



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROPUESTA DE APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DISEÑO INTEGRAL A  
LA CREACIÓN DE UNA GUÍA PROMOCIONAL E IDENTIDAD  
CORPORATIVA, MOBILIARIO PARA EL CLUB BMX DENTRO DEL  
PROYECTO DEL MUNICIPIO DE QUITO.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Licenciatura en Diseño Gráfico Industrial

Profesora Guía  
María Gabriela Pallares

Autora  
Paola Andrea Maya Jácome

Año  
2014

### **DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA**

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

---

María Gabriela Pallares  
Diseñadora  
1713437398

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

---

Paola Andrea Maya Jácome

171569609-0

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi familia, amigos y personas cuya compañía han determinado el curso de mi vida.

No puedo dejar de reconocer a la Universidad de las Américas, a sus autoridades, personal académico y administrativo; particularmente a María Gabriela Pallares, directora de la presente tesis, por su compromiso y profesionalismo en su labor.

Finalmente, quiero agradecer a los personeros y empleados del Club BMX en Quito, por brindarme la apertura necesaria para la realización de este trabajo investigativo.



## **DEDICATORIA**

A mis padres, a mi hermano, a quienes admiro, los quiero y siempre han estado a mi lado apoyándome y nunca dejaron de creer en mi, por ser mi ejemplo a seguir, mi aliento y mis fuerzas, a ustedes por siempre mi corazón y agradecimiento.

## RESUMEN

El presente trabajo investigativo presenta un diagnóstico de la situación actual del uso del diseño gráfico en la imagen corporativa del Club BMX en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

Con base en un estudio de tipo exploratorio y tras el análisis de fuentes primarias y secundarias, se determinó que el Club presenta deficiencias en la consolidación de una identidad corporativa consistente, lo que se constituye en una seria limitación para el desarrollo de las actividades del Club BMX y el crecimiento de sus operaciones.

Como elemento adicional a la investigación, se realiza una propuesta de aplicación de estrategias de diseño para el Club, a través de un manual para la identidad corporativa que incluye diseños para mobiliario y la creación de una revista para los miembros de la entidad estudiada.

**Palabras clave:** Club BMX – Identidad corporativa – Diseño gráfico

## ABSTRACT

The following document presents a diagnosis of the current situation of the use of graphic design in the corporate image of BMX Club in the city of Quito, Pichincha.

Based on an exploratory study and after analysis of primary and secondary sources, it was determined that the Club has deficiencies in building a consistent corporate identity, which constitutes a serious constraint to the development of the activities of the Club BMX and the growth of its operations.

As an additional element, the document presents a proposal for the application of design strategies for the Club through a corporate identity manual, which includes designs for furniture and a magazine for members of the studied entity.

**Keywords:** BMX Club - Corporate Identity - Graphic Design

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I. El Club BMX</b> .....	4
1.1 Qué es el Club Quito BMX.....	4
1.1.1 Antecedentes .....	5
1.1.2 Historia del Club Quito BMX.....	9
1.1.2 Proyecto del municipio .....	11
1.1.3 Ubicación geográfica.....	14
1.2 Situación actual del Club Quito BMX .....	15
1.2.1 Problemas gráficos.....	15
1.2.2 Problemas industriales .....	17
<b>CAPÍTULO II. Imagen corporativa</b> .....	20
2.1 Imagen corporativa en la actualidad.....	20
2.1.1 Concepto de identidad .....	21
2.1.2 Importancia de la identidad .....	21
2.1.3 Elementos que componen la identidad .....	22
2.2 Signos básicos de la identidad corporativa.....	23
2.2.1 El nombre .....	23
2.2.2 El logotipo .....	24
2.2.3 El imagotipo .....	25
2.3 Referentes de la identidad corporativa del Club BMX.....	27
<b>CAPÍTULO III. El diseño editorial</b> .....	28
3.1 Qué es el diseño editorial.....	28
3.1.1 Clases de diseño editorial .....	29
3.2 Qué es una revista.....	29
3.2.1 Importancia de una revista .....	30
3.2.2 Tipos de revista .....	30
3.3 Diferencia entre revista de niños y revista de adultos.....	32
3.4 Maquetado y diagramación .....	32

3.4.1 Portada.....	33
3.4.2 Publicidad.....	33
3.4.3 Editorial y contenido .....	34
3.4.4 Formato.....	34
3.4.5 Tipografía .....	35
3.4.6 Colores.....	35
3.4.7 Estructura de la página .....	36
3.4.8 Modularización .....	36
3.4.9 Técnicas de composición .....	37
3.4.10 Elementos de la página.....	40
<b>CAPÍTULO IV. Diseño industrial.....</b>	<b>41</b>
4.1 Qué es el diseño industrial.....	41
4.1.1 Importancia del diseño industrial.....	42
4.2 Mobiliario urbano.....	42
4.2.1 Función del mobiliario .....	44
4.2.2 Tipos de mobiliario .....	44
4.2.3 Características .....	45
<b>CAPÍTULO V. Metodología.....</b>	<b>48</b>
5.1 Objetivos de investigación .....	48
5.1.1 Objetivo General .....	48
5.1.2 Objetivos Específicos .....	48
5.2 Metodología.....	49
5.2.1 Variables .....	49
5.3 Estimación de parámetros .....	50
5.3.1 Objeto de Estudio.....	50
5.4 Instrumentos de la Investigación.....	52
5.4.1 Técnicas.....	52
5.4.2 Enfoque.....	52
5.4.3 Alcance .....	53
5.5 Elaboración de Instrumentos.....	53

5.6 Metodología del Diseño .....	54
5.7 Análisis y Tabulación de Encuestas .....	56
5.8 Grupo Focal.....	70
5.9 Bocetaje de la Marca.....	72
<b>CAPÍTULO VI. Propuesta gráfica .....</b>	<b>79</b>
6.1 Antecedentes .....	79
6.2 Concepto y Marca.....	79
6.2.1 Cromática .....	80
6.2.2 Composición .....	81
6.2.3 Área de Respeto .....	82
6.2.4 Tamaño Mínimo .....	83
6.2.5 Tipografía .....	83
6.3 Papelería Corporativa .....	84
6.3.1 Tarjeta de presentación.....	84
6.3.2 Hoja A4 .....	85
6.3.3 Hoja de Inscripciones .....	86
6.3.4 Sobre.....	87
6.3.5 Sobre Manila .....	88
6.3.6 Carpeta .....	89
6.3.7 CD y Caja .....	90
6.4 Reconocimiento.....	91
6.4.1 Diploma .....	91
6.5 Misceláneo.....	91
6.5.1 Credenciales .....	91
6.5.2 Boletos .....	92
6.6 Vestuario .....	93
6.6.1 Uniformes.....	93
6.6.2 Calentadores .....	94
6.6.3 Camisetas .....	96
6.7 Aplicaciones Especiales .....	97

6.7.1 Vehículo .....	97
6.8. Artículos Promocionales.....	97
6.8 Plantilla PowerPoint.....	98
6.9 Multimedia.....	99
6.9.1 Página Web.....	99
6.10 Redes Sociales .....	103
6.10.1 Facebook y Twitter .....	103
6.10.2 Google.....	105
6.10.3 YouTube.....	106
6.11 Piezas Publicitarias .....	106
6.11.1 Volante .....	106
6.11.2 TRÍPTICO .....	108
6.11.3 AFICHE .....	109
6.11.4 ROLL UP .....	110
6.12 Señalética .....	111
6.12.1 Tipografía .....	111
6.12.2 Cromática .....	112
6.12.1 Pictogramas .....	112
6.13 Paneles informativos.....	119
6.13.1 Fachada .....	119
6.13.2 Directorio .....	124
6.13.3 Guiatorio.....	128
6.13.4 Puntero.....	132
6.13.5 Normas de Obligación.....	137
6.14 Mobiliario.....	143
6.14.1 Basurero.....	143
6.14.2 Porta Bicicletas.....	148
6.15 La Revista (Guía Promocional) .....	154
6.15.1 Elaboración de la Revista.....	155
6.16 Presupuesto .....	176

<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	178
Conclusiones.....	178
Recomendaciones.....	180
<b>REFERENCIA</b> .....	181
<b>ANEXOS</b> .....	184



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Declaraciones del enfoque estratégico de Club Quito BMX.....	4
Figura 2. BMX estilo carrera.....	6
Figura 3. Salto sucio (dirtjump).....	7
Figura 4. Terreno llano (flatland) .....	8
Figura 5. Estilo parque (park).....	8
Figura 6. BMX estilo calle (street) .....	9
Figura 7. Vía para bicicletas en Quito .....	12
Figura 8. Trabajos en la pista de BMX .....	13
Figura 9. Ciclo Paseo y Ciclo Ruta (Chaquiñán) en Quito.....	13
Figura 10. Bicicletas de alquiler del Municipio de Quito .....	14
Figura 11. Ubicación de la pista del Club Quito BMX.....	14
Figura 12. Logotipo del Club Quito BMX .....	15
Figura 13. Logotipo 2 del Club Quito BMX .....	15
Figura 14. Publicidad del Club Quito BMX .....	16
Figura 15. Captura de pantalla de página del club en redes sociales .....	16
Figura 16. Carpa en la pista del Club Quito BMX.....	18
Figura 17. Tacho de basura en el área del Club .....	18
Figura 18. Área de porta bicicletas del club.....	19
Figura 19. Logotipo de Coca – Cola.....	24
Figura 20. Logotipo del Ministerio de Turismo.....	25
Figura 21. Logotipo de Volkswagen .....	25
Figura 22. Imagotipo de Coca-Cola.....	26
Figura 23. Imagotipo del Ministerio de Turismo.....	26
Figura 24. Imagotipo de Volkswagen .....	26
Figura 25. Logotipo del Club Quito BMX .....	27
Figura 26. Logotipo II del club Quito BMX.....	27
Figura 27. Construcción de diseños modulares .....	37
Figura 28. Ejemplo de composición en pastillas.....	38
Figura 29. Ejemplo de composición de tipo light .....	39
Figura 30. Ejemplo de composición de tipo serio .....	40

Figura 31. Ejemplos de mobiliario urbano .....	43
Figura 32. Infografía de la pista de bicigrós.....	50
Figura 33. Mapa de Ubicación de Quito dentro de la Provincia y del Ecuador. 51	
Figura 34. Distribución de entrevistados según sexo .....	56
Figura 35. Pregunta 1 .....	57
Figura 36. Pregunta 2.....	58
Figura 37. Pregunta 3.....	59
Figura 38. Pregunta 4.....	60
Figura 39. Pregunta 5.....	61
Figura 40. Pregunta 6.....	62
Figura 41. Pregunta 7.....	63
Figura 42. Pregunta 8.....	64
Figura 43. Concepto Vida Sana .....	71
Figura 44. Concepto Extremo.....	71
Figura 45. Concepto Unión .....	72
Figura 46. Boceto según concepto de vida sana.....	72
Figura 47. Boceto según concepto de deporte extremo.....	73
Figura 48. Boceto según concepto de unión .....	73
Figura 49. Segunda fase concepto vida sana .....	73
Figura 50. Segunda fase concepto extremo.....	74
Figura 51. Segunda fase concepto unión.....	74
Figura 52. Tercera fase concepto vida sana .....	75
Figura 53. Tercera fase concepto unión.....	77
Figura 54. Resultados del grupo focal.....	77
Figura 55. Concepto definitivo adoptado.....	78
Figura 56. Modelo adoptado para la marca.....	79
Figura 57. Cromática del concepto.....	80
Figura 58. Versión horizontal.....	81
Figura 59. Versión vertical.....	81
Figura 60. Área de respeto versión horizontal.....	82
Figura 61. Área de respeto versión horizontal.....	82
Figura 62. Tamaños mínimos.....	83

Figura 63. Tipografía a usarse .....	83
Figura 64. Tarjetas de presentación .....	84
Figura 65. Hoja A4 .....	85
Figura 66. Hoja de inscripciones .....	86
Figura 67. Sobre adelante y atrás .....	87
Figura 68. Sobre Manila adelante y atrás.....	88
Figura 69. Carpeta adelante y atrás .....	89
Figura 70. Caja para cd y cd .....	90
Figura 71. Diploma .....	91
Figura 72. Credencial de socio .....	92
Figura 73. Credencial directiva .....	92
Figura 74. Boletos .....	93
Figura 75. Vestimenta para uso en competencias internacionales .....	94
Figura 76. Vestimenta para uso en competencias nacionales .....	94
Figura 77. Calentadores para directivos.....	95
Figura 78. Calentadores para directivos.....	95
Figura 79. Camisetas .....	96
Figura 80. Camisetas II .....	96
Figura 81. Vehículos .....	97
Figura 82. Artículos promocionales .....	98
Figura 83. Presentación de diapositivas.....	98
Figura 84. Página Web.....	99
Figura 85. Enlace web: el Club Quito BMX .....	100
Figura 86. Enlace web: Noticias .....	101
Figura 87. Enlace web: Calendario .....	102
Figura 88. Enlace web: Escríbenos .....	103
Figura 89. Página de Facebook del Club .....	104
Figura 90. Cuenta de Twitter del Club .....	105
Figura 91. Página de Google del Club .....	105
Figura 92. Cuenta de YouTube del Club .....	106
Figura 93. Volantes .....	107
Figura 94. Tríptico del Club .....	108

Figura 95. Afiche .....	109
Figura 96. Roll up .....	110
Figura 97. Tipografía para la señalética .....	111
Figura 98. Proceso de elaboración de pictogramas (señalética informativa) .	113
Figura 99. Señalética informativa a utilizar 1 .....	114
Figura 100. Señalética informativa a utilizar 2.....	115
Figura 101. Proceso de elaboración de pictograma (señalética preventiva) ..	116
Figura 102. Señalética preventiva a utilizar.....	117
Figura 103. Proceso de elaboración de pictograma (señalética restrictiva) ...	118
Figura 104. Señales a utilizar (señalética restrictiva) .....	119
Figura 105. Modelo de letrero de fachada.....	120
Figura 106. Sujeción de letrero de fachada.....	121
Figura 107. Estructura y dimensiones de letrero de fachada .....	122
Figura 108. Fotografía de la situación actual .....	123
Figura 109. Señalética propuesta.....	123
Figura 110. Directorio para el Club.....	124
Figura 111. Sujeción del directorio .....	125
Figura 112. Dimensiones y estructura del directorio .....	126
Figura 113. Fotografía de la situación actual .....	127
Figura 114. Señalética Propuesta .....	127
Figura 115. Guiatorio para el Club .....	128
Figura 116. Sujeción del guiatorio .....	129
Figura 117. Dimensiones y estructura del guiatorio .....	130
Figura 118. Fotografía de la situación actual .....	131
Figura 119. Propuesta de señalética .....	131
Figura 120. Puntero para el Club .....	132
Figura 121. Sujeción del puntero 1.....	133
Figura 122. Sujeción del puntero 2.....	134
Figura 123. Dimensiones y estructura del puntero .....	135
Figura 124. Fotografía de la situación actual .....	136
Figura 125. Señalética Propuesta .....	136
Figura 126. Punteros de obligación para el Club.....	137

Figura 127. Sujeción de punteros de obligación.....	138
Figura 128. Dimensiones y estructura del puntero .....	139
Figura 129. Fotografía de la situación actual .....	140
Figura 130. Señalética Propuesta .....	140
Figura 131. Fotografía de la situación actual .....	141
Figura 132. Aplicación propuesta .....	141
Figura 133. Fotografía de la situación actual .....	142
Figura 134 .Aplicación propuesta .....	142
Figura 135. Basurero para el Club .....	143
Figura 136. Sujeción del basurero.....	144
Figura 137. Sujeción del basurero.....	145
Figura 138. Dimensiones y estructura del basurero .....	146
Figura 139. Fotografía de la situación actual .....	147
Figura 140. Mobiliario Propuesto.....	147
Figura 141. Porta bicicletas para el Club.....	149
Figura 142. Sujeción del porta bicicletas .....	150
Figura 143. Dimensiones y estructura del porta bicicletas adultos.....	151
Figura 144. Dimensiones y estructura del porta bicicletas niños.....	152
Figura 145. Fotografía de la situación actual .....	153
Figura 146. Porta bicicletas Propuesto.....	153
Figura 147 .Nombre y logotipo de la revista para niños .....	156
Figura 148. Portada de la revista para niños.....	160
Figura 149. Publicidad y contenidos de la revista para niños.....	161
Figura 150 .Sección “Sabías que” .....	162
Figura 151. Sección “rincón del saber” .....	162
Figura 152. Publicidad dentro de la revista .....	163
Figura 153. Sección “Paso a paso” .....	164
Figura 154. Sección “Juega” .....	165
Figura 155. Nombre y logotipo de la revista para padres.....	166
Figura 156. Portada de la revista para padres .....	169
Figura 157. Publicidad y contenidos de la revista para padres .....	170
Figura 158. Sección “Curiosidades” .....	171

Figura 159. Sección “Gente” .....	172
Figura 161. Sección “Salud” .....	174
Figura 161. Sección “Consejos” .....	175

## INTRODUCCION

Actualmente, toda empresa, negocio, establecimiento público o privado y ciertas actividades como las deportivas, necesitan de una imagen institucional o identidad corporativa con la finalidad de que lleguen al público y se adapten rápidamente a toda la sociedad; para que, así, a corto o largo plazo, sea reconocida de forma simple por un ícono, un nombre o una imagen, de tal manera que sea diferenciada fácilmente de todos los demás.

Es por este motivo que la publicidad y el diseño gráfico son herramientas poderosas que tienen la finalidad de dar a conocer a los consumidores la existencia o servicio de un producto, facilitando la venta, además de crear una necesidad o un interés en todos los públicos.

Es así, que la publicidad en los últimos tiempos se ha desarrollado tanto que se ha convertido en el medio de comunicación trascendental para las empresas y consumidores. Dentro de la publicidad, existen algunas herramientas para conocimiento del público en general, como son revistas, radio, prensa, volantes, libros, internet o televisión. Estos medios cumplen un objetivo principal que es dar a conocer a toda la sociedad los temas para los cuales fue creada de una manera práctica y sencilla.

Otra herramienta importante que forma parte del medio publicitario es la revista (guía promocional de las actividades); esta da suficiente información, además de que orienta y facilita una serie de datos; es decir, enseña de manera sencilla todos los pasos y necesidades que se deberán alcanzar para desarrollar ciertas actividades, creando el suficiente interés y conocimiento de quienes lo practican y de quienes serían posibles consumidores del producto o servicio, en este caso, la actividad del BMX y del Club Quito BMX.

Siendo el único Club en su tipo, Quito BMX ha logrado cierto prestigio en la ciudad por las actividades que lleva a cabo. Sin embargo, las estrategias que

ha mantenido con relación a su imagen Corporativa han carecido de una fundamentación técnica que asegure el éxito de sus estrategias promocionales. En este sentido, resulta importante darle a la organización una identidad visual como el logotipo, la tipografía, los colores corporativos y otros elementos que lo diferencien y creen en el público una imagen consolidada.

Además de ayudar a la organización, con el desarrollo de la identidad corporativa también se apoyará al deporte del bicigrós y a sus deportistas que cada año enorgullecen a su provincia y al país con logros y victorias a nivel nacional e internacional, fruto del esfuerzo y dedicación a este deporte.

Para el desarrollo del presente trabajo se hizo uso de un estudio exploratorio y de métodos inductivos y deductivos con el fin de recopilar, evaluar, comparar y analizar la realidad actual del Club BMX en lo que respecta al manejo de su identidad corporativa. Con dichos resultados y en base a la fundamentación teórica desarrollada, se propone un manual corporativo para el club, así como el diseño industrial y el concepto para la creación de una revista para los miembros.

De la manera descrita, el presente documento se encuentra estructurado en capítulos:

- El primero de ellos trata acerca del problema estudiado, es decir, el club BMX y el manejo actual de su identidad corporativa, como justificación del desarrollo de la investigación.
- El segundo capítulo trata acerca de la identidad corporativa y su importancia como elemento para el desarrollo del proyecto; adicionalmente se realiza un acercamiento a los referentes de la actividad del Club.



- El tercer capítulo trata del diseño editorial como elemento publicitario y se desarrolla una conceptualización y análisis de los elementos que intervienen en la publicación de revistas, tomando en cuenta que esta es parte de la propuesta final presentada.
- El cuarto capítulo presenta, por su parte, un estudio relativo al diseño industrial, considerando como elementos que afectan a la imagen del Club BMX sus mobiliarios y demás elementos físicos.
- En el quinto capítulo del documento se desarrolla y explica la metodología utilizada para la recopilación, tabulación, evaluación y presentación de datos relativos al tema de estudio y que fundamentan la propuesta final.
- El sexto capítulo contiene la propuesta final del proyecto que consiste en un manual corporativo que incluye pautas para el diseño industrial del mobiliario y diseño editorial de una revista dirigida a miembros del Club y público externo.
- Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación y la propuesta.

## CAPÍTULO I. El Club BMX

### 1.1 Qué es el Club Quito BMX

El Club Quito BMX, es uno de los mejores Clubs de América Latina, especializado en formar niños y jóvenes deportistas en la práctica del Bicicrós, ofreciéndoles un desarrollo integral, difundiendo en los *bikers* o llamados también pilotos del BMX valores, disciplina, responsabilidad, puntualidad y trabajo en equipo. Por todo esto, el Club Quito BMX se ha hecho merecedor orgullosamente de un numerable semillero de Campeones sudamericanos, mundiales y olímpicos.

La organización tiene el siguiente enfoque estratégico:

<p><b>MISIÓN:</b> “Somos un Club Especializado Formativo que se dedica al desarrollo integral y deportivo de hombres y mujeres a través de la fomentación y práctica de un deporte extremo como lo es el Bicicrós”</p>
<p><b>VISIÓN:</b> “Para el año olímpico, 2016, consolidarnos como el mejor Club de América Latina con un numerable semillero de campeones sudamericanos, mundiales y olímpicos”</p>
<p><b>VALORES:</b>            Disciplina            Responsabilidad            Puntualidad            Trabajo en Equipo</p>
<p><i>Figura 1.</i> Declaraciones del enfoque estratégico de Club Quito BMX            Tomado de: (Club Quito BMX, 2013)</p>

### 1.1.1 Antecedentes

El Club BMX en Quito difunde, promueve y organiza actividades relacionadas con la actividad deportiva del BMX. En este sentido, se considera importante realizar un acercamiento a esta actividad con el fin de conocer el tipo de organización que se quiere promocionar a través de la identidad corporativa, elemento de suma importancia para establecer un concepto en el diseño tanto editorial como industrial de la organización.

#### 1.1.1.1 Historia del BMX

El BMX (*Bicycle Moto Cross*), es un deporte relativamente nuevo que se inició a finales de 1970 en California, cuando los jóvenes trataban de imitar con sus bicicletas a los campeones de motocross. El BMX es una modalidad acrobática del ciclismo.

“En 1977, La *American Bicycle Association* (ABA) se organizó como una entidad nacional para el crecimiento del deporte que se introdujo en Europa en 1978. En los años 1980 se generalizó la variante conocida como *Race*, o carreras en circuitos de tierra, muy similares a los realizados con motos” (Bicycle GT, 2014).

“Más tarde, a mediados de la década de los 80, aparecieron las que serían las primeras bicicletas exclusivas de *freestyle* (estilo libre) que se comenzarían a utilizar para hacer trucos en parques de patinetas e incluso en la calle, hasta consolidar en los años 1990 el *flatland* y otras modalidades, como *dirt*, *vert*, *park*, y *street*, conformándose lo que ahora se conoce como BMX” (Bicycle GT, 2014).

En abril de 1981, se fundó la Federación Internacional de BMX, y el primer campeonato del mundo se celebró en 1982. Desde enero de 1993 el BMX ha sido integrado dentro de la Unión Ciclista Internacional, lo que se conoce

actualmente como UCI. En 2008 el BMX fue modalidad Olímpica (BMX Mexico, 2011).

### 1.1.1.2 Tipos de BMX

Existen varios tipos de estilos de BMX, existiendo diferencias en tamaños de la bicicleta, su peso, pulgadas de llantas, etc., lo cual también redonda en los precios de la bicicleta. Los estilos de BMX son los siguientes:

#### 1.1.1.2.1 *Race* (Carrera):

Este estilo aparece a principios de los años 80 y se realiza en una pista de tierra parecida a la pista de motocross con rampas y circuito de arena. La pista de motocross mantiene la tierra húmeda, mientras que la de *Race* es en arena arcillosa compacta para evitar incrustaciones de la bicicleta.



Figura 2. BMX estilo carrera

Tomado de: (Fat BMX, 2014)

La modalidad *Race* es la que se practica y se difunde en el Club Quito BMX. Sin embargo, con carácter puramente explicativo, se presentan otras modalidades de BMX que se practican.

#### 1.1.1.2 *Freestyle* (estilo libre):

Este estilo apareció en la década de los 80 y consiste en realizar trucos como vueltas, conducción sobre una rueda, saltos, elevaciones, etc. Estos trucos se realizan sobre distintas superficies mezclando habilidades aéreas y en terreno.

Dentro del *Freestyle* podemos encontrar 5 diferentes modalidades:

- *Dirt Jump* (salto sucio): Este estilo se lo realiza en montículos de tierra de dos a tres metros de alto, distribuidos al azar, donde se explotan las habilidades aéreas.



*Figura 3.*Salto sucio (dirt jump)

Tomado de: (Clase, 2012)

- *Flat land* (terreno llano o plano): Este estilo necesita de mucho equilibrio y no es de mucho riesgo, al contrario del *Dirt* este consiste en realizar

trucos con fluidez en superficies planas, uniformes y sin imperfecciones, como las pistas de futbol de sala o canchas de baloncesto, etc.



*Figura 4. Terreno llano (flat land)*

Tomado de: (Clase, 2012)

- *Park* (Parque): Es un estilo donde se realizan acrobacias, utilizando rampas y demás obstáculos de cemento o madera, en una configuración llamada "Park". El acróbata trata de formar líneas en el parque y pasar de un truco a otro, de un obstáculo a otro, con fluidez.



*Figura 5. Estilo parque (park)*

Tomado de: (Clase, 2012)

- *Street* (Calle): Es un estilo que se utiliza en la calle, en ambientes urbanos, saltando obstáculos de todo tipo, como vallas, escalones y aprovechando las formas de las calles irregulares, es un estilo muy arriesgado y se necesita mucho equilibrio y valor.



*Figura 6. BMX estilo calle (street)*

Tomado de: (Clase, 2012)

### **1.1.2 Historia del Club Quito BMX**

En el año 2006, un grupo de representantes de deportistas y padres de familia de aficionados al BMX de la provincia de Pichincha iniciaron conversaciones y trámites para poder conseguir un espacio físico adecuado para construir una pista de nivel profesional para practicar el deporte, ya que sus hijos o representados, practicantes de este deporte, veían la necesidad de tener dicho espacio para desarrollar sus destrezas y habilidades.

Es importante señalar que, a pesar de no contar con espacios adecuados, los deportistas habían llegado a obtener varios títulos en campeonatos nacionales, panamericanos, latinoamericanos e incluso mundiales. Lo señalado era una razón de peso para poder hasta cierta manera exigir que se construyera la pista de BMX, la cual permitirá fomentar la práctica de ese deporte y mejorar el nivel de quienes ya la practicaban.

Según Kenny Potón, tesorero del Club BMX Quito, hasta ese momento, solo se contaba con la pista ubicada en el Parque de la Carolina, que por su ubicación resultaba insegura y no contaba con las condiciones adecuadas para desarrollar este deporte, ya que en ese sector se desarrollaba constantemente actividades públicas, motivo por el que la pista era deteriorada continuamente.

Es así que luego de mantener varias conversaciones con autoridades del Municipio de Quito, y de plantearles diversas informaciones sobre la práctica del bicigrós, se creó un interés en ellos para ayudarles y dar a la ciudad de Quito un espacio donde los jóvenes puedan practicar con seguridad este deporte.

En días posteriores se firma un convenio con el Municipio Metropolitano y la Corporación Vida para Quito, para iniciar un proyecto de la construcción de la pista de BMX en el parque Metropolitano. Dicho convenio también lo firma el Club Deportivo de la Universidad Tecnológica Equinoccial, UTE, ya que los padres que impulsaron dicha iniciativa eran parte de ese Club y eran quienes ayudarían con el diseño, financiamiento, materiales y construcción de la pista.

Habiéndose señalado un posible espacio para la construcción de la pista en el Parque Guanguiltagua y teniendo ya elaborados los planos de dicha pista, se encontró con una gran oposición por parte de las personas que habitaban en el contorno del lugar escogido.

Por este motivo se decide buscar otra ubicación, encontrándose más tarde un gran espacio, ubicado en el límite nor-occidental del Parque Metropolitano, a la altura del redondel conocido como "El Ciclista", sobre la avenida Granados.

Luego de varios inconvenientes, denuncias y demás problemas. En el año 2008, por fin se daba inicio a la ejecución de la obra. Fue una obra realizada con mucho entusiasmo y esfuerzo de los padres de familia y los deportistas practicantes del ciclismo. Todos aportaron económicamente, dando su tiempo,



realizando mingas, hasta que la obra iba concretándose. Otro apoyo importante es el que daba la UTE, con técnicos, maquinaria y equipos así como financiero (Vasconez, 2011).

La pista fue construida bajo estándares fijados por la UCI (Unión Ciclista Internacional) de tal manera que asegura ser una pista técnica, segura, permanente y rápida. La inauguración de la pista de BMX situada en el Parque Metropolitano Guanguiltagua, llamada “Metro Pista” se llevó a cabo el día sábado 30 de agosto de 2008, engalanada de autoridades y con la participación de deportistas de 10 provincias se inició la VII Copa Nacional de BMX.

En el año 2009 se realiza el primer Panamericano de Bicicrós, el mismo que tuvo mucho éxito. Hasta la fecha se han realizado numerosas competencias provinciales y nacionales. (Vasconez, 2011)

Tatiana Delgado, secretaria del Club Quito BMX, en entrevista previa realizada por la autora, manifestó que luego de todos estos esfuerzos, trabajos y triunfos, el 12 de marzo del 2012, con Acuerdo Ministerial No.175 emitido por el Ministerio del Deporte y con firma del Señor Ministro del Deporte, José Francisco Cevallos, tras un largo proceso legal que se inició en el año 2010, nace el primer Club especializado Formativo de Bicicrós en la ciudad de Quito-Ecuador, Club Quito BMX, el mismo que cuenta con una Directiva y un Cuerpo Técnico Profesional, para la preparación de aproximadamente ochenta y cinco deportistas en formación y de alto rendimiento. (Delgado, 2013).

### **1.1.2 Proyecto del municipio**

El Municipio de Quito se encuentra apoyando e impulsando todas las iniciativas que apunten a mejorar las condiciones de vida de todos los habitantes de la ciudad de Quito. “Según Carlos Páez, Secretario de Movilidad del Municipio de Quito, el apoyo va dirigido directamente al uso de formas de transporte no

motorizado que facilitan el transporte y promueven el deporte, que cada día va creciendo el interés y la práctica entre personas de toda edad en la ciudad. (Vela, 2012, págs. 2-3).



*Figura 7.* Vía para bicicletas en Quito

Tomado de: (El Comercio, 2013)

Como punto principal se tiene el apoyo que se encuentra dando el Municipio de Quito al Bicicrós, deporte que en los últimos años ha tenido un crecimiento muy importante en el país, y en especial en la ciudad de Quito, donde se realiza actualmente muchos campeonatos a nivel nacional e internacional y donde el país está sembrando muchos medalleros, de los que ya han nacido campeones a nivel internacional.

Entre los proyectos del Municipio de Quito se encuentra la construcción de varias pistas de bicicrós en algunos sectores de la ciudad y la readecuación y mantenimiento de las ya existentes, garantizando el desarrollo de este deporte a futuro en las mejores condiciones, dando seguridad y una adecuada infraestructura para sus entrenamientos (Vela, 2012, págs. 3-5).



*Figura 8. Trabajos en la pista de BMX*

Tomado de: (Afuera Producciones, 2010)

En consistencia con lo señalado, el municipio ha iniciado y mantenido algunas iniciativas para incentivar el uso de la bicicleta, por ejemplo la Campaña de apoyo al Ciclista en vías de la ciudad, el ciclo paseo, la ciclo ruta y el sistema público de alquiler de bicicletas para viajes cortos, la misma que tiene establecida un circuito para poder utilizarlas dentro de la cotidianidad del quiteño (Vela, 2012):



*Figura 9. Ciclo Paseo y Ciclo Ruta (Chaquíñán) en Quito*

Tomado de: (La Hora, 2011)(El Comercio, 2013)



*Figura 10.* Bicicletas de alquiler del Municipio de Quito  
Tomado de:(Ecuador Universitario, 2012)

### 1.1.3 Ubicación geográfica

El club cuenta con una pista situada en el Parque Metropolitano Guanguiltagua, llamada “Metro Pista”, cuyo ingreso se encuentra en la avenida Simón Bolívar, a 200 metros del redondel de Monteserrín, también llamado “redondel del Ciclista”.



*Figura 11.* Ubicación de la pista del Club Quito BMX  
Tomado de: (Club Quito BMX, 2013)



## 1.2 Situación actual del Club Quito BMX

El análisis de la situación actual del club se centrará exclusivamente en el manejo gráfico y de diseño industrial de sus instalaciones, dejando, para otro tipo de estudios, un diagnóstico más integral de su funcionamiento y operaciones.

### 1.2.1 Problemas gráficos

El Club Quito BMX, según visitas previas a las instalaciones e investigación documental, presenta inconsistencia en el manejo de su identidad corporativa, en lo que respecta a su diseño gráfico. Es así que se puede observar que en las figuras 12 y 13 que se muestran a continuación, el logotipo de la organización es diferente:



*Figura 12.* Logotipo del Club Quito BMX

Tomado de: (Club Quito BMX, 2013)



*Figura 13.* Logotipo 2 del Club Quito BMX

Tomado de: (Club Quito BMX, 2013)

La falta de concordancia en un elemento básico como el logotipo, según se verá más adelante en el presente trabajo, impide que el público pueda relacionar el mismo con la organización que la usa.

Adicionalmente, como se puede verificar en la figura 14, el lema del club es “Cómete el mundo”, que, además de ser ambiguo, no es utilizado con la frecuencia requerida en elementos promocionales del Club Quito BMX como se puede comprobar al revisar páginas de redes sociales o en la página web.



Figura 14. Publicidad del Club Quito BMX



Figura 15. Captura de pantalla de página del club en redes sociales  
Tomado de: (Club Quito BMX, 2013)

A lo anterior es necesario añadir que no existe una publicación física de contenidos de la organización, elemento que puede constituirse en un factor de difusión de las actividades del club con un alto impacto tanto entre los miembros actuales como en potenciales asistentes. Por esta razón, el presente trabajo propone el desarrollo de una revista con contenidos de interés para promocionar e informar a los amantes del BMX acerca de este deporte.

De la manera señalada, se puede concluir que el principal problema del Club Quito BMX en lo que respecta a su uso del diseño editorial y su imagen corporativa es la falta de una estrategia clara en el manejo de la comunicación gráfica lo que puede deberse a:

- Falta de asesoría adecuada
- Inestabilidad interna de la institución
- Deficiencia de políticas y estrategias claras de comunicación gráfica
- Cultura organizacional y valores débiles

A su vez, estos problemas pueden redundar en:

- Falta de reconocimiento de la marca
- Pobre identidad corporativa
- Reducción significativa de oportunidades de crecimiento.

### **1.2.2 Problemas industriales**

Como problemas industriales se considerarán, en el presente trabajo investigativo y propuesta, aquellos relacionados con el diseño de mobiliario, estructuras físicas y otros elementos que sirven como factores de identificación de la organización, producto o servicio.

En cuanto a la organización estudiada y como se verá en las figuras 12, 13 y 14, los elementos físicos dentro del club no aportan a la construcción eficiente de identidad corporativa.



Figura 16. Carpa en la pista del Club Quito BMX



Figura 17. Tacho de basura en el área del Club





*Figura 18.* Área de porta bicicletas del club

Como se pudo observar en las figuras precedentes, no existe uso de mobiliarios que aporten al desarrollo de la identidad corporativa ya que ninguno de los elementos presentados muestra el uso de logotipos, nombre del club, el lema y, ni siquiera, un uso consistente del color.

Los problemas señalados influyen para que se acentúen los problemas anotados previamente respecto a la identidad corporativa y, por ende, al sentido de pertenencia y fidelidad de sus miembros y limita la posibilidad de un incremento mayor en la adhesión de nuevos.

## **CAPÍTULO II. Imagen corporativa**

### **2.1 Imagen corporativa en la actualidad**

El mundo está en constante transformación, la imagen ha ido tomando fuerza y, especialmente desde la aparición de la era digital, esta alcanza su máxima expresión.

Se entiende como imagen corporativa a la percepción que tiene la sociedad o los diferentes públicos de una organización. Por esta razón, en la actualidad, la comunicación (y aquella primordialmente relacionada con imágenes), exige mayor calidad en sus técnicas.

Una imagen sólida es muy importante para toda empresa u organización, de cualquier tipo que desee ser identificada y diferenciada fácilmente de la competencia.

“La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del mundo perceptivo o sea lo que se ve de una empresa o de una persona. En el campo de la empresa esta noción se pone de manifiesto en el estudio de todo lo relacionado con los elementos de su identidad visual: el símbolo, el logotipo y la tipografía corporativa, los colores corporativos. También en la aplicación de la identidad visual a través del diseño gráfico, audiovisual, industrial, ambiental, arquitectónico. La imagen englobaría tanto el ícono como a los contenidos simbólicos que de él se desprenden” (Moles, 2009).

