

## **IMÁGENES**

Imagen 1: Mapa Turístico de Mindo .....	6
Imagen 2: Sistema de seguridad .....	10
Imagen 3: Productos Multimedia .....	15
Imagen 4: Tilapia .....	35
Imagen 5: Portada de la página principal .....	44
Imagen 6: Interfaz Deportes Ecológicos .....	45
Imagen 7 Interfaz Videos .....	45
Imagen 8: Interfaz Filosofía .....	46
Imagen 9: Interfaz Portada en Facebook .....	47
Imagen 10: Portada en twitter .....	48
Imagen 11: Portada en Pinterest .....	48
Imagen 12: Portada en You Tube .....	49
Imagen 13: Interfaz en Google maps .....	49
Imagen 14: Retícula del Promocional Vegetación .....	50
Imagen 15: Promocional Vegetación .....	51
Imagen 16: Retícula Promocional Fauna .....	51
Imagen 17: Promocional Fauna .....	52
Imagen 18: Retícula Promocional 2 Fauna .....	52
Imagen 19: Promocional 2 Fauna .....	53
Imagen 20: Retícula Promocional Trekking .....	53
Imagen 21: Promocional Trekking .....	54
Imagen 22: Retícula Promocional Mountain Bike .....	54
Imagen 23: Promocional Mountain Bike .....	55
Imagen 24: Retícula Promocional Tubing .....	55
Imagen 25: Promocional Tubing .....	56
Imagen 26: Promocional .....	56

## **FOTOS**

Foto 1: Rafting en Mindo .....	8
Foto 2: Rapeling en Mindo .....	9
Foto 3: Ciclismo en Mindo .....	11
Foto 4: Equipo para la práctica de ciclismo de montaña en Mindo .....	12

## CUADROS

Cuadro 1: Variables de segmentación.....	19
Cuadro 2: Tamaño del universo.....	20
Cuadro 3: Descripción de los costos.....	26
Cuadro 4: Estrategias de Marketing.....	28

## GRÁFICOS

Gráfico 1: Número de personas que han visitado Mindo.....	21
Gráfico 2: Frecuencia de visitas a Mindo .....	22
Gráfico 3: Tiempo de visita a Mindo .....	22
Gráfico 4: Lo que más le atrae de Mindo .....	23
Gráfico 5: Práctica de deportes en Mindo .....	24
Gráfico 6: Medios de publicidad más conocidos .....	24
Gráfico 7: Redes sociales más utilizadas.....	25
Gráfico 8: Canal de distribución .....	28
Gráfico 9: Cromática .....	32
Gráfico 10: Colores de la Imagen Corporativa .....	33
Gráfico 11: Tipografías .....	33
Gráfico 12: Logo y fondo cromático.....	34
Gráfico 13: Estilización del isotipo 1.....	35
Gráfico 14: Estilización del isotipo 2.....	35
Gráfico 15: Imagotipo variación vertical.....	36
Gráfico 16: Logo-Marca variación horizontal .....	36
Gráfico 17: Imagotipo proporciones horizontal .....	37
Gráfico 18: Logo-Marca proporciones vertical.....	37
Gráfico 19: Íconos .....	38
Gráfico 20: Boceto del Inicio de la Página .....	40
Gráfico 21: Retícula con elementos .....	40
Gráfico 22: Boceto de página secundaria .....	41
Gráfico 23: Retícula de página secundaria .....	42



## **INTRODUCCIÓN**

Ecuador es un país con un pequeño territorio que concentra una enorme biodiversidad lo cual favorece ampliamente para el desarrollo de la actividad turística vinculada con la naturaleza. Por otra parte, también existe un marcado interés de la ciudadanía en realizar actividades recreativas en sitios cercanos a las grandes ciudades.

Esta investigación tiene como finalidad proporcionar a deportistas, turistas y público en general, un producto comunicativo que les permita tener un conocimiento más amplio de los deportes ecológicos que se están desarrollando en la parroquia Mindo, para esto se va realizar una identidad corporativa cuyo desarrollo está basado en la aplicación del diseño gráfico, utilizando todas sus herramientas para llegar a nuestro objetivo general que es promocionar el mencionado lugar y los deportes ecológicos a practicar.

Por lo tanto, es necesario conocer las características del lugar, dónde se puede practicar cada deporte, equipos y accesorios necesarios, entre otros aspectos. Es por eso que, vamos a utilizar el potencial que tienen las redes sociales en la actualidad para comunicar, la práctica de deportes ecológicos en este majestuoso rincón de la provincia de Pichincha como lo es, Mindo.

Para que el presente estudio tenga un desarrollo secuencial y lógico lo se ha dividido en tres capítulos, en el capítulo I: Fundamentación Teórica, capítulo II: Diagnostico, capítulo III: Propuesta de la Investigación, por último se describe las conclusiones y recomendaciones.

### **Planteamiento del problema**

La información es limitada sobre los diversos deportes que se pueden practicar en la parroquia de Mindo, la oferta turística va desde paquetes recreativos, que consisten en caminatas, actividades al aire libre, lugares tipo Spa, (<http://www.mindo.com.ec/>) existen sitios creados por inversionistas o propietarios de hosterías, hoteles, restaurantes, aquí se puede acceder a información básica sobre la parroquia de Mindo, ninguna se concentra en promocionar solo deportes ecológicos. La oferta está dirigida al consumidor del rango de edad de 30 años a 60 años, esto conlleva a que la gente no se incentive por practicar deportes ecológicos que favorezcan al cuidado de su salud, la conservación de la naturaleza, disfrute de la gastronomía, etc. Es decir no

se mire a Mindo como la mejor alternativa para hacer turismo y disminuir así los altos niveles de estrés que generan la vida cotidiana.

### **Justificación**

La parroquia de Mindo ubicada en la provincia de Pichincha, se ha convertido en un importante destino para la práctica del ecoturismo o turismo ecológico, sin embargo, no se ha aprovechado el potencial turístico de las diversas actividades que ofrece el lugar para aquellos que buscan estar en contacto con la naturaleza no sólo admirándola, sino involucrándose con ella de forma más activa, sin afectarla.

En la actualidad, la práctica de deportes ecológicos es una opción para jóvenes y adultos que buscan liberarse del estrés de la vida cotidiana y qué mejor si se puede realizar en un espacio verde, ubicado a poca distancia de los centros poblados de la ciudad de Quito.

Además, es importante brindar a los turistas información necesaria acerca de la correcta práctica de deportes ecológicos, para que estas actividades sean realizadas sin poner en peligro su seguridad y con actividades vinculadas al turismo que contribuyen con el desarrollo económico de la comunidad que a la vez promuevan la conservación de la naturaleza.

### **Metodología de la investigación**

El presente estudio se fundamentó en la modalidad del Método Analítico - sintético

### **Tipo de investigación**

#### **Analítico**

Se estudió a la Parroquia de Mindo en una forma global, tomando los elementos más relevantes (principalmente como destino ecoturístico, así como su geografía, clima, biodiversidad), por separado, para luego reconstruirlos. La idea principal es, promocionar los deportes ecológicos en este lugar mediante el uso de redes sociales.

## **Sintético**

Se realizó un breve análisis de los siguientes elementos: ubicación geográfica, población, clima, recursos naturales disponibles, etc.

Se efectuó una investigación de campo para la obtención de datos e información en el lugar para el desarrollo de la propuesta.

Investigación documental se busca información de revistas, consultas bibliográficas, electrónicas, etc.

El instrumento que se utilizó fué la encuesta realizada a los estudiantes, docentes, personal administrativo y de servicios de la Universidad Politécnica Salesiana del campus el Girón, por considerarlo una muestra del grupo objetivo al que va dirigido la propuesta de deportes ecológicos.

Por último se toma en cuenta a la metodología cuantitativa que se basa en la medición de fenómenos sociales, en este caso se hace referencia a crecimiento tecnológico y el uso de las redes sociales en la actualidad.

Dado que la naturaleza de la metodología es descriptiva, también se hace referencia al uso de encuestas para respaldar la investigación.

## **Objetivo general**

- Promocionar los deportes ecológicos como Trecking, Mountain Bike, Tubbing, Rappeling y Canopy que se pueden practicar en la parroquia de Mindo, mediante su difusión adecuada para redes sociales y un sitio web con información óptima, directa y útil.

## **Objetivos específicos**

1. Fundamentar e investigar las normas básicas de seguridad, equipos y accesorios para la práctica de deportes ecológicos y desarrollar esta información en la página web.
2. Diagnosticar y analizar al grupo objetivo al mediante un estudio de mercado para obtener datos, cifras y así realizar una propuesta de diseño adecuado.

3. Elaborar un sitio web que represente al lugar y los deportes ecológicos a practicar en Mindo.
4. Validar la propuesta, su funcionalidad e información acerca de los deportes ecológicos en Mindo en las redes sociales más conocidas.

**La hipótesis o ideas a defender en el proceso investigativo**

¿Puede una apropiada difusión de contenidos relacionados con los deportes ecológicos de la parroquia de Mindo a través de redes sociales, atraer a la práctica de estos deportes e incentivar a los turistas a visitar este lugar?

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

En este capítulo se hace un breve análisis de todos los temas relacionados con la promoción de los deportes ecológicos practicados en la parroquia de Mindo de la provincia de Pichincha, se describe información importante del lugar investigado, los deportes ecológicos en estudio y el turismo, los elementos para el desarrollo de la página web, la identidad corporativa, el uso de las redes sociales, etc. citando los conceptos más importantes.

#### **Marco teórico**

### **1.2 Mindo**

Mindo, está localizado en la provincia de Pichincha, a dos horas de la ciudad de Quito, es un lugar muy discreto, tranquilo y acogedor que ofrece un sin número de alternativas turística y deportivas donde la mayoría del tiempo permanece húmedo gracias a las frecuentes lluvias.

La posibilidad de hacer turismo ecológico, la flora y fauna de Mindo provocó que lo denominen internacionalmente como “Vida de pájaro o Pájaro Importante” de América.

Generalmente el turismo en éste lugar se incrementa en los meses de julio, agosto y septiembre, esto se debe a la terminación del periodo escolar, lo que permite a las personas buscar espacios de esparcimiento para disfrutar de sus vacaciones.

Mindo cuenta con más de 170 especies de orquídeas, varias especies de mariposas. Además es un lugar perfecto la práctica de los diferentes deportes de aventura como: la equitación, el ciclismo de montaña, el descenso de aguas bravas en el río Mindo.

**Imagen 1: Mapa Turístico de Mindo**



Fuente: [https://farm5.staticflickr.com/4089/5086707309\\_4e8e900208.jpg](https://farm5.staticflickr.com/4089/5086707309_4e8e900208.jpg)

### 1.2.1 Turismo

“Son desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo y las actividades emprendidas durante la estancia de esos destinos” (Crosby, 1996)p.10.

### 1.2.2 Turismo y deporte

Hacer turismo y practicar deporte, están relativamente vinculados, el deporte es prácticamente obligatorio cuando nos vamos de paseo, por ejemplo: si se planea ir a un balneario, un parque generalmente llevamos consigo una pelota o la bicicleta, o si vamos a trotar al menos caminamos es decir siempre buscamos beneficiar nuestra salud a través del deporte, además de disfrutar del aire puro, es un buen motivo para hacer turismo también. Existe una infinidad de deportes que van ligados con el turismo en nuestro país, por ejemplo los viajes 4x4, el atletismo, escalada, kayak, rafting, rappell, trekking, snorkeling, caída libre, windsurf, la pesca deportiva, velerismo, etc., son deportes practicados frecuentemente. Ecuador cuenta con lugares apropiados para esto, cada provincia, ya sea de la costa, sierra, oriente y región insular, posee un espacio adecuado según la actividad a realizar.

### **1.3 Deportes ecológicos en Mindo**

Mindo, un espacio famoso por sus ríos, cascadas y zonas de aventura donde se puede practicar trecking, mountain bike, rapeling, rafting. Los deportes ecológicos en los últimos años, han evolucionado desde concepciones tradicionales y minoritarias, a formas innovadoras asequibles a una amplia masa social.

Muchos son los turistas que buscan emociones en la naturaleza, alejándose de la vida urbana donde la percepción del riesgo es mínima, estas actividades requieren de ciertas habilidades motrices, o a experiencias que nos trasladan a un mundo lleno de adrenalina. Es un verdadero placer lograr integrarse al dinamismo de la naturaleza, de superar sus formas esplendorosas, tolera un juego cambiante en dimensiones, normas y emociones.

Algunos optan practicar rafting o tubing, ciclismo de montaña, rappeling o caminata. Lo cierto es que cuando se tiene la oportunidad de adentrarse en uno de los ríos más populares como el río Mindo se puede practicar regata, la aventura es gratificante, buscan adentrarse a las cascadas, hacer rappel, descendiendo por las prominentes empinadas, otros prefieren caminar para hacer exploración o trecking., cada uno disfruta a su manera de este majestuoso paraje.

Las opciones deportivas que se pueden realizar en el sector de Mindo son:

El descenso de ríos o rafting es una actividad deportiva, recreativa, llena de adrenalina que consiste en recorrer el cauce de ríos en la dirección de la corriente sobre algún tipo de embarcación. Generalmente los ríos que se navegan tienen algún grado de turbulencia éstos también son llamados ríos de "aguas blancas" o "ríos rápidos" es característico por la espuma que genera la turbulencia en los cuerpos de agua. Para el descenso hacen uso balsas, canoas o el kayak, que puede ser rígido o inflable.