El Club Quito BMX está fortaleciéndose cada día y no se puede admitir el desarrollo del mismo, sin estar enlazado a una identidad corporativa, moderna, sólida y representativa de su actividad y al aspecto que asumirán los medios expresivos de los que se sirven para llegar al consumidor y a la opinión pública.

Por todo lo señalado anteriormente, se puede comprender a la imagen corporativa como un elemento que debe responder a una estrategia de comunicación sumamente eficaz y poderosa, que aplicada de forma acertada, puede lograr marcar una diferencia muy notable respecto a los competidores directos e indirectos.

### **2.1.1 Concepto de identidad**

La identidad corporativa, al ser un elemento considerado tanto para el desarrollo empresarial como para las ciencias, técnicas y procedimientos de diverso tipo que aportan para su construcción, presenta una diversidad grande de definiciones. Alan Swann, señala, respecto a este tema que:

“La Identidad Corporativa es un sistema de signos visuales o cualidades que tiene por objeto distinguir, facilitar el reconocimiento y la recordación a una empresa u organización de las demás, es decir, como se la percibe ante la sociedad. Su misión es, diferenciar, asociar ciertos signos con determinada organización significar, es decir, transmitir elementos de sentido, connotaciones positivas; en otras palabras, aumentar la notoriedad de la empresa” (Swann A. p. 10, 1992).

En este proyecto, el diseño corporativo, se enfoca en desarrollar, mediante herramientas del diseño en general, la personalidad, una identidad con el fin de crear una imagen apropiada y que beneficie al Club Quito BMX y que tenga buena aceptación en la mente de los consumidores.

### **2.1.2 Importancia de la identidad**

“La identidad de una empresa es como la personalidad de un individuo. Se tiene, quiérase o no, se sepa o no, por el mero hecho de existir. Pero es un valor variable... Hay, pues, empresas con una identidad coherente, penetrante,

bien afirmada y bien controlada, con una clara personalidad exclusiva, y por tanto, con un patrimonio de excelencia y un gran potencial de éxitos. Hay también empresas con una identidad débil o ambigua, por lo cual no se llegan a imponer y esa identidad es un freno para su desarrollo". (Costa, Identidad Corporativa, 2007)

Según Joan Costa, es el conjunto coordinado de signos visuales por medios de las cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución.

Los signos que integran el sistema de identidad corporativa son el logotipo, el símbolo y la gama cromática, estos tienen la misma función, pero cada uno posee características comunicacionales diferentes. Estos signos se complementan entre sí, con lo que provocan una acción sinérgica que aumenta su eficiencia en conjunto.

### **2.1.3 Elementos que componen la identidad**

Los elementos que compondrán el diseño de la identidad son:

- De naturaleza lingüística como el nombre de la empresa que el diseñador lo convierte en logotipo.
- De naturaleza icónica como la marca gráfica y distintiva de la entidad deportiva, el símbolo con un significado, que responde a las exigencias técnicas de los medios y de naturaleza cromática, con los colores y la tipografía que adopta la empresa para diferenciarse.

Gracias al uso de estos signos, la identidad corporativa se queda en la mente del público, logra una mayor presencia y aumenta el posicionamiento y la notoriedad, pero siempre que el nombre corporativo, el logotipo y la imagen del Club Quito BMX coincidan, mantengan una coherencia visual global en todas las piezas de comunicación que la empresa realiza, despliegue todo un estilo de pensamiento, de acción y de comunicación de la empresa" (Costa,

Manifiesto por el diseño del siglo XVI, 1998) (Costa J. 1987, p. 189) y sea creíble para así garantizar el éxito.

“La Identidad Institucional es el conjunto de atributos asumidos como propios por la Institución. Este conjunto de atributos constituye un discurso; el discurso de la identidad, que se desarrolla en el seno de la Institución de un modo semejante al de la identidad personal en el individuo” (Chaves N., 2008, pp. 24/2.1.2).

Es importante recalcar que una empresa con identidad sólida veraz y de buena reputación redundante en la relación positiva con su público objetivo, aumenta la motivación entre los empleados, inspira confianza entre ellos, y lo transforma en exitosa. (Birkgit y Stadler 1986, p.28).

## **2.2 Signos básicos de la identidad corporativa**

### **2.2.1 El nombre**

El nombre es el primer signo distintivo entre las empresas. Es así que la legislación ecuatoriana señala varios elementos a tomar en cuenta al momento de registrar una empresa u organización con determinado nombre, con el fin de evitar que se produzca confusión en el público y se vulnere el derecho que tiene una organización sobre su nombre; de esta manera lo señala la Ley de Compañías en su artículo 16: “La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía” (Reformas a la Ley de Compañías, 2006).

El nombre es el elemento verbal que distingue a una entidad de otra; en este sentido es el primer signo básico de su identidad corporativa.

Ejemplos de nombres de organizaciones, compañías o productos son:

- Coca cola
- Ministerio de Turismo
- Volkswagen

### 2.2.2 El logotipo

El logotipo, según la acepción dada por la Real Academia Española, es un “distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto” (RAE, 2010).

El objetivo del logotipo es producir una memoria visual sobre el nombre de una compañía en el público (considerado este como cualquier conjunto de personas o instituciones homogéneas en algunas de sus características). Este tipo de memoria, la visual, presenta varias ventajas con respecto a la memoria verbal (IES ATENEA, 2013, págs. 5-6), lo que permite que la persona pueda recordar, de manera más detallada, la imagen relacionada a la institución.

Logotipos relacionados con los nombres presentados en el capítulo anterior son los que se muestran en las figuras 19, 20 y 21:





MINISTERIO DE  
TURISMO

*Figura 20.* Logotipo del Ministerio de Turismo

Tomado de: (Ministerio de Turismo, 2014)



Volkswagen

*Figura 21.* Logotipo de Volkswagen

Tomado de: (Volkswagen Ecuador, 2014)

### 2.2.3 El imagotipo

“Un imagotipo es una imagen asociada al nombre y al logotipo de una empresa. Sirve para reforzar la identificación de la misma, persiguiendo la fácil memorización y diferenciación por parte de los posibles clientes. Puede ser de diversas formas, como anagramas, mascotas o figuras de objetos” (Genotipo, 2013).

De esta manera, algunos ejemplos de logotipos relacionados a los ejemplos mostrados previamente son los que se presentan en las figuras 18, 19 y 20.



*Figura 22.* Imagetipo de Coca-Cola

Tomado de: (Coca-Cola Company, 2013)



*Figura 23.* Imagetipo del Ministerio de Turismo

Tomado de: (Ministerio de Turismo, 2014)



*Figura 24.* Imagetipo de Volkswagen

Tomado de: (Volkswagen Ecuador, 2014)



### 2.3 Referentes de la identidad corporativa del Club BMX

En el caso del Club Quito BMX, los signos básicos de identidad corporativa son:

**Nombre:**

Club Quito BMX

**Logotipos:**

Como se mencionó previamente, el club ha manejado en sus publicaciones y, en general, como parte de su diseño editorial, los logotipos que se presentan en las figuras a continuación:



*Figura 25.* Logotipo del Club Quito BMX

Tomado de: (Club Quito BMX, 2013)



*Figura 26.* Logotipo II del club Quito BMX

Tomado de: (Club Quito BMX, 2013)

**Imagotipo:**

El club, actualmente, no tiene un imagotipo.

## CAPÍTULO III. El diseño editorial

### 3.1 Qué es el diseño editorial

El diseño editorial comprende la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como; revistas, periódicos, libros, *flyers*, trípticos... y también el soporte para otros medios visuales, tales como la televisión o internet.

El diseño editorial abarca una diversidad muy amplia de soportes y medios por los cuales se pretende transmitir una información y que se corresponden con la evolución en las técnicas y herramientas que utiliza el diseñador para el desarrollo de su trabajo.

A pesar de lo señalado, existen elementos que no pueden desestimarse y que son generales para todos los trabajos de diseño editorial; entre ellos se encuentra:

- el producto a diseñar,
- a quien va dirigido,
- los medios por los cuales se va a realizar la publicación,
- la competencia, etc.

“Dependiendo del producto (ya sea un objeto, una empresa, un servicio...) será más eficaz su [promoción] en un medio o en otro”(Ricupero, 2007, pág. 87). En el caso de la empresa estudiada en el presente informe, se ha considerado que, por sus características particulares y por el tipo de público al que está dirigido, un elemento principal para el Club Quito BMX será una guía promocional (revista) dirigida a los miembros del club y a posibles usuarios. A través de esta revista, se podrán difundir los objetivos de la organización, las actividades relacionadas al deporte de BMX de carrera, etc.

### **3.1.1 Clases de diseño editorial**

Debido a la complejidad del trabajo de diseño, la clasificación que se presenta a continuación y que gira alrededor de los tipos de productos será la considerada dentro del presente informe:

El diseño editorial se divide, entre los principales productos, en:

- Folletos
- Libros
- *Volantes*
- *Revistas*
- Catálogos

Como se ha mencionado previamente, el informe y propuesta que se desarrollan en el presente documento, determinan la creación de una guía promocional, revista que permitirá la difusión de las actividades del Club Quito BMX y otros temas afines.

De manera adicional, se creará un manual corporativo de diseño, con la selección de un concepto de diseño consolidado a ser utilizado en todos los materiales impresos y digitales del club.

### **3.2 Qué es una revista**

El diccionario de la Real Academia Española define como revista a la “publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varias materias, o sobre una sola especialmente” (RAE, 2010).

Una revista es una forma especial de guía promocional con la particularidad de que la revista es de carácter periódico.

Una revista cuenta con contenido visual y textual, relacionándose estrechamente con el diseño editorial como elemento central. Por esta razón, en el presente espacio, se hace un acercamiento a lo que es la revista como elemento de difusión y a sus características técnicas en cuanto al diseño editorial.

### **3.2.1 Importancia de una revista**

Se ha determinado que la creación de una guía promocional del Club Quito BMX aportará a lograr el desarrollo de la entidad a través de los siguientes elementos:

- Informar acerca de las actividades del club
- Despertar, en el público, el interés en el deporte impulsado por el Club Quito BMX.
- Difundir los logros de deportistas asociados y no asociados en cuanto al deporte del BMX.
- Promocionar el deporte de BMX, especialmente el relacionado al tipo *race*.
- Brindar al público una visión amplia acerca del deporte, considerando elementos como tipos de bicicletas, repuestos, campeonatos, etc.

Se considera que estos elementos mencionados permitirán un crecimiento del interés del público en las actividades del club y, por ende, el aumento de sus miembros.

### **3.2.2 Tipos de revista**

Se puede realizar una clasificación de las revistas considerando varios de sus elementos. En el presente informe, se realizará una clasificación atendiendo los contenidos de las mismas. En este sentido, las revistas pueden ser:

- **Revistas informativas:** este tipo de revistas tiene como fin comunicar o divulgar cierta información. Esta depende de la revista, ya que pueden ser temas relacionados a la política, a la economía, entre otros temas, pero en general refiriéndose a temas de actualidad e interés general. Estas revistas son publicadas con periodicidad variada.
- **Revistas especializadas:** estas revistas se caracterizan por tratar un tema o materia en particular. Algunos ejemplos pueden ser revistas de automovilismo, arte, animales, medicina, moda, educación, entre muchas otras categorías. Generalmente estas revistas están orientadas a un público que trabaje en dichas disciplinas, es decir que no son masivas.
- **Revistas de ocio:** como bien lo indica su nombre estas son utilizadas como medio de entretenimiento. Se considera que las primeras revistas publicadas tenían como fin entretener a sus lectores, aunque estas además tenían contenido informativo. Hoy existe una gran variedad de revistas de ocio, algunos ejemplos de ello son las de moda, humor, comics, belleza, temas relacionados a la farándula, música, incluso viajes, lugares que pueden ser visitados o adecuados para una salida o cena, etc.
- **Revistas de divulgación científica:** su fin es comunicar acerca de los avances, investigaciones y descubrimientos en materia de la ciencia. Se considera que tiene tres fines específicos, el primero se relaciona con la función de archivo, es un medio accesible para la búsqueda de información y a su vez para poder conservarlo. En segundo lugar como “filtro” ya que sólo es publicada la información que se considera apropiada. Por último como medio de prestigio, para quien lo ha publicado. Es decir que aquellas personas que hayan presentado un artículo en éstas adquieren cierto

reconocimiento por parte de la comunidad científica, sus pares e incluso socialmente (Tiposde, 2014).

En el caso del presente estudio, se diseñará una guía promocional que se inscribe dentro de la clasificación de revista especializada en el tema del BMX.

### **3.3 Diferencia entre revista de niños y revista de adultos**

La diferencia entre revistas dirigidas para niños y para adultos radica tanto en el contenido como en el diseño, es decir, entre la forma y el fondo.

Según entrevista concedida por el escritor de literatura infantil y editor Julio Awad, “la diferencia se encuentra en el interés de ambos grupos. El público infantil y el adulto discrepan en sus intereses y gustos, especialmente en lo que toca al diseño; en caso de la publicación para niños, primará el uso del elemento visual con dinamismo. En cuanto al contenido, es evidente que el enfoque textual para niños es menos “pesado” en cuanto a su detalle y análisis; es decir, se apunta a la simplicidad en el mensaje, a lo que se suma el acercamiento a los temas más dinámico” (Awad, 2014).

En el caso de la propuesta del presente informe, se ha decidido emprender el diseño y publicación de una guía promocional tanto para niños como adultos, cada uno con un concepto de diseño y contenidos propios, que atiendan a las recomendaciones planteadas.

### **3.4 Maquetado y diagramación**

El diccionario de la Real Academia Española señala que la maqueta es un “boceto previo de la composición de un texto que se va a publicar, usado para determinar sus características definitivas” (RAE, 2010).

En el sentido expuesto, el maquetado determina la composición del trabajo de diseño editorial a realizar, condicionando la ubicación, tamaño, forma y otros elementos de diseño.

La maquetación y el diseño tocan a diferentes elementos constitutivos de una revista, en el caso del presente estudio, entre ellos:

### **3.4.1 Portada**

Una portada es la “primera plana de los libros impresos, en que figuran el título del libro, el nombre del autor y el lugar y año de la impresión” (RAE, 2010).

La importancia de la portada es fundamental dentro de la diagramación integral de una publicación, especialmente cuando se trata de una dirigida al público infantil (Awad, 2014). Esta importancia radica en el hecho de que la portada es el primer elemento con el que el público tiene contacto con la revista. “Investigaciones realizadas en la industria editorial han demostrado, desde la década de los años 50, que las portadas han jugado un papel privilegiado en las estrategias más amplias de promoción” (Matthews, 2007, pág. 13).

### **3.4.2 Publicidad**

Es común que en una publicación periódica se destine un espacio para la publicidad de productos, servicio y organismos en general para posicionarse en la mente del público hacia el que está dirigida dicha publicación. En muchos casos, la propia publicación se financia en su totalidad con los espacios contratados para la publicación, por lo que puede entregarse la revista de manera gratuita.

“La publicidad es un componente de la mercadotecnia porque es uno de los elementos que conforma el mix de promoción [...], es una forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de

comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, el internet, etc.” (Thompson, 2012). De tal manera que la publicidad representa un esfuerzo de promoción que usa como medio de difusión a la revista en la cual contrata un espacio.

Los espacios destinados a publicidad, dentro de una publicación impresa, deben ser planificados adecuadamente para lograr el efecto solicitado por el patrocinador pero también para que se corresponda con otros elementos del maquetado y la diagramación del producto.

### **3.4.3 Editorial y contenido**

Se trata de la información desarrollada y presentada por la guía promocional. Este contenido es de responsabilidad de quien desarrolla la publicación o de personas a quienes delega dicha responsabilidad.

La editorial, dentro de una publicación, es un artículo no firmado que se entiende como oficial de parte de la empresa que realiza la publicación (RAE, 2010).

En el caso de la revista propuesta por el presente informe, el contenido debe guardar relación con las actividades del club y la difusión del deporte del BMX.

### **3.4.4 Formato**

Se entiende como formato al “Tamaño de un impreso, expresado en relación con el número de hojas que comprende cada pliego, es decir, folio, cuarto, octavo, dieciseisavo, o indicando la longitud y anchura de la plana” pero también al “conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación periódica o de un programa de televisión o radio”. (RAE, 2010).



El formato es de suma importancia para crear una identidad de la publicación, para que exista concordancia entre los elementos de la revista y de las distintas impresiones periódicas. Es por esto que, en conjunto con el concepto de la publicación, se debe determinar el formato de la misma.

### **3.4.5 Tipografía**

La tipografía es “el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras” (Fotonostra, 2013).

El estudio y uso adecuado de la tipografía toca a todo tipo de publicaciones, periódicas o no, como elemento de identidad de la institución que realiza la mencionada publicación.

La tipografía “se relaciona con la palabra escrita y, por ende, con el mensaje de las palabras que componen, pero también es un mensaje en sí; la tipografía muestra una identidad de la publicación; adicionalmente se debe garantizar, siempre, la facilidad de la legibilidad y la estandarización a lo largo de toda la publicación en familias tipográficas complementarias” (Awad, 2014).

### **3.4.6 Colores**

Los colores que conforman una publicación producen un impacto de gran importancia.

Los colores cálidos van desde el rojo al amarillo, y son colores muy impactantes, ya que destacan mucho sobre un fondo. El rojo o el naranja son colores muy vistosos y llamativos, por este motivo se usa el color rojo en los semáforos y muchas señales de peligro. Los colores fríos, son los verdes hasta los azules, tienen la característica de que son muy relajantes. Se utilizan en la decoración infantil,

centros de estudio, hospitales. El blanco, gris y negro, no pueden incluirse en los grupos de cálidos y fríos; en publicidad se emplea en anuncios en blanco y negro o escala de grises, para resaltar el producto o elemento protagonista. Los tonos marrones, tostados cremas y ocre, representan añoranza y son perfectos para representar productos naturales y clásicos. Los colores primarios (Magenta, Cian y Amarillo) se utilizan en productos infantiles, porque aportan alegría y juventud. Y además estos colores, en los niños les recuerdan a los dulces (Fotonostra, 2013).

### **3.4.7 Estructura de la página**

La estructura de una página es un elemento de maquetación y diseño que dicta la disposición de las diversas partes que la conforman.

Las funciones principales de una estructura son:

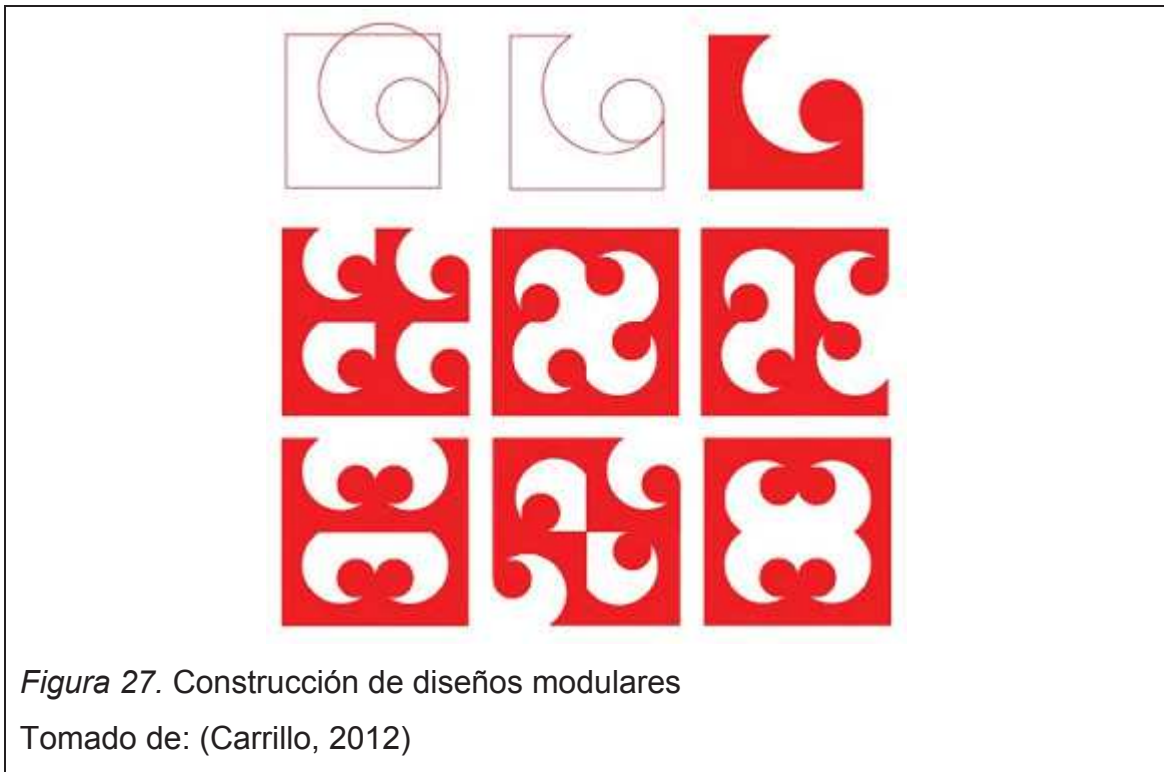
1. Impone un orden en el diseño
2. Gobierna la posición de los módulos
3. Determina su proporción
4. Predetermina la relación interna de las formas (Bravo, 2010)

Se puede determinar que existen diferentes tipos de estructuras de las páginas, especialmente atendiendo a su grado de formalidad: estructura formal, semiformal o informal.

### **3.4.8 Modularización**

Un módulo es un componente auto controlado de un sistema, el cual posee una forma bien definida hacia otros componentes; algo es modular si es construido de manera tal que se facilite su ensamblaje, acomodamiento flexible. Un módulo puede estar compuesto por elementos más pequeños, que son utilizados en repetición (Carrillo, 2012).

En la figura siguiente se puede observar la construcción de módulos:



### 3.4.9 Técnicas de composición

La composición se refiere a la posición que ocuparán los diferentes elementos constitutivos de la página, que han sido elegidos de manera previa y planificada, con el fin de encontrar una combinación que se perciba como equilibrada y que aporta al interés de comunicación.

“En un diseño, lo primero que se debe elegir son todos los elementos que aparecerán en él, luego debemos distribuirlos para colocarlos con el espacio disponible. Los elementos pueden ser tanto imágenes, como espacios en blanco, etc. Es muy importante tener en cuenta de que forma situaremos estos elementos en nuestra composición, para que tengan un equilibrio formal y un peso igualado” (Fotonostira, 2013).

El equilibrio planteado para la composición del material, puede tomar en cuenta las siguientes técnicas:

- Pastillas: este tipo de composición se conforma por diferentes espacios con información corta y concreta. Es común en infogramas y tiene las siguientes características: Suele ser irregular, es construida en forma libre e indefinida, puede poseer espacios estructurales desiguales y sugiere completo movimiento.

En la figura se presenta un ejemplo de este tipo de composición:



Figura 28. Ejemplo de composición en pastillas

Tomado de: (Revista Carrusel, 2014)

- **Light:** la composición *light* es una estructura informal o semiformal en el diseño, que invoca sentimientos de amenidad dentro de la composición. Entre sus características están que parte de un trazo regular, con una ligera irregularidad, posee espacios estructurales similares y no posee rigidez, pues sugiere pequeña agitación o movimiento.

La figura siguiente es una muestra de este tipo de composición:



Figura 29. Ejemplo de composición de tipo light  
Tomado de: (Savio, 2012)

- **Serio:** es una composición más formal que es regular y rígida y suele ser realizada matemáticamente, con instrumentos de precisión; además, se constituye en la base de todas las estructuras y composiciones anteriores, pues marca los trazos y espacios principales (Bravo, 2010).

Se presenta un ejemplo de esta composición:





Figura 30. Ejemplo de composición de tipo serio  
Tomado de: (Cabienes, 2012)

### 3.4.10 Elementos de la página

En la página de una publicación se pueden encontrar diversos elementos en mayor o menor medida, algunas de ellas se articularán con otras, mientras que, dependiendo de la página, se prescindirá de varias. Entre los principales elementos que se encuentran en una página se encuentran:

- Títulos o titulares
- Subtítulos o subtítulos
- Antetítulos o antetitulares
- Destacados
- Fotos
- Infografía
- Ilustraciones
- Encabezado y pie de foto

## **CAPÍTULO IV. Diseño industrial**

### **4.1 Qué es el diseño industrial**

Se entiende como diseño industrial a aquel diseño que no se produce en materiales impresos ni digitales sino que acompaña objetos, muebles, estructuras, etc.

Este acápite no debe confundirse con el diseño industrial destinado a la personalización de artículos producidos en masa como los diseños de automóviles, artículos electrónicos, etc.

El diseño industrial debe estar dirigido a una doble función: por una parte, resulta en una facilidad o artículo a ser utilizado por el público y, por otra parte, difunde un mensaje, al ser un artículo publicitario.

El diseño industrial comparte varios elementos del diseño editorial, analizado en el capítulo precedente, sin embargo, el hecho de que el producto no se imprima o se desarrolle en una plataforma digital sino en elementos de diversos materiales, características y formas, hace necesario que se estudie este tipo de diseño de una manera independiente.

Dentro del diseño industrial, existen varias técnicas entre las que destaca la serigrafía que es un “procedimiento de estampación mediante estarcido a través de un tejido, en principio seda, por la que un rodillo hace pasar la tinta o pintura. Se imprime sobre cualquier material, como papel, tela, metal, cerámica, etc.” (RAE, 2010); Sin embargo, existen varias otras como litografía, tipografía, flexografía y grabado (Franco, 2008).

El motivo de estudio de este elemento para el presente informe radica en que la propuesta dirigida al Club Quito BMX incluye un apartado destinado al

desarrollo de mobiliario urbano del club con el fin de que aporte a la construcción de una identidad corporativa a través de esos elementos.

#### **4.1.1 Importancia del diseño industrial**

Sin lugar a dudas, el diseño industrial presenta grandes ventajas para la organización, producto o servicio que se vale de él para ser identificado dentro de la mente de los públicos a los que va dirigido el diseño.

Los principales beneficios de contar con elementos de diseño industrial para una empresa son:

- Reconocimiento de la entidad en el público.
- Consolidación de una identidad corporativa.
- Construir un sentimiento de “gratitud” del público hacia la empresa u organización promotora.

En el presente informe, y en base de la información recolectada en las visitas previas realizadas al Club Quito BMX, se ha determinado que, adicionalmente a los beneficios descritos, se aportará al orden y limpieza de las instalaciones y, con ello, a una mejor experiencia de los usuarios.

#### **4.2 Mobiliario urbano**

El espacio público funciona como plataforma donde se instalan los objetos que corresponden al mobiliario urbano. Por ello, este espacio debe contener respuestas a las necesidades individuales y sociales de la comunidad” (Del Real, 2012). Es así que se entiende como mobiliario urbano a todos los elementos ubicados en el espacio público y que atienden a una necesidad de las personas tanto individuales como consideradas como comunidad.



El mobiliario urbano se refiere a elementos como bancas, barreras de tráfico, buzones, adoquines, paradas de transporte público, basureros, cabinas telefónicas, entre otros.



*Figura 31.* Ejemplos de mobiliario urbano

Tomado de: (Grupo Madariaga, 2013), (Urfeig, 2013)

No se puede generalizar al decir que el mobiliario urbano solamente compete al sector público, entendido como gobierno local o nacional. En el caso del Club Quito BMX, por ejemplo, existen áreas públicas (a las que acceden miembros, o cualquier persona interesada) por lo que también debe considerarse a ese espacio para el análisis del mobiliario. Es por esta razón que se realiza este análisis para el caso particular del club.

Aunque “Las diferentes configuraciones que puede tener un mueble urbano y sus niveles de respuesta formal deben estar determinadas principalmente por las necesidades de demanda del servicio” (Del Real, 2012, pág. 2), no hay que perder de vista la función de construcción de una imagen consolidada de ese mismo espacio; por ende, la configuración debe responder a una estrategia corporativa planificada en cuanto a la forma y distribución de los elementos, para que contribuyan a la consolidación de su imagen e identidad.

### **4.2.1 Función del mobiliario**

Como se ha mencionado previamente, el mobiliario urbano debe tener como finalidad la atención a la necesidad de las personas que usan el espacio público, tomando en cuenta sus características individuales y grupales. Adicionalmente, el mobiliario urbano logra la identificación con el espacio en el que se encuentra, otorgando elementos de diferenciación en el público.

Para el presente informe, las funciones del mobiliario que será diseñado son:

- Atender a las necesidades del público que asiste a la pista del Club Quito BMX en lo que respecta a disposición de botaderos de desechos.
- Brindar un espacio a los miembros del club para que aparquen sus bicicletas y que les brinde la seguridad de que las mismas no resultarán estropeadas.
- Articular el diseño (que incluye color, forma y distribución de elementos) del mobiliario con el fin de que contribuyan a la construcción de identidad corporativa del Club Quito BMX.

### **4.2.2 Tipos de mobiliario**

Existen diferentes tipos de elementos en el mobiliario urbano que dependen, como se ha dicho, de las necesidades de las personas que hacen uso de los espacios en los que se ubican.

Entre los elementos más importantes del mobiliario urbano que se encuentran en las instalaciones de la pista del Club Quito BMX, están:

- Bancas
- Bolardos
- Estacionamientos para bicicletas
- Cestas de basura
- Luminarias

- Señalización
- Protección vegetal
- Parasoles
- Puestos de vendedores

Aunque el club presenta un bajo nivel de estandarización y articulación en el diseño de estos elementos, se ha considerado para el presente informe la propuesta de diseño de cestas de basura y estacionamientos para bicicletas, por ser los elementos más comunes a la atención a las necesidades de los visitantes al lugar.

### **4.2.3 Características**

Las características que tiene el mobiliario urbano son de varios tipos. Para su análisis, se presentan las referentes al diseño, a los materiales y al espacio en el que se ubica dicho mobiliario.

#### **4.2.3.1 Diseño**

El diseño se refiere a elementos como forma, color, tamaño, etc., del mobiliario y tiene relación directa con el diseño industrial. Existen elementos que se intersecan con lo ya revisado acerca de la identidad corporativa y el diseño editorial como el uso del nombre, logotipo, imagotipo, colores, tipografía y otros que se repiten dentro del diseño industrial; sin embargo, este último introduce otros elementos distintivos:

- Lo público y lo colectivo – debe ser reconocido y comprendido por todos, sin distinción y su uso podrá hacerse individual o colectivamente.
- Relación con el espacio donde se inserta – se debe complementar y apoyar la actividad que se desea realizar, sin interferir en la diversidad de actividades y objetos que se ofrecen en el espacio público.

- Relación con el sistema – el mobiliario debe poseer un carácter sistémico, es decir, funcionar a su vez de manera individual y como un todo. Las reglas que gobiernan la instalación del mobiliario deben leerse bajo este criterio (Del Real, 2012, pág. 4).

#### **4.2.3.1.1 Ergonomía**

Se define como ergonomía al “Estudio de datos biológicos y tecnológicos aplicados a problemas de mutua adaptación entre el hombre y la máquina” (RAE, 2010); es decir, la ergonomía se ocupa de que los elementos físicos de uso de las personas se adapten a sus características biológicas y anatómicas.

“Los factores humanos o ergonomía nos permiten establecer criterios de diseño fundamentados en el análisis de las interacciones deseadas y no deseadas, igualmente, nos permite determinar necesidades que van más allá de la estricta funcionalidad del producto y que se dirigen más al grado de comprensión intuitiva, satisfacción y de seguridad psicológica y emocional que siente el usuario al relacionarse con los productos con el fin de proporcionar respuestas de diseño pertinentes a cada uno de los potenciales usuarios” (Luengo & Arreaza, 2005).

Los criterios determinados en base a la ergonomía, son los relacionados a accesibilidad, grado de ornamentación, horizontalidad o verticalidad, esbeltez, materiales, etc.

#### **4.2.3.2 Materiales**

Los materiales usados dentro del diseño industrial son extremadamente diversos: metales, papel, vidrio, telas, minerales, vinilos, plásticos, etc.

Ahora bien, si se toma en consideración que los materiales a ser usados serán destinados a mobiliario urbano, estos elementos deben contar con características de materiales como fuerza, resistencia al contacto con agua, sostenibilidad, entre otros.

Por lo señalado, los materiales de diseño para ser aplicados en mobiliario urbano deben tener las mismas características de dicho mobiliario, de tal forma que perduren en la misma medida que el mobiliario.

#### **4.2.3.3 Espacio**

El espacio público es el lugar en el que se encuentra el mobiliario urbano, con la finalidad de que el individuo o la colectividad que usa dicho espacio se vea beneficiado por dicho mobiliario.

“El amueblamiento urbano como un componente del espacio público es un claro ejemplo de la relación hombre - medio, ya que es un valor de uso colectivo que permite satisfacer las necesidades urbanas; las cuales, están representadas en este contexto de espacio público, como infraestructuras, inmuebles, servicios, etc. Por esta manera, contempla diferentes elementos que contribuyen a la materialización de las actividades y relaciones dentro de los espacios públicos, lo que hace necesario ordenarlos de tal manera que abarquen la mayoría de aspectos para la realización eficiente de dichas actividades y relaciones” (Municipio de Palmira, 2012).

En el sentido expuesto, se debe considerar al espacio como un elemento fundamental de decisión en la gestión del mobiliario público, tomando en cuenta las áreas destinadas a diferentes actividades con el propósito de atender a las necesidades de los usuarios que las utilizan.

## CAPÍTULO V. Metodología

### 5.1 Objetivos de investigación

#### 5.1.1 Objetivo General

Aplicar estrategias de Diseño integral a la propuesta de guía promocional, e identidad corporativa para el Club BMX, dentro del proyecto del Municipio de Quito para incentivar el deporte en la juventud quiteña, garantizar el futuro de *bicicrós* y convertir al Ecuador en un semillero de futuros campeones de BMX.

#### 5.1.2 Objetivos Específicos

- Describir el Proyecto del Municipio de Quito para el Club Quito BMX, y las características de este deporte, para difundir y generalizarlo entre los deportistas quiteños.
- Identificar las estrategias de Diseño Gráfico para la creación de una nueva imagen del Club Quito BMX e IDENTIDAD CORPORATIVA.
- Identificar metodologías de Diseño Gráfico aplicadas a una guía promocional, para organizar, jerarquizar, y sintetizar la información necesaria para el proyecto del Municipio de Quito, para comunicarla de forma atractiva y funcional.
- Determinar estrategias de Diseño Integral aplicables a un plan de señalética y mobiliario urbano para el club Quito BMX. Para facilitar la realización de este deporte.
- Analizar la situación actual del Club Quito BMX, para identificar sus necesidades y requerimientos para difundir este deporte entre la juventud quiteña.
- Presentar una propuesta de Diseño Gráfico, e Industrial para la realización de una guía promocional, imagen corporativa y mobiliario para el Club Quito BMX”

## 5.2 Metodología

### 5.2.1 Variables

#### 5.2.1.1 Variable Dependiente

En este proyecto se busca, aplicar estrategias de Diseño integral a la propuesta de la identidad corporativa para el Club BMX y una guía promocional, dentro del proyecto del Municipio de Quito para incentivar el deporte en la juventud quiteña, garantizar el futuro de *bicicross* y los diferentes deportes vinculados al ciclismo en las mejores condiciones, y convertir al Ecuador en un semillero de futuros campeones.

#### 5.2.1.2 Variables Independientes

Las variables independientes a tomarse en cuenta son las siguientes:

- **Diseño Gráfico**
  - Diseño editorial aplicado a una revista y sus diferentes aplicaciones.
  - Ilustración para dar un valor agregado a los temas más relevantes.
  - Tipografía para aplicarla en la realización del producto editorial.
  - Fotografía como elemento esencial para comunicar con veracidad la realidad de este deporte.
  
- **Diseño Industrial**
  - Señalética
  - Mobiliario

### 5.3 Estimación de parámetros

#### 5.3.1 Objeto de Estudio

##### 5.3.1.1 Población

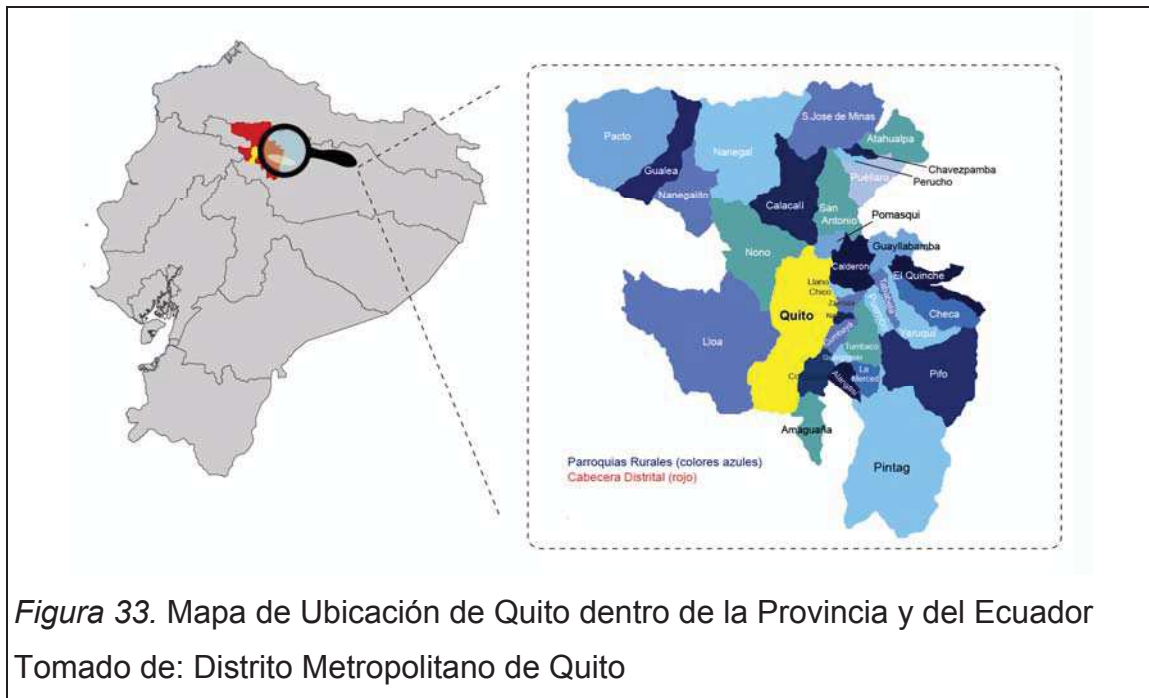


La población de estudio son las personas residentes en la ciudad de Quito que participan en el ciclo paseo dominical, y que según los datos proporcionados por el Municipio, son 1'920.000 personas que muestran interés por este deporte.