### Foto 1: Rafting en Mindo



Elaborado por: Xavier Ramírez Q.

El equipo que se utiliza está conformado por:

- Casco
- chaleco salvavidas
- Calzado apropiado.
- Traje de neopreno

Es necesario contar con un guía experimentado con conocimientos sólidos. Éste necesita: equipo colectivo adicional: de rescate, bolsas secas, alimentos y bebidas, bomba de aire, y botiquín, adicionalmente precisa de un silbato. También como equipo personal adicional de seguridad y rescate están: un cuchillo para río, y arnés.

#### 1.3.1 Indicaciones generales y seguridad

En el descenso de ríos existe un grado de dificultad al navegarlos, en las denominadas aguas planas, es decir, casi que no se evidencia remolinos, huecos u olas.

Esta actividad en Mindo, se inicia a 15 minutos del poblado, se toma como referencia al mariposario, el tour de rafting recorre 2 km hasta desembarcar en un tramo seguro, por lo general el descenso se lo realiza en tubos de llanta amarrados por cuerdas donde los pasajeros o aventureros se aferran a cuerdas de seguridad, es posible hacerlo así, debido a que el río Mindo tiene un grado de turbulencia manejable.



Se debe hacer uso de un casco, chaleco salvavidas liviano, ropa ligera y zapatillas para proteger los pies, además de contar con un buen nivel de resistencia a la adrenalina y a la fatiga para disfrutar de las sacudidas, chapuzones durante el descenso por éste río. Los costos dependen de cuantos integrantes tenga cada viaje, cuesta entre \$5 o \$10.

### 1.3.2 Rapeling

El rapel es una actividad de descenso, se lo hace por cuerda utilizado en superficies verticales considerables, el descenso es algo complicado, difícil e inseguro. El rapel también es utilizado en excursionismo, montañismo, escalada en roca, espeleología y en otras actividades que requieren ejecutar descensos verticales en lugares naturales.

**Foto 2: Rapeling en Mindo**



**Elaborado por:** Xavier Ramírez Q.

El equipo varía según el sistema de rapel que se utilice y se divide en colectivo y personal:

El equipo colectivo es el que se utiliza para colocar la cuerda el cual puede ser usado por muchas personas, se requiere de: cinta plana o cuerda para anclaje, mosquetones con seguro o dos sin seguro.

El equipo personal, cada uno necesita: arnés, mosquetón con seguro, cabo de seguridad o pata de anclaje, descensor, guantes.

## **Indicaciones de Seguridad**

En la práctica de rapeling, el equipo debe contar con un sistema de seguridad infalible, las cuerdas de rapel deben ser probadas todo el tiempo para detectar fallas o rupturas por mínimas que sean. Aquí un detalle de los elementos de un sistema más técnico y completo.

### **Imagen 2: Sistema de seguridad**



**Fuente:** Imágenes de google

### **Equipo necesario para hacer rapel:**

- Anclaje, principal punto de apoyo, soportará al sujeto y todo el equipo de descenso, se lo coloca en una roca, un árbol, cadenas, etc., este anclaje se acopla a la cuerda de papel, a esto se le conoce como sistema de anclaje.
- Arnés: es un soporte para el cuerpo constituido por cintas resistentes unidas a través de una costura especial. Es el punto de unión con la cuerda.
- Mosquetón: es una pieza metálica con un seguro para evitar que se abra inesperadamente.
- Descensor: es una herramienta que regula la ligereza de descenso.
- Cabo de seguridad: cinta resistente que se une al arnés por un extremo y que en el otro extremo lleva un mosquetón.

### **1.3.3 Rapel en Mindo**

La práctica de rapel en Mindo se la realiza con un guía experimentado en descensos, el equipo es revisado antes de cada descenso y se cuenta con los sistemas básicos, afortunadamente las pendientes donde se practica el rapel son de baja complejidad y poca distancia. Eso no quiere decir que esta actividad no sea altamente peligrosa, en caso de no cumplir con las técnicas y procedimientos adecuados.

El costo por excursión a las cascadas es de aproximadamente 20 dólares, ésta se dirige a la cascada de Nambillo, a 90 minutos de caminata desde el pueblo de Mindo. Mientras caminamos podemos apreciar la biodiversidad en evento único silvestre, aves multicolores, insectos, flores, plantas, hasta llegar a la meta que es la hermosa cascada.

### **1.3.4 Ciclismo de montaña en Mindo**

Mindo, ofrece al ciclista interminables caminos y rutas para explorar haciendo uso de la bicicleta. Desde cientos de años atrás nuestros antepasados fueron construyendo senderos y caminos con vistas espectaculares.

**Foto 3: Ciclismo en Mindo**



**Elaborado por:** Xavier Ramírez Q

La bicicleta de montaña se caracteriza por estar construida con componentes más resistentes a los impactos del terreno y contar con un sistema de suspensión.

**Foto 4: Equipo para la práctica de ciclismo de montaña en Mindo**



**Elaborado por:** Xavier Ramírez Q

El ciclismo en Mindo puede iniciar desde la Y, debemos prepararnos para un agradable descenso hasta el poblado, todo este tramo está pavimentado, por lo que la excursión es fácil y suave.

Los trayectos en bicicleta corren van por cuenta de los turistas, aunque el más común es ir por el sendero hacia la cascada de Nambillo, se recomienda ir siempre las rutas marcadas, para evitar pérdidas en la espesura del bosque. Hacer ciclismo de montaña requiere de reflejos estandarizados, y estado físico saludable.

### **1.3.5 Senderismo o trekking**

Es una actividad deportiva no competitiva más bien es recreacional, consiste en caminar por caminos o sendas silvestres donde estaremos en contacto con la naturaleza, es de fácil realización y se requiere un mínimo equipamiento.

Para realizar caminata en Mindo, se recomienda utilizar botas de caminata cómodas, ropa abrigada e impermeable para la selva, llevar binoculares, cámara de fotos, sombrero, protector solar, repelente, líquidos, etc., todo va a depender del tiempo en que deseamos realizar este deporte.

## **1.4 Diseño y comunicación visual**

El Diseño Visual está basado en la elaboración de imágenes funcionales con fin es comunicar, haciendo uso la tecnología, para un proceso más ordenado, el diseño visual constituye varios elementos de la comunicación como: símbolos gráficos, y más, así como medios audiovisuales como: imagen en movimiento, animación, videografía, etc.

“Dentro del diseño y la comunicación visual, el diseñador viene a ser un informador intencional y por tanto debe propiciar que el significado de sus mensajes se reciba en él plenamente. El punto más importante de la comunicación visual, para Munari es el proceso de producción de mensajes visuales. El profesional del diseño debe conocer los factores que alteran visualmente el entorno de tal manera que sean controlables en la expresión del mensaje, que a su vez se analiza desde dos perspectivas: la información y el soporte visual o conjunto de elementos que hacen visible el mensaje.” (Vilchis, 1998) p.91.

En la actualidad los procesos son más digitales o través de la web, los eventos multimedia y todas las técnicas involucradas en el diseño gráfico, están totalmente ligadas a las nuevas tecnologías. Ahora el estudiante cuenta con las herramientas necesarias y actualizadas que le permiten comprender el procedimiento y la constitución del lenguaje visual, es de vital importancia que su trabajo permita una conexión directa entre él y los medios tecnológicos para generar sistemas de información de calidad.

### **1.4.1 La comunicación**

“La comunicación se ha definido como el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales” (Alvarez, 2013)

La comunicación también permite el intercambio de ideas, formas de pensar o ver las cosas, además de la definición de formas de convivencia social, construyendo lazos a través de la palabra.

Toda actividad o elemento que encontramos en la sociedad, es el resultado de un proceso de comunicación, el mismo que se relaciona con términos lingüísticos, sociológicos, psicológicos, históricos, legales, etc.

Los elementos necesarios dentro de la comunicación son: el emisor, receptor, mensaje o código, canal, entre otros, ésta puede ser un proceso social o un acto mecánico de transmisión de información, todo va a depender de la relación que haya entre el emisor y el receptor del mensaje.

#### **1.4.2 Tecnologías aplicadas a la comunicación**

“Las nuevas tecnologías son más que canales de comunicación han de entenderse como nuevos medios que potencian la información y la comunicación” (Amar, 2006)p.61.

“Sin género de dudas las tecnologías tienen un papel importantísimo en los cambios acontecidos en la sociedad de la Información, es más, sin estas no se habrían producido las profundas transformaciones que en cuestión de dos décadas se han ido sucediendo lo que se vaticina son interesantes innovaciones en todos los segmentos de la sociedad la economía, las comunicaciones, etc.” (Amar, 2006)p.63.

Los avances acelerados de la tecnología establece un proceso comunicativo más directo y eficaz, las barreras por vencer cada vez son mínimas a la hora de comunicar, contamos con una cascada de información que va creciendo conforme pasa los segundos, proveyendo al ser humano la oportunidad de llenarse de conocimiento o información de forma fácil y económica, lo cual le permite interactuar con el mundo entero si es necesario.

En la actualidad la tecnología a la hora de comunicar ha generado en el ser humano, una desesperada necesidad por vender, promocionar o exponer tal o cual producto o servicio, tanto que se llega a la saturación y contaminación visual.

#### **1.4.3 Internet**

“Internet no es una simple red de ordenadores, sino una red de redes, es decir un conjunto de redes interconectadas a escala mundial con la particularidad de que cada una de ellas es independiente y autónoma” (Ávila, 2007)p.2.

La internet es un método de interconexión de redes de computadoras, hace su aparición por primera vez en el año 1969, ha tenido una gigantesca expansión en relación a su corta edad comparada, la Internet es un medio masivo se encuentra distribuida en casi todo el mundo, facilitando diversos temas en las ediciones digitales, materiales audiovisuales, en fin, los principales actores del Internet en la actualidad son los propios usuarios de la red.

#### 1.4.4 Multimedia

“Se denomina multimedia a un sistema único y coherente que conlleva la posibilidad de poder trasportar a un tiempo elementos de texto, hipertexto, imagen, gráficos, sonido, animación y videos con el fin de hacer llegar al destinatario un documento o una información en la que además de la vista y del oído puede participar con el texto y la voz” (Garcia, 2008)p.28.

La palabra multimedia abarca muchas áreas relacionadas con arte, educación, entretenimiento, ingeniería, medicina, negocios, investigación científica, etc. En el área educativa, la multimedia se ingenia para producir los cursos de aprendizaje computarizados, enciclopedias electrónicas, donde el usuario tiene la oportunidad de interactuar para así aprender de una forma rápida y divertida. Son los medios electrónicos , los que almacenan y presentar contenido multimedia.

**Imagen 3: Productos Multimedia**



Fuente: [www.myitkart.com](http://www.myitkart.com)

Las instituciones educativas también han ido evolucionando los procesos de enseñanza gracias a la utilización de la multimedia los estudiantes tienen la posibilidad de ir más allá de los límites. La multimedia está cada vez más relacionada con el desarrollo de medios de comunicación tecnológicos que involucra las diferentes áreas de ciencia y tecnología en general.

#### **1.4.5 Páginas Web**

Las páginas web están compuestas por información, principalmente, ya sea texto o multimedia, es decir, imágenes y videos y los mencionados hiperenlaces. Asimismo, una página puede contener o asociar datos de estilo para especificar la forma de visualizarse y también aplicaciones embebidas con el objetivo de hacerla aún más interactiva.

#### **Definición**

ABC: <http://www.definicionabc.com/tecnologia/pagina-web.php#ixzz3lupmR5Js>

Miles de páginas se crean a diario sin especificar al tipo de persona que van dirigidas, muchos de estos creadores abren canales para que los visitantes interactúen con ellos.

#### **1.4.6 Principales elementos de una página web**

“La gran mayoría de las **páginas web** tienen divisiones o secciones similares. Lo usual es que, en la parte superior de la página se encuentre un **encabezado**, seguido de un **cuerpo principal** que suele estar flanqueado por una **columna lateral** (tanto a la izquierda como a la derecha) o dos columnas laterales, seguidas al final de la página por un **pie de página**. La imagen siguiente es un esquema típico de una página web. Se debe tener en cuenta que este esquema sufre variaciones, aunque normalmente son pequeñas” (Fernández, Diseño de página web, 2010)

#### **1.4.7 Redes sociales**

Las redes sociales se han ido desplegando con el tiempo, junto con el desarrollo de la tecnología, su origen es difuso y su evolución apresurada. No se puede consensar sobre cuál fue la primera red social, por lo que podemos encontrar diferentes puntos de vista al respecto.



La historia se traza a cada minuto en el mundo entero. Lo que parece estar claro es que los inicios se remontan mucho más allá de lo que podríamos pensar en un primer momento, puesto que los primeros intentos de comunicación a través de Internet ya establecen redes, y son la semilla que dará lugar a lo que más tarde serán los servicios de redes sociales que conocemos actualmente, con creación de un perfil y lista de contactos.

“la importancia de las redes sociales radica en el concepto de que cada individuo tiene un promedio de al menos 100 personas conocidas (teoría basada en el libro "six degrees: the science of a connected age" del sociólogo Duncan Watts); estas 100 personas conocen 100 más, de este modo un individuo puede dar a conocer algún dato importante a un aproximado de 10,000 personas solamente pidiendo a sus amigos que pasen su mensaje a otros conocidos.” (Pablos, 2011) p.123.