El estudio se enfocó en las personas residentes que participan en el ciclo paseo dominical, ya que éstas personas están relacionadas con el ciclismo y muchas de ellas también con el *bicicros*, es por eso que se les realizó las encuestas y entrevistas para establecer los porcentajes y promedios de la población que tiene conocimiento sobre el problema del Club Quito BMX. Cabe recalcar que los miembros del club están incluidos en éste grupo. Para sacar nuestra población, no nos dirigimos específicamente al Club Quito BMX, ya que



el promedio de la cantidad que existe en el club es muy pequeña para realizar las encuestas y poder plantear bien el problema.



### 5.3.1.2 Cálculo de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra, se empleará la fórmula estadística de población homogénea, para que los datos tengan la relevancia requerida.

$$n = \frac{N}{E^2(N-1)+1} \quad (\text{Ecuación 1})$$

$$n = \frac{1920000}{(0,05)^2(1920000 - 1) + 1}$$

$$n = 400$$

Siendo

N= población= 1920000

E= error 5%= 0.05

n= muestra= 400

De tal manera que se aplicará la encuesta a 400 ciclistas dentro del área de estudio especificada.

## **5.4 Instrumentos de la Investigación**

### **5.4.1 Técnicas**

Para realizar la investigación se utilizaron técnicas basadas en la observación, diálogo y documentación con un enfoque mixto.

#### **a.- Observación:**

Se realizará una observación directa, no participante para ver cómo las personas interactúan en la pista actual del Club Quito BMX. Identificar el mobiliario que utiliza el usuario y la señalética. La observación será registrada en fotografías para con este material, entender mejor las necesidades del Club.

#### **b.- Diálogo:**

Se dialogará con miembros de la directiva del Club Quito BMX y con los diferentes ciclistas que practican este deporte, para saber las necesidades y requerimientos actuales, respecto al tema de investigación

#### **c.- Documentación:**

La documentación se utilizará de referencia y sustento para la creación de una propuesta con base teórica referencial

### **5.4.2 Enfoque**

Se utilizará un enfoque mixto basado en aspectos cualitativo y cuantitativo para realizar la investigación.

El enfoque cualitativo se utilizará primero para descubrir y refinar las preguntas de investigación, reconstruir la realidad, tal y como lo observan los actores aficionados y practicantes del BMX. Se utilizará la recolección de datos sin medición numérica, para descubrir e interpretar hipótesis.

El enfoque cuantitativo se utilizará en este proyecto, para la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, confiando en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística, para establecer con exactitud patrones de comportamiento de la población quiteña aficionada al BMX.

#### **5.4.3 Alcance**

Este proyecto tendrá un alcance exploratorio descriptivo. Exploratorio para examinar la problemática actual del Club Quito BMX y descriptivo para relacionando las variables del proyecto, definir las necesidades y características del mismo, por lo que este alcance aportará resultado favorable y se podrá llegar a conclusiones y recomendaciones para la propuesta final.

#### **5.5 Elaboración de Instrumentos**

Se utilizará la entrevista y la encuesta, como herramientas para determinar las necesidades y requerimientos por parte de la directiva del Club Quito BMX y los diferentes ciclistas seguidores de este deporte en Quito.

Las encuestas servirán además, para entender mejor al usuario, residente de la ciudad de Quito, que esté interesado en hacer este deporte, y de esta manera, poder enfocar el producto hacia el usuario y diseñarlo con las características que se refleje haciendo las preguntas pertinentes.

Las entrevistas serán realizadas a la directiva del Club Quito BMX y a personas especializadas en este deporte, a través de preguntas abiertas y cerradas con

una orientación a sus necesidades y requerimientos, mediante preguntas sólidas, claras, las mismas que aporten respuestas concretas y concisas que sean parte activa de la solución

Una vez aplicadas las entrevistas, encuestas y realizado el estudio de la situación actual, se dará el tratamiento estadístico que comprende:

- Tabulación de los resultados de las encuestas para medir el nivel de información del Club Quito BMX personas especializadas en el ciclismo, con respecto a este tema.
- Colocación de los datos en cuadros y diagramas de barras, para obtener una visión clara del comportamiento de la población analizada.
- Graficación de datos, por cada pregunta se harán gráficos estadísticos para relatar las variables y los hechos importantes que se encuentren en el sitio de investigación.
- Planteamiento de la propuesta en base a los resultados, debidamente graficados.

## **5.6 Metodología del Diseño**

Para la realización de la investigación se tomarán en cuenta los aspectos metodológicos que plantea Bernhard E. Büderk, en su libro *Teoría del Design*, que fue publicado por primera vez en 1991 por el editor Dumont Colonia, y se ha convertido en un trabajo estándar sobre diseño, este libro tiene un capítulo que habla sobre la metodología, en el que señala especialmente los métodos que han tenido un gran significado para la elaboración de proyectos de diseño. Los cuales incluyen cuatro fases:

1. El problema se identificará y formulará en la primera fase, la cual representa los temas de investigación, que se los planteará en un marco teórico básico de manera tentativa, relacionando, las variables de diseño

gráfico e industrial y se podrá empezar a buscar solución al problema de acuerdo con lo que se encontró en la investigación.

Se la profundizará por medio de observación de campo, investigación experimental y búsqueda bibliográfica, al final de esta etapa el objetivo es formular una hipótesis para continuar con la siguiente fase.

La segunda etapa consta de las posibles soluciones de diseño y desarrollo mediante la realización de bocetos y modelos de estudio, pruebas de color, propuestas de maquetación, correcciones y observaciones, para después de un análisis de lo realizado anteriormente; se pueda plantear una buena propuesta.

La tercera fase se basa en el desarrollo de la alternativa final, haciendo los arreglos necesarios para que se plantee como una solución real, en donde se analizará la eficiencia y producción, llegando así a dar una solución al problema planteado.

“Por último para poder sustentar el proyecto, se enseñará las opciones gráficas que se desarrollarán y se presentará un análisis y datos recopilados durante la investigación, y se proporcionará las soluciones halladas hacia el problema, teniendo los fundamentos necesarios para respaldar la propuesta final”. (Metodología del Diseño, 2010)

Como afirma Swann, A. (1992, p.p.6) “La función de un diseñador consiste en resolver problemas de comunicación relativos a productos, conceptos, imágenes y organizaciones y hacerlo de forma original y precisa. En el mejor de los casos, esto se logra a través de la comparación de elementos elegidos dispuestos con sumo cuidado, cuya presentación se basa en una fórmula que es esencialmente simple, pero que se ha refinado a través de las muchas etapas en que se ha desarrollado” (Swann, 1992, pág. 6).

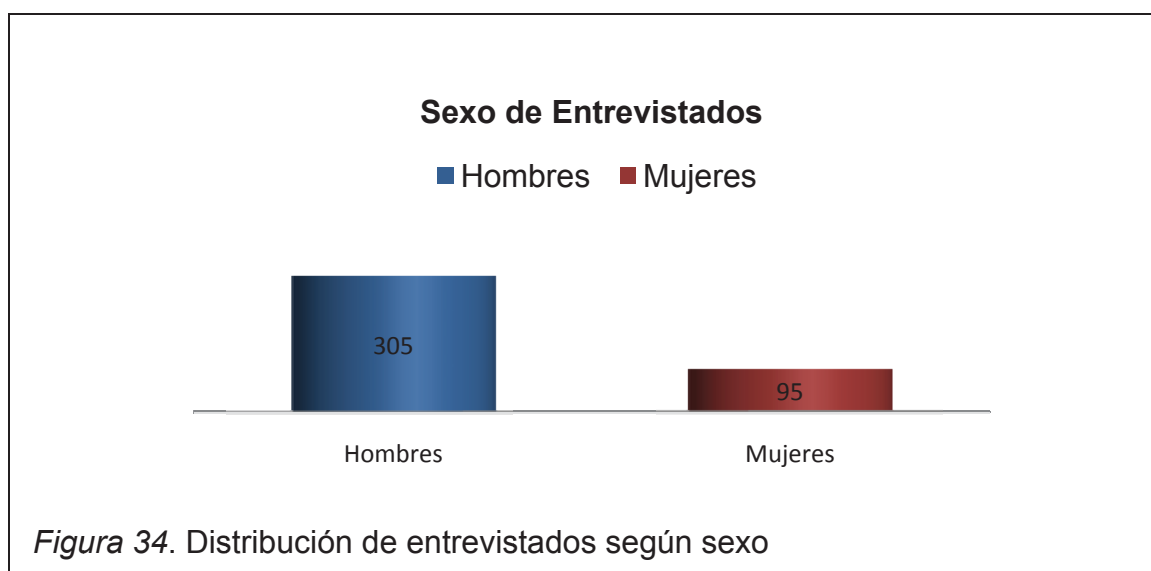
En el caso del tema de este trabajo, el Club Quito BMX, se realizará la presentación de datos reales recogidos, el análisis de los mismos y la presentación de soluciones halladas para los problemas que se encontraron durante el proceso de investigación.

### 5.7 Análisis y Tabulación de Encuestas

La encuesta se realizó a los aficionados al ciclismo en la ciudad de Quito que asisten a la ciclo vía en mayor cantidad el fin de semana, se tabula los resultados de las encuestas y se muestra gráficamente.

#### Género aficionados de 12 a 40 años

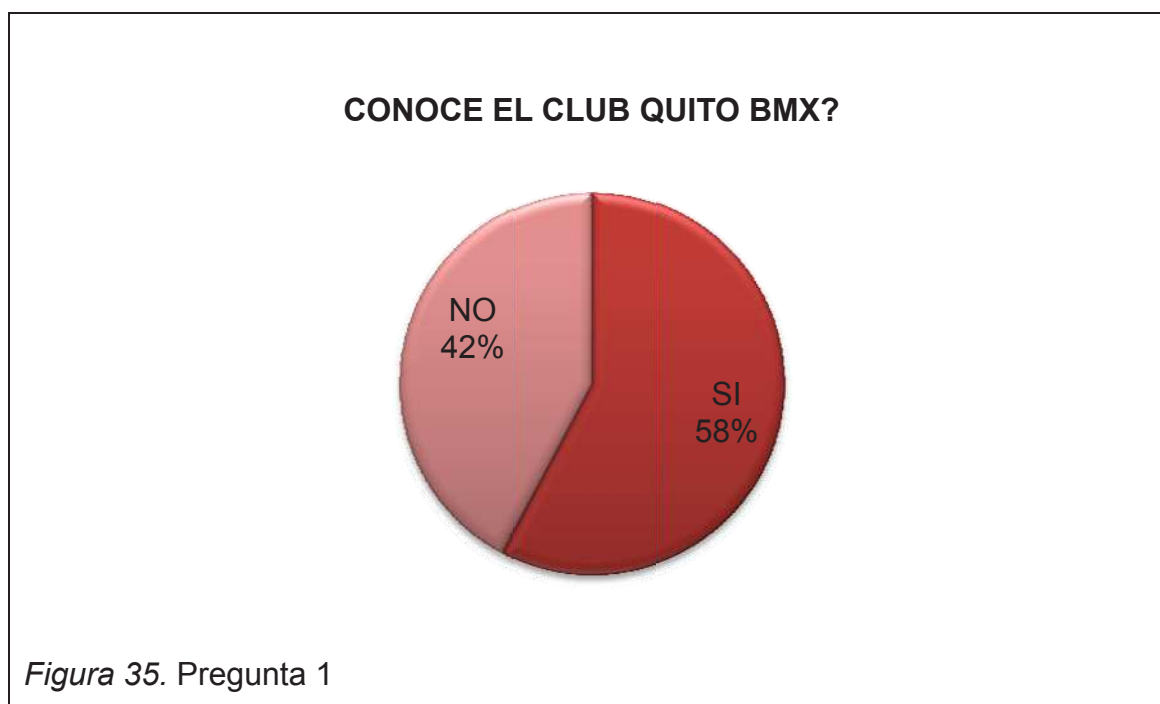
	ENCUESTADOS	%
Hombres	305	87
Mujeres	95	23
Total	400	100



El cuadro indica que del número de encuestados la mayoría son de sexo masculino alcanzando el 76%, margen muy elevado al de las mujeres que solamente alcanzaron el 24% de los aficionados al ciclismo.

## 1. ¿Conoce el Club Quito BMX?

	ENCUESTADOS	%
SI	231	58%
NO	169	42%
TOTAL	400	100%



La evaluación permite conocer tanto en hombres como mujeres aficionados al ciclismo, que tanto están informados sobre la existencia del club Quito BMX, y así poder tomar las estrategias más adecuadas para la presentación y desarrollo de la propuesta de diseño.

Se puede observar que el 58% de los aficionados al ciclismo si conoce de la existencia del club Quito BMX y el 42% no lo conoce. A partir de la siguiente pregunta se tabulará solamente con el porcentaje que corresponde a las personas que si conocen el club Quito BMX, esto es el 58%, que pertenece a los 231 encuestados y así se tendrá como resultados valores exactos y veraces, que es lo que se quiere conseguir con este trabajo.

## 2. ¿Cómo se enteró de la existencia del Club Quito BMX?

	ENCUESTADOS	%
TV.	41	18%
PRENSA	25	11%
WEB	45	19%
REVISTAS	16	7%
AMIGOS	104	45%
TOTAL	231	100%



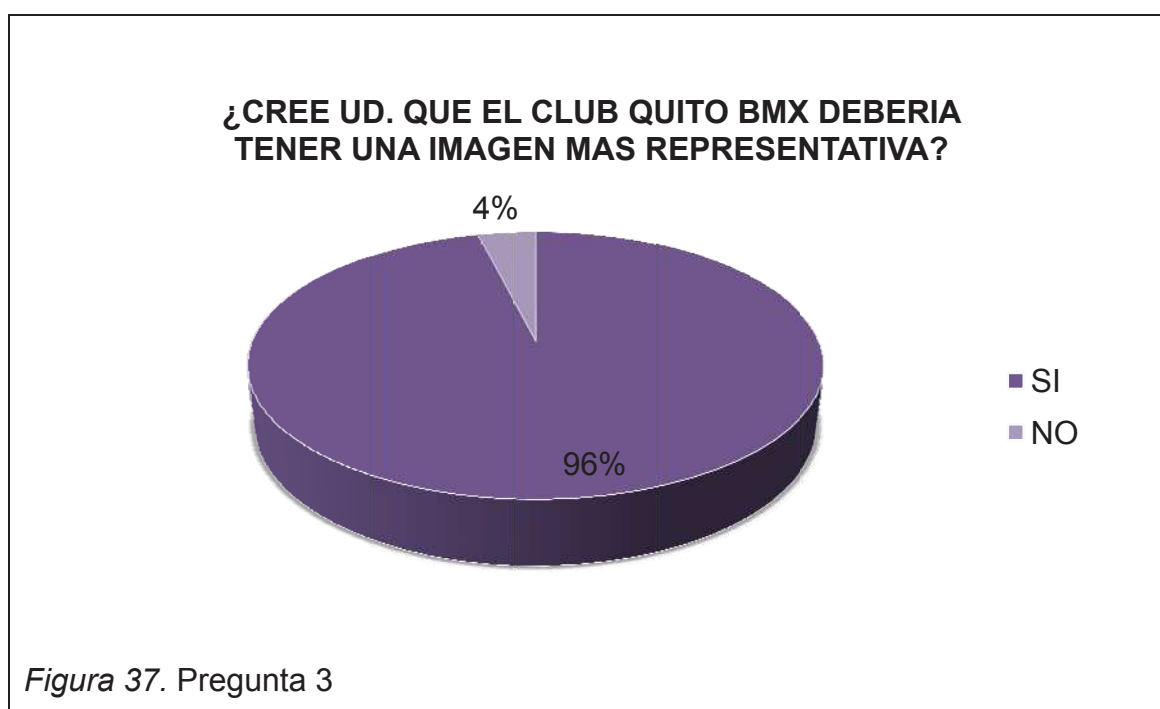
Es importante conocer como los aficionados al ciclismo se enteraron de la existencia del club, para así reforzar las fuentes de información.

Como se puede ver en el gráfico, el menor porcentaje de los encuestados equivale al 7% informado por revistas, por lo que sería importante robustecer mas esta fuente, el 11% por medio de la prensa, el 19% utilizando páginas web, el 18% ha mirado en TV.; el mayor número de aficionados se ha enterado por medio de amistades que equivale al 45% de los encuestados.



3. ¿Cree usted que el Club Quito BMX debería tener una imagen más representativa?

	ENCUESTADOS	%
SI	222	96%
NO	9	4%
TOTAL	231	100%

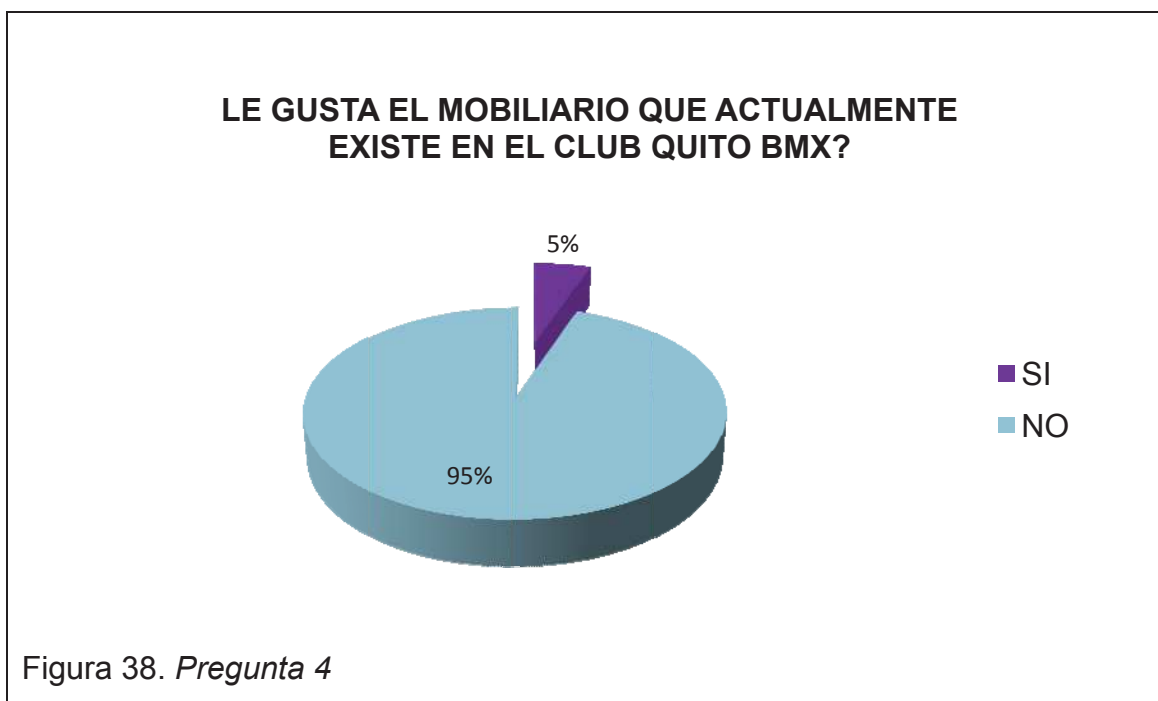


En relación a nuestro propósito de promocionar el club, los encuestados manifiestan que sería interesante que el club tenga una nueva imagen, que esta le permita ser mayormente identificado en cualquier lugar, y logre sus propósitos.

Así el 96% considera de suma importancia el desarrollo de este proyecto y aunque un 4% no está de acuerdo, evidenciamos que es la mayoría de los encuestados que están de acuerdo en tener un club más representativo en Quito.

4. ¿Le gusta el mobiliario que actualmente existe en el Club Quito BMX?

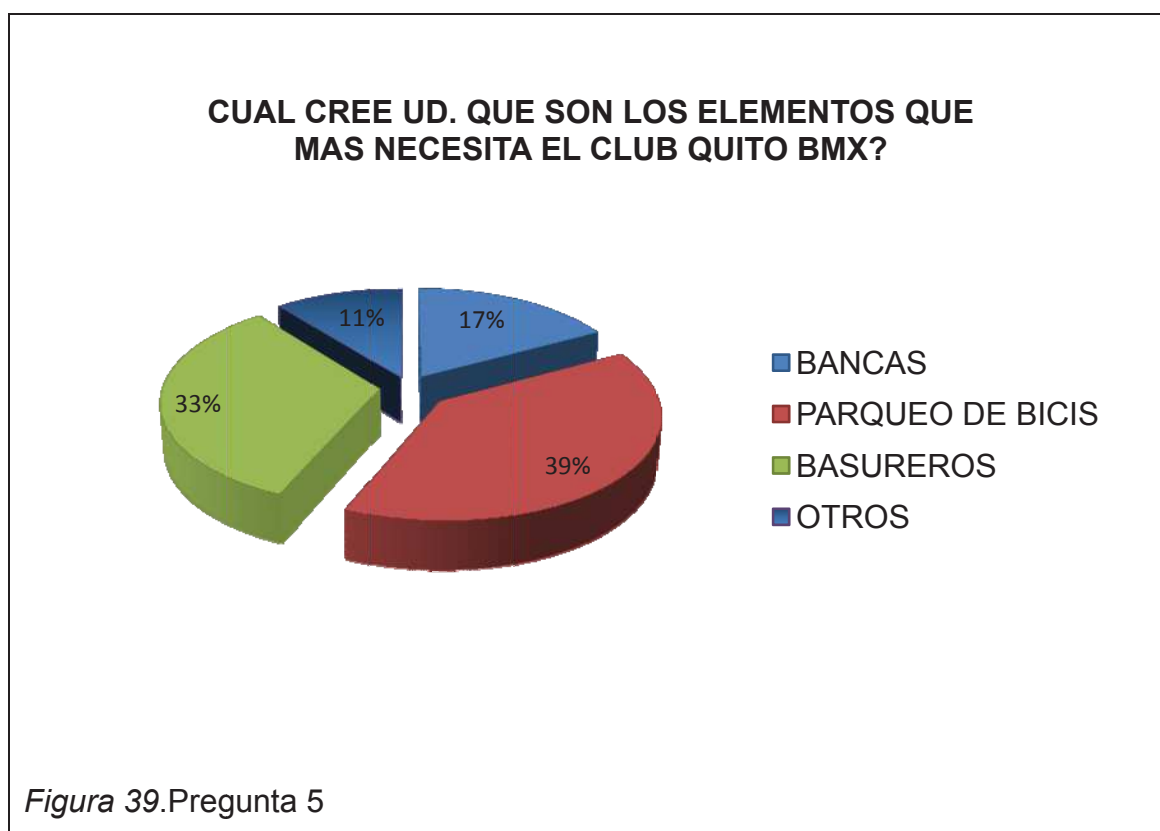
	ENCUESTADOS	%
SI	12	5%
NO	219	95%
TOTAL	231	100%



El resultado de esta grafica muestra un porcentaje mínimo del 5% de encuestados que les gusta el mobiliario y el 95% que no está de acuerdo.

5. ¿Cuál cree usted que son los elementos más importantes para el Club Quito BMX?

	ENCUESTADOS	%
BANCAS	42	17%
PORTA BICIS	95	39%
BASUREROS	71	33%
OTROS	23	11%
TOTAL	231	100%

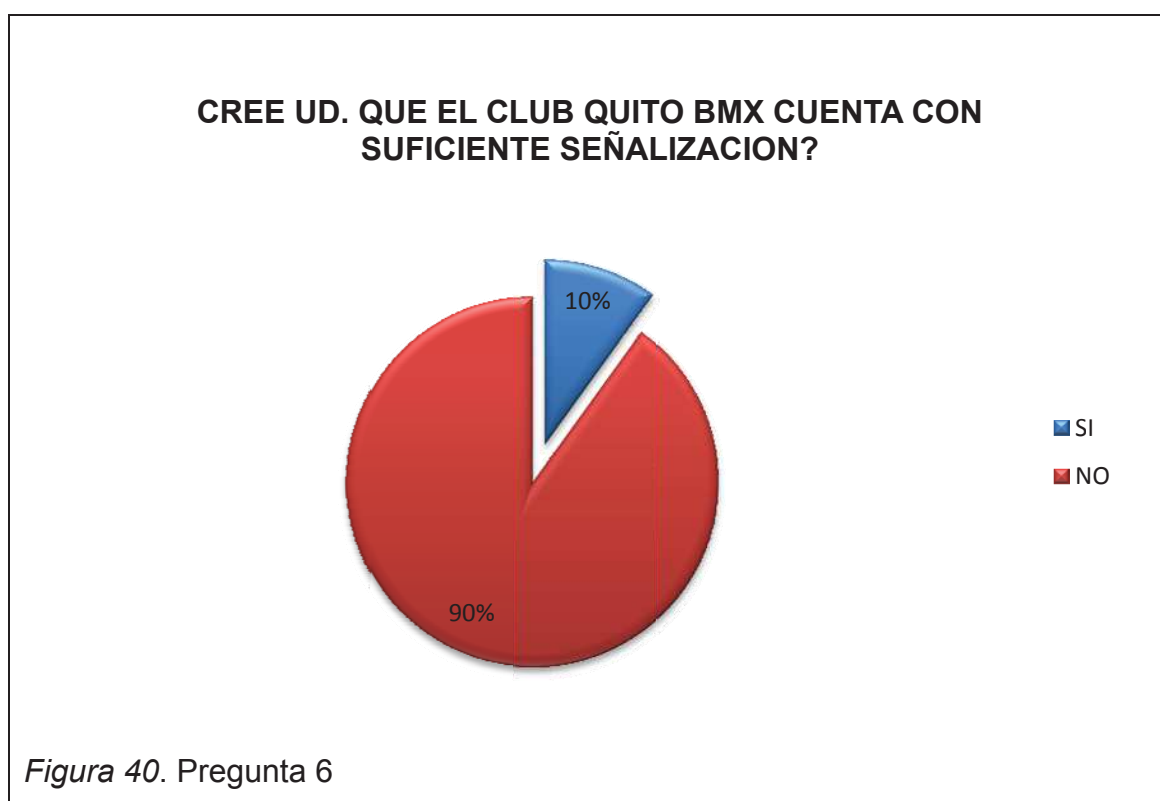


En esta gráfica se muestra que el Club en mayor porcentaje necesita de bancas con el 17%, porta bicis el 39%, basureros con el 33% y otros elementos el 11%.

En todo caso nos podemos dar cuenta que el Club carece de elementos en general.

6. ¿Cree usted que el Club Quito BMX cuenta con suficiente señalización?

	ENCUESTADOS	%
SI	23	10%
NO	208	90%
TOTAL	231	100%



El grafico indica en mayor porcentaje 90% que el Club no tiene suficiente señalización, apenas el 10% piensa que si tiene.

7. ¿Considera usted que el mobiliario y la señalización del Club Quito BMX están en buen estado?

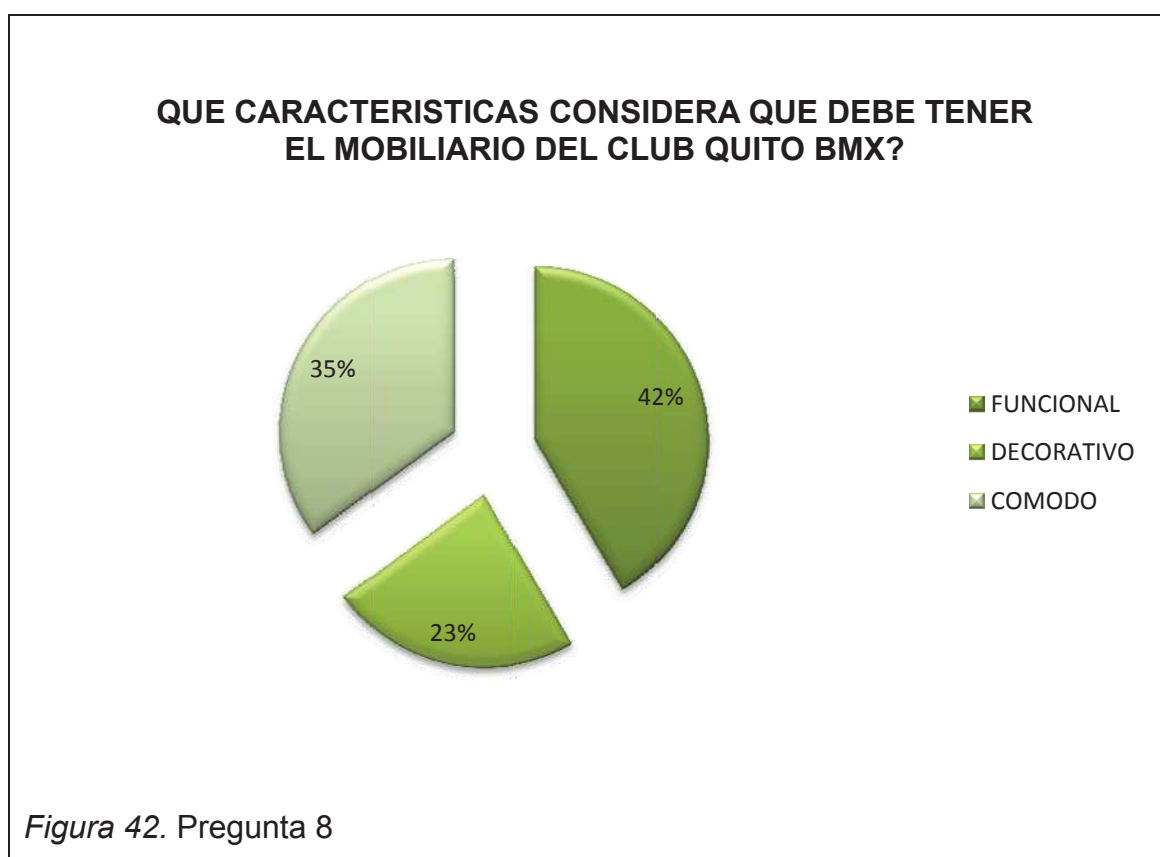
	ENCUESTADOS	%
SI	16	6.92%
NO	215	93%
TOTAL	231	100%



El gráfico nos muestra un alto porcentaje 93% que consideran que el mobiliario y la señalización se encuentran en mal estado, contra un 7% que dice lo contrario.

8. Que características considera que debe tener el mobiliario del Club Quito BMX?

	ENCUESTADOS	%
FUNCIONAL	96	41.55%
DECORATIVO	54	23.37%
CÓMODO	81	35%
TOTAL	231	100%



Los encuestados afirman con un 42% que el mobiliario del Club debe ser funcional, el 23% opinan debe ser decorativo y con el 35% cómodo.

La gráfica demuestra que el usuario desea un mobiliario funcional y cómodo con un toque decorativo, que cumpla con las necesidades del aficionado que asiste al Club.

## ENCUESTA CUALITATIVA

### ENTREVISTA No. 1

Priscila Burneo, Presidenta del club Quito BMX

1. ¿Qué representa para usted el BMX?

Disciplina deportiva, necesita mucha concentración, mucho entrenamiento y un deporte muy exigente, donde existe mucha adrenalina, donde predomina más la habilidad que la fuerza y que la resistencia, mas tiene que ver el piloto que la bicicleta. El bicicrós para mi va llenando las expectativas de forma de ser de mis hijos, lo que les rodea, el nivel de competencia que tienen y las exigencias de entrenamiento que va formando una disciplina y a los niños un carácter muy acorde a cada edad que van atravesando, cada edad es un grupo de competencia que arranca desde los 5 años, 7 años hasta llegar a jóvenes y algún día pasen a una categoría de elites.

2. Cuando digo BMX, ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?

Extremo y bicicleta

3. Describe en tres palabras el club quito BMX

Adrenalina, resistencia y familia

4. ¿Cuáles son las metas a largo plazo del Club Quito BMX?

Que se convierta en un club de formación para poder llegar a tener muchos campeones mundiales, aunque ya hay campeones panamericanos en el club, tenemos actualmente un campeón mundial en el club tenemos un niño que es número 2 en el mundo, tenemos niños campeones panamericanos, pero la idea es llegar a que sean en el tope cuando sean categorías elites o júnior que son las categorías reinas en este deporte.

5. ¿En qué cree Ud. que el Club Quito BMX sobresale o se diferencia de los demás clubes en Quito?

Existen dos escuelas más en Quito, la escuela UTE y el del Parque la Carolina. Nosotros tenemos campeones mundiales en el club, fuimos el primero club de BMX legalmente establecido en todo el país. Además contamos con un cuerpo técnico calificado nacional e internacionalmente.

6. Como manejan Uds. el tema de la imagen del Club Quito BMX?

Bueno, el club nunca ha tenido una imagen definida, este punto hemos tenido pendiente, pero hasta el momento no se lo ha realizado, claro que sabemos que es muy importante y lo necesitamos urgente, pero lastimosamente la gente no ha tomado en cuenta lo importante que es esto para el club y lo único que tenemos es un logo sencillo, pero realmente este no nos convence porque no representa lo que es el Club, porque lo que nosotros quisiéramos es algo que este más actualizado a las tendencias de la identificación de lo que es un club más actual a la época, que todo lo que es diseño de logos pase a ser una marca, es lo que queremos, hay mucha gente que no sabe que es el BMX, saben que es bicicletas pero no saben de qué se trata.

7. ¿Qué piensa en cuanto a la señalética del club?

Como habrás visto la señalética del club es muy pobre, desde que ingresas no hay un rótulo que identifique claramente al club y los que hay son demasiados simples o muy sencillos y no están en muy buen estado, incluso muchas veces nos ayudamos con carteles de papel, entonces yo pienso que el club si necesita más rótulos y letreros que puedan guiar a las personas.



8. A nivel de señalética, ¿ustedes tienen algún plan?

No, nada por el momento cero... básicamente no hemos tenido ningún plan, como te dije anteriormente el único que tenemos es muy simple y nos hemos mantenido con ese todo el tiempo.

9. ¿Han pensado alguna vez en modernizar o cambiar el mobiliario en las instalaciones y si es así, cuáles?

Bueno, nosotros siempre hemos pensado cambiar todo el mobiliario a futuro, pero por ahora nos mantenemos con el mismo hasta tener un presupuesto con el que podamos trabajar en ese cambio.

10. ¿Considera que existe unidad en la entidad del mobiliario actual?

No para nada, a comparación de otros clubes nuestro mobiliario es muy deficiente.

11. ¿Considera que es importante para el club tener una revista, como guía de información para padres y niños con temas del club Quito BMX y del BMX en general y por qué?

Claro que sí, totalmente de acuerdo, padres, niños y público, para que se difunda el deporte y que vean lo que es el club y aumente el número de practicantes en este deporte, que puedan informarse más sobre club los grandes y chicos.

12. ¿Por qué piensa que es importante que los niños también tengan su propia revista y cuál cree Ud. es la mejor edad que ellos necesitan esta herramienta de información para poder aprender y formarse en este deporte con los temas más básicos?

Bueno, es importante porque primero no existe ninguna revista, ni algún tipo de material físico en todo el país que nos dé información sobre este deporte y las pocas que hay no son de acá, entonces sería bueno porque como club nos interesa fomentarles a los niños desde chiquitos de lo que se trata este deporte, no solamente instruyéndoles sino,

también sería interesante y nuevo poder enseñarles de una manera diferente y que en sus casas lo utilicen como medio de distracción y que mejor si lo pueden aprovechar junto a sus padres.

Y sobre la edad, creo que toda edad es buena pero la mejor para que ellos empiecen a empaparse en este tema es la categoría infantil, que es desde los 7 hasta los 11 años, ya que es una edad donde tienen más entendimiento y demuestran mayor interés en cualquier información que se les pueda dar para conocer más este deporte y ellos mismos buscan y preguntan lo que les interesa.

### **Conclusión:**

Se debe crear una imagen para que el club Quito BMX sea acorde a las expectativas de la directiva y que ayude a generar un sentido de orgullo en los *bikers* y los aficionados de este deporte y así poder proyectar de la mejor manera al *bicicross*.

Por parte de la Directiva del Club Quito BMX buscan que exista una unidad gráfica y estructural para el mobiliario del club.

De igual manera es muy importante crear una revista enfocada a los padres y niños del club, ya que es un material necesario y de gran utilidad para ellos y así poderse informar de mejor manera sobre los temas de este deporte.

## ENTREVISTA No.2

Adolfo Espinosa, Miembro de los padres de familia del Club Quito BMX

1. ¿Qué piensa usted de los medios publicitarios en una institución?  
Los medios publicitarios son importantes en las instituciones, porque es una forma de difundir todas las actividades relacionadas en diferentes ramas.
2. ¿Usted piensa que el club Quito BMX cuenta con material suficiente para informar a los miembros de los acontecimientos y noticias del club?  
Pienso que hoy en día, se maneja de una mejor manera que antes, sin embargo, se puede mejorar con la información y difusión del BMX
3. ¿Por qué medio o material se informa usted regularmente de los sucesos en el Club Quito BMX?  
Por envíos de información a mi correo
4. ¿Usted considera que es importante que el club tenga una revista con los temas más actualizados de lo que acontece en el Club Quito BMX y de más temas en general del bicigrós dentro y fuera del país, y porque?  
Sería muy importante que el club tenga una revista que informe de sus actividades y difunda los resultados de sus competidores.
5. ¿Usted, como padre de familia, cree que el club debería contar con una revista para niños como medio informativo, y de esta forma poderles culturizar de manera más dinámica y que ellos puedan sentir más pasión por este deporte?  
Yo como padre de familia pienso que es importante tener una guía, que en este caso puede ser una revista, esta deberá tener artículos especializados de un muy buen contenido para que así mi hijo sepa más del deporte que practica.

6. ¿Qué temas le interesaría que vayan en la revista para usted como padre de familia y para sus hijos?

Debería existir en una revista (virtual o física) con un cuadro de estadísticas actualizadas de los puntajes por carreras ya efectuadas y de esa manera estar más claro hacia dónde caminan los deportistas.

7. ¿Usted, como padre de familia, considera que la falta de información y escasez de material informativo físico en el club Quito BMX es un problema y por qué?

Pienso que no es un problema mayor, pero creo que sería mejor si esto se lo podría manejar de una manera más acertada, pero hay que reconocer que en mi caso me han mantenido informado de las actividades del club.

### **Conclusión:**

Tanto padres de familia e hijos requieren de un medio físico informativo dinámico y entretenido y así facilitarles de una mejor manera la publicación de noticias, eventos, y demás informaciones que tengan relación con el club y el BMX.

### **5.8 Grupo Focal**

Luego de revisar el *brief* del proyecto, para la elaboración de la marca nos enfocamos principalmente en tres conceptos que identifiquen y representen al Club Quito BMX, estas opciones se bocetaron en una primera instancia para tener unas opciones generales de la futura marca, a continuación se presenta los 3 conceptos que representan al Club:

- Concepto Sana Vida: El Club Quito BMX al ser una entidad ligada al deporte, es su principal interés ofrecer un ambiente de recreación al aire

libre, es decir dar una sana vida, esto es un estado de bienestar o de equilibrio entre cuerpo, mente y salud.



*Figura 43. Concepto Vida Sana*

- Concepto Extremo: El Club Quito BMX al ser un deporte extremo, implica situaciones de aparente peligrosidad y alto riesgo, así como una exigencia física y sobre todo mental. Por esta razón se quiere atraer la atención de quienes están en busca del reto y la aventura.



*Figura 44. Concepto Extremo*

- Concepto de Unión: El Club Quito BMX representa unión, ya que se ha formado con la voluntad y esfuerzo de los jóvenes deportistas, padres de familia y directivos, todos unidos por una sola amistad y compañerismo y así alcanzar sus objetivos comunes.



Figura 45. Concepto Unión

### 5.9 Bocetaje de la Marca

#### Primera Fase:

En el bocetaje se tomaron en cuenta los tres conceptos característicos que representa al Club Quito BMX tanto en cromática, tipografía, colores hasta llegar a la propuesta más adecuada y aplicable del logotipo. Que se identifique no solo con el Club, sino también con los aficionados del Club.

Inicialmente el bocetaje incluyó varias propuestas distintas de cada concepto, para poco a poco ir depurando y dejando las mejores opciones de cada concepto para después escoger solamente uno, obteniendo un resultado final muy favorable.



Figura 46. Boceto según concepto de vida sana



Figura 47. Boceto según concepto de deporte extremo

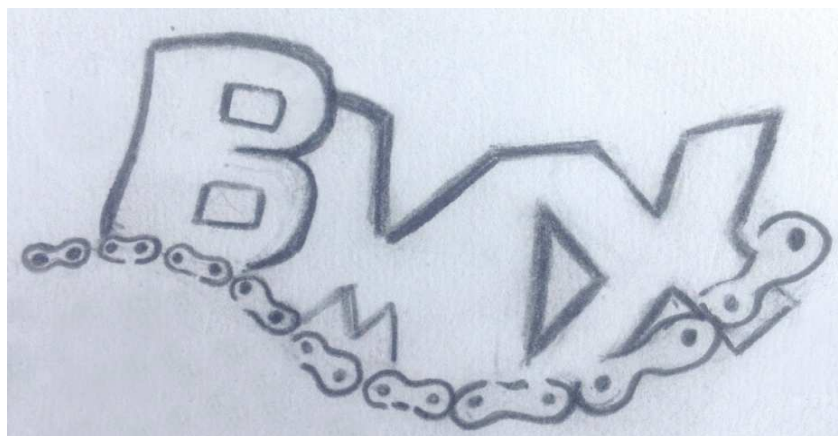


Figura 48. Boceto según concepto de unión

**Evolución Segunda Fase**  
**Concepto Vida Sana**



Figura 49. Segunda fase concepto vida sana

En el primer concepto Vida Sana se transmite un estado de armonía y frescura, el isotipo tiene una figura circular de tonalidades verdes que dan la impresión de movimiento y velocidad con un contraste de color verde limón en la tipografía, ya que este color se vincula con la salud dando así una sensación más cálida y suave, la tipografía que se hizo es más light con trazos gruesos y anchos.

### Concepto Extremo



Figura 50. Segunda fase concepto extremo

El segundo concepto se planteó un isotipo, tomando en cuenta los *bikers* o pilotos del club, ya que ellos son las principales figuras de este deporte, se colocó en la parte superior del logotipo dándole así un efecto que está saltando sobre el logotipo y dar a entender que es un deporte de riesgo, en un principio la tipografía se hizo café para dar la sensación del color tierra de la pista y al *biker* de color naranja ya que este le da un contraste al logotipo.

### Concepto de Unión



Figura 51. Segunda fase concepto unión



En el tercer concepto se quiere proyectar unión en el isotipo con una cadena de bicicleta en la parte inferior, dándole movimiento a la tipografía con un color azul, ya que el azul estimula protección, confianza y fuerza, y aparte le da un buen contraste con el color gris de la cadena.

### Tercera Fase

Luego de la selección de los tres bocetos, se mostraron las tres opciones en el grupo focal, el mismo que estuvo compuesto de los padres de familia y parte de la directiva del Club Quito BMX.

Después de haber realizado el grupo focal, cada uno mostró sus comentarios sobre la papelería corporativa que se les mostró por cada concepto.



Figura 52. Tercera fase concepto vida sana

El primer concepto del logotipo no fue del agrado de los participantes, ya que opinaron que el logo no transmite la fuerza extrema que significa el *bicicross*, de igual manera opinaron que los colores tienen una tonalidad muy suave como para llamar la atención del lector.



Figura 53. Tercera fase concepto extremo

El segundo concepto fue el que tuvo mayor aceptación por parte de la directiva y padres de familia del Club.

Los consultados al respecto consideraron que la idea de poner el *biker*, llama bastante la atención y de primera instancia se puede identificar con facilidad que es un club de *bicicross*, solamente varios de los participantes que les gusto este concepto, opinaron sobre cambiar el color del logo con un color más intenso y de impacto.

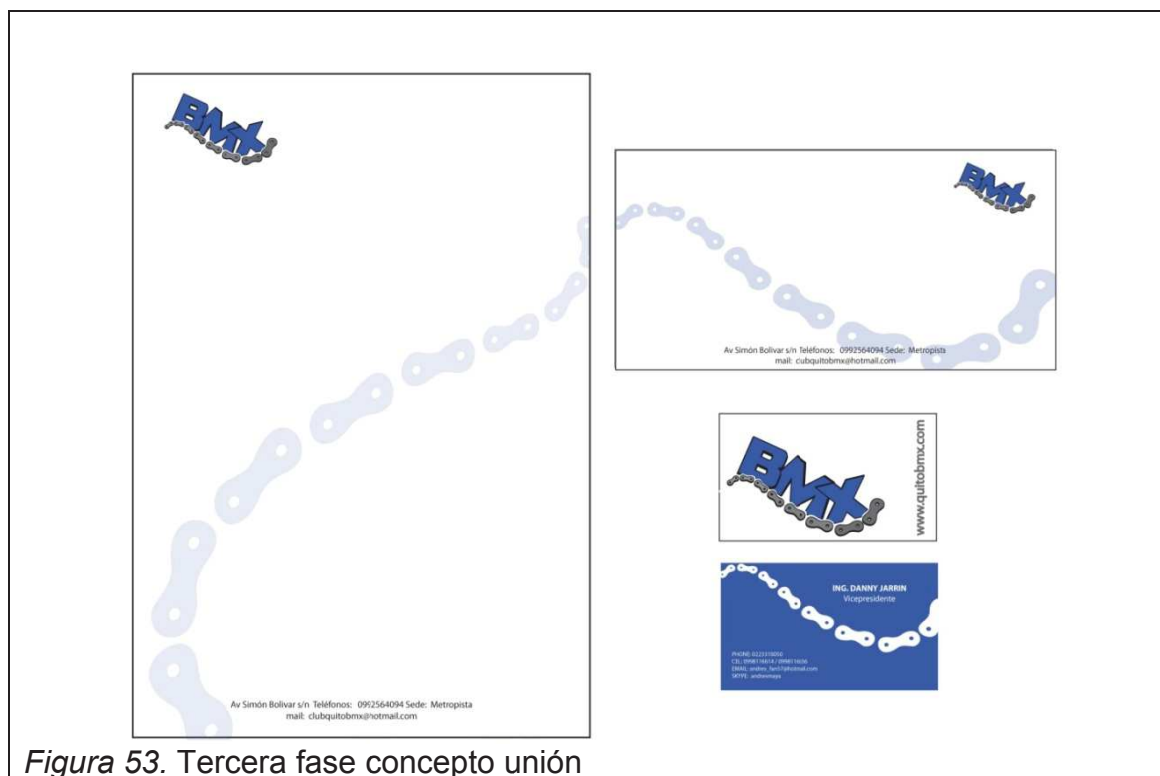


Figura 53. Tercera fase concepto unión

Y por último, el tercer concepto fue del agrado de algunos participantes, pero eliminado debido que mucho de ellos cuestionaban y se interrogaban que el concepto de la cadena en el logo también puede traer dudas con su significado, ya que se puede ser considerado como un sitio común de una pista de bicicletas, mas no una pista de bicigrós.

### Resultados Grupo Focal



Figura 54. Resultados del grupo focal

Mediante el grupo focal se pudo recopilar de inmediato la información, además se logró interpretar las diferentes opiniones y comentarios de los distintos puntos de vista, se pudo profundizar sus opiniones con el fin de llegar a la elección de un concepto de la marca del Club Quito BMX.

#### **Cuarta Fase y Final**

Al ser seleccionado este concepto, la estructura y colores del logo fueron puliéndose y organizándose: el isotipo se alineo a la tipografía provocando equilibrio y orden entre ambos, y así también poder trabajar con el isotipo y logotipo de una manera independiente.

Los colores fueron modificados a un color rojo fuerte ya que este color transmite fuerza, agresividad y fortaleza, y eso es lo que busca el club.



*Figura 55. Concepto definitivo adoptado*

## CAPÍTULO VI. Propuesta Gráfica

### 6.1 Antecedentes

La elaboración de diferentes propuestas para el proyecto permitió desarrollar una evolución adecuada de la nueva marca del Club Quito BMX, se fue cambiando y adaptando paso a paso las mejores cualidades de cada una; para poder llegar a una última propuesta que englobe todos los fines de comunicación que se requería representar con el logotipo.

### 6.2 Concepto y Marca

El diseño de la marca del Club Quito BMX busca implantar una entidad en la pista de bicigrós de Quito.

La marca surge de un concepto extremo, donde se utiliza una tipografía grande y con trazos gruesos y sobre esta se muestra al *biker* o llamado piloto, reflejando claramente el significado del *bicigrós*, además de facilitar la identificación del Club BMX causando una imagen positiva y diferencial.

El isotipo es alineado a la tipografía dándole así equilibrio y orden entre ambos.



Figura 56. Modelo adoptado para la marca

### 6.2.1 Cromática

El logotipo e isotipo se hizo de un solo color rojo intenso, ya que el rojo transmite fortaleza, energía plasmándolo en el logotipo como en el isotipo y haciendo de este una sola marca.

Se puede invertir el color rojo con ciertos colores como se indica en el manual, de igual manera que sus fondos, pero de ninguna manera se podrá utilizar otros colores de los demostrados.



Colores CMYK:

C: 0M: 100Y: 90K: 10

Tintas Pantones:

PANTONE 1797 C

Colores RGB:

R: 215G: 24B: 42R:

*Figura 57. Cromática del concepto*

## 6.2.2 Composición

La separación, la proporción y el orden de los elementos de la marca fueron pensados y plasmados en la retícula manteniendo los tamaños definidos, de tal manera que cumpla con el propósito de comunicar un mensaje

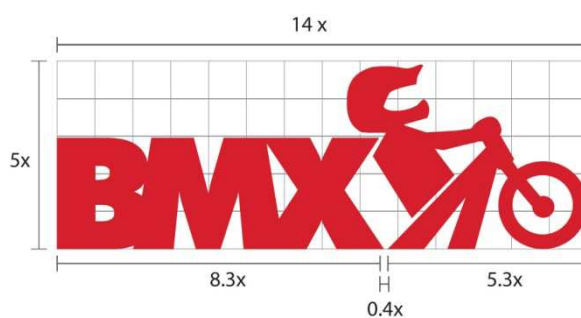


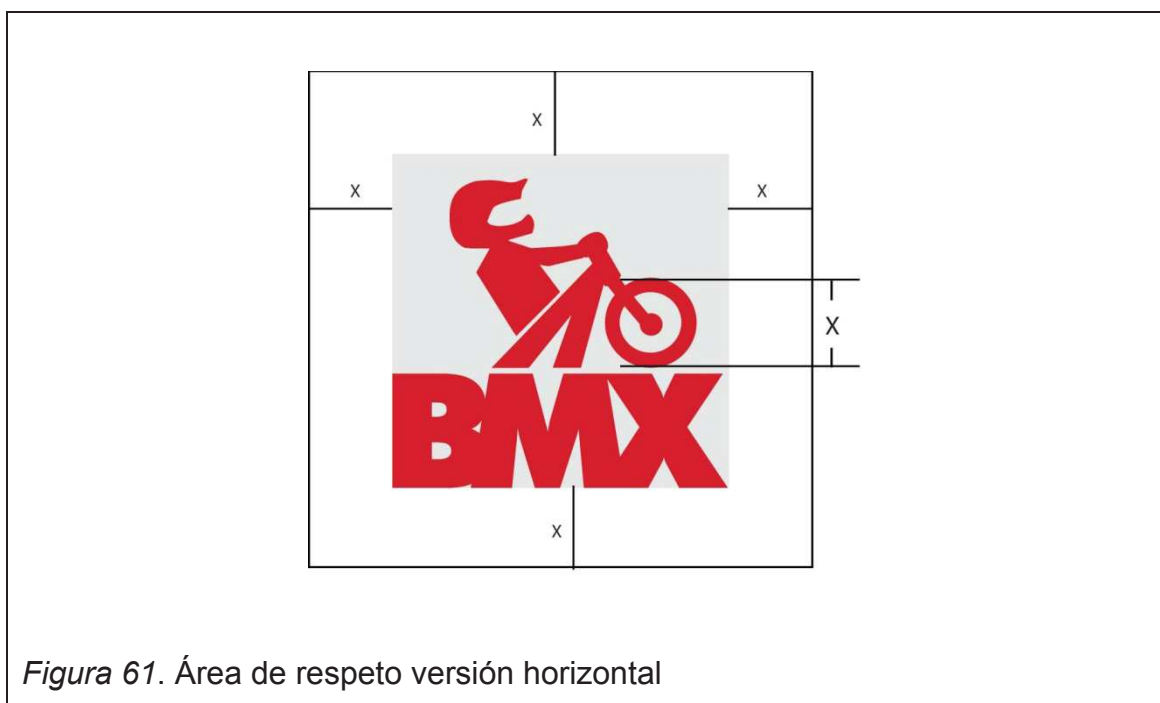
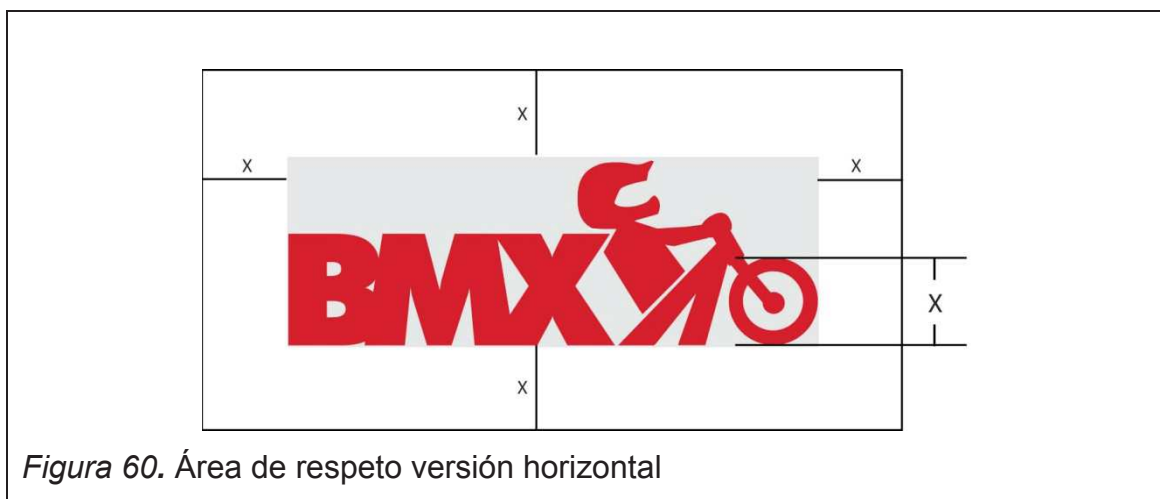
Figura 58. Versión horizontal



Figura 59. Versión vertical

### 6.2.3 Área de Respeto

Se entiende como área de respeto al espacio que debe existir alrededor del logotipo sin que ningún otro elemento interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo. La X sale del tamaño de la altura de la llanta del *biker*, ésta medida de X se tiene que respetar siempre.





### 6.2.4 Tamaño Mínimo

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad. Es opcional el uso del logotipo y éste podrá ser ampliado a partir de la siguiente medida.

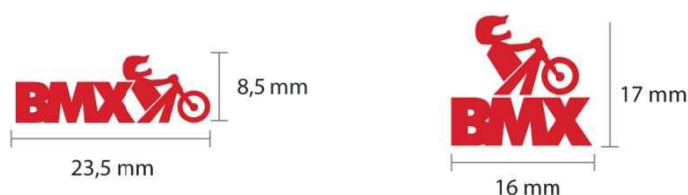


Figura 62. Tamaños mínimos

### 6.2.5 Tipografía

Se definió para el Logotipo la tipografía “Linkin Park – Bold” en mayúsculas como la marca principal y ésta será utilizada únicamente para la elaboración de la marca. “Myriad Pro” será utilizada como tipografía auxiliar, en toda la información complementaria y redacción impresa.

**Tipografía: Linkin Park**

**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**

**Tipografía : Myriad Pro**

**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**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**Tipografía : Myriad Pro**

**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**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Figura 63. Tipografía a usarse

## 6.3 Papelería Corporativa

### 6.3.1 Tarjeta de presentación

La tarjeta de presentación va acorde a la imagen del club y será la identificación que llevara los datos relevantes tanto del club como de los miembros que trabajan en el club, siendo así un punto importante para el contacto entre el club y sus clientes. El tipo de impresión es Offset, y el papel es “Sudance Linen Ultra White” de 270 gr.

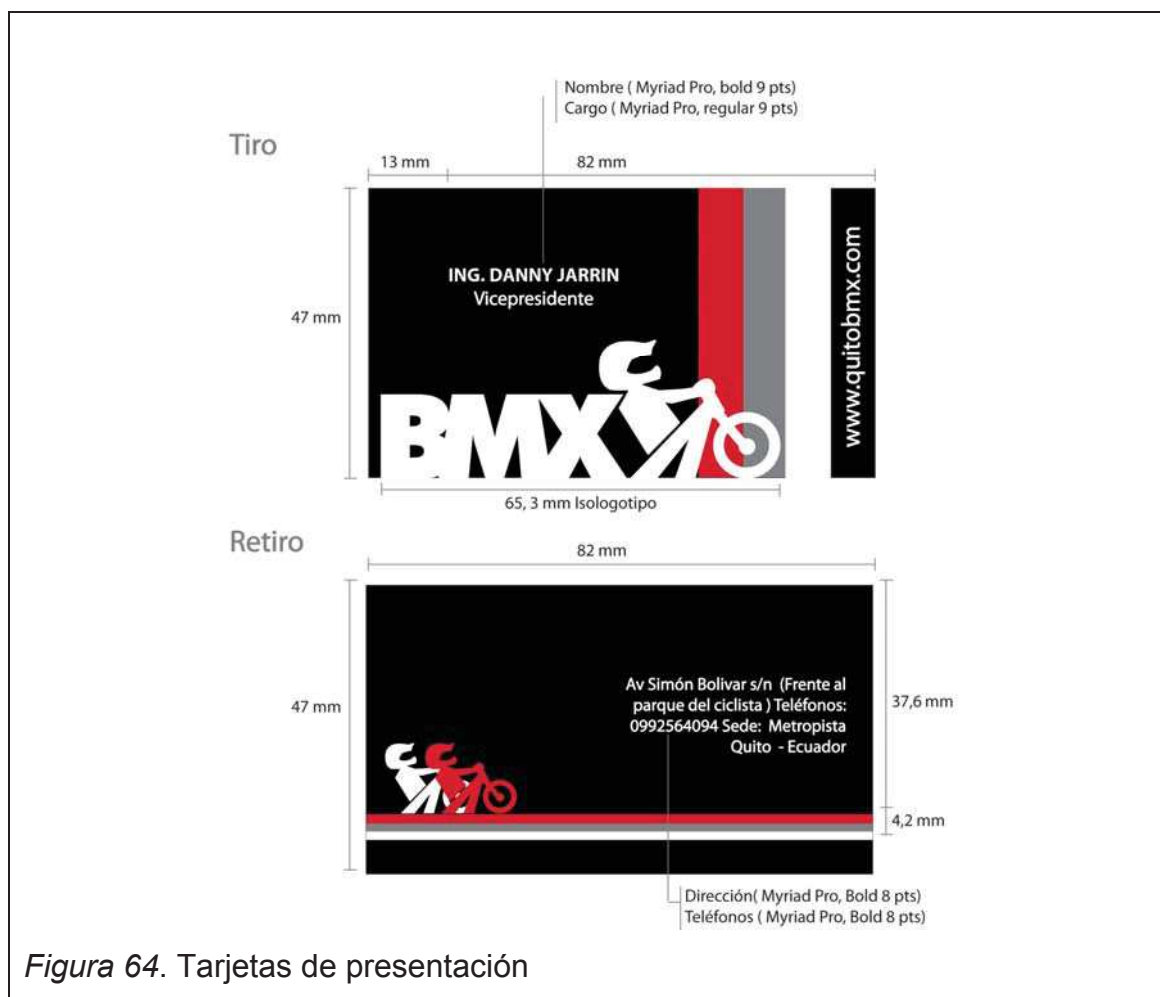


Figura 64. Tarjetas de presentación

### 6.3.2 Hoja A4

La hoja A4 es una pieza imprescindible para la comunicación del club, con el fin de enviar mensajes a sus clientes, empleados u otras empresas, llevando la identidad del club con la información y dirección del mismo. El tipo de impresión es Offset, y el material es Bond.

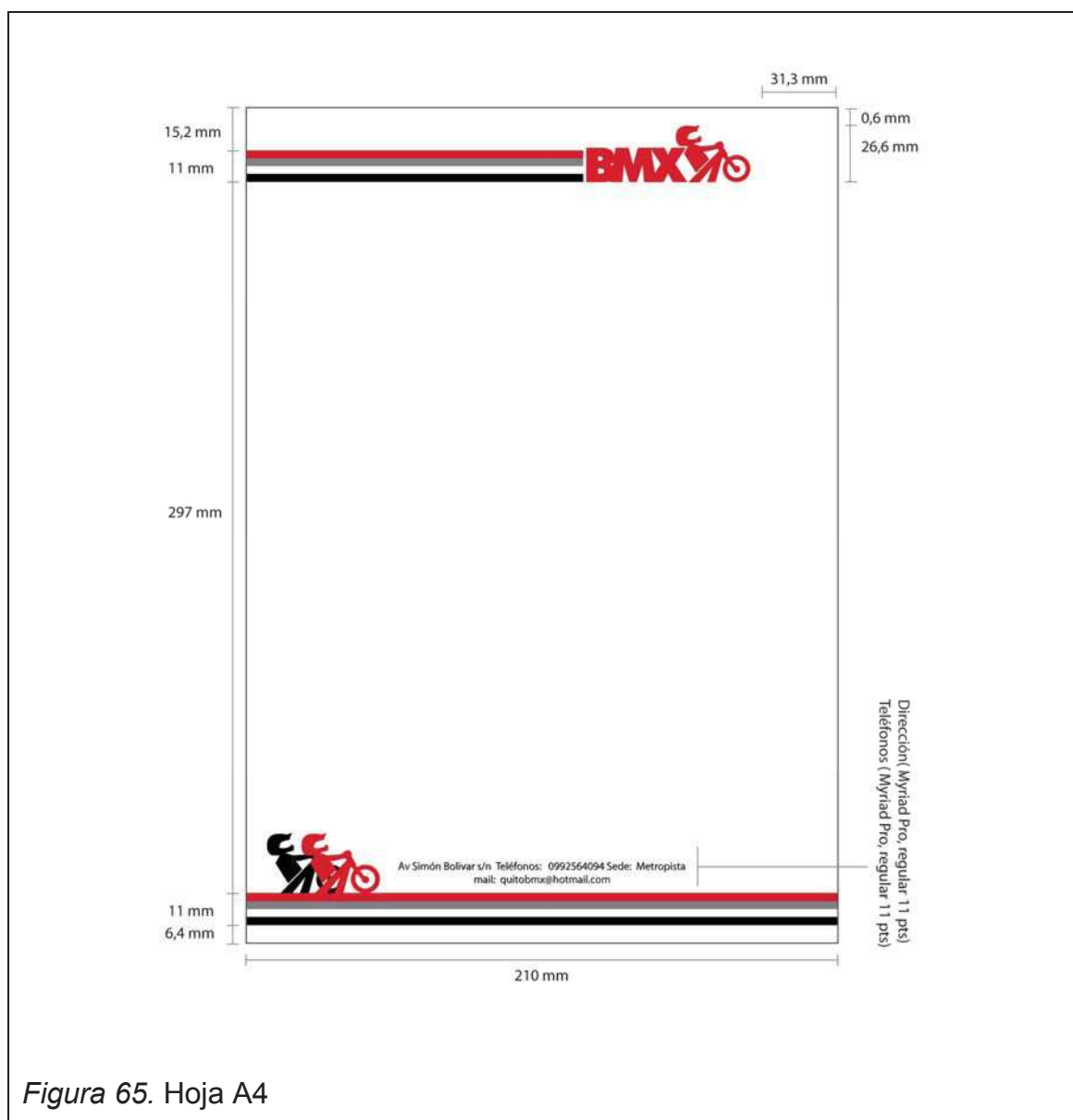


Figura 65. Hoja A4

### 6.3.3 Hoja de Inscripciones

Para poder ingresar al club y ser parte de los socios es necesario llenar el documento de la inscripción tanto el padre como el hijo. Esto es un requerimiento obligatorio que pide el club. El tipo de impresión es Offset, y el material es Bond.

The diagram shows a registration form titled "FICHA ADMINISTRATIVA DE INSCRIPCION" with the following layout and dimensions:

- Dimensions:**
  - Top margin: 15,2 mm
  - Left margin: 11 mm
  - Right margin: 31,3 mm
  - Bottom margin: 11 mm
  - Form height: 297 mm
  - Form width: 210 mm
  - Header bar height: 0,6 mm
  - Header bar thickness: 26,6 mm
  - Footer bar height: 6,4 mm
- Header:** A red and black horizontal bar with the "BMX" logo and a bicycle icon.
- Form Fields:**
  - APellidos \_\_\_\_\_
  - Nombres \_\_\_\_\_
  - C.I. \_\_\_\_\_ # PLACA \_\_\_\_\_
  - LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO \_\_\_\_\_
  - DIRECCION DOMICILIARIA \_\_\_\_\_
  - TIPO DE SANGRE \_\_\_\_\_
  - TELF. PERSONAL \_\_\_\_\_ TELF. DE EMERGENCIA \_\_\_\_\_
  - # LICENCIA UCI \_\_\_\_\_ CODIGO UCI \_\_\_\_\_
  - EDAD DERPORTIVA \_\_\_\_\_ CATEGORIA \_\_\_\_\_
- DATOS DE LOS REPRESENTANTES:**
  - DATOS (PADRE):**
    - Nombres y Apellidos: \_\_\_\_\_
    - Dirección: \_\_\_\_\_
    - Móvil: \_\_\_\_\_ Oficina: \_\_\_\_\_ Casa: \_\_\_\_\_
    - e-mail: \_\_\_\_\_
  - DATOS (MADRE):**
    - Nombres y Apellidos: \_\_\_\_\_
    - Dirección: \_\_\_\_\_
    - Móvil: \_\_\_\_\_ Oficina: \_\_\_\_\_ Casa: \_\_\_\_\_
    - e-mail: \_\_\_\_\_
- Footer:** A red and black horizontal bar with the club logo and contact information:
 

Av Simón Bolívar s/n Teléfonos: 0992564094 Sede: Metropista  
mail: quitobmx@hotmail.com
- Vertical Text (Right Side):**

Dirección: (Myriad Pro, regular 11 pts)  
Teléfonos: (Myriad Pro, regular 11 pts)

Figura 66. Hoja de inscripciones

### 6.3.4 Sobre

Este es una pieza importante en la identidad y servirá para el envío de diferentes documentos a diferentes lugares que solicite el club según la necesidad y portará hojas en A4. El tipo de impresión es Offset, y el papel es Sudance Linen Ultra White de 104 gr.

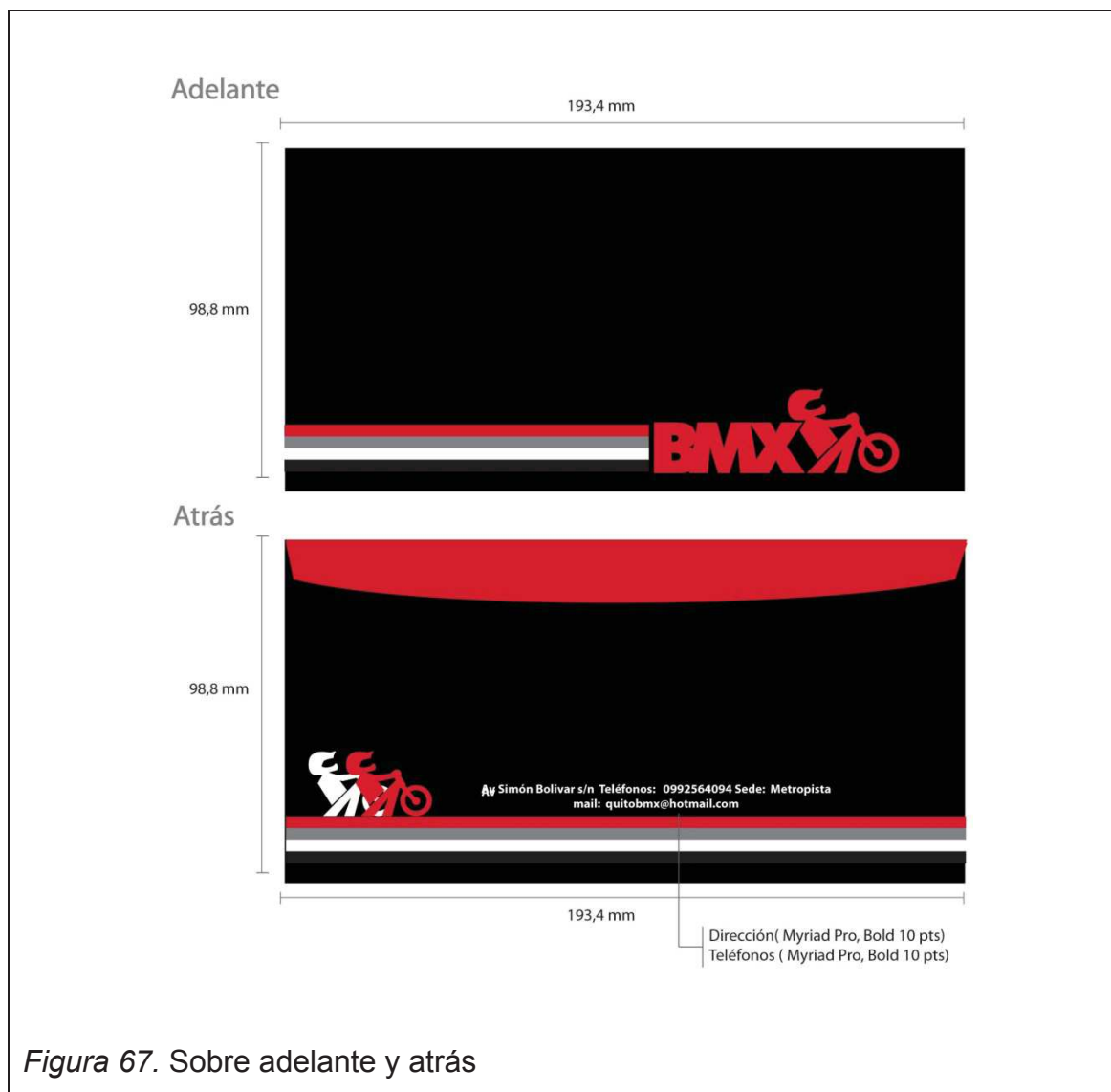
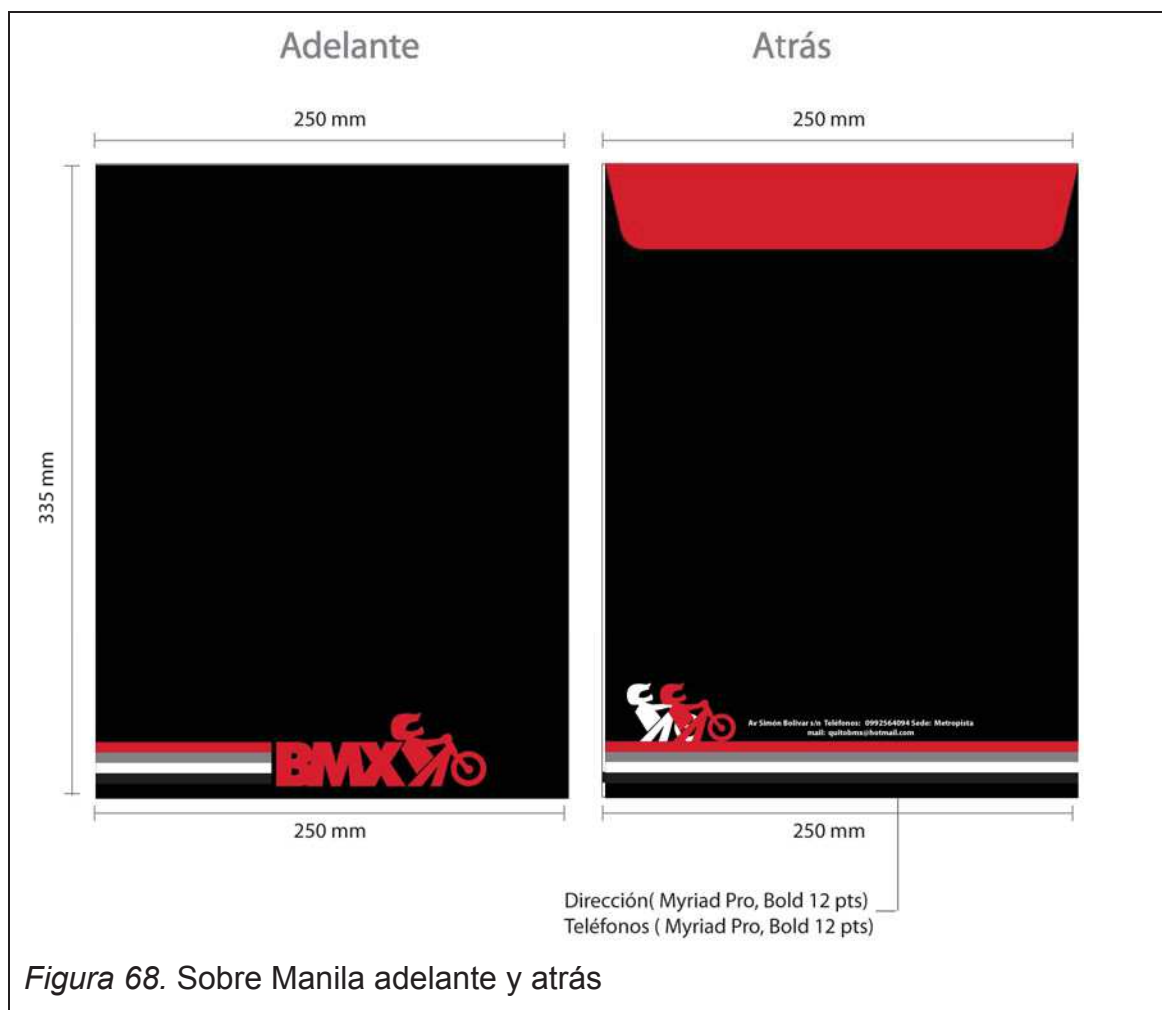


Figura 67. Sobre adelante y atrás

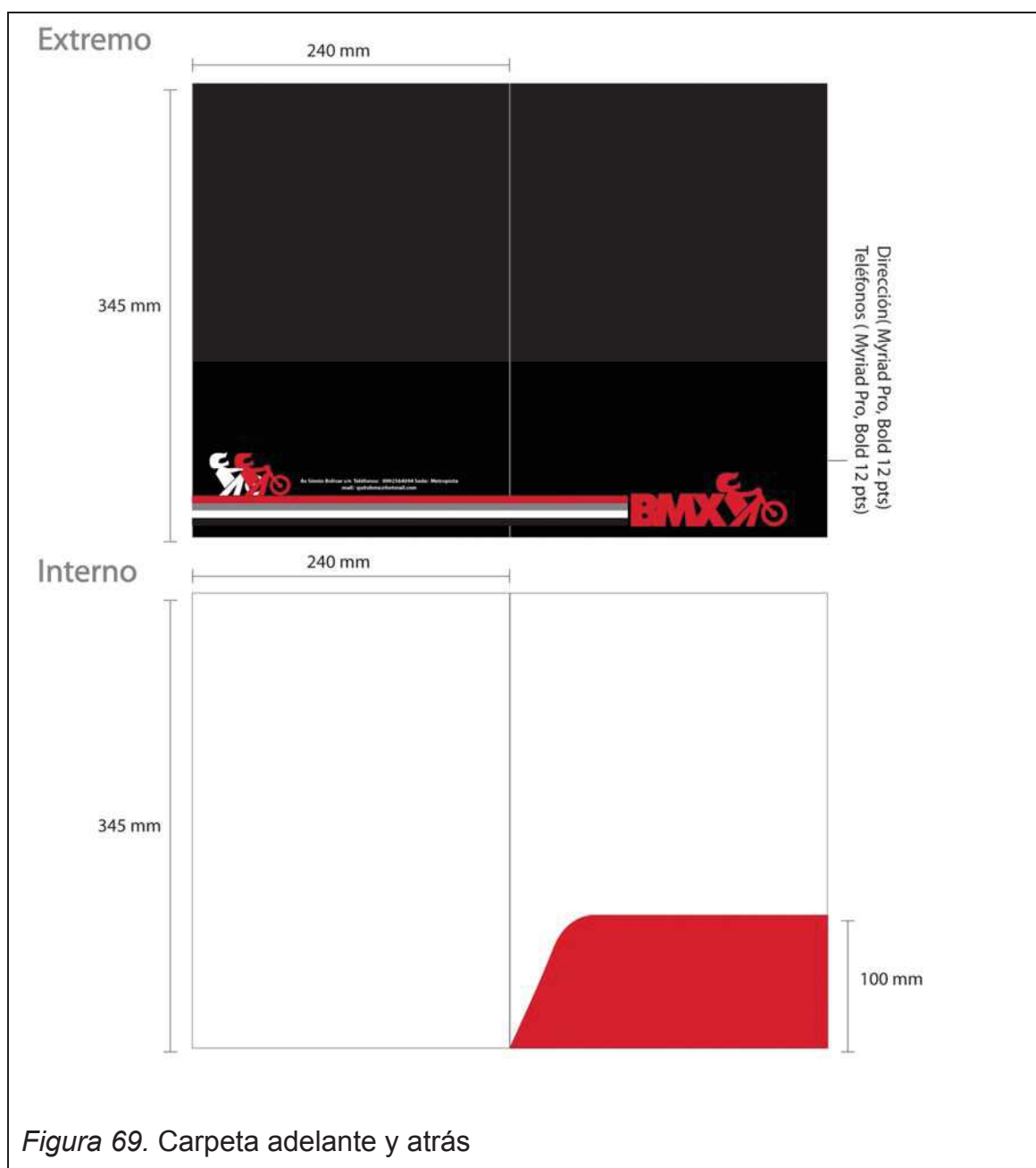
### 6.3.5 Sobre Manila

El sobre manila es uno de los más usados y versátiles, y es perfecto para enviar cualquier tipo de documentación o correspondencias de diferentes tamaños y dimensiones, desde cartas estándar hasta presentaciones gráficas en A3. El tipo de impresión es Offset, y el papel es Sudance Linen Ultra White de 104 gr.