La afición al uso de las redes sociales en los últimos tiempos se ha convertido en un medio fácil, eficaz e inmediato, es por eso que, se va a diseñar una imagen promocional específica de los deportes en ecológicos a practicar en Mindo, asociado a modelos tecnológicos y sociales existentes que permitan integrar componentes lúdicos y de aventura, con las consignas medioambientales además de incentivar al desarrollo turístico de la parroquia de Mindo.

Desde el punto de vista informativo, esta interconexión se ha convertido en una herramienta imprescindible para lograr competir en un mundo ávido de información sobre turismo y las diversas actividades que se pueden realizar o lugares que se pueden visitar, esto permite a los usuarios crear perfiles que vayan acorde sus intereses, planear sus vacaciones y aprovechar su tiempo de la mejor manera posible.

Las redes sociales como Facebook y You Tube, que son las más populares en el medio, estas dos se han extendido rápidamente convirtiéndose en negocios multimillonarios gracias a la facilidad con la que se accede para crear una cuenta en las mismas. (<http://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-mas-utilizadas.html>)

## CAPÍTULO II

### DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1 Determinación del mercado objetivo

Para determinar el mercado objetivo se tomó en cuenta criterios sociodemográficos, socioeconómicos y psicográficos de los individuos. Basándose en las tendencias, costumbres y necesidades psicológicas del grupo objetivo.

##### 2.1.1 Segmentación de Mercado

Es necesario dividir la población con características parecidas, agrupar a los posibles usuarios del servicio a sus requerimientos, expectativas y perfiles demográficos o psicodemográficos. De esta manera se obtiene el mercado meta.

##### 2.1.2 Variables de segmentación

Para la promoción de los deportes ecológicos en la parroquia de Mindo, provincia de Pichincha mediante el uso de redes sociales, vamos a tomar en cuenta las siguientes variables de segmentación.

- Geográfica: Se fragmenta en países, regiones, ciudades, o barrios.
- Demográfica: Se fragmenta por edad y etapa del ciclo de la vida y género.
- Psicográfica: Se fragmenta por clase social, estilo de la vida, personalidad y gustos.
- Conductual: Se fragmenta según los conductos, beneficios, lealtad hacia la marca y actitud hacia el producto o servicio.
-

**Cuadro 1: Variables de segmentación**

<b>Geográficas</b>	<b>Demográficas</b>	<b>Pictográficas</b>	<b>Conductuales</b>
<b>-Provincia:</b> Pichincha <b>-Cantón:</b> Quito <b>-Sector:</b> Norte <b>-Habitantes:</b> 5823 <b>-Densidad:</b> Urbana	<b>-Género:</b> Masculino y Femenino  <b>-Ciclo de vida:</b> la edad fluctúa entre los 18 años hasta los 60 años	<b>Clase social:</b> Media Alta, Media.	<b>-Beneficios:</b> bajos niveles de estrés, vida saludable, incremento del turismo en Mindo. <b>-Actitud hacia el lugar:</b> Positivo

Fuente: (Kotler, 2000, p. 271.) Dirección de mercadotecnia

### 2.1.3 Análisis de la situación competitiva del mercado

#### Tipo de Mercado

De acuerdo al área geográfica:

El mercado es local ya que el mencionado proyecto está enfocado a la comunidad universitaria de la ciudad de Quito.

De acuerdo a lo que ofrece:

Se ofrece la opción de adquirir información adecuada, rápida para conocer más de Mindo y los deportes ecológicos que se pueden practicar en este lugar.

#### Estructura del mercado

Una vez identificada la oportunidad de promocionar los deportes ecológicos en Mindo, es imprescindible realizar una investigación a fin de estimar el número de posibles usuarios del servicio en redes sociales junto con el respectivo nivel de aceptación del mismo.

### 2.1.4 Selección del mercado objetivo

Esta investigación se realizó en la Universidad Politécnica Salesiana Campus el Girón de la ciudad de Quito. Para obtener el total de la población solicitamos los datos respectivos a la secretaria de esta institución.

**Cuadro 2: Tamaño del universo**

<b>ESTAMENTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Estudiantes	5303	92.5%
Docentes	374	5.6%
Personal Administrativo y de servicios	143	1.9%
<b>TOTAL</b>	<b>5823</b>	<b>100%</b>

Fuente: Secretaria de la Universidad Politécnica Salesiana

## 2.2 Determinación del tamaño de la muestra

### 2.2.1 Tipo de muestreo

Se aplica la técnica del Muestreo Probabilístico; con un muestreo aleatorio simple.

### 2.2.2 Instrumentos y técnicas para la recolección de datos

#### Encuesta

La encuesta fue aplicada de forma escrita a los Salesianos pertenecientes al Campus el Girón de la ciudad de Quito, aquí se incluyó a todos los estamentos de la misma.

### 2.2.3 Tamaño de la muestra

Los datos estadísticos proporcionados por la secretaria de la Universidad Politécnica Salesiana sede el Girón, ha permitido obtener el total de la población para obtener la muestra.

Fórmula para obtener la muestra:

Dónde:

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

**N** = tamaño de la población,

**Z** = nivel de confianza,

**P** = probabilidad de éxito, o proporción esperada,

**Q** = probabilidad de fracaso,

**e** = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

**Z** = 1,96. El nivel de seguridad que utilizaremos será del 95%.

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.80)(0.20)(10805)}{(0.05)^2 (5823 - 1) + (1.96)^2 (0.80)(0.20)}$$

$$n = 128$$

#### 2.2.4 Aplicación de encuestas y tabulación de datos

Una vez armada la encuesta se procede la recopilación de datos, los mismos que son introducidos en el programa Excel, después se inserta los gráficos correspondientes, se publica los resultados, concluyendo con el respectivo análisis de cada una de las preguntas.

#### 2.2.5 Tabulación de datos

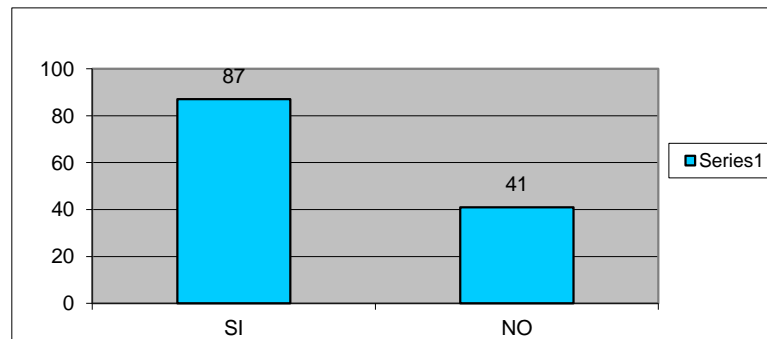
**Encuesta aplicada a los estudiantes, docentes y personal administrativo y de servicios de Universidad Politécnica Salesiana el Girón.**

#### 1. ¿A visitado Mindo en la Provincia de Pichincha?

Si

No

**Gráfico 1: Número de personas que han visitado Mindo**



Elaborado por: Xavier Ramírez Q

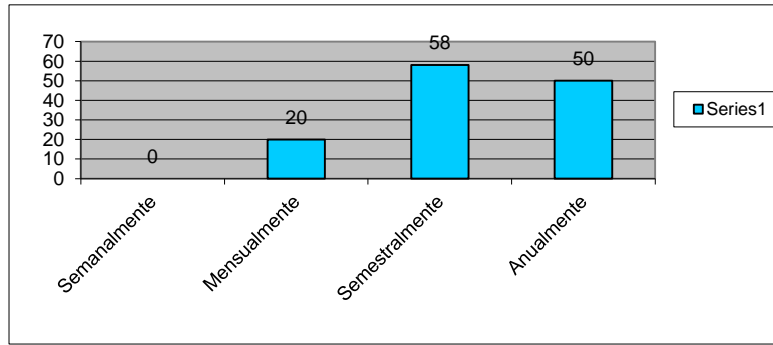
#### Análisis

De los 128 encuestados los un total de 87 personas si han visitado Mindo y los 41 no han ido, es decir que este lugar es muy conocido por los universitarios y personal que labora en la Universidad Politécnica Salesiana, lugar donde se aplicó las encuestas. Esto puede determinar el nivel de acogida que tiene Mindo como lugar de visita.

#### 2. ¿Con que frecuencia suele ir a Mindo?

Semanalmente  
Quincenalmente  
Mensualmente  
Anualmente

**Gráfico 2: Frecuencia de visitas a Mindo**



Elaborado por: Xavier Ramírez Q

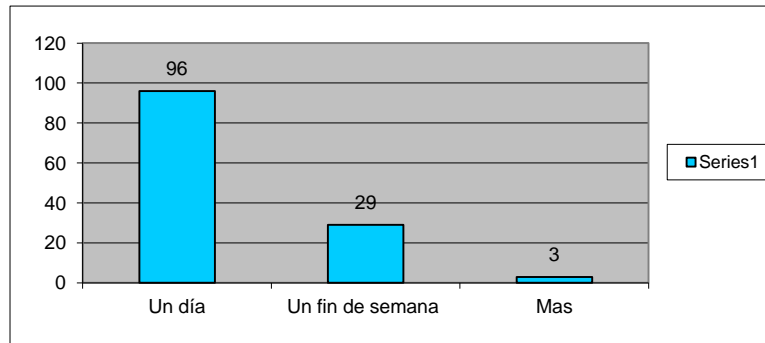
**Análisis**

De los 128 encuestados ninguna persona suele ir semanalmente a Mindo, 20 personas van mensualmente, 58 personas van semestralmente y 50 personas van anualmente, lo que nos indica que los salesianos visitan entre dos y una vez al año Mindo.

**3. ¿Cuánto tiempo generalmente se queda en Mindo cuando va?**

Un día  
Un fin de semana  
Mas

**Gráfico 3: Tiempo de visita a Mindo**



Elaborado por: Xavier Ramírez Q.

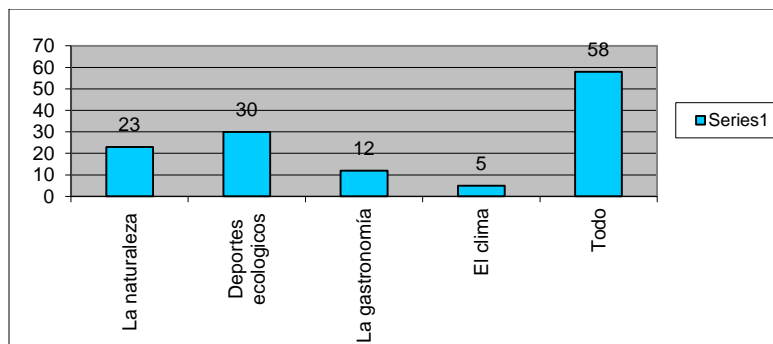
## Análisis

De los 128 encuestados los 96 se quedan por un día en Mindo, los 29 por un fin de semana y 3 personas más de dos días, la cercanía de Mindo, que se encuentra a 2 horas aproximadamente de la ciudad de Quito puede verse reflejado en este resultado.

### 4. ¿Qué es lo que más le atrae de Mindo?

- La naturaleza
- Deportes ecológicos
- La gastronomía
- El clima
- Todo

**Gráfico 4: Lo que más le atrae de Mindo**



Elaborado por: Xavier Ramírez Q

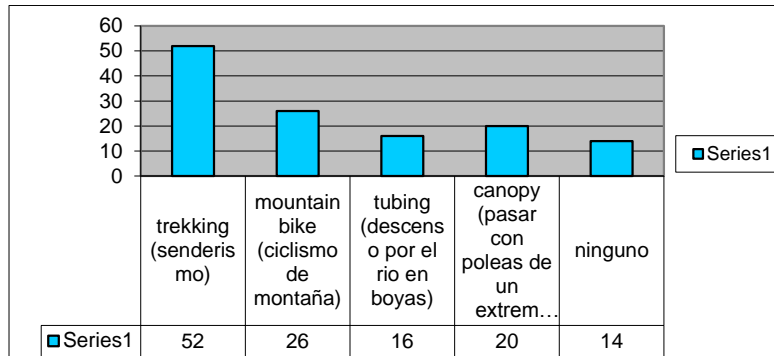
## Análisis

De los 128 encuestados a los 23 les atrae la naturaleza, 30 van a practicar deportes ecológicos, 12 van por la gastronomía, 5 por el clima y 58 por todo. Entonces la mayoría de las personas encuestadas disfrutaban de todas las atracciones que brinda Mindo y un gran porcentaje gustan de los deportes ecológicos a que se practican en este lugar. El factor gastronómico es importante, pero la naturaleza, el ambiente es el que domina.

### 5. ¿Practica alguno de estos deportes en Mindo?

- Trekking (senderismo)
- Mountain bike (ciclismo de montaña)
- tubing (descenso por el río en boyas)
- Canopy (pasar con poleas de un extremo a otro)
- Ninguno

**Gráfico 5: Práctica de deportes en Mindo**



Elaborado por: Xavier Ramírez Q

### Análisis

De los 128 encuestados, 52 personas practican Trekking o (senderismo), 26 Mountain bike o (ciclismo de montaña), 16 Tubing o (descenso por el río en boyas) y Canopy (pasar con poleas de un extremo a otro) y 14 no practica ningún deporte. Entonces se destaca que la mayoría de los salesianos lo que hacen es senderismo al ir de visita a Mindo.

### 6. ¿Cuál cree usted que es el medio de publicidad más eficiente como para promocionar a Mindo?

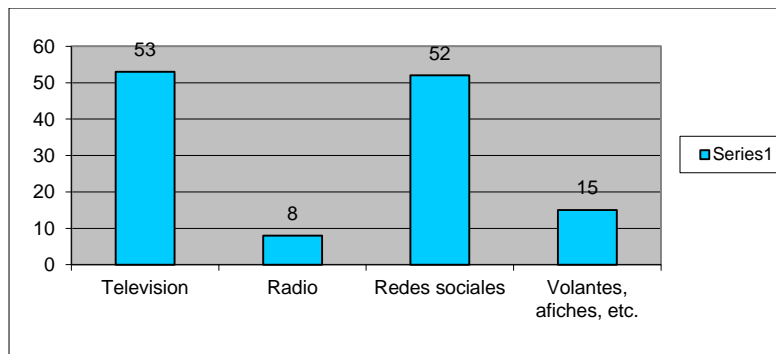
Televisión

Radio

Redes sociales

Volantes, afiches, etc.

**Gráfico 6: Medios de publicidad más conocidos**



Elaborado por: Xavier Ramírez Q



## Análisis

De los 128 encuestados 53 personas creen que el medio de publicidad más eficiente como para promocionar a Mindo es la televisión, 8 la radio, 52 las redes sociales y 15 los volantes, afiches, etc. Entonces podemos manifestar que, tanto la televisión como las redes sociales son considerados al momento los medios más eficientes para hacer promoción de un producto o servicio, aunque hay que considerar que los costos entre lo uno y lo otro tienen una diferencia abismal. El medio brinda diversas opciones y abre un abanico de posibilidades: La web será el mejor medio para promocionar turismo.

## 7. ¿Cuál de estas redes sociales usa usted?

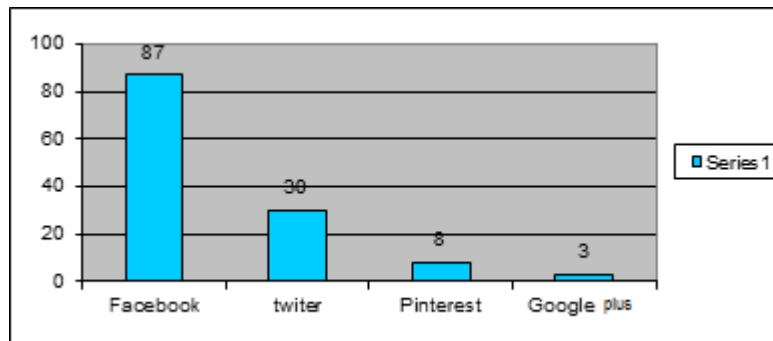
Facebook

Twitter

Pinterest

Google +

**Gráfico 7: Redes sociales más utilizadas**



Elaborado por: Xavier Ramírez Q.

## Análisis

De los 128 encuestados los 87 tienen una cuenta de Facebook, 30 en Twitter, 8 en Pinterest y 3 en Google +, es decir Facebook es hoy en día la red social más conocida al momento lo cual es una ventaja para nuestro proyecto ya que podemos hacer promoción de una forma más directa, eficaz y económica de todo lo relacionado con Mindo.

### 2.2.6 Análisis general de datos obtenidos a través de las encuestas aplicadas

En un análisis general de las encuestas aplicadas a los 128 salesianos del campus el Girón, entre los aspectos más relevantes para el presente estudio, los encuestados manifiestan que: en su mayoría se quedan en Mindo por un solo día cuando van de visita, el deporte ecológico más practicado es el senderismo, los medios más utilizados para

promocionar un producto o servicio son la televisión y las redes sociales, la mayoría de universitarios tienen una cuenta en facebook y twitter.

### 2.3 Costos de la propuesta

Para la valoración de los costos de este proyecto se debe tomar en cuenta los recursos necesarios como: Materiales, Alquiler de equipos e instalaciones, Viajes, alojamiento, alimentos, gastos de internet, todo va ser de acuerdo al tamaño del proyecto.

Los costos generados por la propuesta son relativamente económicos, no se requiere de inversiones altas para el desarrollo de la página web, la creación del multimedia e introducir información en las diferentes redes sociales que se han utilizado, lo más valioso es el tiempo y el conocimiento aplicado a este proyecto.

**Cuadro 3: Descripción de los costos**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO</b>
Viajes, alojamiento, alimentos (por 2 viajes)	\$ 200
Alquiler de equipos e instalaciones	\$ 50
Hosting y Dominios	\$ 150
Copias e impresiones	\$ 40
Servicio de internet	\$ 60
<b>Total</b>	<b>\$ 500</b>

**Elaborado por:** Xavier Ramírez Q.

### 2.4 Mercadeo

Para la estructuración de este proyecto se fija el mercado meta basado en las siguientes variables: geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales, para esto se va aplicar las encuestas lo que va a generar un contacto directo con los posibles usuarios de este servicio, esto permite conocer el nivel de aceptación que tiene la práctica de los deportes ecológicos en Mindo. También se recurre a algunas

estrategias, especialmente a la de promoción, a pesar de que existen varios tipos de éstas, nosotros no necesitamos aplicar todas debido a que es un proyecto sin fines de lucro.

#### **2.4.1 Estrategias de promoción**

Para la promoción se va establecer una combinación de herramientas básicas como: publicidad y relaciones públicas.

Las estrategias a manejar dentro de la promoción son:

- La elaboración de un producto multimedia cuyo contenido está basado en experiencias vividas grabadas con una cámara de video e información recogida en cada visita realizada a Mindo.
- El diseño de una página web, con la siguiente dirección [www.exodusmindo.ec](http://www.exodusmindo.ec), la misma que esta enlazada con las distintas redes sociales como: Facebook, twitter, Pinterest.

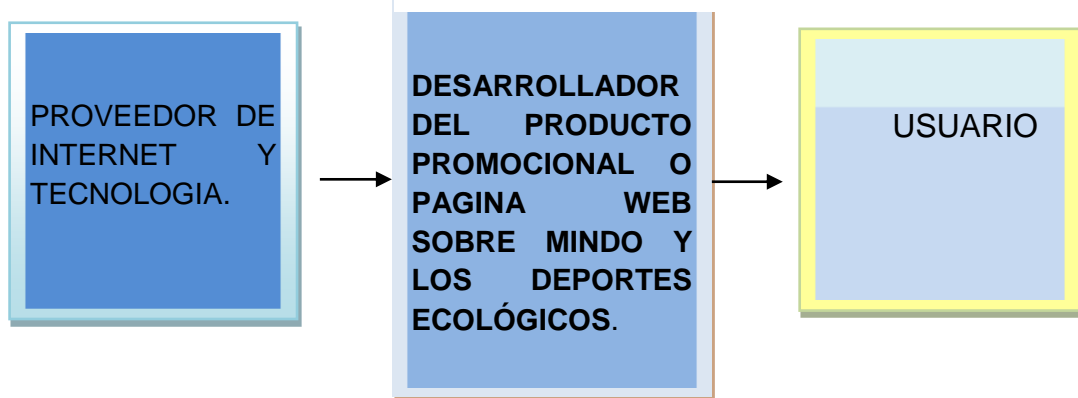
#### **2.4.2 Estrategia de servicio**

El servicio de promoción de deportes ecológicos en Mindo a través de las redes sociales se basa en la aplicación de recursos como talento para diseñar, comunicar, creatividad, etc.

#### **2.4.3 Estrategia de Distribución – Plaza**

El servicio a ofrecer es directo e intangible, entonces el canal también es directo es decir que se procede a la promoción de los deportes ecológicos creando un contacto directo entre los usuarios de redes sociales y el producto que se encuentra publicado en las mismas.

**Gráfico 8: Canal de distribución**



Elaborado por: Xavier Ramírez Q.

**Cuadro 4: Estrategias de Marketing**

<b>PRODUCTO / SERVICIO</b>	<b>PROMOCION</b>	<b>ESTRATEGIAS GENERALES</b>
Elaborar una página comunicativa, clara y eficaz, para así garantizar a los usuarios de la red información de calidad sobre la práctica de deportes ecológicos en Mindo.	Hacer invitaciones constantes y publicar contenidos o acontecimientos importantes sobre Mindo y los deportes ecológicos en el sitio web.	Buscar a futuro convenios con hosterías, hoteles y lugareños para publicitar sus servicios a través del sitio web.

Elaborado por: Xavier Ramírez

## CAPITULO III

### DESARROLLO DEL PRODUCTO

#### 3.1 Definición y diferenciación del producto: web y redes sociales

La promoción de deportes ecológicos como: Trekking, Mountain Bike, Tubing, Rappelling y Canopy practicados en la parroquia de Mindo, provincia de Pichincha, mediante el uso de redes sociales, está dirigido a la población universitaria como muestra dentro de un grupo perteneciente a clase media y alta, de edad entre 18 y 60 años de la ciudad de Quito, tomando como referencia a la Universidad Politécnica Salesiana para realizar el estudio de mercado, por representar el grupo objetivo al que se refiere el estudio.

Este servicio tiene un fin informativo, está impulsado por la necesidad de comunicar e incentivar las distintas opciones para la práctica de deportes ecológicos en Mindo, e incentivar a la sociedad a la inversión del tiempo libre en actividades saludables que permitan obtener un estado físico y mental sano, mejorando así las relaciones interpersonales e intrapersonales, además de crear conciencia del cuidado de la naturaleza, de lo valioso de Mindo como destino turístico y de su cercanía a la ciudad de Quito.

También es de vital importancia recalcar los últimos datos estadísticos sobre el consumo alcohol y drogas por los jóvenes universitarios de nuestro país según:

“Un estudio Elaborado por la Comisión Interamericana para el Control de Abuso de Drogas (Cicad) reveló que cerca del 37% de estudiantes universitarios en Ecuador presenta un consumo “riesgoso” de alcohol.

El análisis también da cuenta de un consumo de marihuana, coca, hongos alucinógenos, pasta básica, LSD y éxtasis. En el caso de la marihuana, el 12% de los universitarios presentan signos de dependencia.” (<http://www.lahora.com.ec>, 2013)p.1.

Los efectos desfavorables son muchos como por ejemplo altos niveles de ansiedad y estrés, cambios de comportamiento, pérdida de interés por las diversas actividades,

aislamiento y bajos niveles de atención o concentración. Son estos antecedentes los que contribuyen al bajo desempeño, laboral y/o académico de la sociedad.

Este estudio va acorde los ideales de la sociedad actual, se hace énfasis en el significado de la frase “el buen vivir”, éste mensaje se relaciona con impulsar a la sociedad ecuatoriana a dejar el sedentarismo de lado, practicar deporte y preferir lo nuestro, así también se contribuye al desarrollo económico del Ecuador.

De aquí la necesidad de aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria, hacer uso de los distintos paquetes de diseño y enfatizar la creatividad del estudiante.

Sin duda alguna, este producto va dirigido a personas con un espíritu aventurero, con un alto grado de respeto al medio ambiente, que aproveche lo que le brinda la naturaleza a un bajo costo económico.

### 3.2 Naturaleza y usos del servicio

Este servicio pretende ser actor de un cambio en los diferentes aspectos de la vida cotidiana de la comunidad universitaria de la ciudad de Quito, incluyendo a todos sus estamentos como son: estudiantes, docentes, personal administrativo y de servicios.

Una de las ventajas de hacer promoción a través de redes sociales de éste tipo de deportes a practicar en Mindo es que permite la interacción entre usuarios, expandir el número de visitantes al sitio web y ofrece la oportunidad proveerse de conocimiento sobre un tema específico como por ejemplo: ¿cómo aprovechar el tiempo libre en Mindo?, además permite también encontrar a personas que posean las mismas características con voluntad de explorar y alcanzar la meta propuesta desde lo más íntimo de su ser. Es por eso que las redes sociales como facebook, twitter, pinterest deben tener una estructura organizada, que sea capaz de facilitar información que esté acorde al perfil de los usuarios de la red y sus intereses.

El servicio según:

- **Su especialidad:** Turistas que poseen un conocimiento básico de la práctica de deportes ecológicos que deben estar dirigidos por personas capacitadas en el área.
- **Su utilización:** De consumo final, es decir llega directamente al usuario.
-

### 3.3 Estudio de mercado

#### Objetivo general:

- Posicionar a Exodus Mindo deportes ecológicos en la parroquia de Mindo, a través de las redes sociales.

#### Objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado a través de la obtención de una muestra de la comunidad universitaria de la ciudad de Quito, tomando como referencia a la Universidad Politécnica Salesiana campus el Girón, para la elaboración del mismo.
- Obtener la demanda que tendrá nuestro servicio en las redes sociales.

#### 3.3.1 Justificación del segmento

Para el presente estudio de mercado se ha escogido a la Universidad Politécnica Salesiana de la ciudad de Quito, campus el Girón, ésta institución cuenta con un club de Andinismo, conformado en el año 2009 con nombre “Club de Andinismo y encalada UPS”, el mismo que fue auspiciado por el Departamento de Pastoral de la universidad e integrado por tres jóvenes universitarios y coordinados por el docente Homero Llanchapaxi, según datos proporcionado por el departamento de Pastoral de la UPS.