### 6.3.6 Carpeta

La carpeta para hojas de tamaño A4 es fundamental para el Club en sus presentaciones y reuniones, para difundir una imagen de profesionalismo y un detalle de buen gusto con la función de tener un soporte para el manejo de papeleo necesario para los diferentes usos del Club. El tipo de impresión es Offset, y el papel es Sudance Linen Ultra White de 270 gr.



### 6.3.7 CD y Caja

El Cd es muy útil para el Club para poder almacenar y presentar diferente información según la necesidad que requiera, del mismo modo vendrá con su caja como soporte. El tipo de impresión de la caja es Offset, y el papel es Sudance Linen Ultra White de 104 gr.





## 6.4 Reconocimiento

### 6.4.1 Diploma

Para una mejor motivación, el club emitirá diplomas a los *bikers* triunfantes en las competencias, de las diferentes categorías que se realicen al interior del Club. El tipo de impresión es Offset, y el papel es Sudance Linen Ultra White de 270 gr.



Figura 71. Diploma

## 6.5 Misceláneo

### 6.5.1 Credenciales

Las credenciales servirán tanto para la directiva del club como para los socios, será el documento de identificación y registro en el club, diferenciándoles con sus dos colores corporativos y constarán sus datos personales en la parte posterior de la tarjeta. El formato mide 85 x 55 mm, y el material es en PVC.

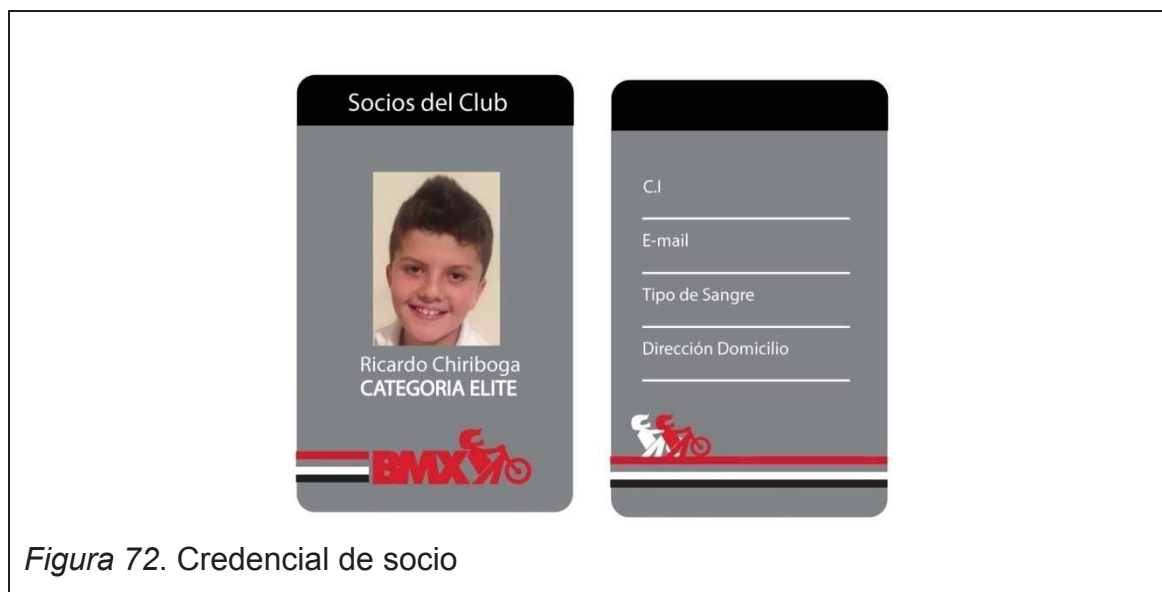


Figura 72. Credencial de socio

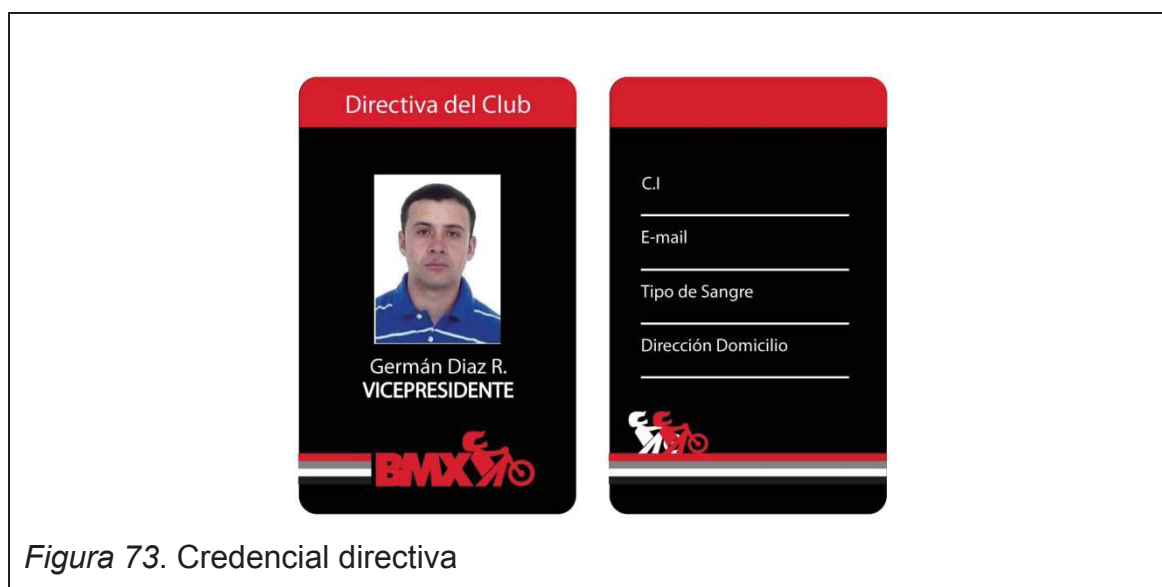


Figura 73. Credencial directiva

### 6.5.2 Boletos

Los diseños de los boletos son necesarios para presenciar las diferentes competencias que se vayan a realizar en el club. Los boletos han sido diseñados para la venta de adultos y niños diferenciándoles por dos colores distintos. El formato mide 40 x 80 mm y el papel es en Couché de 135 gr.



Figura 74.Boletos

## 6.6 Vestuario

### 6.6.1 Uniformes

El uso del uniforme como identificación del club, ha sido diseñado en dos modelos de camisas con manga larga para ambos generosa:

La primera camisa será utilizada para los campeonatos internacionales que realice el club como representación al Ecuador, éste llevara los colores del club con el logo del club y la bandera del Ecuador siguiendo una misma identidad; la segunda camisa será utilizada para los campeonatos nacionales o entrenamientos internos dentro del club.

Cabe recalcar que el uniforme completo de los *bikers* comprende un equipamiento con varios accesorios más complejos, pero como propuesta principal se ha diseñado las camisas que son el atuendo principal. Normalmente las camisas de los *bikers* llevan muchos nombres, auspiciantes y

demás detalles que los acreditan independientemente, siendo ellos responsables de insertarlos.



### 6.6.2 Calentadores

Es importante que todo club tenga incluido sus calentadores propios, es por eso que se ha diseñado calentadores para la directiva y socios del club, éstos serán utilizados cuando requieran como un adicional a los uniformes, en las diferentes ceremonias o eventos deportivos internos y externos a los que asistan. Los calentadores se diseñaron en dos colores para diferenciar a la directiva y a los socios, éstos serán utilizados para los dos géneros.



### 6.6.3 Camisetas

Los socios y directiva tendrán camisetas con opción a dos colores y podrán utilizarlo con los calentadores anteriormente mencionados.



*Figura 79. Camisetas*

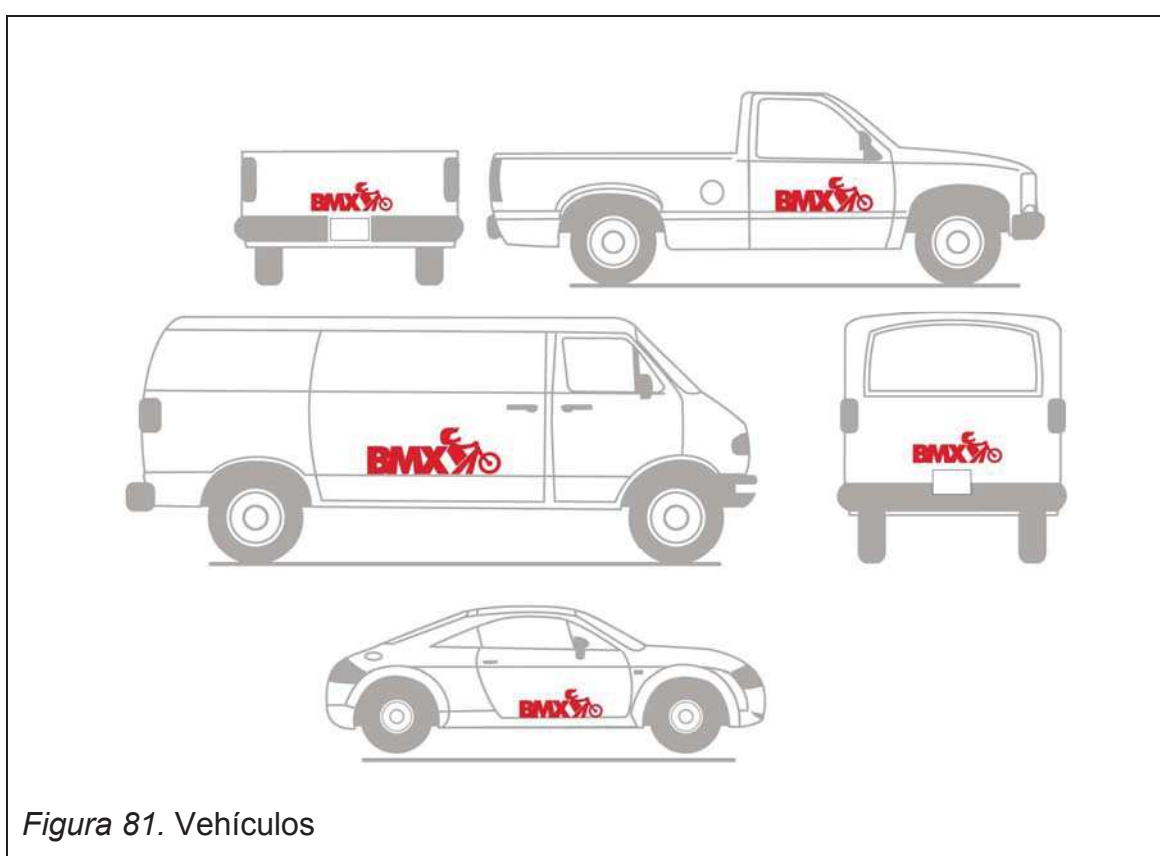


*Figura 80. Camisetas II*

## 6.7 Aplicaciones Especiales

### 6.7.1 Vehículo

Se muestran algunos ejemplos orientativos de autos para el club ya que dependiendo el auto estos pueden cambiar su forma y tamaño. Para reconocer más fácilmente al transporte se propone adhesivos de la marca en los autos basados en unos criterios de simplicidad y claridad.



### 6.8. Artículos Promocionales

El identificador del Club, puede ser utilizado en diferentes elementos promocionales y de publicidad. En cada uno de ellos debe ser totalmente claro. Los elementos pueden ser tazas, bolsos, gorros, llaveros, etc.



## 6.8 Plantilla PowerPoint

Se propondrá una plantilla de PowerPoint para poder realizar presentaciones interactivas del lugar, que pueden incluir diferentes informaciones e imágenes para poder ser expuestas en presentaciones que realice el club o también poder ser enviadas por correo electrónico. La medida es 19,05 x 25,4 cm.





## 6.9 Multimedia

### 6.9.1 Página Web

El Internet se ha convertido en un medio de comunicación fundamental para toda empresa, es por eso que se ha diseñado una nueva página web para el Club con el objetivo de poder proporcionar información actualizada con las noticias, eventos, calendario de las competencias, etc. Así mismo, a través de la página web se impulsará la imagen del Club.

#### Página de Inicio:

Página de inicio (en inglés *Home Page*), será la primera página que verán los usuarios cuando ingresen al sitio web. En esta página se presentarán las noticias más importantes y actualizadas del club como primer instancia. Las medidas de la página web son 800 x 600 px.



Figura 84. Página Web

## Enlaces Web: El Club Quito BMX

Aquí se enlazará directamente dos páginas, en la primera página se dará a conocer la historia del club y en la segunda página, los valores del club. Es importante proporcionar a los usuarios información del club y dar a conocer sus objetivos.

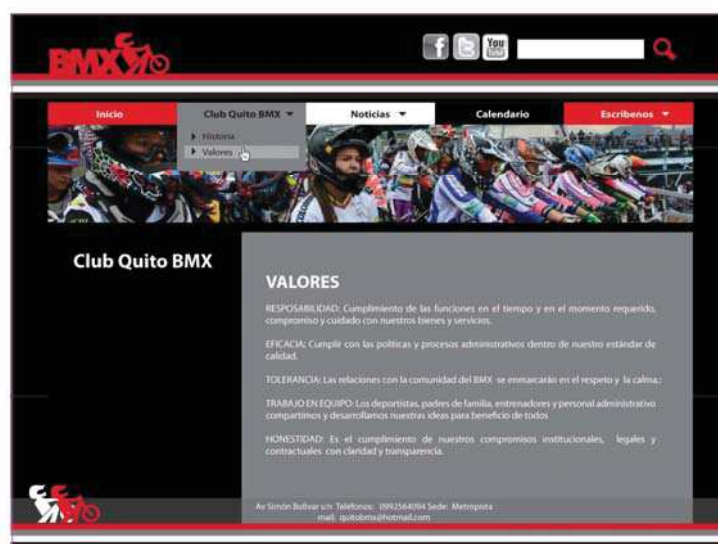


Figura 85. Enlace web: el Club Quito BMX

## Enlaces web: Noticias

Aquí se tendrá acceso a un enlace que presentará las diferentes noticias actualizadas nacionales e internacionales del BMX para después poder escoger la noticia y leer la completamente en una nueva página.

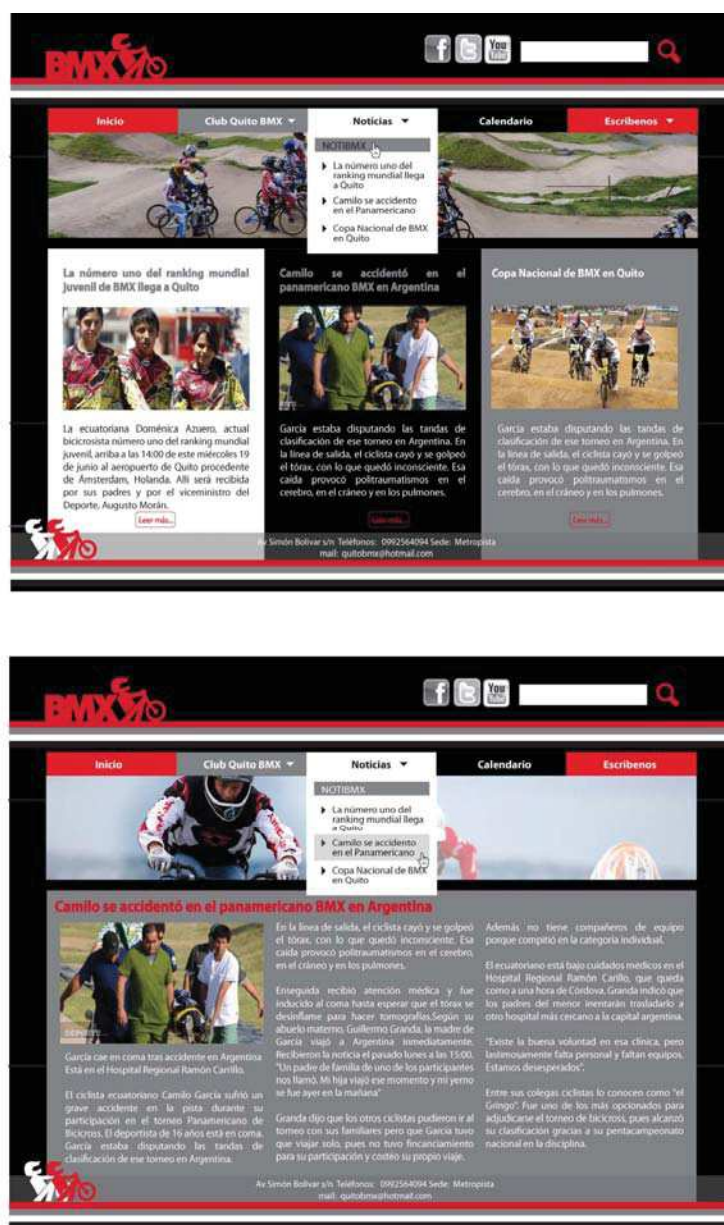


Figura 86. Enlace web: Noticias

## Enlaces Web: Calendario

Esta página presenta el calendario actualizado de las fechas que las que se realizarán las diferentes competencias y eventos nacionales e internacionales en el que participe el club.

**Calendario Competencias 2014**

MES	FECHA	LUGAR	EVENTO	CATEGORIA
ENERO	2	Guthrie, OK, USA	Campeonato Sudamericano	Todas
	5	Quito	UCI ABA Sooner Nationals	Juvenil y Elite
	16	Ambato	3ra. Válida Copa Nacional	Juvenil y Elite
	29-30	Brasil Paulíña	Ranking Latino. Clase 4 y 5	Todas
FEBRERO	8	Quito	Torneo Vendimia	Juvenil y Elite
	11	Mendoza, Arg	Copa mundo UCI Supercross	Todas
	27	Quito	Campeonato Sudamericano	Todas
	15	USA	Campeonato Sudamericano	Todas
MARZO	16	USA	Campeonato Sudamericano	Todas
	23	USA	Campeonato Sudamericano	Todas
	26	Quito	Torneo Vendimia	Juvenil y Elite
	30	Cuenca	Torneo Vendimia	Juvenil y Elite

Av Simón Bolívar s/n Teléfonos: 0992564094 Sede: Metropista  
mail: quitobmx@hotmail.com

Figura 87. Enlace web: Calendario

## Enlaces Web: Escribenos

Esta página se presenta para hacer contacto del usuario con el club por medio de mensajes escritos. Adicional incluye el croquis de la ubicación geográfica de la pista del club para reconocimiento del usuario.

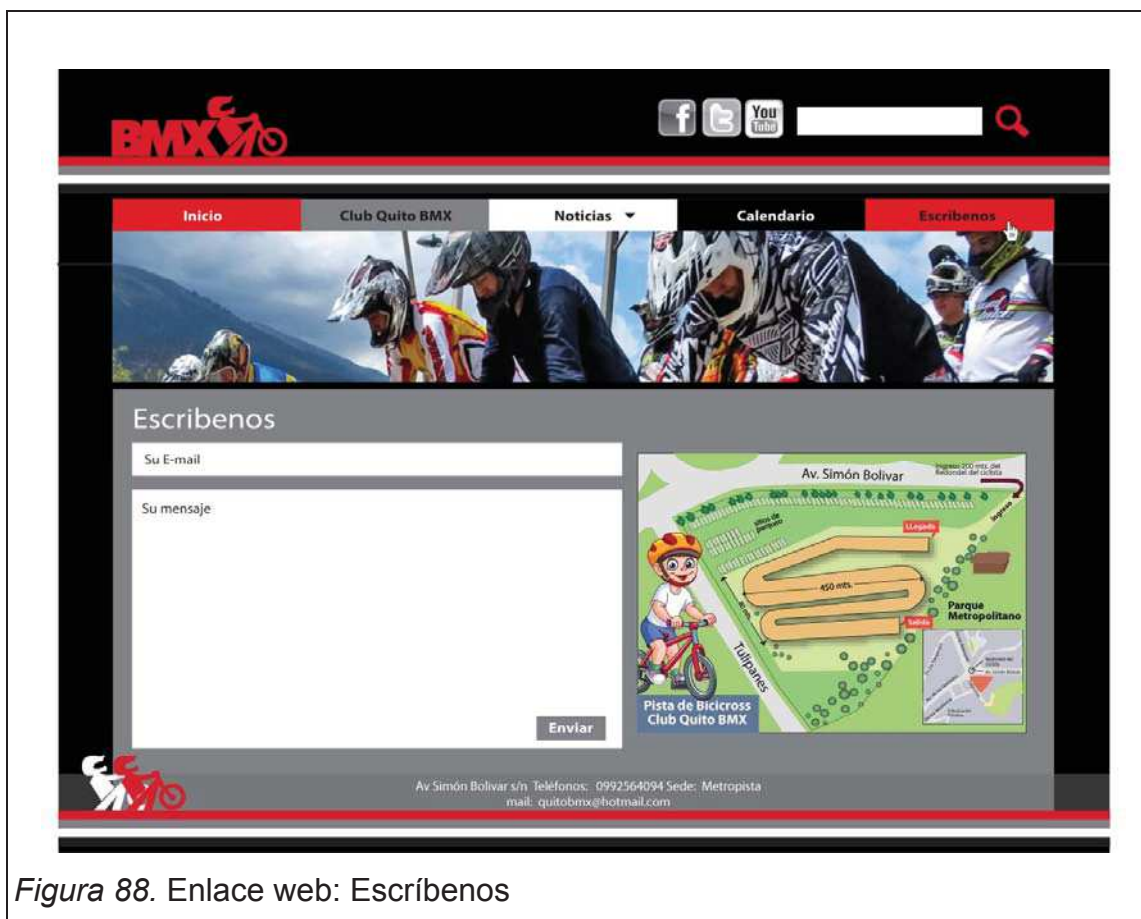


Figura 88. Enlace web: Escribenos

## 6.10 Redes Sociales

### 6.10.1 Facebook y Twitter

En la actualidad, poco a poco las redes sociales se han convertido en la fuente central de comunicación con familiares, amigos, desconocidos, incluso entre empresas sirve para proyectar una nueva imagen y dar a conocer sus servicios.



Es importante para el club tener su propio Facebook y Twitter, ya que estas dos herramientas son excelentes para hacer contactos y permitir al club tener la oportunidad de expandirse y darse a conocer a nivel mundial.

The image shows a screenshot of the Facebook page for CLUB QUITO BMX. The page layout includes a cover photo at the top, a profile picture, a navigation bar with tabs, a post area with shared photos, and a highlight section at the bottom. Annotations with lines pointing to specific elements provide their dimensions:

- Cover Photo**: 851 x 315 px
- Profile Picture**: 180 x 180 px
- Tabs**: 111 x 74 px
- Shared Photo**: 403 X 403 px
- Highlight**: 843 x 403 px

The Facebook page content includes the club's name "CLUB QUITO BMX", a description "Club Deportivo", a website "www.clubquitobmx.com", and a post from January 1, 2014, with the text: "amigos necesitan para hoy: tener a la pista... mucha disposición, ganas de ser los mejores como persona y toda la mejor energía del mundo toda fuerza física y mental y salir... no ganar... no ganar... si no ganar no se gana...". The post also features a photo of BMX riders and a "Highlight" photo of a rider in a yellow and blue jersey with "ECUADOR" on it.

Figura 89. Página de Facebook del Club



Figura 90. Cuenta de Twitter del Club

### 6.10.2 Google

Google es una de las redes sociales más nuevas e importantes en el canal de la comunicación, ésta tiene algunas funcionalidades similares al Facebook y Twitter, con algunas pequeñas diferencias.

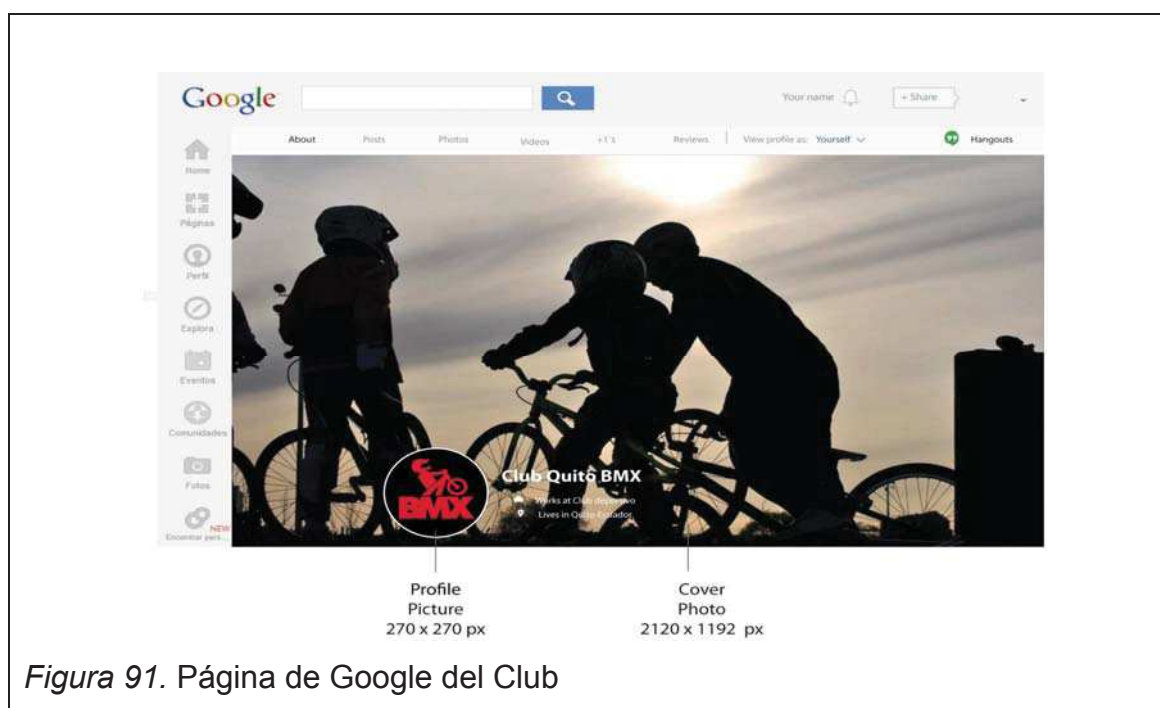


Figura 91. Página de Google del Club

### 6.10.3 YouTube

Todo lo que tiene que ver con fotografías y videos, se puede decir que YouTube supera a las demás redes sociales y para muchas empresas es de mucha utilidad, ya que aquí muestran la imagen de su empresa, producen publicidad y sus contenidos.

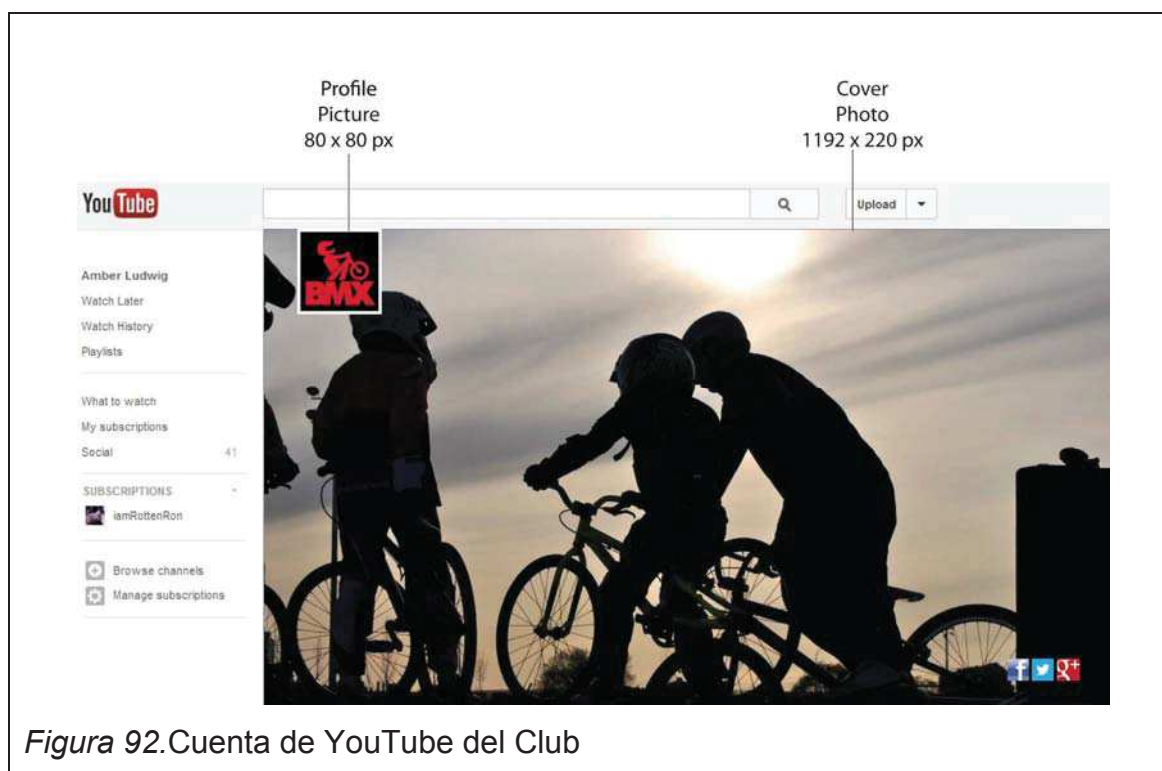


Figura 92. Cuenta de YouTube del Club

## 6.11 Piezas Publicitarias

### 6.11.1 Volante

Es un una herramienta muy importante ya que es un medio impreso informativo que sirve para expandir un mensaje de una manera concisa y efectiva.

Es por esto, que se ha realizado un volante para dar a conocer, por este medio, sus diferentes eventos o competencias que se vayan a realizar en el club. El formato mide 214 x 140 mm y el papel es en Couché de 150 g.



**BMX**

11º DE ENERO  
CAMPEONATO REGIONAL  
12:00H

PREMIOS EN EFECTIVO  
ENTRADA GRATUITA

CATEGORIAS:  
INFANTIL  
NOVATO  
ELITE

Av Simón Bolívar s/n Teléfono: 0992564094 Sede: Metropista - mail: quitobmx@hotmail.com

**zeuss** **Red Bull** **bikes** **nuestroclismo.com**

Figura 93. Volantes

### 6.11.2 TRÍPTICO

El tríptico es un medio impreso que contiene varias páginas y permite publicar más información que un volante. Por este medio, el club podrá informar y dar a conocer a sus aficionados y socios sobre el club, y presentar las competencias y eventos que se vayan a realizar de una manera más detallada. El formato mide 120 x 120 mm y el papel es en Couché de 150 gr.

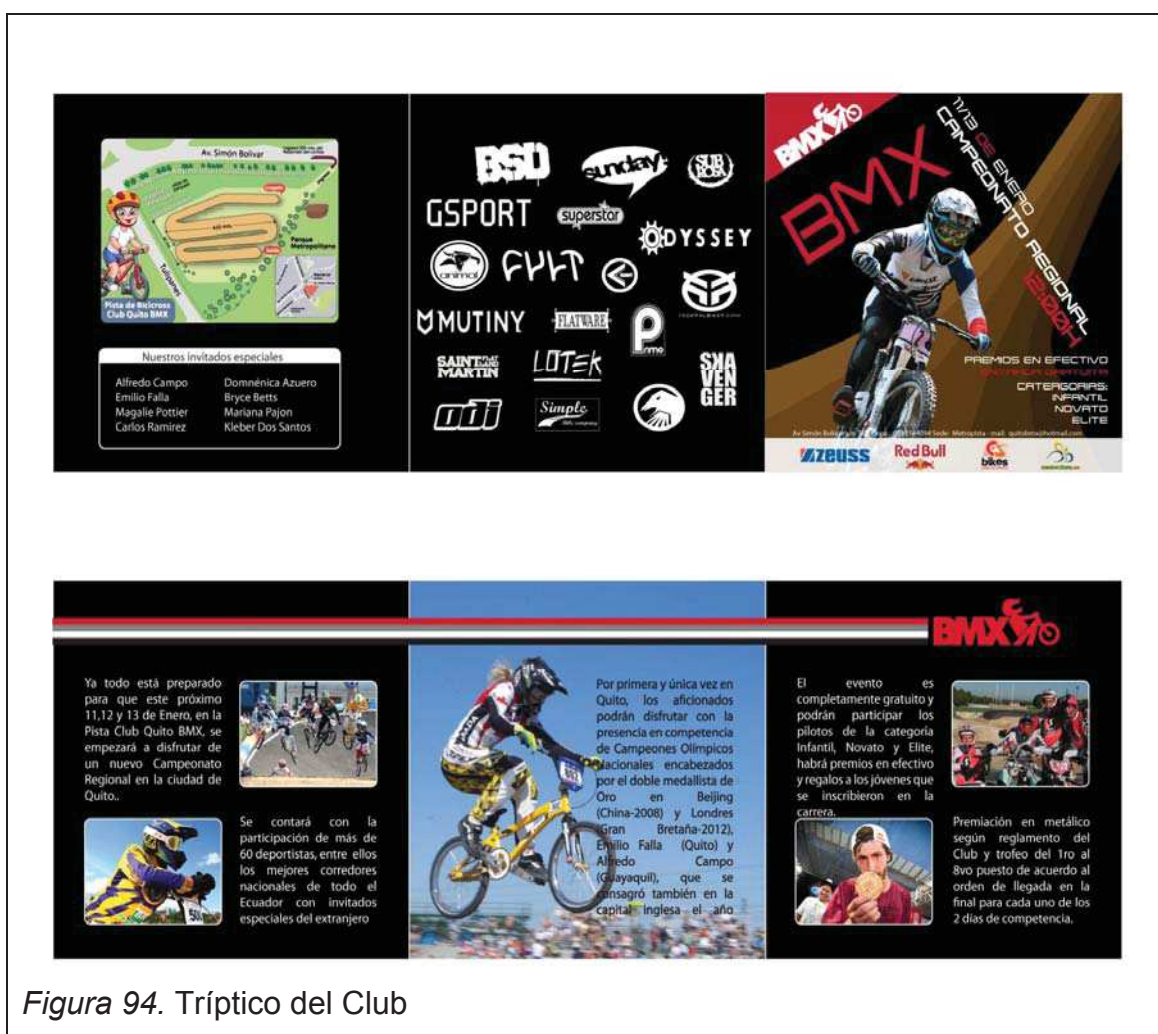


Figura 94. Tríptico del Club

### 6.11.3 AFICHE

La función del Afiche es brindar información a los usuarios, ubicándolos en lugares estratégicos para que los usuarios puedan visualizarlo e informarse. El club poseerá varios de estos para poder dar a conocer sus eventos a sus aficionados. El formato mide 297 x 419 mm y el material es en Couché de 150 gr.



Figura 95. Afiche

#### 6.11.4 ROLL UP

El Roll Up es una pieza gráfica con una estructura de aluminio adaptable a las necesidades del usuario y sirve para poder comunicar y transmitir un mensaje. En este caso el roll up servirá de mucho en el club para promocionar y dar a conocer al público sobre los eventos, competencias, productos, etc. El formato mide 850 x 2000 mm y el material es en lona de exterior.



Figura 96. Roll up



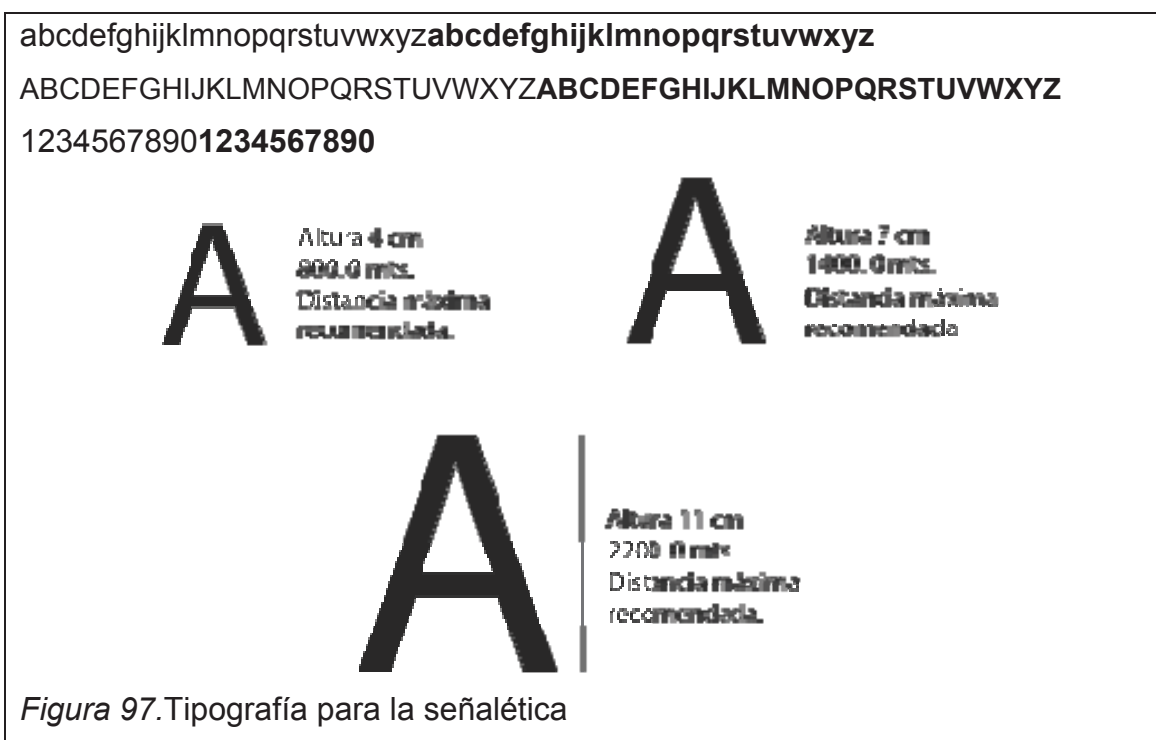
## 6.12 Señalética

Es importante el desarrollo de la señalética y mobiliario del club, para que los *bikers* y aficionados de este deporte puedan disfrutar con comodidad de las instalaciones y servicios que ofrece el Club, y de ésta manera lograr un mejor funcionamiento en el uso de ésta pista. Se realizará mediante procesos técnicos que cumplan con el objetivo de informar, facilitar la circulación y necesidades del usuario.

### 6.12.1 Tipografía

La tipografía es muy importante para facilitar la legibilidad, incluso en las situaciones más adversas y de esta forma que el receptor reciba el mensaje de una manera rápida e indudable.

Para las señales informativas, preventivas y restrictivas se ha utilizado la tipografía " Myriad Pro":



### 6.12.2 Cromática

Para la definición de los colores en cuanto a los pictogramas, punteros, directorios, guiatorios y mobiliario, se realizó en base a los colores corporativos de la marca.

Los colores poseen unidad y armonía visual, que se verá reflejada en todas y cada una de las piezas gráficas. El correcto uso es primordial para su mejor cumplimiento y funcionalidad.



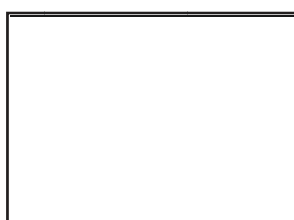
Color Gris PANTONE 425 C

Se encuentra dentro del rango de los colores corporativos de la marca, y será utilizado para las señales informativas y preventivas.



Color Rojo PANTONE 1797 C

Se encuentra dentro del rango de los colores corporativos de la marca, y será utilizado para las señales restrictivas.



Color Blanco

Será utilizado para el fondo de las señales dándole así un buen contraste y nitidez al pictograma.


### 6.12.1 Pictogramas

Los pictogramas son los signos simplificados de un objeto real y permiten desarrollar la representación de un concepto de una manera rápida y fácil y de ésta manera llamar la atención de los usuarios. Están divididos en tres grupos que son:

### Señales informativas o de obligación:


Los informativos o de obligación que indican y dan información general del Club.

**Señales Informativas**  
Las señales informativas se diferencian por el siguiente color:



PANTONE 425 C

C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 60




PANTONE 426 C


C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 80

**Área de Respeto**  
Según su ancho y Alto:

□ 2,5 mm x 2,5 mm




Escala: 7




**Elaboración( Paso 1 )**

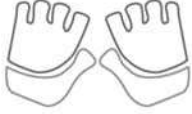
Tipología



Boceto




Digitalizado



**Elaboración( Paso 2 )**  
Extrusión y Biselado

Perspectiva: 0°  
Profundidad de Extrusión: 8 pts.  
Bisel: Ninguno  
Superficie: Difuminado Plástico



*Figura 98. Proceso de elaboración de pictogramas (señalética informativa)*

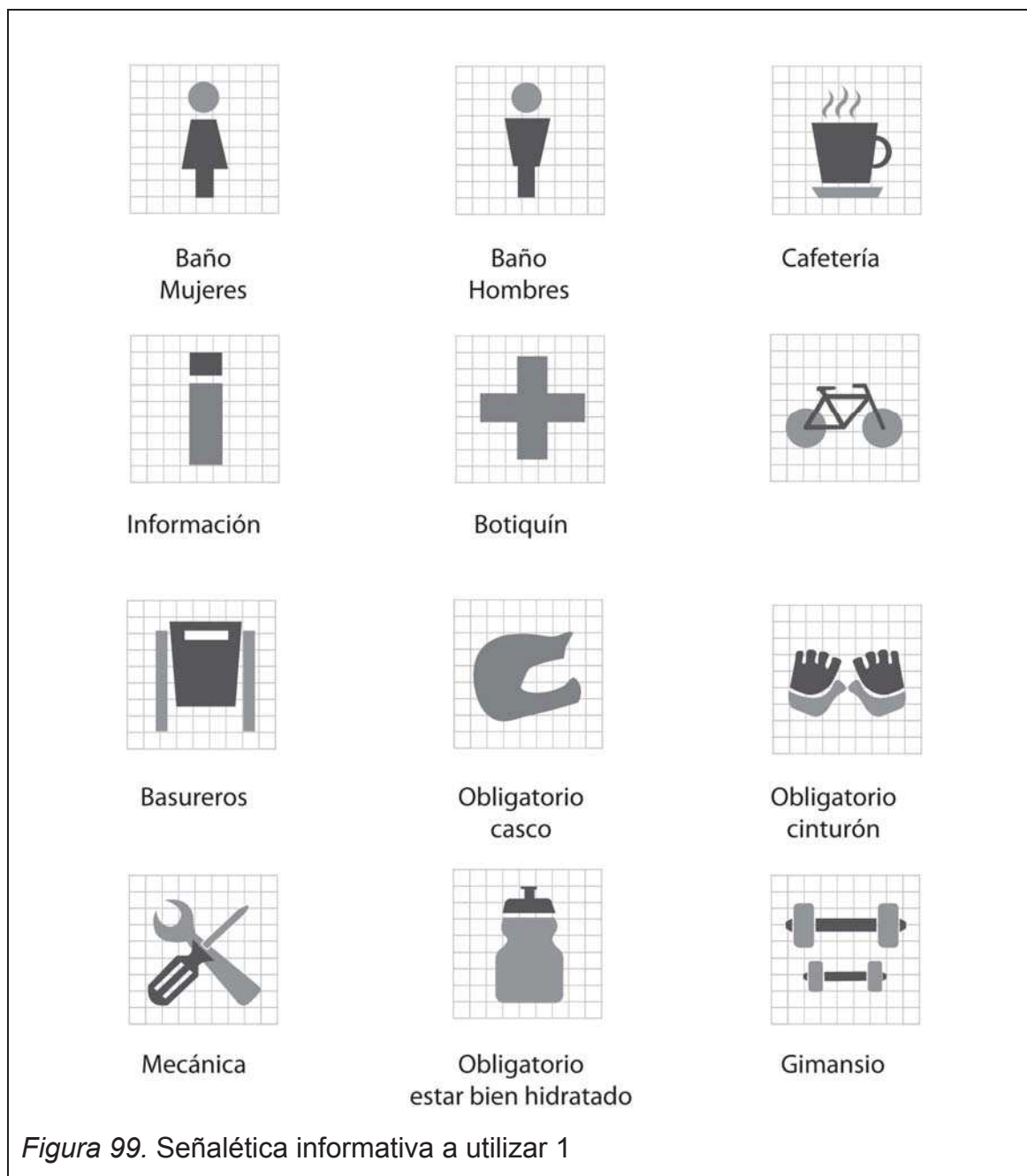
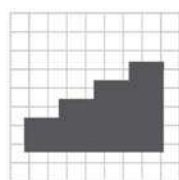
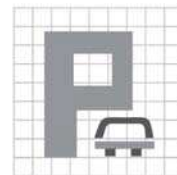


Figura 99. Señalética informativa a utilizar 1

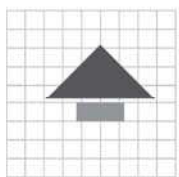




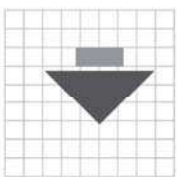
Graderíos

Dispensador de  
agua

Parqueaderos



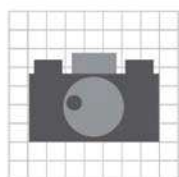
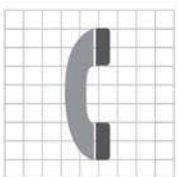
Entrada



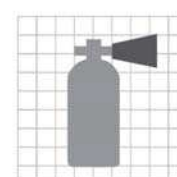
Salida



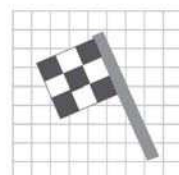
Lockers

Zona  
Fotógrafos

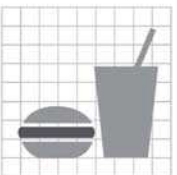
Teléfono



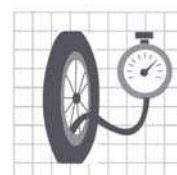
Extintores



Llegada




Snack Bar

Revisión  
Técnica*Figura 100. Señalética informativa a utilizar 2*

## Señales Preventivas


Las preventivas, son los que quieren mostrar la atención del usuario hacia obstáculos u otros peligros que pueden existir en la pista.

**Señales Preventivas**  
Las señales informativas se diferencian por el siguiente color:



PANTONE 425 C

C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 60

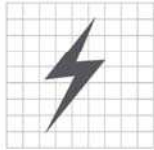


PANTONE 426 C

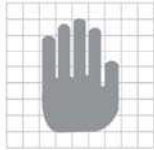
C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 80

**Área de Respeto**  
Según su ancho y Alto:

□ 2,5 mm x 2,5 mm




Escala: 7




**Elaboración( Paso 1 )**

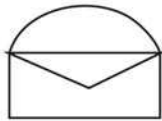
Tipología



Boceto



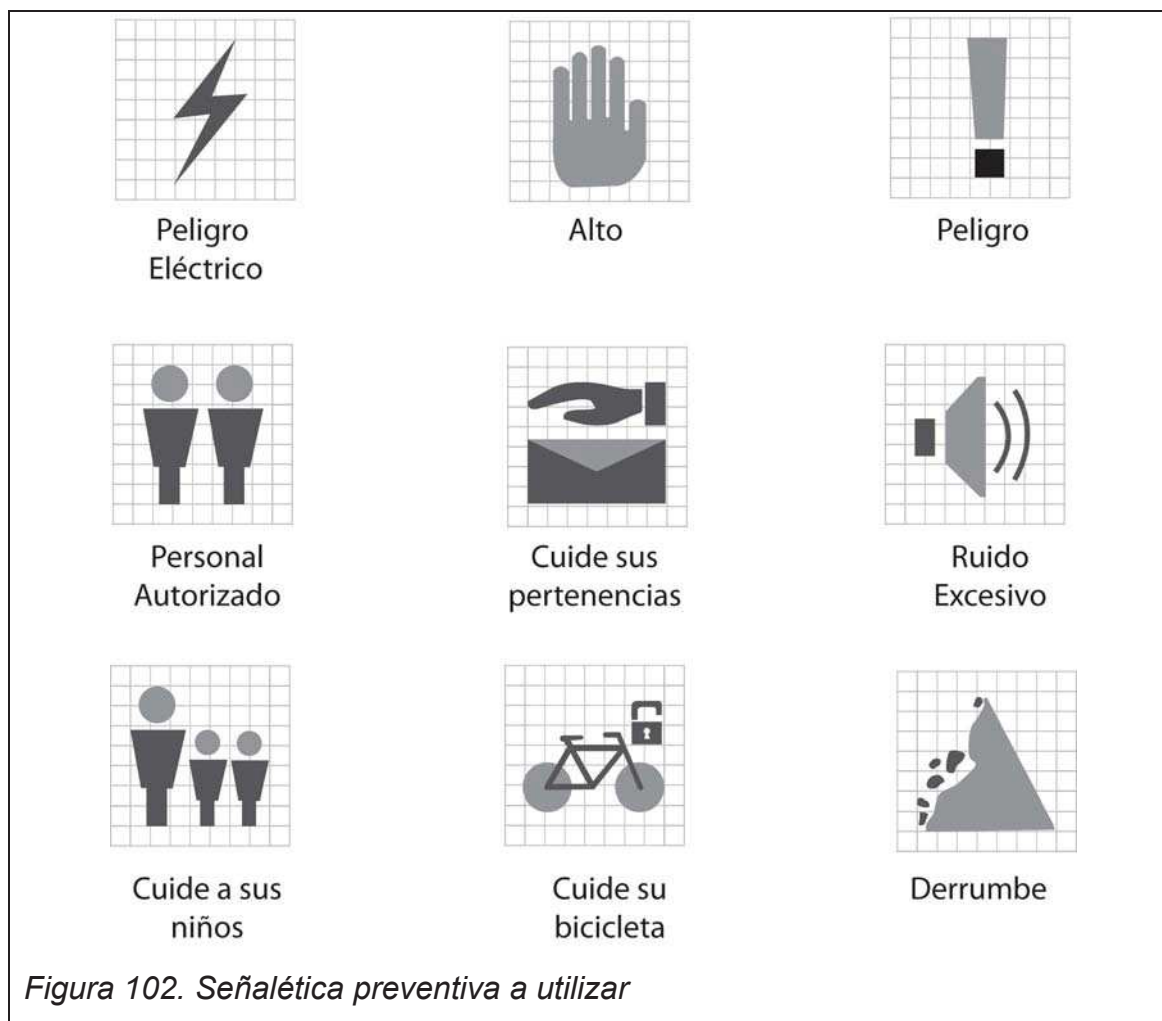
Digitalizado



**Elaboración( Paso 2 )**  
Extrusión y Biselado

Perspectiva: 0°  
Profundidad de Extrusión: 8 pts.  
Bisel: Ninguno  
Superficie: Difuminado Plástico

*Figura 101. Proceso de elaboración de pictograma (señalética preventiva)*



## Señales Restrictivas

Las restrictivas son la prohibición de ciertas actividades o actitudes de los usuarios en el club y de ésta forma poder mantenerles en alerta para la seguridad de todos.

**Señales Restrictivas**  
Las señales informativas se diferencian por el siguiente color:



PANTONE 1797 C

C: 0   M: 100   Y: 90   K: 10

**Área de Respeto**  
Según su ancho y Alto:

□ 2,5 mm x 2,5 mm      Escala: 7




**Elaboración( Paso 1 )**

Tipología	Boceto	Digitalizado
		

**Elaboración( Paso 2 )**  
Extrusión y Biselado

Perspectiva: 0°  
Profundidad de Extrusión: 8 pts.  
Bisel: Ninguno  
Superficie: Difuminado Plástico



*Figura 103. Proceso de elaboración de pictograma (señalética restrictiva)*



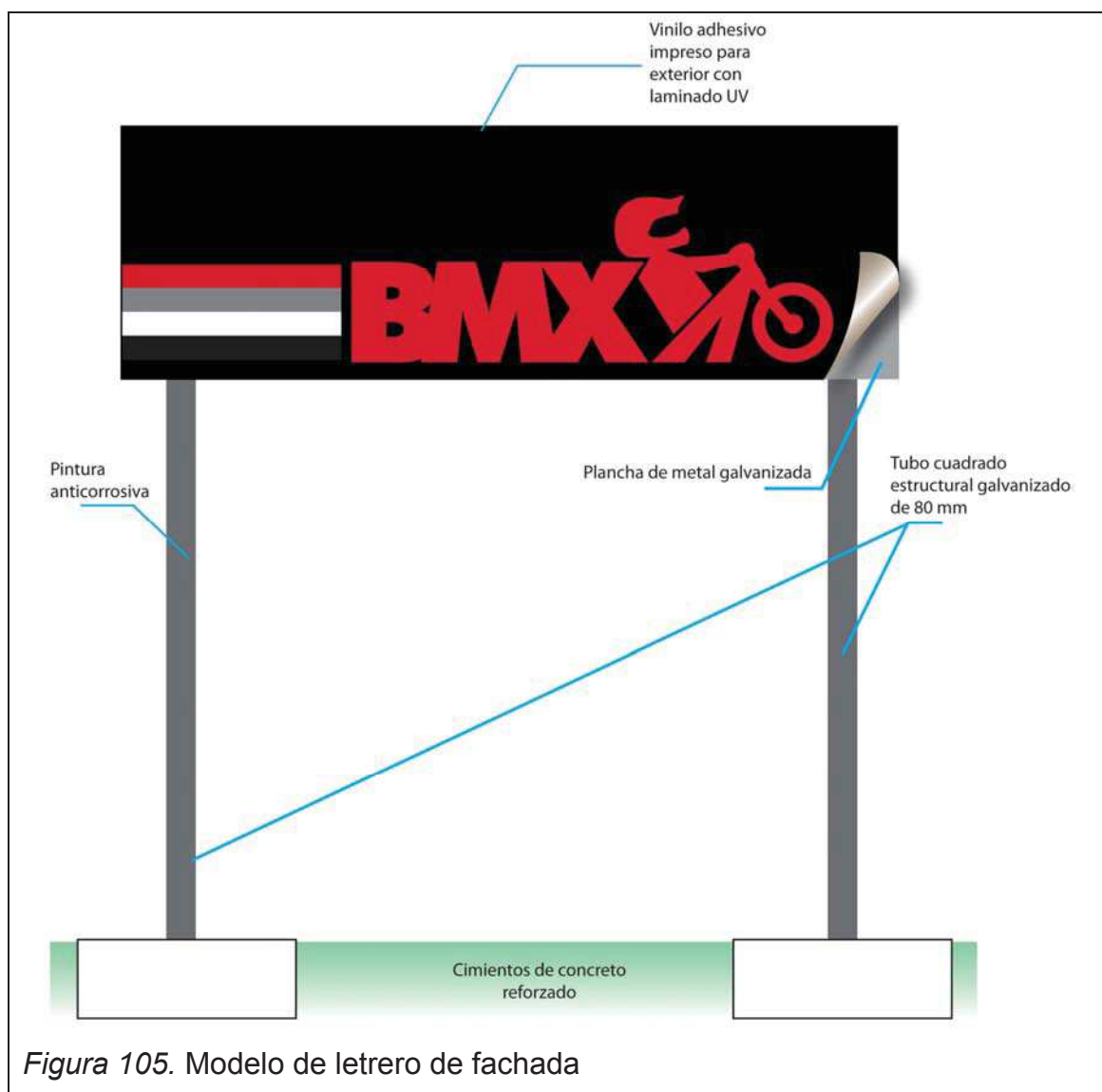
## 6.13 Paneles informativos

### 6.13.1 Fachada

El letrero de la fachada ayuda a los *bikers*, aficionados de este deporte y al público en general a informarse de la ubicación donde se encuentra la pista del Club y de esta manera poder orientarse con el logotipo de una manera mucho más fácil y rápida.

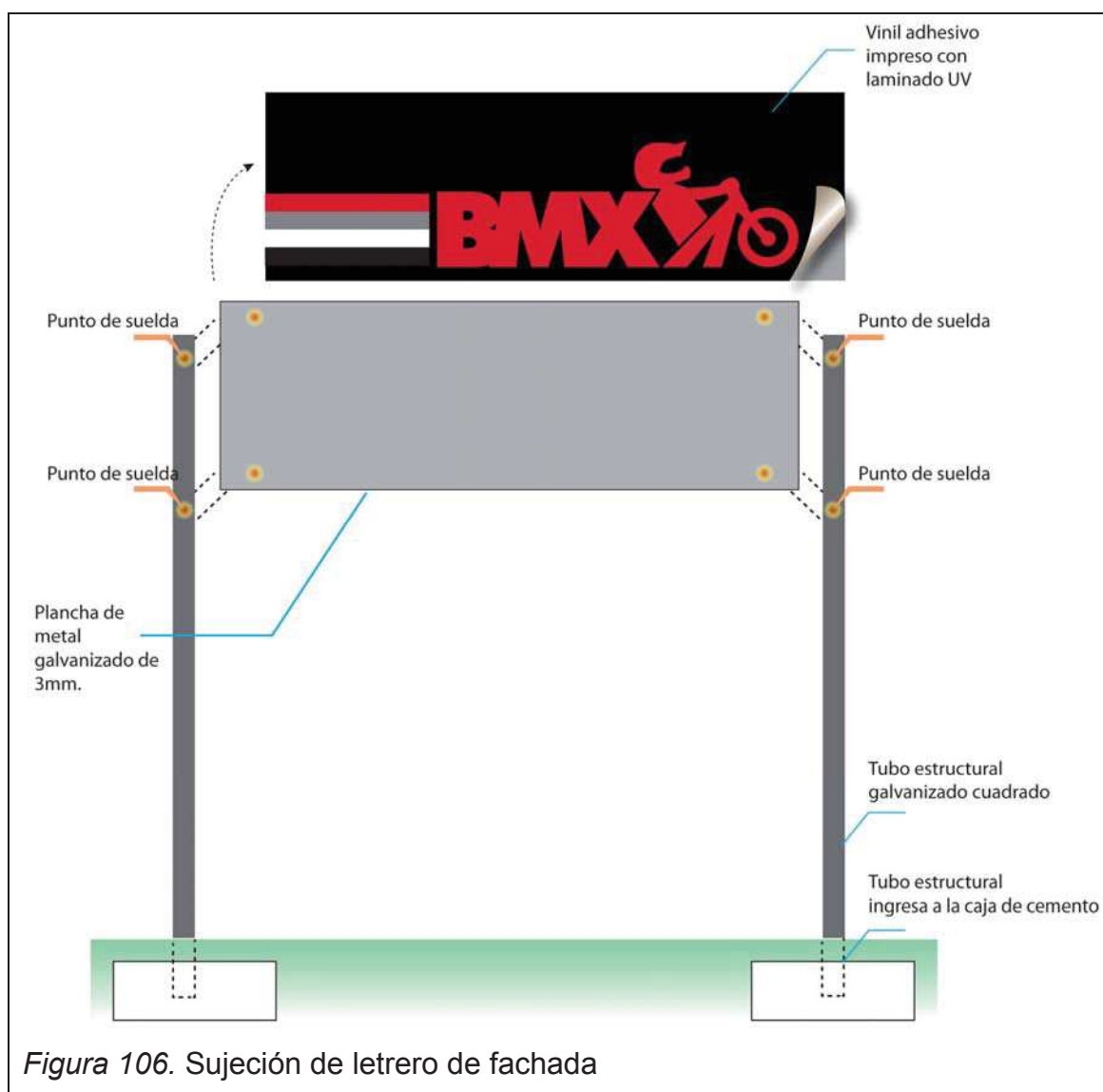
**Materiales:**

Plancha de metal galvanizada, vinilo adhesivo impreso para exterior con laminado UV, tubo galvanizado para el anclaje al suelo unido a la caja de concreto.



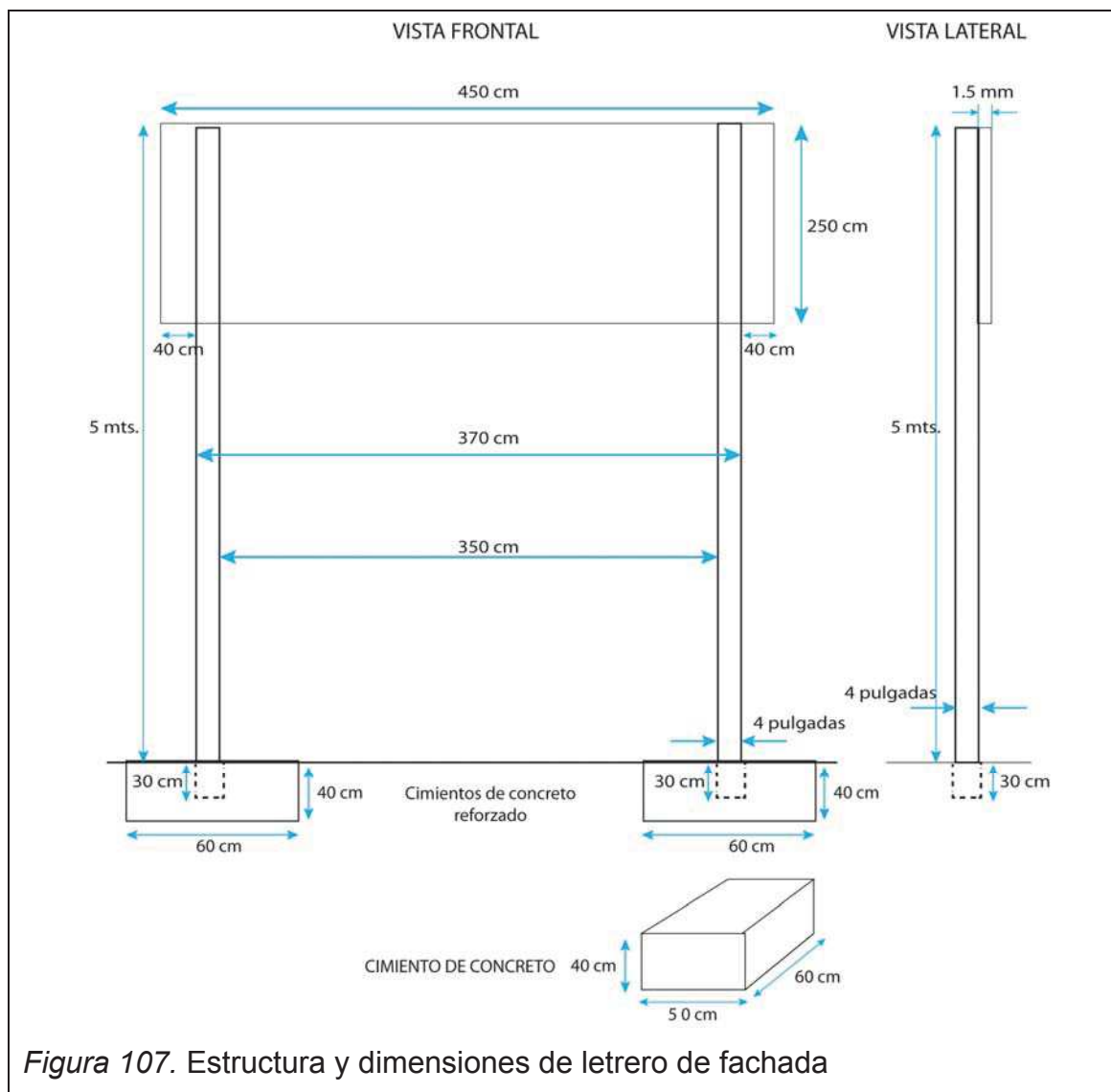
### Sujeción:

Vinilo impreso para exterior con laminado UV sobre tol de metal, la unión de la plancha y el tubo galvanizado va con puntos de soldadura en cuatro esquinas de la estructura, dando suficiente soporte al letrero. En la parte inferior los tubos galvanizados van anclados a una caja de concreto para su fijación y estabilidad.



**Dimensiones:**

La dimensión de la plancha de metal es de 450 cm. x 250 cm., los tubos galvanizados son de 4 pulgadas con una altura de 5 m. más 30 cm que van dentro de las cajas de concreto, que miden 60 cm. x 50 cm. y 40 cm. de alto.



*Figura 107.* Estructura y dimensiones de letrero de fachada



**Montaje:**

A continuación se presenta la fachada como se encuentra en la actualidad y como se encontrará tras la implementación:



### 6.13.2 Directorio

El directorio contiene información general de los servicios que presta el club por medio de tipos de señales y su ubicación, acompañado de una infografía del mapa del club que servirá para ayudar a orientar de una manera clara y fácil a los visitantes y aficionados de este deporte.

#### Materiales:

Plancha de metal galvanizada, vinilo adhesivo impreso para exterior con laminado UV, tubo galvanizado para el anclaje al suelo unido a la caja de concreto.

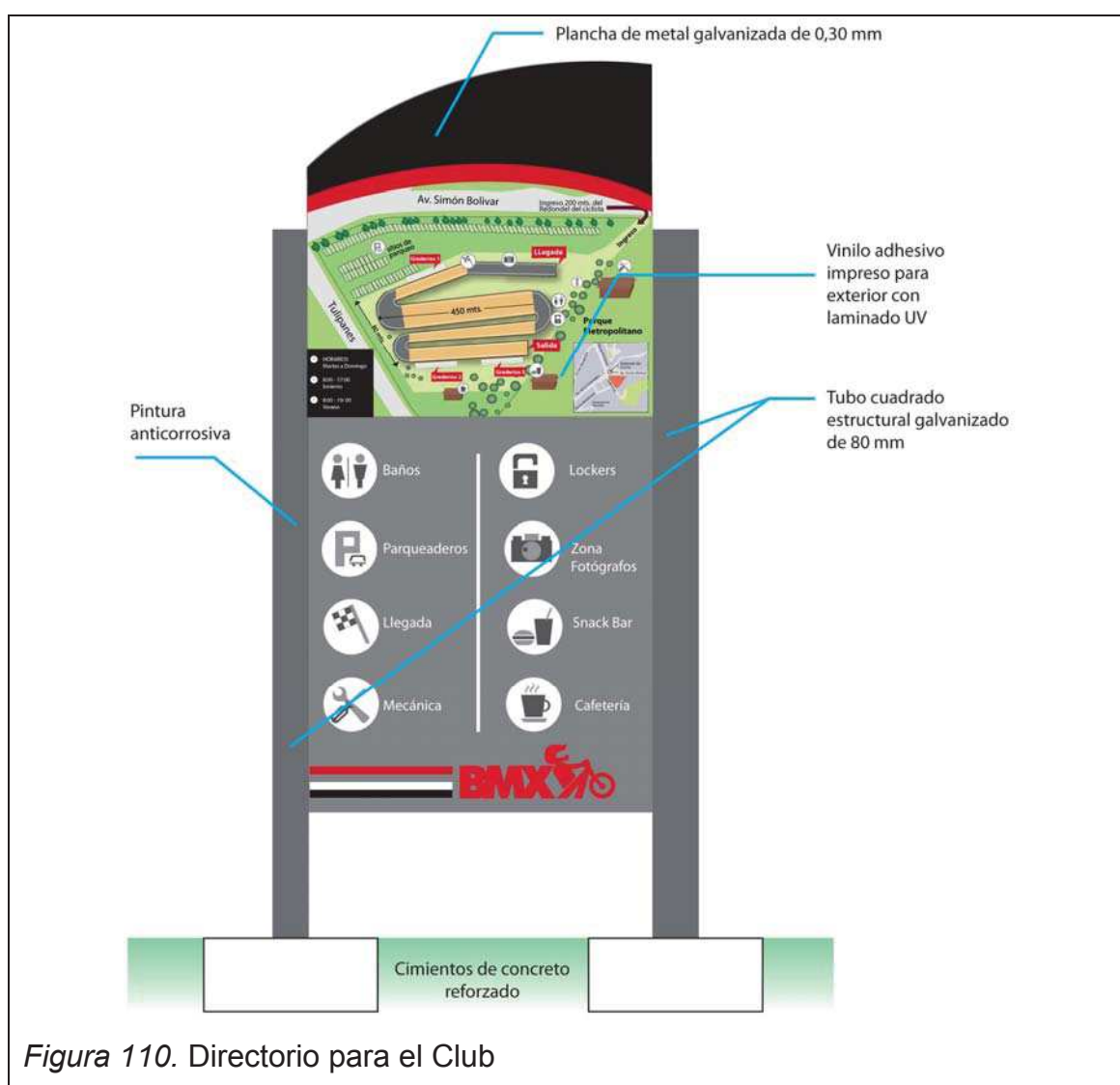
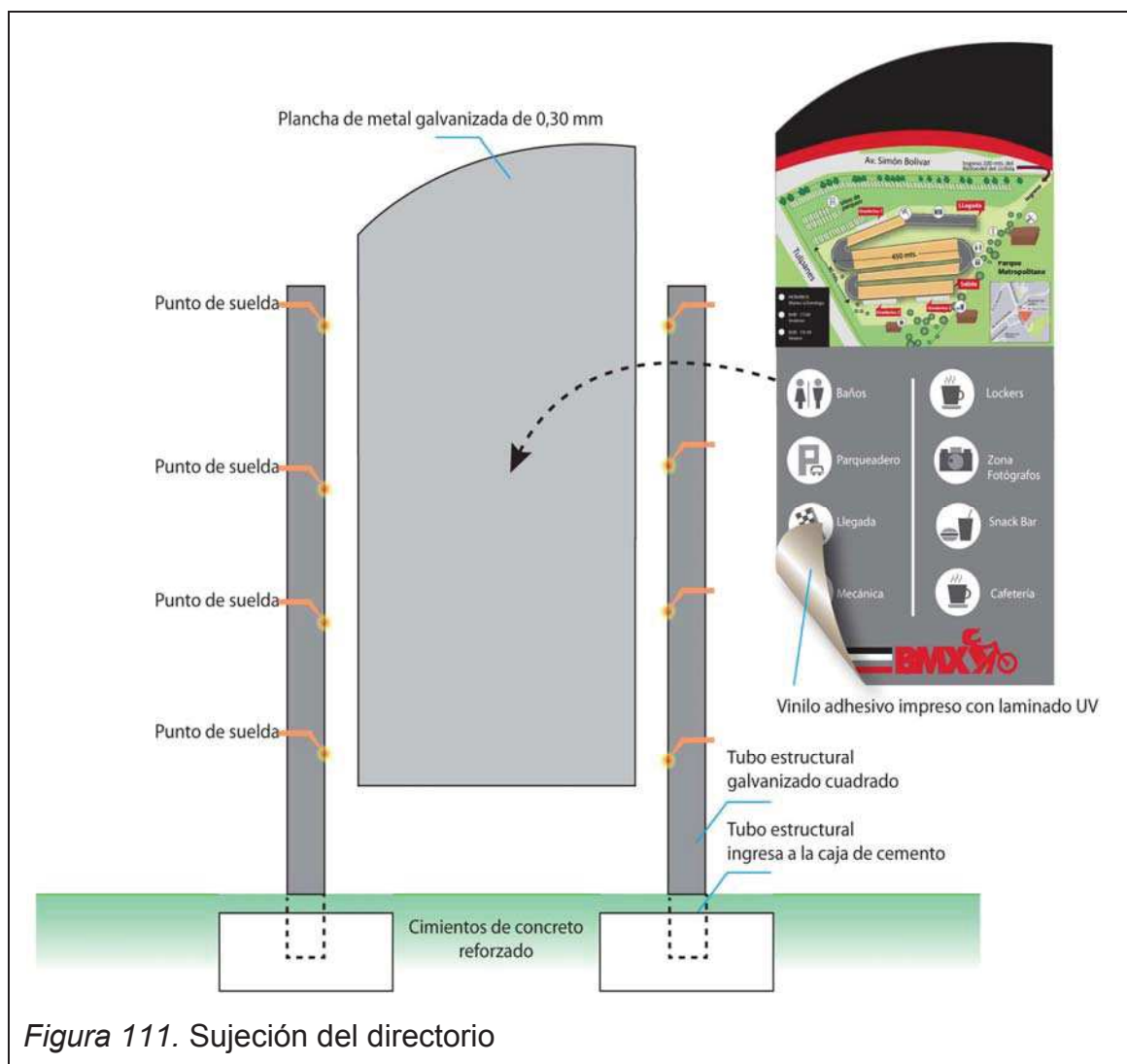


Figura 110. Directorio para el Club

### Sujeción:

Vinilo impreso para exterior con laminado UV sobre tol de metal, la unión de la plancha y el tubo galvanizado va sujeto con cuatro puntos de soldadura a cada lado de la estructura. En la parte inferior los tubos galvanizados van anclados a una caja de concreto para su fijación y estabilidad.