#### 3.3.2 Factores principales que afectan a la Demanda

- **Tamaño de la población:** según su estructura, edad y sexo.
- **Tasa de crecimiento:** Según la tasa de crecimiento la comunidad universitaria.
- **Escenario:** El escenario positivo ya que el uso de redes sociales va creciendo todo el tiempo.
- **Hábitos y preferencias de consumo:** relacionado con el nivel de ingresos, mientras más ingresos, más serán las oportunidades de hacer turismo.

Estos factores son los que permiten establecer la demanda que tendrá el servicio a través de redes sociales, cabe destacar la importancia que tiene la demanda en el estudio, aunque no es con fines de lucro es absolutamente necesario de una demanda para cumplir con el fin específico que es promocionar la práctica de deportes ecológicos en Mindo.

### 3.4 Producto

Para el desarrollo del producto se propusieron ideas, analizaron conceptos y se transformaron a través de los bocetos, la cromática óptima, de ahí se llegó a una propuesta que cumple con los requerimientos necesarios para efectuar el objetivo propuesto, llegar al público objetivo con un mensaje de conservación y cultura deportiva debe ser interpretado, la propuesta debe darse a conocer y llegar así cumplir con el propósito de utilizar los diferentes canales de comunicación.

### 3.5 Concepto e imagen

Quito es una ciudad bellísima, dinámica, cosmopolita, algo agotadora, donde los espacios verdes son estéticamente mínimos, enclaustrados, entonces surge la idea de escapar, la urgencia de migrar se resume en una palabra: EXODUS.

Definición:

“EXODUS s. éxodo, emigración, partida, salida “ (dictionarist.com, 2014)

Para el propósito de posicionamiento en la mente nuestro grupo objetivo, EXODUS es una palabra corta, de fácil recordación.

Al combinar los conceptos de conservación y deporte, se considera que la imagen debe tener características del tipo aventurista, adrenalina alta y a la vez de un encuentro con lo salvaje.

#### Gráfico 9: Cromática



Elaborado por: Xavier Ramírez

El color verde es sinónimo de juventud, vitalidad, rejuvenecimiento, tranquilidad, se relaciona con la sensación de sentirse rodeado de vegetación y transformado.



Los colores elegidos para la identidad son Blanco, Pantone 7489 C y Negro.

**Gráfico 10: Colores de la Imagen Corporativa**



Elaborado por: Xavier Ramírez

### 3.5.1 Tipografía

Para la elaboración del logotipo, se utilizó una tipografía casual, simple, fuerte, que enfatiza las líneas onduladas, en este caso la tipografía Busorama, utilizada en sus versiones Bold para títulos la palabra EXODUS, y Light para subtítulos. La denotación se muestra en los trazos simples, los rasgos en curvas, mientras que la connotación viene del color y el significado.

**Gráfico 11: Tipografías**

#### BUSORAMA BOLD

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	

0	1	2	3	4	5	6	7	8
9								

#### BUSORAMA LIGHT REGULAR

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	

0	1	2	3	4	5	6	7	8
9								

Elaborado por: Xavier Ramírez

**Gráfico 12: Logo y fondo cromático**



**Elaborado por:** Xavier Ramírez

Cuando se utilice el fondo cromático verde, la tipografía será blanca y cuando el fondo sea blanco, tipografía será verde.

El recuadro delimita al logo y se usará de acuerdo a la composición y tipo de publicación, se puede usar un fondo más bajo en porcentaje.

Para publicaciones se usará el logotipo en el lugar más acorde, manteniendo la visibilidad del logotipo.

### **3.6 Evolución del logotipo corporativo**

#### **Orígenes**

Para el logo de EXODUS se tomaron dos elementos: la unión entre la naturaleza y un elemento creado por el hombre para regresar al origen: una especie característica de Mindo, es la tilapia, este pez sugiere la idea de movimiento y está relacionada con el agua que es un elemento vital en dónde se practica el tubing, uno de los deportes extremos que se realiza en el lugar y un casco a prueba para practicar deportes ecológicos, pues el ser humano al ser frágil debe protegerse para practicar deportes. La fusión entre estos dos mundos proyecta la idea de protección y naturaleza.

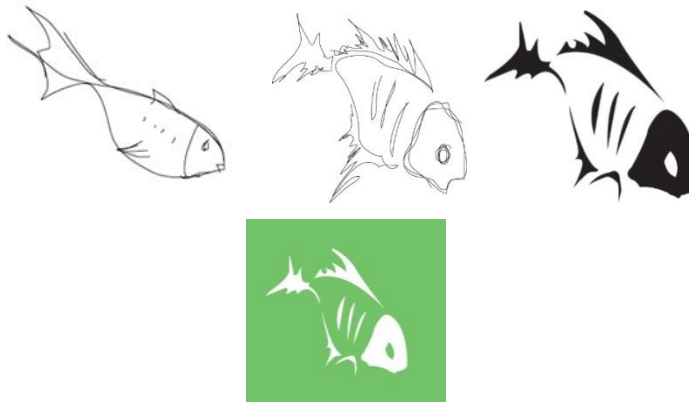
Este icono es parte de la estructura del isotipo, se complementa con la estilización del casco.

**Imagen 4: Tilapia**



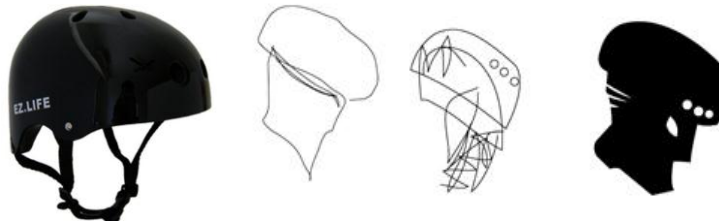
Fuente: <http://4.bp.blogspot.com/0tilapia.jpg>

**Gráfico 13: Estilización del isotipo 1**



Realizado por: Xavier Ramírez Q.

**Gráfico 14: Estilización del isotipo 2**



Fuente: <http://img1.mlstatic.com/.jpg>



Realizado por: Xavier Ramírez Q.

Al unificar los dos conceptos gráficos, tenemos una imagen compuesta del hombre con protección (el casco) listo para adentrarse a la aventura y con el emblema del pez, que simboliza naturaleza.

**Gráfico 15: Imagotipo variación vertical**

EXODUS



MINDO

**Realizado por:** Xavier Ramírez Q.

**Gráfico 16: Logo-Marca variación horizontal**

EXODUS



MINDO

DEPORTES ECOLÓGICOS

**Realizado por:** Xavier Ramírez Q.

En conjunto, el isotipo busca transmitir la idea de disfrutar la naturaleza con seguridad y sugiere también el concepto de desplazamiento, de cambio, invita a experimentar nuevas sensaciones.

### 3.6.1 Proporciones

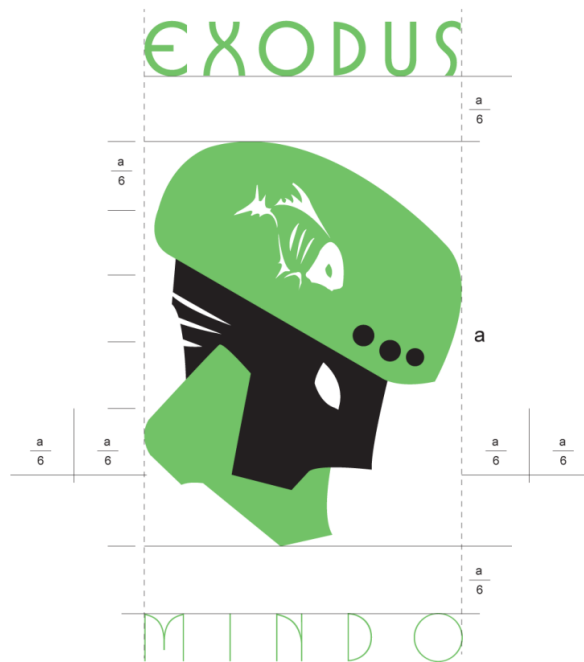
El logo mantiene las proporciones con respecto a los demás elementos y su estilo, la composición y el tipo de soporte.

**Gráfico 17: Imagotipo proporciones horizontal**



Realizado por: Xavier Ramírez Q.

**Gráfico 18: Logo-Marca proporciones vertical**



Realizado por: Xavier Ramírez Q.

### 3.6.2 Iconografía

Todos los iconos poseen una característica general, se mantienen dentro de un círculo para mantener la armonía, además mantienen el mensaje figurativo, que evoca signos inspirados en la realidad, así:

La mariposa, representa a Mindo,

Un obturador, representa una cámara de video

El rostro, en positivo y negativo representa a la filosofía conservacionista, el equilibrio.

El colibrí, ave muy presente en la fauna de Mindo, representa a los salvapantallas y las descargas.

Símbolos de adición, representan a los enlaces

Ícono sobre un paisaje de montañas, representa los deportes extremos

**Gráfico 19: Íconos**



**Realizado por:** Xavier Ramírez Q.

### **3.7 Especificaciones técnicas del producto**

Para desarrollar este producto se hizo uso de los siguientes programas:

- Photoshop cs5
- Ilustrador cs5

#### **Web site**

- Dreamweaver cs5

#### **Redes sociales**

- Facebook
- Twitter
- Pinterest

#### **Video**

- Youtube
- 

#### **Mapas**

- Google maps

### **3.8 Concepto de diseño del sitio web**

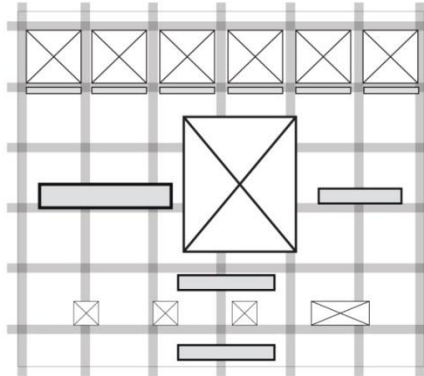
Para lograr comunicar de una manera eficiente y directa se usaron los siguientes parámetros:

- Uso de Iconos
- Tipografías de apoyo
- Ilustraciones para graficar las actividades
- Diseño plano

Disposición en el espacio de los elementos

## Gráfico 20: Boceto del Inicio de la Página

BOCETO



Realizado por: Xavier Ramírez Q.

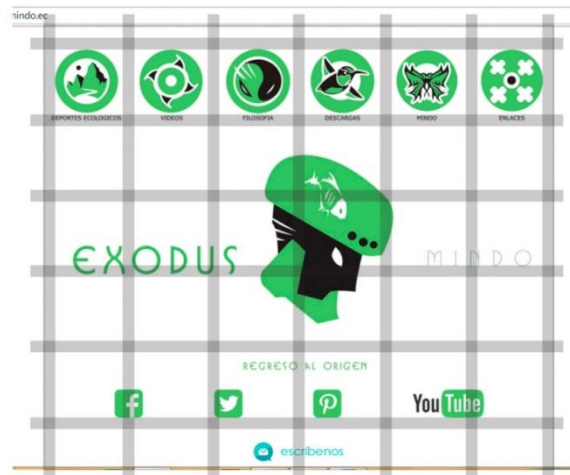
El estilo escogido para el diseño del sitio web será de carácter minimalista, donde el usuario tenga un contacto visual directo con los iconos, que el usuario posea el control de navegación.

Los iconos de redes sociales están inmediatamente en la parte inferior del isotipo de EXODUS.

El menú principal consta de los iconos dotados de animación. Cada icono enlaza a su respectiva página, y esta posee un botón de regreso al menú de iconos

## Gráfico 21: Retícula con elementos

RETICULA



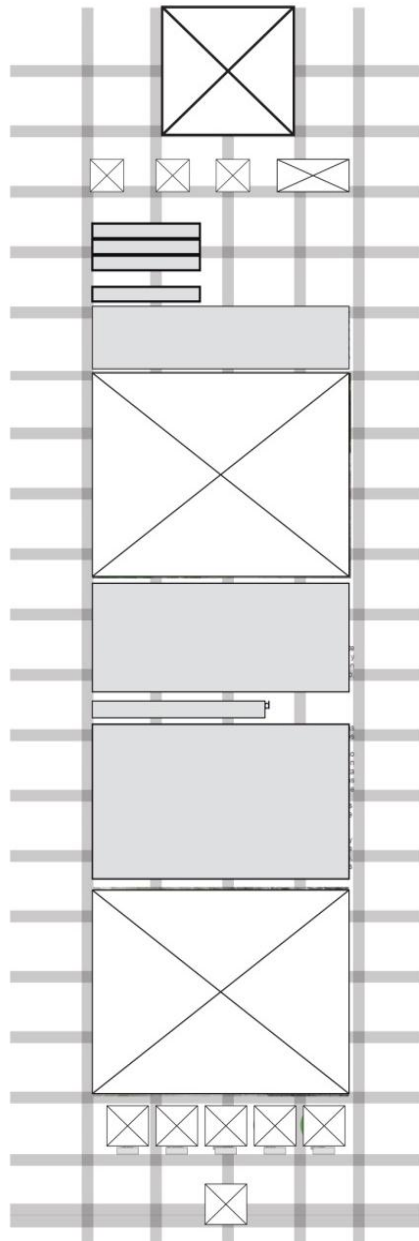
Realizado por: Xavier Ramírez Q.



## Retícula de 6 columnas

Este formato será escogido para estructurar los elementos del sitio web, sus columnas son anchas y legibles, las retículas dan un aspecto de orden además de que las columnas se pueden dividir en 3 columnas.