**Dimensiones:**

La plancha de metal es de 3 mm., con una dimensión de 167 cm. x 73 cm., los tubos galvanizados son de 4 pulgadas con una altura de 160 cm. mas 20 cm que van dentro de las cajas de concreto que miden 40 cm. x 30 cm. y 30 cm. de alto.

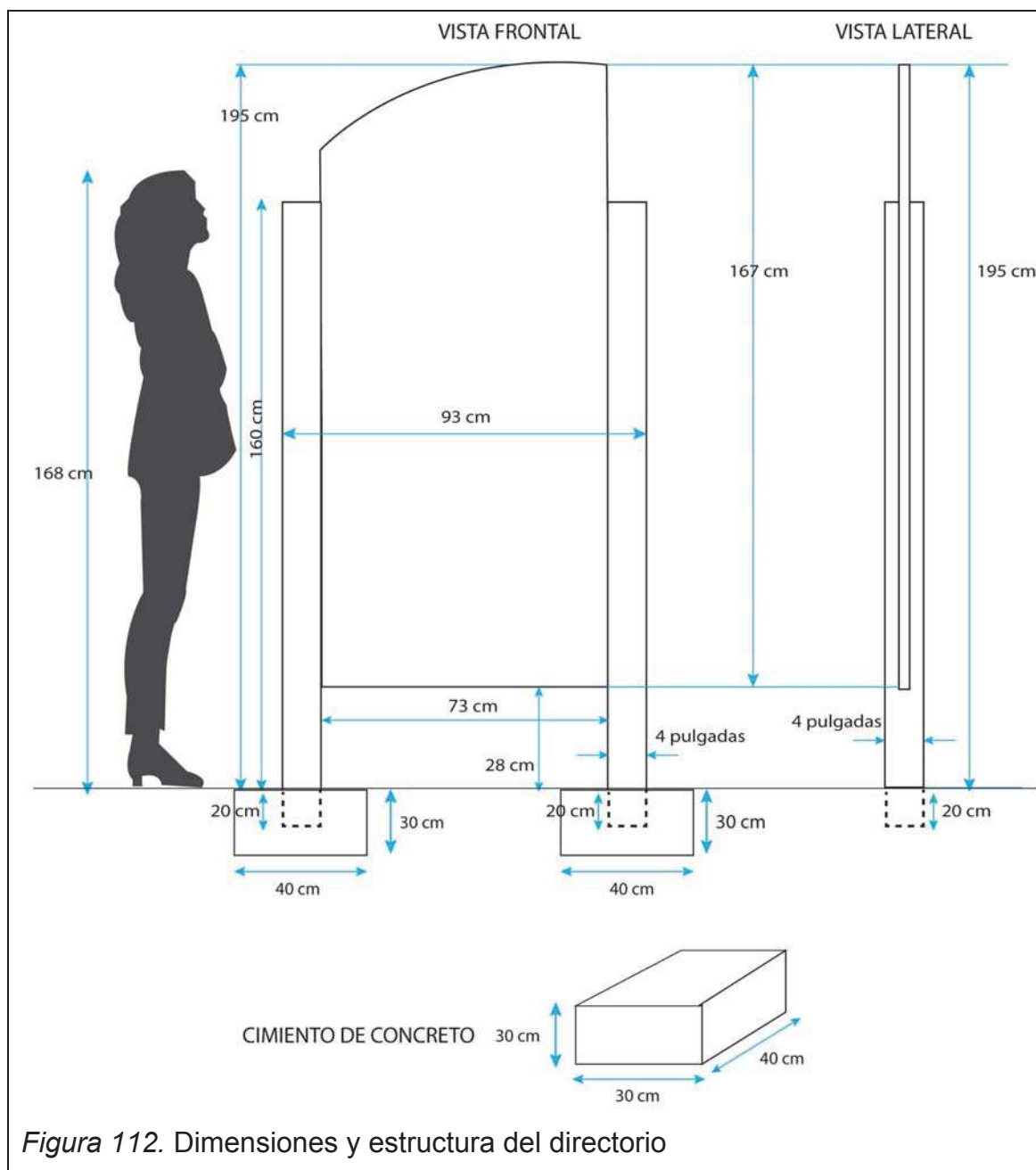
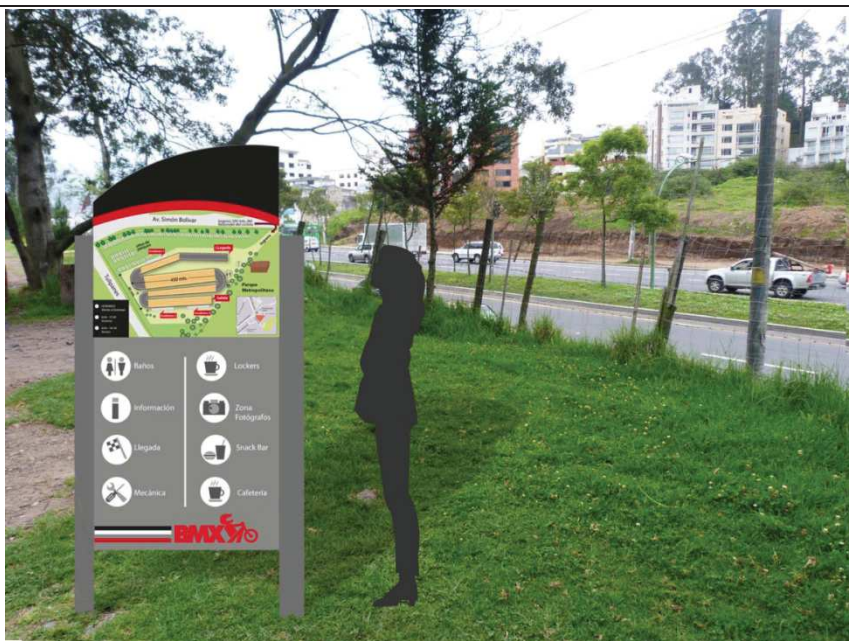


Figura 112. Dimensiones y estructura del directorio



**Montaje:**

*Figura 113.* Fotografía de la situación actual



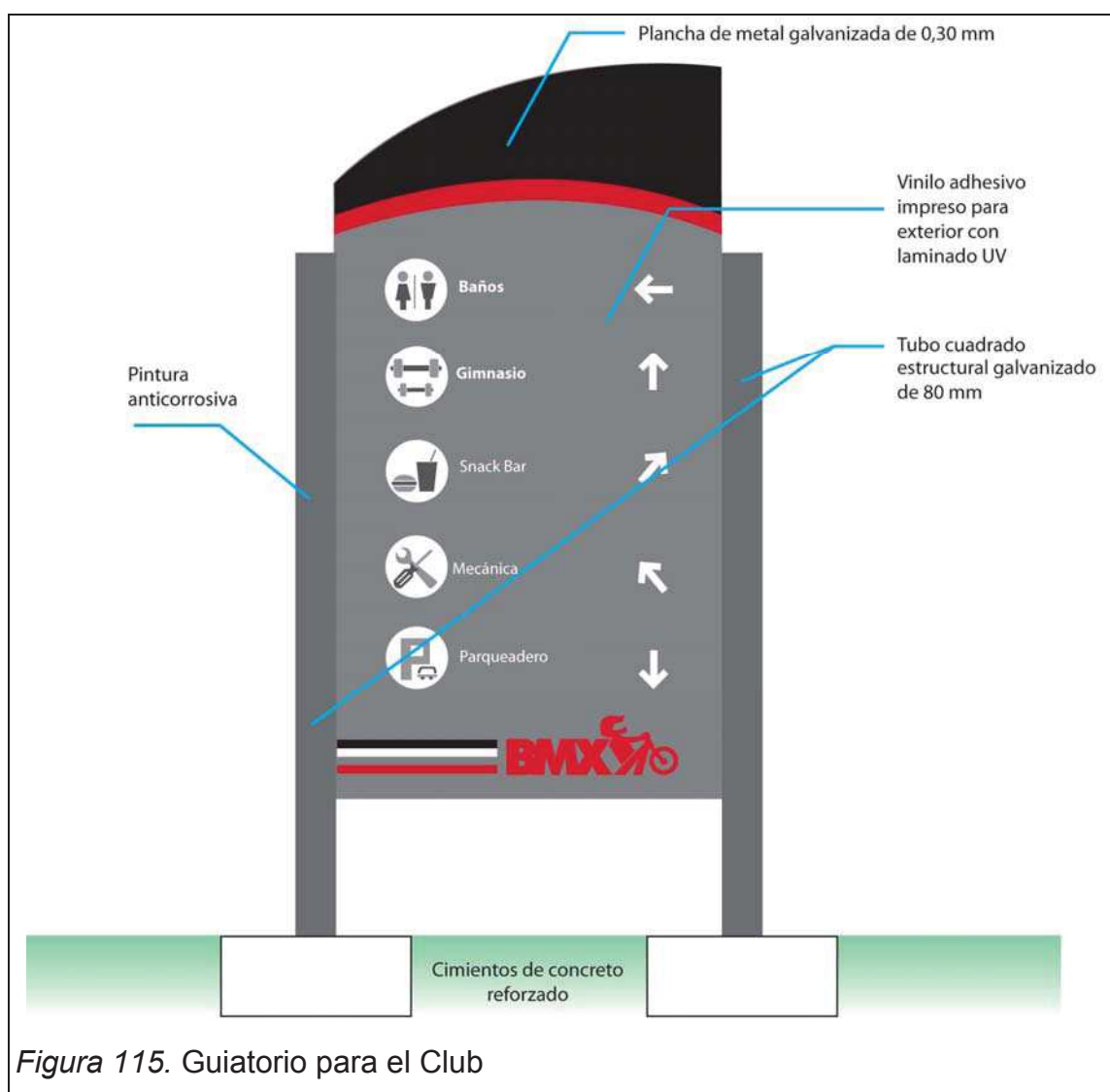
*Figura 114.* Señalética Propuesta

### 6.13.3 Guiatorio

Los guiatorios presentan información acerca de los servicios del club de una manera mucho más específica y de fácil lectura para que el usuario pueda ubicarse a través de las señales que le indican.

#### Materiales

Plancha de metal galvanizada, vinilo adhesivo impreso para exterior con laminado UV, tubo galvanizado para el anclaje al suelo unido a la caja de concreto.



## Sujeción

Vinilo impreso para exterior con laminado UV sobre tol de metal, la unión de la plancha y el tubo galvanizado va sujeto con tres puntos de soldadura a cada lado de la estructura. En la parte inferior los tubos galvanizados van anclados a una caja de concreto para su fijación y estabilidad.

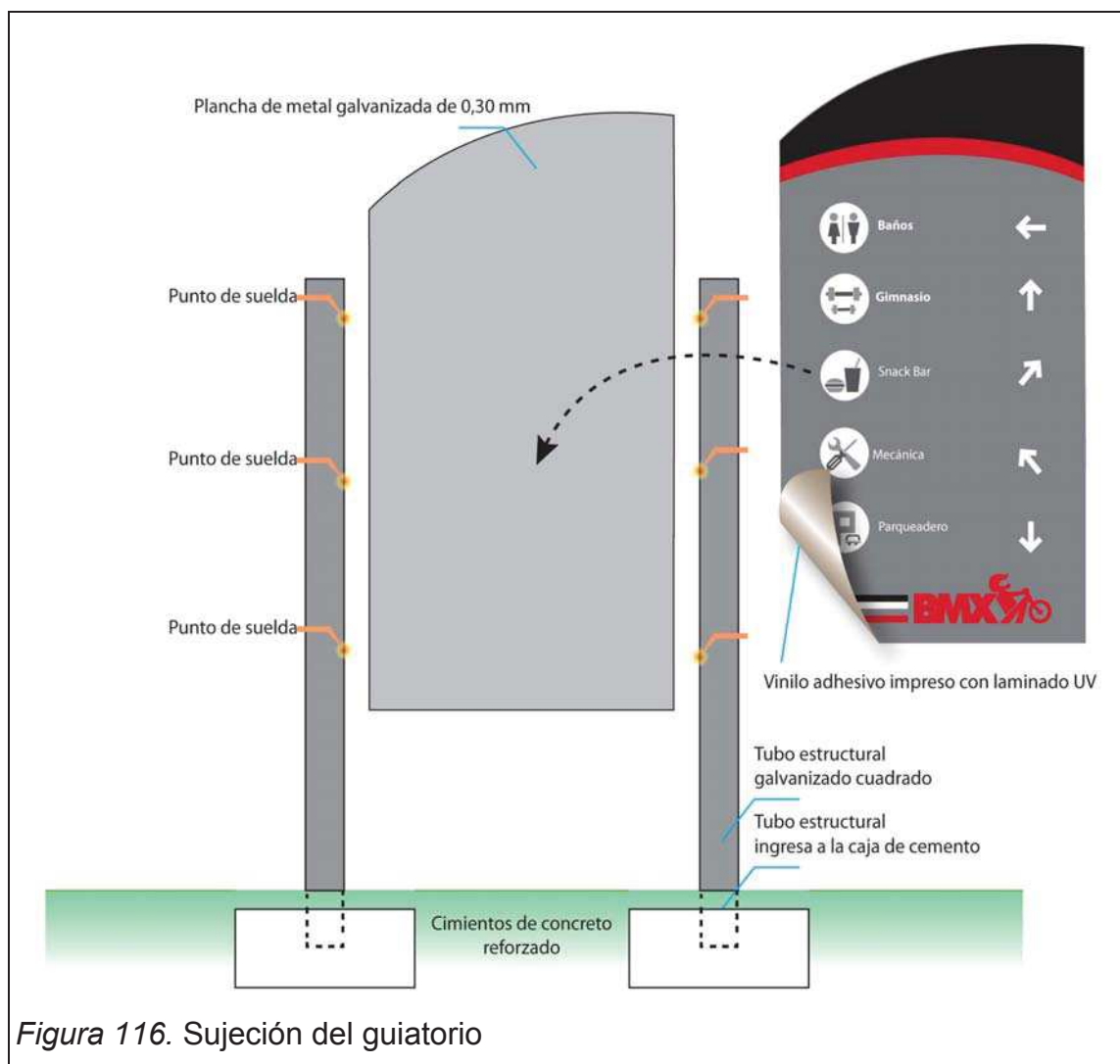


Figura 116. Sujeción del quiotorio

## Dimensiones

La plancha de metal es de 3 mm., con una dimensión de 145 cm. x 73 cm., los tubos galvanizados son de 4 pulgadas con una altura de 140 cm. mas 20 cm. que van dentro de las cajas de concreto, que miden 40 cm. x 30 cm. y 30 cm. de alto.

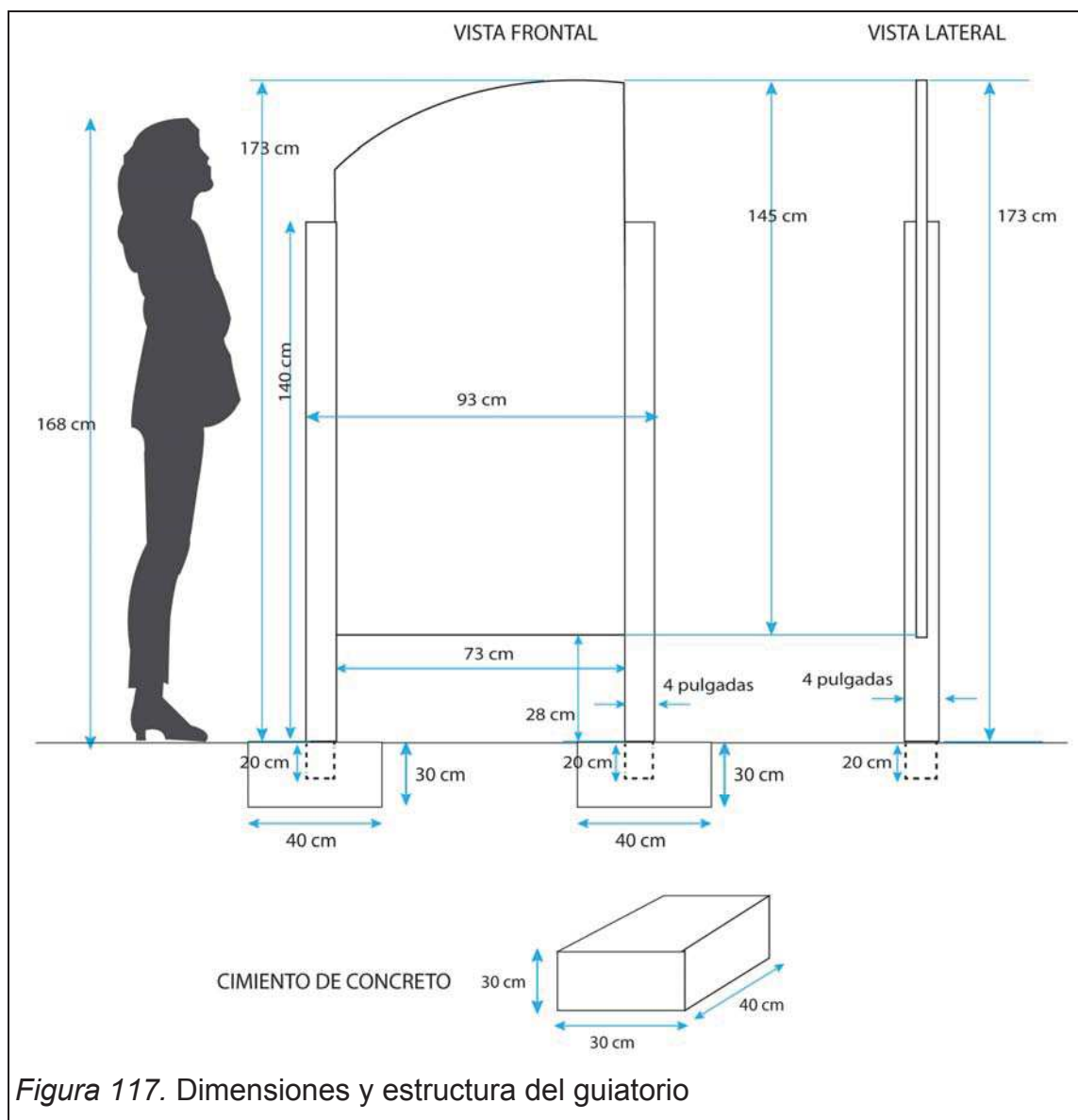


Figura 117. Dimensiones y estructura del guaiatorio



**Montaje:**

*Figura 118.* Fotografía de la situación actual



*Figura 119.* Propuesta de señalética

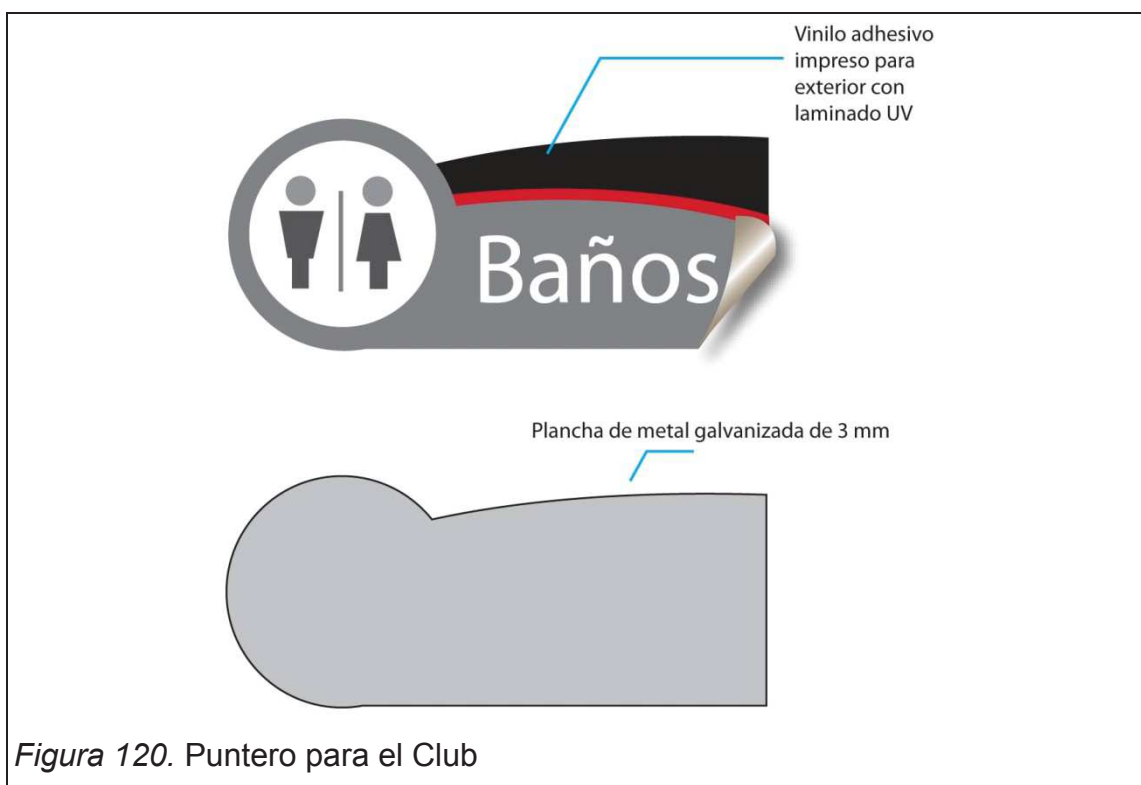
#### 6.13.4 Puntero

Dentro del entorno del Club y como parte de sus elementos informativos, el puntero es muy importante ya que facilitará y guiará de una mejor manera a los usuarios al lugar requerido.

Los punteros constan solamente de un pictograma y su tipografía. La cromática depende del tipo de señalización que se coloque (informativa o de obligación y las restrictivas), su instalación será por la sujeción tipo bandera.

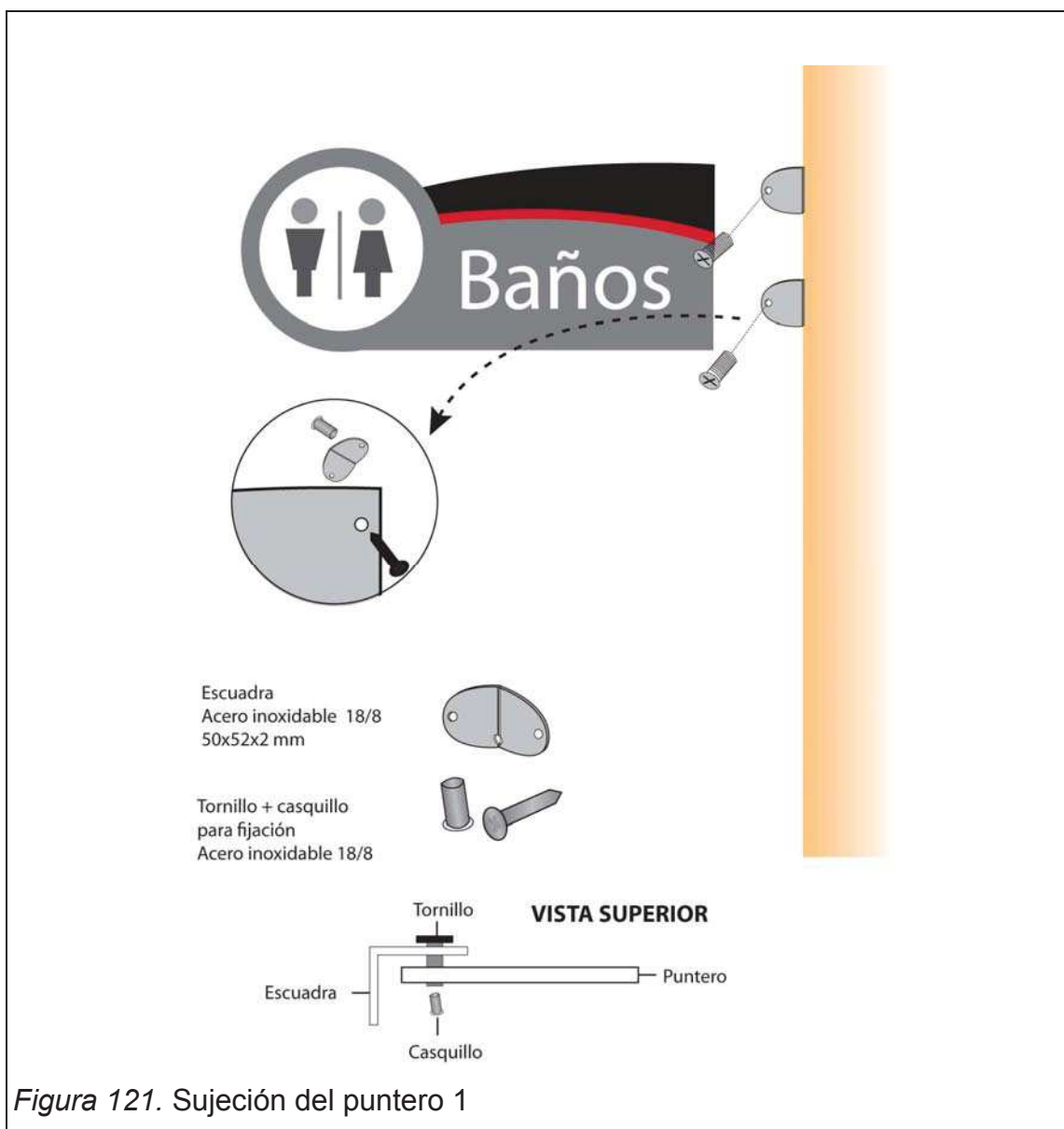
#### Materiales

Plancha de metal galvanizada, vinilo adhesivo impreso para exterior con laminado UV, escuadra de acero inoxidable 18/8, tornillo, casquillo, taco Fisher, tornillo hexagonal espiral.



## Sujeción

Vinilo impreso para exterior con laminado UV sobre tol de metal, consta de dos escuadras de acero inoxidable de 18/8, las mismas que están sujetas al puntero en las dos esquinas con tornillos y casquillos. La otra ala de la escuadra va asegurada hacia la pared, utilizando taco fisher espiral plástico y tornillo.



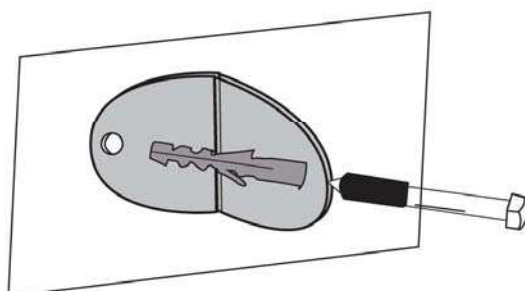
### Anclaje metálico a la pared standard (Fisher)



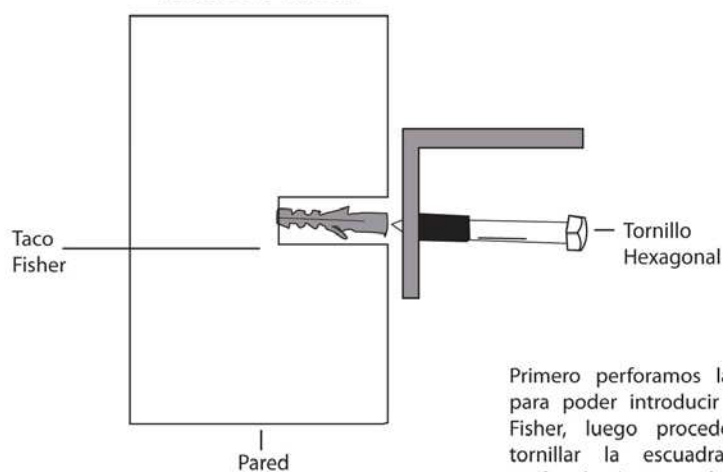
Taco fisher espiral en plástico



Tornillo hexagonal espiral ( acero inoxidable )  
18/8



#### VISTA SUPERIOR

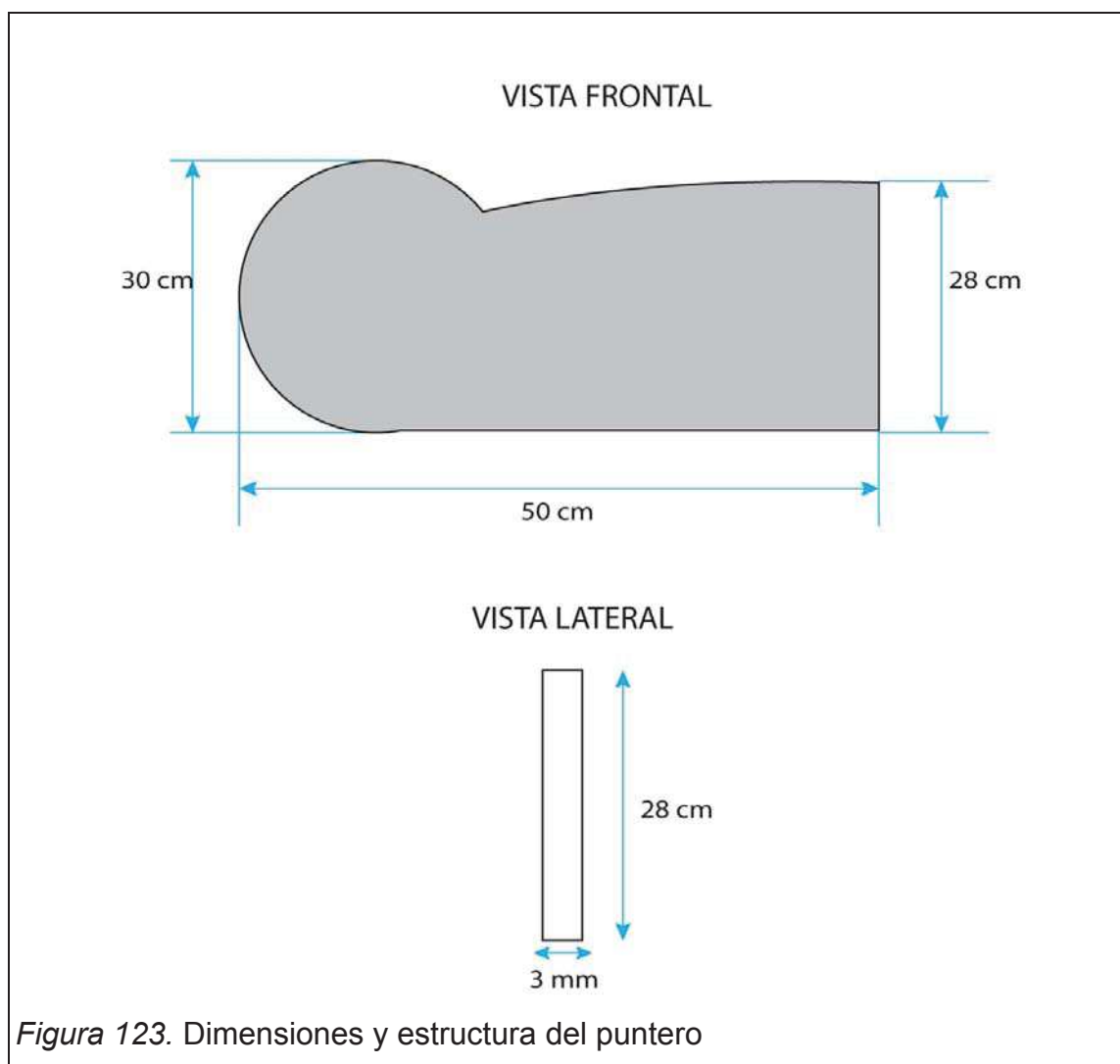


Primero perforamos la pared para poder introducir el Taco Fisher, luego procedemos a tornillar la escuadra (igual perforada ) con el tornillo hexagonal

Figura 122. Sujeción del puntero 2

### Dimensiones

La plancha de metal es de 3 mm., con una dimensión de 50 cm. de ancho, con una altura en el extremo de 28 cm y el otro extremo saliente es de 30 cm.



**Montaje:**

*Figura 124. Fotografía de la situación actual*



*Figura 125. Señalética Propuesta*



### 6.13.5 Normas de Obligación

El BMX se desarrolla bajo ciertas normas de seguridad. Así, se ha propuesto dentro de los elementos informativos el mismo tipo de puntero antes mencionado, pero la sujeción tipo Bandera va a un tubo galvanizado. Los punteros constan de un solo pictograma y tipografía en cada uno, irán colocados entre la pista en un sitio legible antes que inicien la carrera para una mejor preparación y seguridad.

#### Materiales

Plancha de metal galvanizada, vinilo adhesivo impreso para exterior con laminado UV, tubo cuadrado estructural galvanizado de 2 pulgadas para el anclaje al suelo unido a la caja de concreto, pintura anticorrosiva para el tubo galvanizado, perforantes punta estrella.

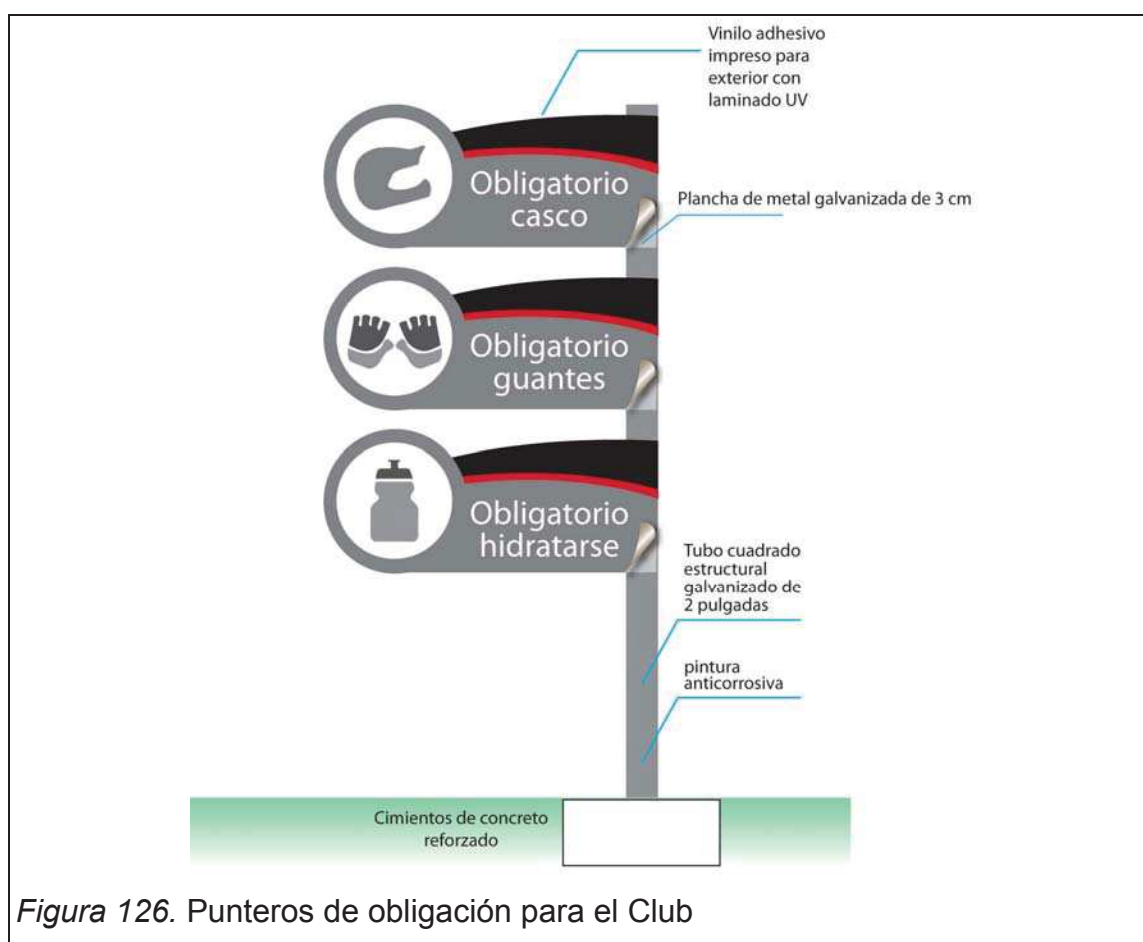


Figura 126. Punteros de obligación para el Club

## Sujeción

Vinilo impreso para exterior con laminado UV sobre tol de metal, los tres punteros tipo bandera van sujetos en tres niveles a un tubo galvanizado con dos perforantes punta estrella en cada esquina. El tubo galvanizado va anclado a la caja de concreto, la misma que va bajo tierra.

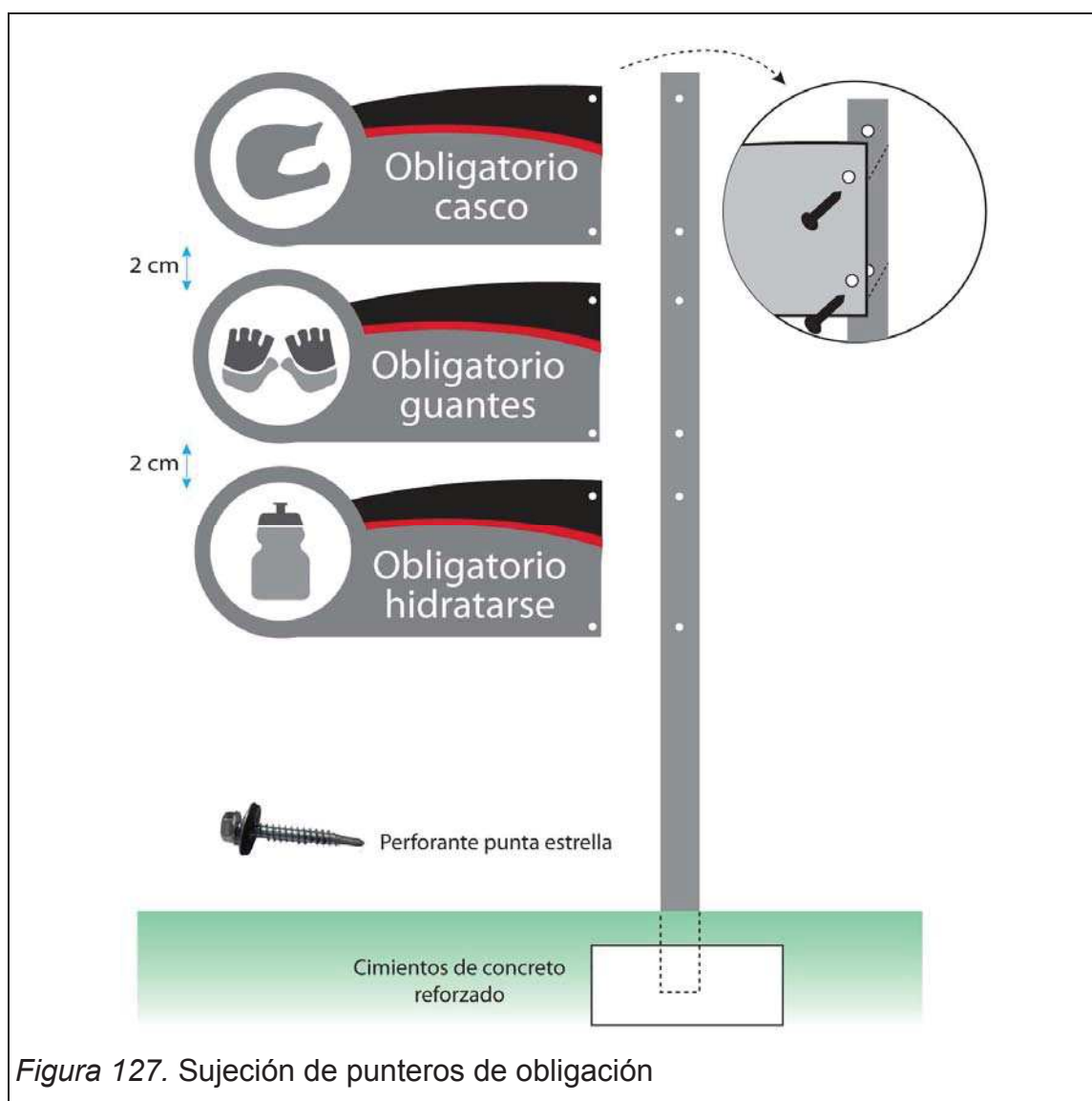


Figura 127. Sujeción de punteros de obligación



### Dimensiones

La plancha de metal es de 3 mm., con una dimensión de 50 cm. de ancho, con una altura en un extremo de 28 cm y el otro extremo saliente es de 30 cm. Tubo galvanizado cuadrado de 2 pulgadas y 215 cm. de alto. Caja de concreto de 40 x 30 cm. y 15 cm. de alto.

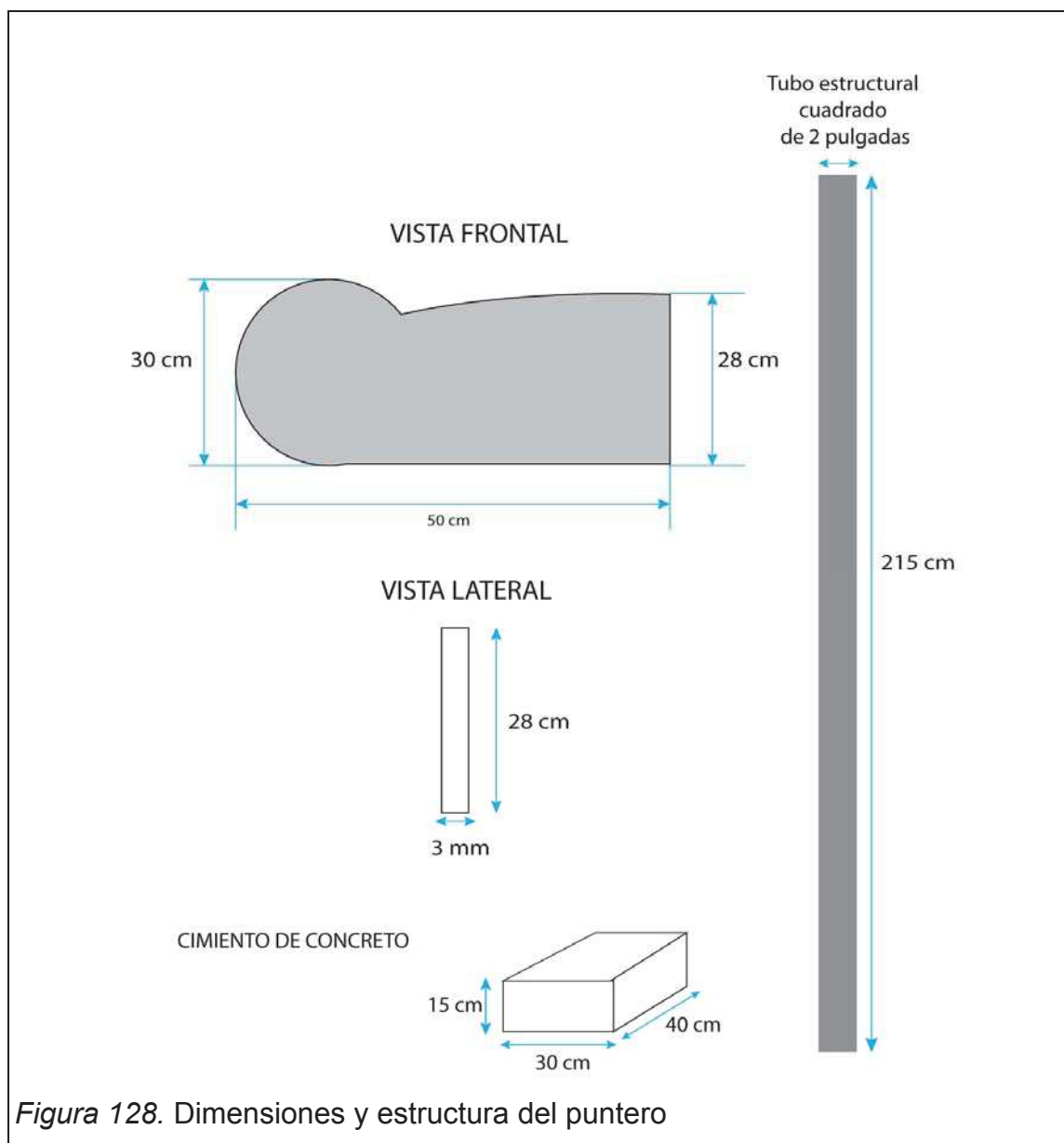


Figura 128. Dimensiones y estructura del puntero

**Montaje:**

*Figura 129.* Fotografía de la situación actual



*Figura 130.* Señalética Propuesta

### 6.13.6 Aplicaciones



*Figura 131.* Fotografía de la situación actual



*Figura 132.* Aplicación propuesta





Figura 133. Fotografía de la situación actual



Figura 134 .Aplicación propuesta

## 6.14 Mobiliario

El mobiliario es un sistema que se adapta a las necesidades, gustos de los usuarios. Es importante que el club BMX cuente con algunos objetos dentro de la pista y éstas puedan cumplir con la satisfacción de todos los *bikers* y aficionados de este deporte y de esta manera poder ofrecerles un mejor servicio y comodidades. El mobiliario del club busca mantener una misma identidad entre las aplicaciones de la marca.

### 6.14.1 Basurero

Dentro del mobiliario, el basurero es un objeto importante y necesario para el club, ya que lo mantiene limpio y presentable. Estos basureros serán ubicados en diferentes lugares donde existe más concurrencia de personas alrededor de la pista, dando una buena imagen de salubridad y orden.

#### Materiales

Tres planchas de metal galvanizada de 0,9 mm para el letrero superior, el cobertor y el cilindro, vinilo adhesivo impreso para exterior, tubo estructural cuadrado de 1,5 pulgadas anclado a la caja de concreto, cuñas de tol, pintura anticorrosiva.



## Sujeción

El tubo estructural galvanizado es el pilar de sujeción al cilindro, a éste van soldadas 2 cuñas, las mismas que sujetan con suelda al cilindro en dos partes. En la parte superior del tubo galvanizado hay un corte, el mismo que va unido por una bisagra tipo madera, la cual servirá para poder levantar el cobertor y facilitar la colocación y extracción de la funda de basura que se encuentra en el cilindro; a su vez este cobertor consta de tres partes: cobertor en sí, sobre este un tubo estructural, y sobre éste una plancha de metal al cual va adherido el vinilo adhesivo impreso. El pilar de ésta estructura (tubo galvanizado) va anclado a una caja de concreto.

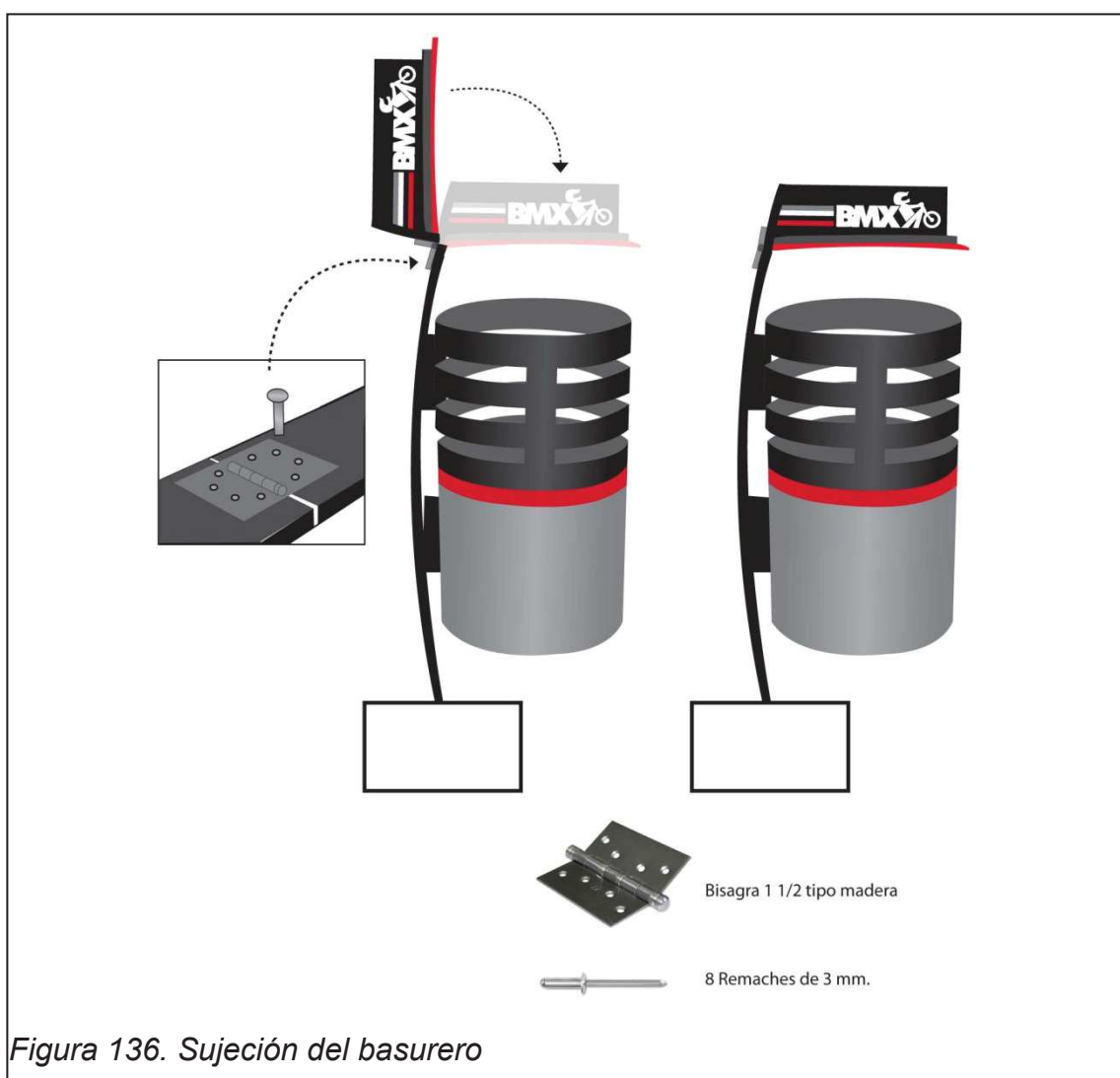
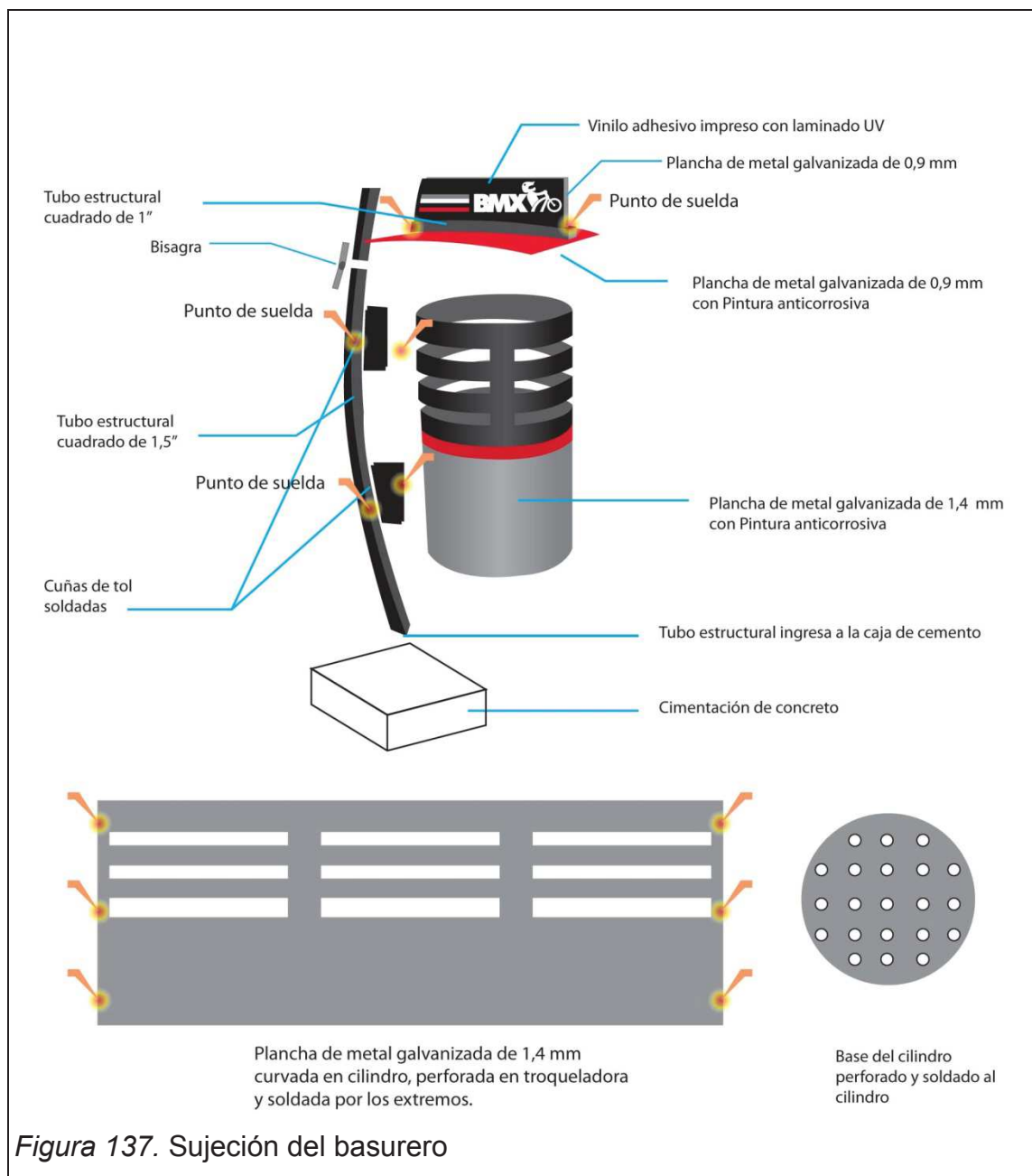


Figura 136. Sujeción del basurero



## Dimensiones

Tubo galvanizado de 1.5 pulgadas y 142 cm. de alto, más 20 cm. dentro de caja de concreto. El cilindro en una plancha de metal galvanizada de 1.4 mm y de 1m. de ancho x 72 cm. de alto, consta en la parte media superior de tres filas con destajes, las dos primeras filas los destajes miden 28 cm. x 4 cm. y la última fila los destajes miden 28 cm. x 6 cm. La base del cilindro 33 cm. de diámetro con perforaciones. Dos cuñas de 12 cm. x 6 cm. Cobertor de plancha de metal galvanizado de 0,9 mm, 50 cm x 53 cm. Tubo estructural galvanizado de 1pulgada y 47 cm. Letrero superior de metal galvanizado de 47 cm. x 16 cm.

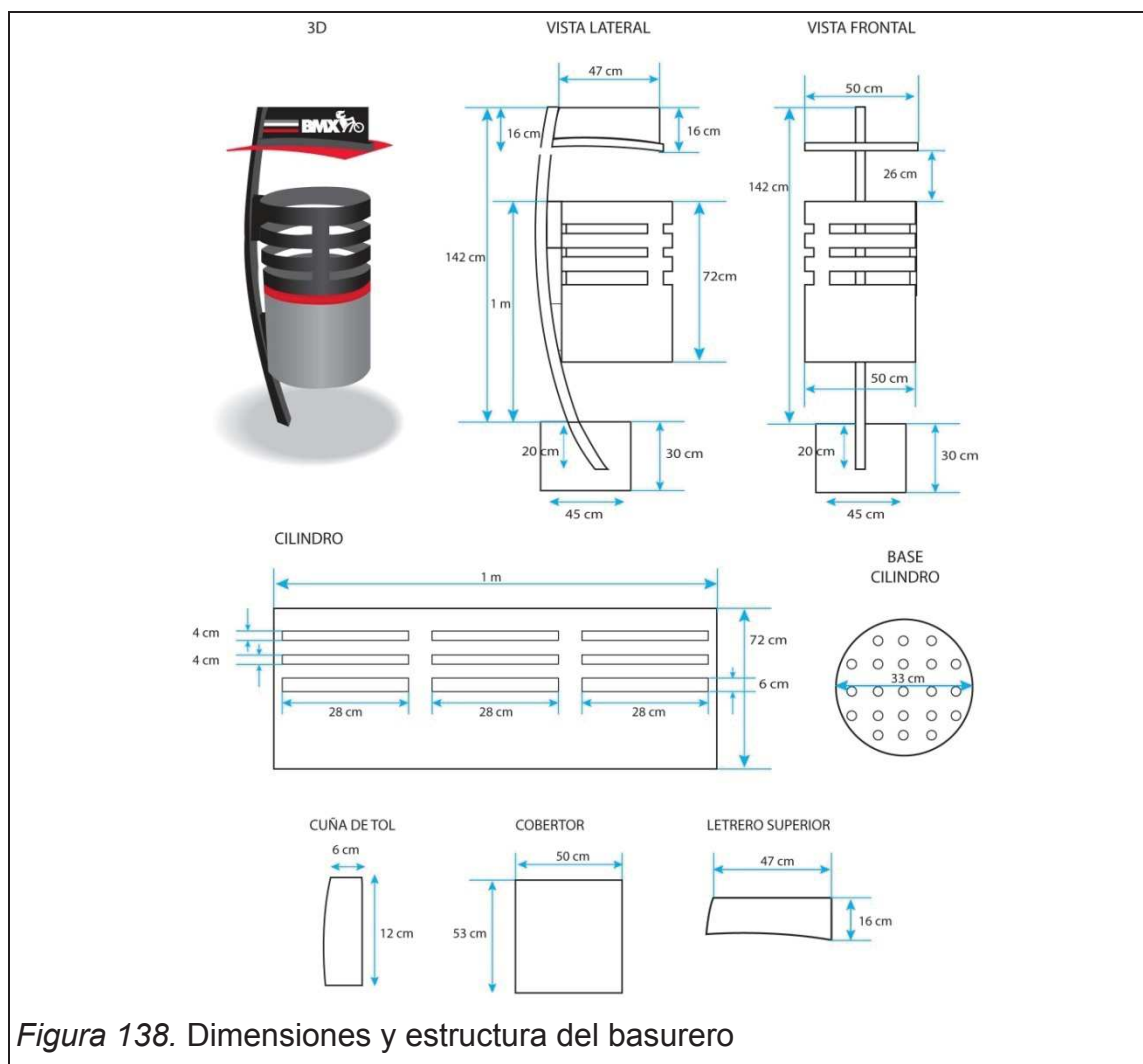


Figura 138. Dimensiones y estructura del basurero



**Montaje:**

*Figura 139.* Fotografía de la situación actual



*Figura 140.* Mobiliario Propuesto

### 6.14.2 Porta Bicicletas

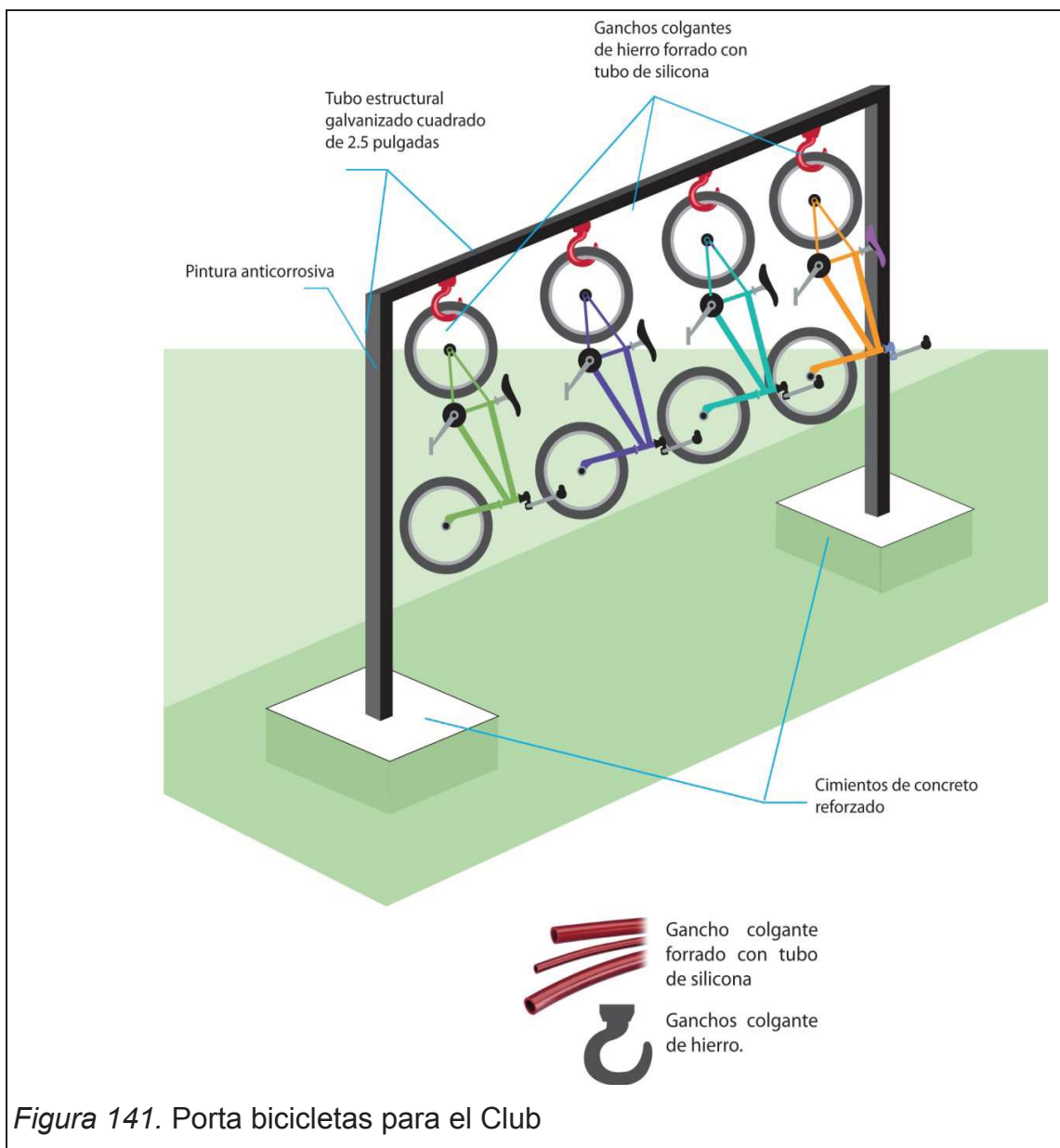
El porta bicicletas es un objeto muy necesario que está diseñado para las bicicletas BMX de los *bikers* del Club, y al ser ésta un objeto de alto costo, es necesario se mantengan en las mejores condiciones posibles, especialmente el momento que no estén en uso, ya que no pueden exponerse a golpes o maltratos. Por tal motivo, se ha diseñado el porta bicicletas en dos tamaños, adaptados a las necesidades de los *bikers*, según el tamaño de sus bicicletas.

El tamaño de las BMX se clasifican en *Mini, Junior, Expert Pro*, esto es desde la más pequeña hasta la más grande, en centímetros iría desde los 135 cm., 145 cm., hasta los 155 cm. los tamaños varían principalmente según el cuadro, el manubrio desde los 60 cm., 66 cm., hasta 74 cm., y el aro desde 16", 20", 24"; y dependiendo de la estatura de los *bikers*, se sabrá cuál de ellas es la apropiada para cada uno.

Basado en estas medidas, se ha diseñado el porta bicicletas en dos tamaños, la de adultos y la de niños, los mismos que permiten colgar las BMX de unos ganchos colgantes de hierro que van forrados con un tubo de silicona para su protección, igualmente se mantiene la distancia necesaria entre ellos, tomando en cuenta los tamaños de los manubrios y de las bicicletas para evitar cualquier fricción entre ellas, además tiene la altura correcta que se adapta a las estaturas de los *bikers*, permitiendo así la utilidad requerida.

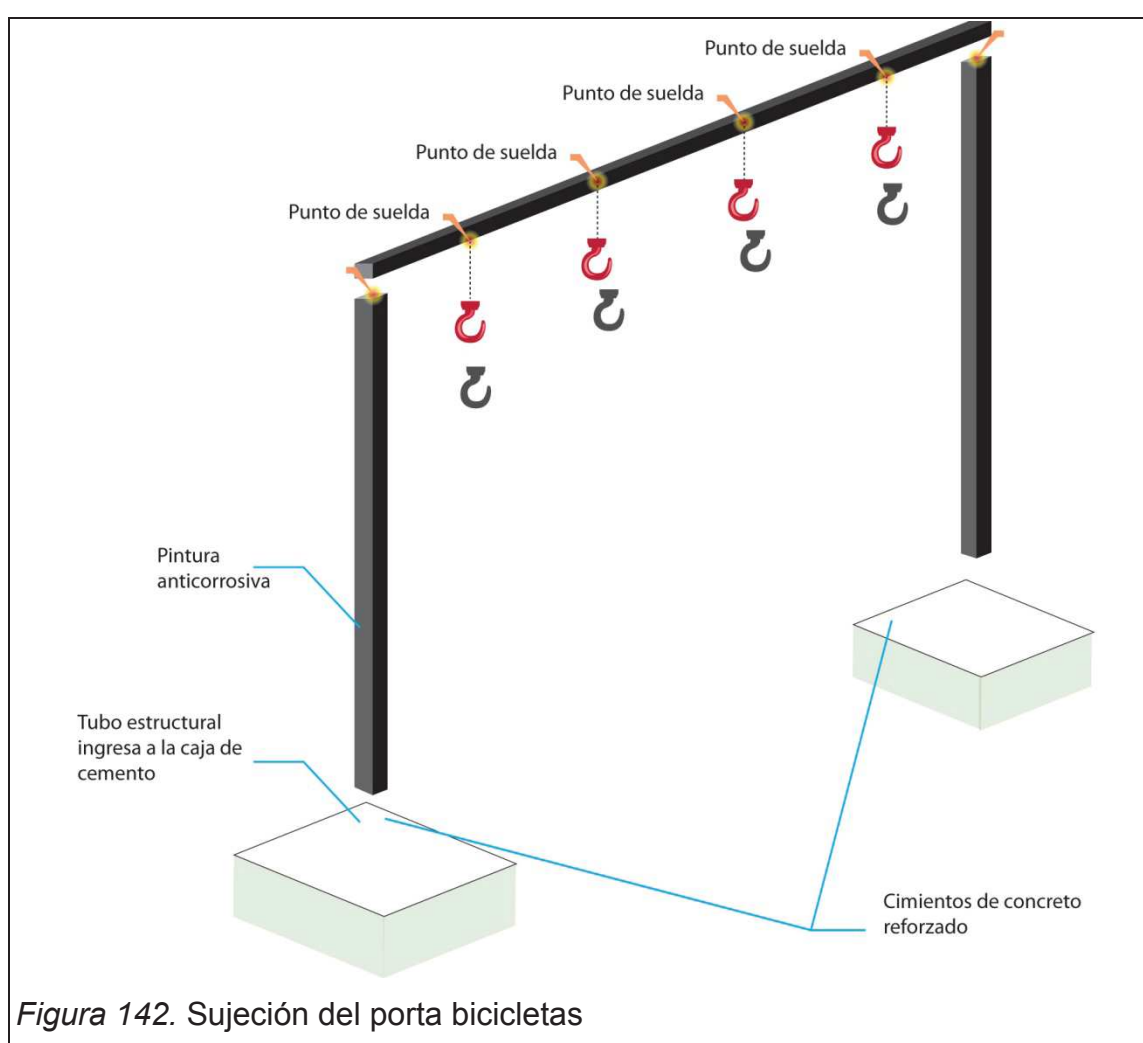
## Materiales

Tubo estructural galvanizado de 2.5 pulgadas, ganchos colgantes de hierro, tubo de silicona, pintura anticorrosiva y caja de concreto.



## Sujeción

Son tres tubos galvanizados, uno horizontal y dos verticales, que van unidos por suelda, los dos tubos verticales van anclados a dos cajas de concreto, en el tubo horizontal superior serán soldados cuatro ganchos colgantes de hierro, los mismos que serán distribuidos a lo largo de éste tubo, manteniendo las distancias respectivas. Los ganchos colgantes serán forrados con tubo de silicona, el mismo que servirá para resguardar el aro de la bicicleta, el momento que ésta se mantenga colgada en el gancho.



## Dimensiones

### Porta Bicicletas Adultos

Dos tubos galvanizados verticales de 2.5 pulgadas de 185 cm., mas 20 cm. que van anclados a las cajas de concreto, un tubo horizontal galvanizado de 2.5 pulgadas de 250 cm., 4 ganchos colgantes de hierro de 20 cm., dos cajas de concreto de 48 cm. x 40 cm. y 30 cm. de alto.

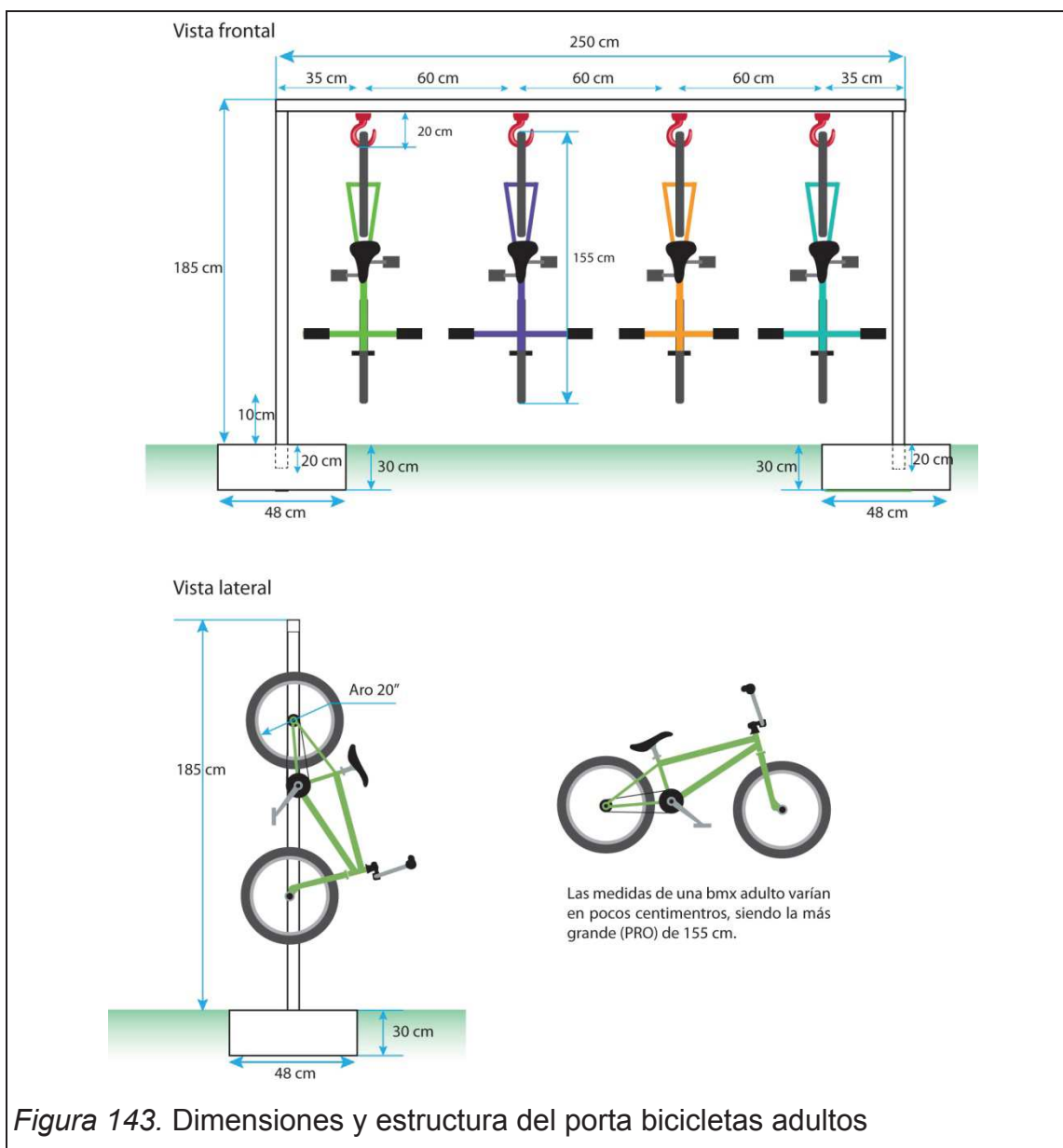


Figura 143. Dimensiones y estructura del porta bicicletas adultos

## Dimensiones

### Porta Bicicletas Niños

Dos tubos galvanizados verticales de 2.5 pulgadas de 170 cm., mas 20 cm. que van anclados a las cajas de concreto, un tubo horizontal galvanizado de 2.5 pulgadas de 200 cm., 4 ganchos colgantes de hierro de 20 cm., dos cajas de concreto de 48 cm. x 40 cm. y 30 cm. de alto.