**Gráfico 22: Boceto de página secundaria**



**Realizado por:** Xavier Ramírez Q.

## Retícula de 4 columnas

Con esta retícula la composición tiende a ser más equilibrada y la elección se basa en el carácter de la información. La simplicidad en el diseño ayuda a visualizar el contenido en dispositivos sin sacrificar el diseño.

Gráfico 23: Retícula de página secundaria



Realizado por: Xavier Ramírez Q.

### 3.9 Descripción de las páginas enlazadas

#### **Mindo**

La información presentada se divide en dos partes: Una breve historia y planta turística que es una introducción al poblado de Mindo. El diseño es minimalista, se limita a presentar la información en una forma directa.

#### **Video,**

Contiene 4 videos grabados de experiencias vividas en Mindo, éstos fueron editados para introducirlos al multimedia, donde se presentan las distintas actividades que se pueden realizar en el lugar. La interfaz posee la misma estructura básica y una lista de videos con un color de texto en blanco.

El tamaño de formato de los videos incrustados es 360 píxeles: 640x x 360 pixeles.

#### **Filosofía,**

La interfaz consta de información, conceptos sobre conservación, siempre respetando la estructura básica de los otros menús.

#### **Deportes ecológicos,**

Consta de un submenú con las principales actividades deportivas a realizarse en Mindo: Rafting, Rapeling, Ciclismo, Senderismo, con descripciones, recomendaciones, equipo a usar, manteniendo la continuidad gráfica.

#### **Links,**

Muestra directamente los iconos de las diferentes redes sociales

#### **Descargas.**

Muestra una colección de fotografías para usarlas con salvapantallas.

### 3.10 Recopilación de datos y concepto de diseño sitio web

El concepto de la página web, debe ser usada pensando en las herramientas que pueden ser de utilidad al momento de elaborar el sitio web, así que, en la página principal tenemos el imago tipo que debe mantenerse muy sobresaliente, el concepto de imagen corporativa debe ser de introducción, acompañado de Deportes Ecológicos, para explicar

de qué se trata el sitio y que propone Exodus, y la palabra Mindo para ubicar al sitio en el espacio y lugar donde se desarrollan aquellos deportes ecológicos.

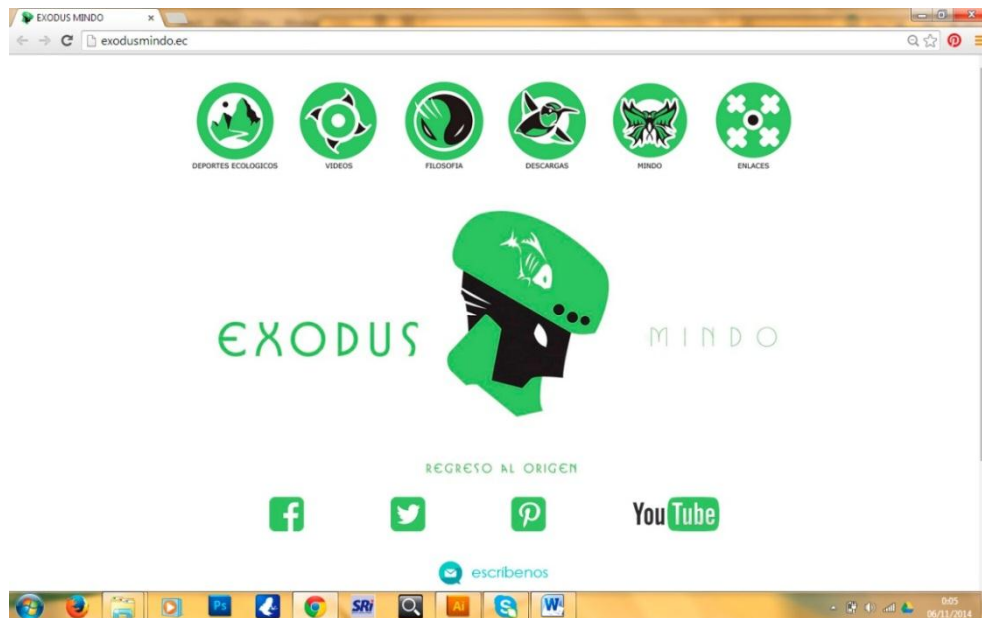
La distribución se ha dispuesto de manera que el logotipo mantenga protagonismo: visualmente lo se quiere transmitir es un diseño minimalista, manteniendo el fondo blanco, el menú principal extendido en el cuadrante superior, los iconos de redes sociales en la columna lateral derecha, lado más traficado generalmente por los usuarios, y en la columna lateral izquierda están los enlaces a segmentos más usados. La propuesta de la página web se basa en invitar al usuario a conocer y familiarizarse con Mindo, al mantenerse enlazados con los contenidos y redes sociales.

Para las siguientes páginas se ha dispuesto la misma plantilla en cuanto a ordenamiento, además de mantener el ícono de según la actividad, los íconos de redes sociales se mantienen y la información principal se despliega en el cuadrante inferior.

**Dirección del sitio web:** <http://www.exodusmindo.ec>

### 3.10.1 Descripción gráfica del Página web

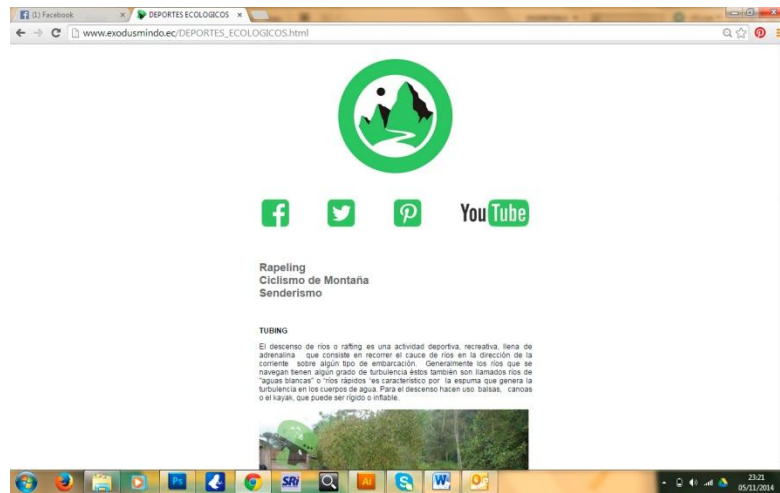
**Imagen 5: Portada de la página principal**



**Fuente:** <http://www.exodusmindo.ec>

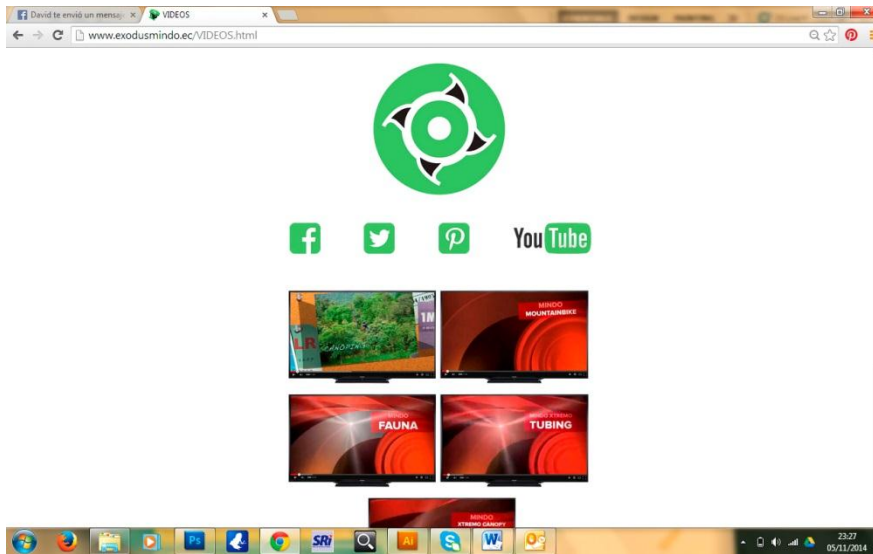
**Realizado por:** Xavier Ramírez Q.

## Imagen 6: Interfaz Deportes Ecológicos



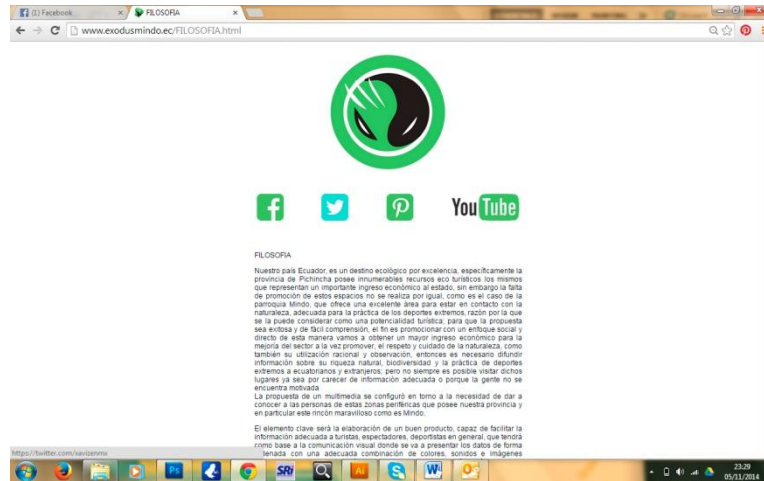
Fuente: <http://www.exodusmindo.ec>  
Realizado por: Xavier Ramírez Q

## Imagen 7 Interfaz Videos



Fuente: <http://www.exodusmindo.ec>  
Realizado por: Xavier Ramírez Q.

## Imagen 8: Interfaz Filosofía



Fuente: <http://www.exodusmindo.ec>  
Realizado por: Xavier Ramírez Q.

La página web esta enlazada con Pinterest, Twitter, Facebook la web sigue manteniendo a todos los contenidos, además esta web posee un sistema para formar comunidades, simplemente creando un perfil y añadiendo una contraseña.

### 3.10.2 Redes sociales

En redes sociales se mantendrá el estilo visual de EXODUS en las publicaciones, que los usuarios identifiquen la marca y lo que se quiere transmitir, a través de información interesante y útil, manteniendo esta información dentro de los parámetros ya mencionados en la elaboración de la identidad corporativa.

### 3.10.3 Recopilación de datos y concepto de diseño para redes sociales

Dado que las plataformas sociales poseen características distintas, el contenido debe estar acorde a cada red social, los usuarios responden a costumbres y propósitos diferentes. En twitter la información es vía texto o mensaje cortos que pueden ser reproducidos o enlazados en otras redes, la misma información reproducida en la página web, puede ser extendida, y este enlace en Facebook, puede ser más gráfico, donde la información es básicamente visual.

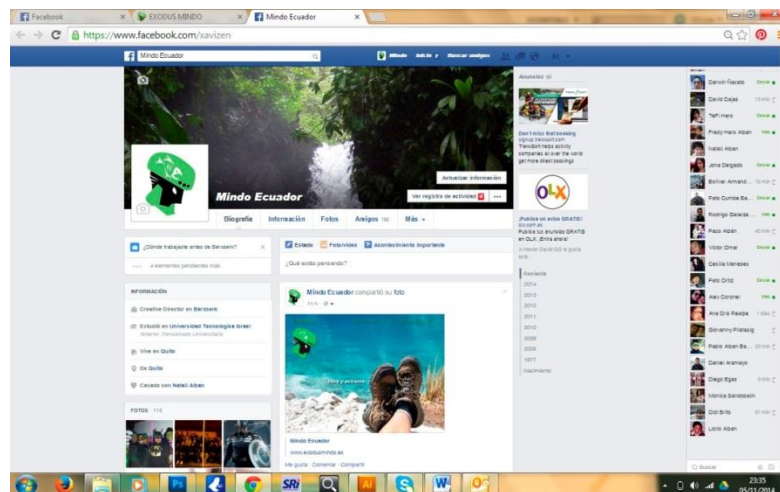
La página web esta enlazada con Pinterest, Twitter, Facebook y You Tube, siendo los videos mostrados en el canal, de autoría de Exodus.

El You Tube nos sirve para proporcionar videos sobre experiencias vividas en Mindo, el usuario va mirar con sus propios ojos a turistas realizando las diferentes actividades que se puede practicar en el lugar.

Los mapas de Google, son de utilidad al momento de consular rutas, sitios, que también se encuentran en la página web. Su función será de apoyo para viajeros que desean saber con exactitud la ubicación de una cascada o una hostería, la forma más práctica de llevar a un determinado lugar.

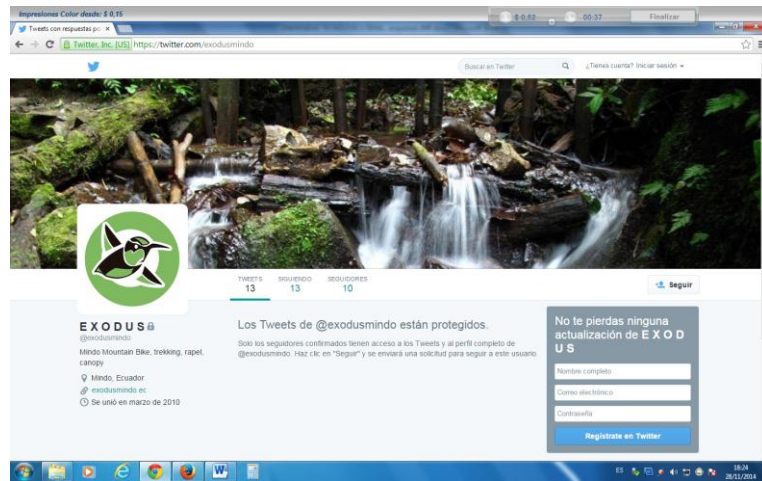
### 3.10.4 Descripción gráfica de las redes sociales

Imagen 9: Interfaz Portada en Facebook



Fuente: <https://www.facebook.com/home.php>  
Realizado por: Xavier Ramírez Q

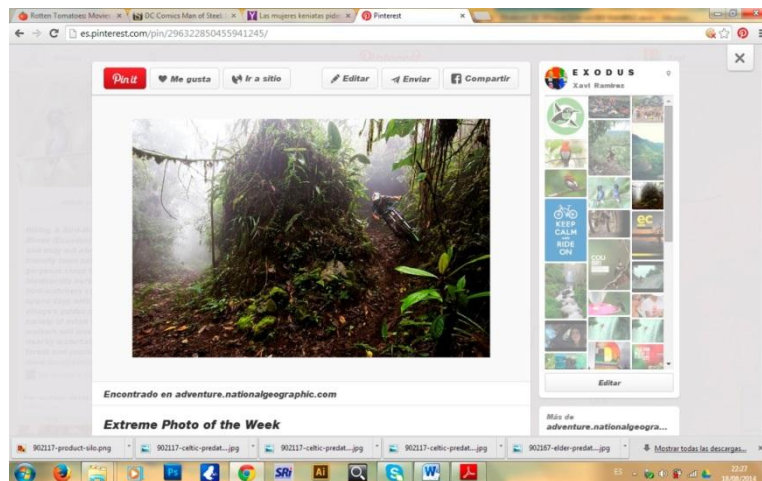
## Imagen 10: Portada en twitter



Fuente: <https://twitter.com/exodusmindo>  
Realizado por: Xavier Ramírez Q

Las cuentas de Facebook y Twitter están sincronizadas, comparten el mismo contenido.

## Imagen 11: Portada en Pinterest



Fuente: <http://www.pinterest.com/mindoecuadortr/e-x-o-d-u-s/>  
Realizado por: Xavier Ramírez Q

Permite visualizar grupos de fotos y compartirlas con amigos, además de poseer un mapa de la región y se puede compartir los contenidos en Facebook. Su aporte consiste en compartir las galerías con seguidores y mucha gente que usa el Pinterest para mirar, conocer y simplemente maravillarse con lo que se encuentra en esta red social.

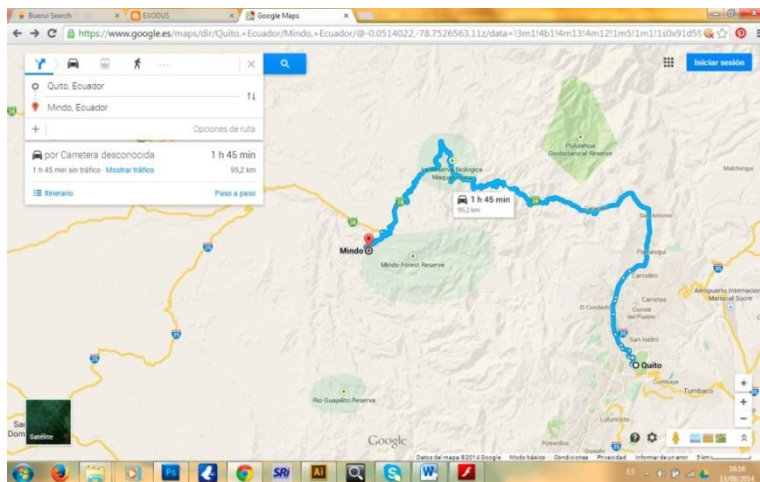


## Imagen 12: Portada en You Tube



**Fuente:** <https://www.youtube.com/user/Xavizenmx/videos>  
**Realizado por:** Xavier Ramírez Q

## Imagen 13: Interfaz en Google maps



**Fuente:** <https://www.google.es/maps/place/Mindo,+Ecuador/@-0.048717,-78.775198,15z/data=!3m1!4m2!3m1!1s0x91d57c4699565207:0x7341c14f9b735b21?hl=es>

**Realizado por:** Xavier Ramírez Q.

Esta aplicación permite consultar información sobre carreteras, rutas en auto, a pie, en bicicleta, etc. Además se puede encontrar direcciones de hosterías y lugares aledaños, etc. El aporte sería a largo plazo y dependiendo de las necesidades del usuario, hoy en día es cada vez más popular y económico tener un plan de datos, así que se puede acceder a más y grabarlos para tenerlos a la mano.

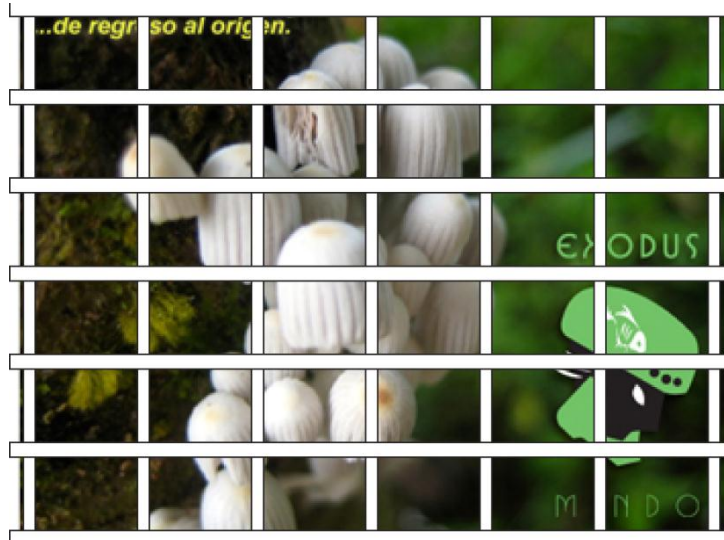
### 3.11 Anuncios y contenidos realizados para la promoción del producto

La función principal de EXODUS es permitir que los usuarios compartan sus videos, fotografías, vivencias, por medio de la página web o las redes sociales, cada plataforma trabaja en conjunto con la otra.

Éste sitio web está al servicio de los usuarios, la intención de EXODUS como imagen es representar una filosofía de vida, el mensaje será difundido por los distintos canales, siendo ese el fin.

También se ha realizado algunos promocionales de carácter ecológico, deportivo, manteniendo siempre la identidad corporativa de EXODUS y bajo los siguientes lineamientos como forma, textura, peso visual, contraste, balance, proporción, ritmo, armonía, movimiento y simetría.

**Imagen 14: Retícula del Promocional Vegetación**



**Realizado por:** Xavier Ramírez Q

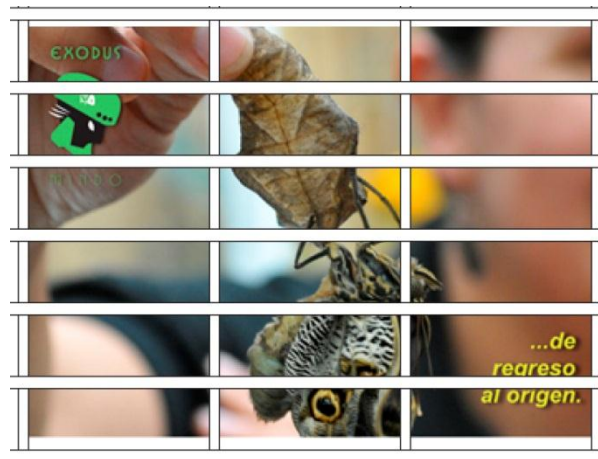
La disposición de elementos respeta la cuadrícula, logra que el peso visual se coloque en el isotipo de Exodus, mientras que el contraste ayuda al texto a resaltar en la composición.

### Imagen 15: Promocional Vegetación



**Fuente:** <http://media-cache-ak0.pinimg.com/originals/45/1c/19/451c199d642eb7107bac8350c336d154.jpg>  
**Montaje:** Xavier Ramírez Q

### Imagen 16: Retícula Promocional Fauna



**Realizado por:** Xavier Ramírez Q

El isotipo se coloca en la parte superior izquierda para que se logre un contraste, y la composición fotográfica sitúa a la mariposa en el cuadrante central inferior.

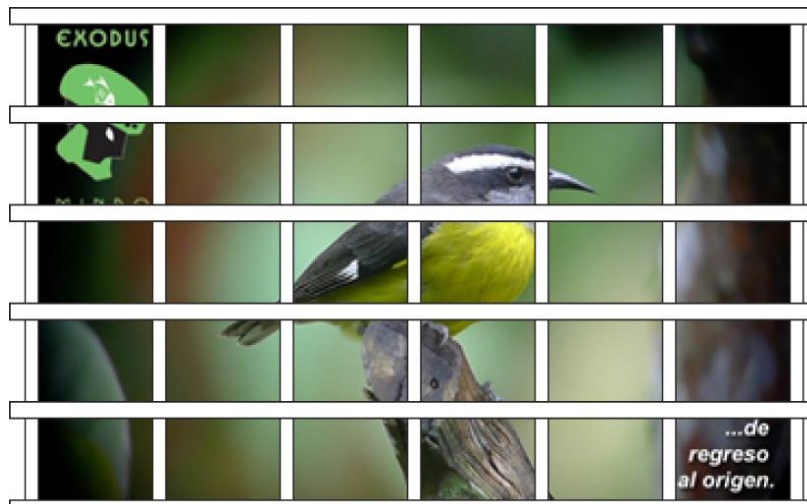
**Imagen 17: Promocional Fauna**



**Fuente:** <http://media-cache-ec0.pinimg.com/originals/4a/d9/76/4ad976f8a155830131c7ecdc6a6d0488.jpg>

**Montaje:** Xavier Ramírez Q.

**Imagen 18: Retícula Promocional 2 Fauna**



**Realizado por:** Xavier Ramírez Q

El isotipo y el texto se colocaron en segmentos de la fotografía donde se puede lograr un mejor contraste.

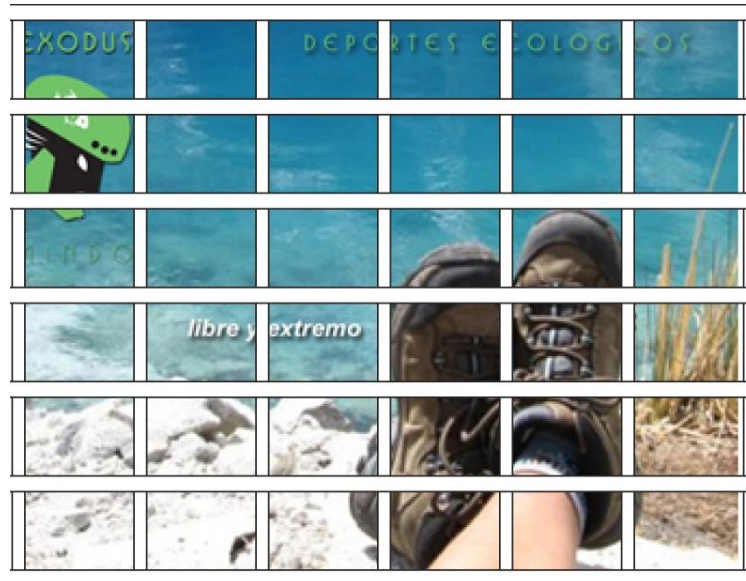
**Imagen 19: Promocional 2 Fauna**



**Fuente:** <http://media-cache-ak0.pinimg.com/>

**Montaje:** Xavier Ramírez Q.

**Imagen 20: Retícula Promocional Trekking**



**Realizado por:** Xavier Ramírez Q

El contraste se crea con los colores, el isotipo se destaca en el fondo fotográfico, mientras que el texto crea una línea visual con la imagen, dominando la composición.

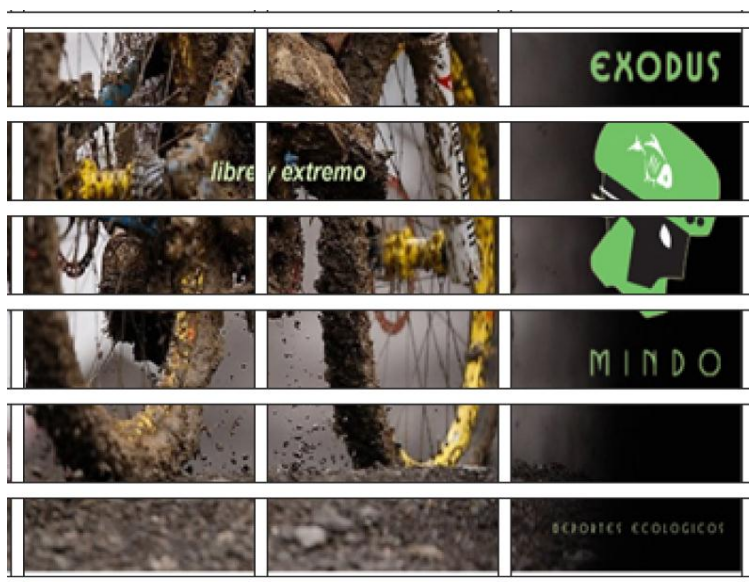
**Imagen 21: Promocional Trekking**



**Fuente:** <http://www.pinterest.com/pin/296322850456333683/>

**Montaje:** Xavier Ramírez Q.

**Imagen 22: Retícula Promocional Mountain Bike**



**Realizado por:** Xavier Ramírez Q.

El isotipo ocupa el lado derecho de la composición para lograr un mejor contraste, y el slogan centra la atención visual en la bicicleta.

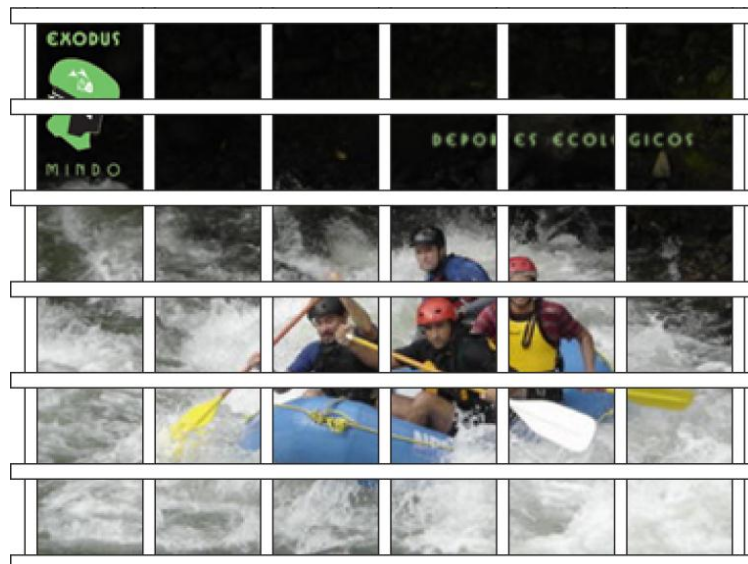
**Imagen 23: Promocional Mountain Bike**



**Fuente:** <http://www.pinterest.com/pin/296322850455941207/>

**Montaje:** Xavier Ramírez Q

**Imagen 24: Retícula Promocional Tubing**



**Realizado por:** Xavier Ramírez Q

En esta composición el isotipo ocupa la parte superior izquierda en forma de etiqueta para recorrer la imagen y situarla en los deportistas. El texto titula la imagen.

**Imagen 25: Promocional Tubing**



**Fuente:** <http://www.pinterest.com/pin/296322850456333757/>

**Montaje:** Xavier Ramírez Q

**Imagen 26: Promocional**



**Realizado por:** Xavier Ramírez Q

Partiendo del poster producido por el Gobierno británico a inicio de la segunda guerra mundial para subir la moral de las tropas, se usó como apoyo para incentivar a los usuarios a salir del espacio de confort.



### 3.12 Validación del producto

#### 3.12.1 Descripción teórica del Página web “exodusmindo.ec”

Por el Sr. David Cajas, Webmaster, freelance, 10 años de experiencia en asesoría y elaboración de páginas web como:

- [www.miabogado.ec](http://www.miabogado.ec)
- [www.coadviser.com.ec](http://www.coadviser.com.ec)
- [www.factoryfashion.com.ec](http://www.factoryfashion.com.ec)
- [www.dinviajes.com](http://www.dinviajes.com)
- [www.rp-aereoecuador.com](http://www.rp-aereoecuador.com) (en construcción), etc.

El manejo correcto y acertado de la imagen de Exodus, va de acuerdo al entorno que desea representar, la naturaleza, la biodiversidad, están representadas de una manera sobria, usando cromática y formas que transmitan la sensación de tranquilidad, seguridad al visitante del sitio web, lo cual es el objetivo general de la marca.

Los usuarios entran a una web corporativa en busca de información concreta por lo que el hecho de transmitir esta información de modo claro, sencillo y rápido es la principal función de este sitio. Nadie entra en la web de una empresa industrial a divertirse ni para distraerse con un spot, una presentación o una muestra de creatividad multimedia, para eso está la TV, los DVDs, los museos, etc.

La carga debe ser lo más rápida posible, el usuario normalmente está trabajando, por lo que se desaconsejan las grandes películas flash, grandes imágenes meramente decorativas, músicas, y cualquier otro elemento que aumente el peso, ralentice la web o dificulte la navegación. Los colores, su combinación, saturación y contraste, así como las fuentes, deben permitir una lectura relajada y cómoda.

#### 3.12.2 Observación técnica:

[www.exodusmindo.ec](http://www.exodusmindo.ec) Resulta atractiva como vidriera virtual para presentar la información acerca de este hermoso paraje además nos deja una puerta abierta para entrar en contacto con lo que no pueda ofrecer la marca u organización.

Canaliza el mensaje de comunicación interna y externa hacia el usuario y los miembros de la marca.

[www.exodusmindo.ec](http://www.exodusmindo.ec) Sirve de vehículo para la difusión de las propuestas mediante el marketing de Internet.

Permite la renovación de contenidos de manera tal que reflejen la actividad de la empresa u institución.

Actúa como enlace entre la marca y los usuarios, sea como un canal de venta on-line, como herramienta de comunicación, como publicación electrónica.

Actúa como herramienta de marketing on-line potenciando las actividades de venta de la marca.

#### 4. Conclusiones

- La marca está diseñada para poder identificarse con el medio ambiente, practicar deporte, hacer turismo y compartir esas vivencias con personas que poseen los mismos intereses.
- La identidad visual de Exodus es de alta pregnancia, su logo, colores y mensajes van acorde a su filosofía de conservación, naturaleza, deporte, transmite tranquilidad, deseo de moverse, de escapar de lo convencional a lo básico.
- La práctica de deportes es una actividad que permite cultivar el cuerpo y la mente, cultiva valores como: el respeto, la solidaridad, el trabajo en equipo, la disciplina y puede ser practicado por gente de todas las edades.
- Los sitios web que hacen publicidad sobre Mindo ([www-mindo.com](http://www-mindo.com); [www.mariposario.com](http://www.mariposario.com)) como un lugar para hacer turismo, pero no hay información específica como lugares, sitios, eventos sobre la promoción de deportes ecológicos.
- Actualmente, las personas buscan información sobre un tema específico a través del internet y las redes sociales, las mismas que están adaptadas en sus teléfonos celulares, ipods, etc., por lo que la promoción de deportes ecológicos en Mindo está al alcance de todos de una forma práctica y eficaz.

## 5. Recomendaciones

- Actualizar constantemente la información sobre eventos en Mindo y deportes ecológicos, en la página web de EXODUS, porque a los usuarios les gusta informarse, hacen click en el botón de like y sabes que tendrán información interesante y útil.
- Tomar en cuenta las inquietudes e intereses de los visitantes de la página y usuarios de Exodus Mindo, ayudarlos a cumplir con sus expectativas y motivarles a que compartan sus experiencias con la familia y amigos.
- Promocionar a Mindo como un lugar de escape y regreso al origen, manteniendo el concepto de lanzamiento y posicionamiento de marca Exodus Mindo.
- Inculcar a nuestros hijos el hábito de practicar deporte para mantenerse saludables, a utilizar su tiempo libre en actividades sanas y ecológicas que les permitan experimentar nuevas emociones y conseguir nuevos amigos.
- Impulsar a la gente a que practique turismo en su propia tierra, de esta manera contribuimos al crecimiento social y económico de la región.
- Lo más importante en todo este proyecto es la marca, mientras se respete la identidad corporativa, colores, tipografías, la marca prevalecerá.

## 6. Lista de referencias

- Alvarez, F. (13 de 02 de 2013). *La comunicacion coconcepto e importancia*. Obtenido de <http://mundoadministrativo.net/la-comunicacion-concepto-e-importancia/>
- Amar, V. M. (2006). *las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación*. Cadiz: Universidad de Cadiz.
- Amar, V. M. (2006). *nuevas tecnologías aplicadas a la educación*. Cadiz: Universidad de Cadiz.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas-Venezuela: Episteme.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de investigación , Guía para su elaboración*. Caracas.
- Ávila, A. R. (2007). *Iniciación a la red Internet*. Ideaspropias.
- Baca Urbina, G. (2000). *Evaluación de proyectos* (cuarta ed.). México: Mc.Graw Hill.
- Borello, A. (1996). *El Plan de Negocios*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Crosby, A. (1996). *Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales*. Madrid: CEFAT.
- *dictionarist.com*. (10 de 09 de 2014). Obtenido de <http://definicion.dictionarist.com/exodus>
- F., A. (2006). *Población*.
- Fernández, A. (26 de 02 de 2010). *Diseño de página web*. Obtenido de <http://www.lawebera.es/>
- Fidas, A. (2006). *Introducción a la Metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Garcia, A. (2008). *NUEVAS TECNOLOGIAS PARA LA PRODUCCION PERIODISTICA*. España: VISIONNET.
- Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- <http://recursostic.educacion.es/observatorio/version/v2/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=2>. (s.f.). <http://recursostic.educacion.es>. Recuperado el 22 de 05 de 2014

- <http://www.lahora.com.ec>. (29 de Enero de 2013). Un 37% de universitarios ecuatorianos en riesgo por alcohol. *La Hora Nacional*, pág. 1.
- intf. (15 de 09 de 2014). *Multimedia y web 2.0*. Obtenido de <http://www.ite.educacion.es>
- Kotler, P. (2000). *Dirección de Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.
- Latorre, B. (12 de Abril de 2010). *Asociación Naturalista de Aragón*. Obtenido de [ansaragon.blogspot.com](http://ansaragon.blogspot.com): <http://www.ansaragon.com>
- Leiva Zea, F. (1994). *Nociones de Metodología de Investigación Científica*. Madrid: Marca Gráfica.
- Lovelock, C. (1997). *Mercadotecnia de servicios*. Mexico: PrenticeHall Hispanoamericana.
- Martín, V. E. (2004). *Proyecto de Ingeniería*. México: Limusa.
- Pablos, C. d. (09 de 05 de 2011). *organización y transformación de los sistemas sociales de la información en la empresa*. Madrid: Esic. Recuperado el 22 de 05 de 2014, de <http://tecnologiainformatica.bligoo.com>: <http://tecnologiainformatica.bligoo.com>
- Padilla, M. C. (2006). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogota: Ecoe.
- Pedraja Marta, Y. M. (2001). La relación percibida precio - calidad. 55 - 64.
- Ponce, I. (17 de 04 de 2012). <http://recursostic.educacion.es>. Recuperado el 22 de 05 de 2014, de <http://recursostic.educacion.es>: <http://recursostic.educacion.es>
- Rodríguez, T. (2004). *Creación y formalización de la Microempresa civil* (Quinta ed.). Quito, Ecuador: Qualityprint.
- Rojas Mendoza, D. (s.f.). Obtenido de [drojas@gnat.com.pe](mailto:drojas@gnat.com.pe)
- SMEMPRESARIO. (15 de 09 de 2014). *4-claves-de-la-comunicacion*. Obtenido de <http://socialmediaempresario.com>
- UTDT, L. D. (2 de 09 de 2014). *estrategias-de-marketing-online*. Obtenido de <http://denyditellamarketingclub.blogspot.com>
- Vilchis, L. d. (1998). *Metodología del diseño*. Mexico : Claves Latinoamericanas .
- Watts, D. (09 de 05 de 2013). <http://tecnologiainformatica.bligoo.com>. Recuperado el 22 de 05 de 2014, de <http://tecnologiainformatica.bligoo.com>: <http://tecnologiainformatica.bligoo.com>

## 7. ANEXOS

### 7.1 Anexo 1: Modelo encuesta

#### UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Encuesta aplicada para la promoción de deportes ecológicos como: Trekking, Mountain Bike, Tubing, Rappelling y Canopy practicados en la parroquia de Mindo, provincia de Pichincha, mediante el uso de redes sociales.

Por favor marque con una x la opción que elija

#### 1. ¿A visitado Mindo en la Provincia de Pichincha?

Si

No

#### 2. ¿Con que frecuencia suele ir a Mindo?

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

Anualmente

#### 3. ¿Cuánto tiempo generalmente se queda en Mindo cuando va?

Un día

Un fin de semana

Mas

#### 4. ¿Qué es lo que más le atrae de Mindo?

La naturaleza

Deportes ecológicos

La gastronomía

El clima

Todo

#### 5. ¿Practica alguno de estos deportes en Mindo?

Trekking (senderismo)

Mountain bike (ciclismo de montaña)

Tubing (descenso por el río en boyas)

Canopy (pasar con poleas de un extremo a otro)

**6. ¿Cuál cree usted que es el medio de publicidad más eficiente como para promocionar a Mindo?**

Televisión

Radio

Redes sociales

Volantes, afiches, etc.

**7. ¿Cuál de estas redes sociales usa usted?**

Facebook

Twitter

Pinterest

**Gracias por su colaboración**



## 7.2 Anexo 2: Matriz para validación

**PRODUCTO: SITIO WEB: [www.exodusmindoc.ec](http://www.exodusmindoc.ec)**

**Sitio informativo para** promocionar deportes ecológicos como: Trekking, Mountain Bike, Tubing, Rappelling y Canopy practicados en la parroquia de Mindo, provincia de Pichincha, mediante el uso de redes sociales.

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD				
PERTINENCIA				
ACTUALIDAD				
APLICABILIDAD				
NOVEDAD				

**Nombre:** \_\_\_\_\_

**Especialización:** \_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración**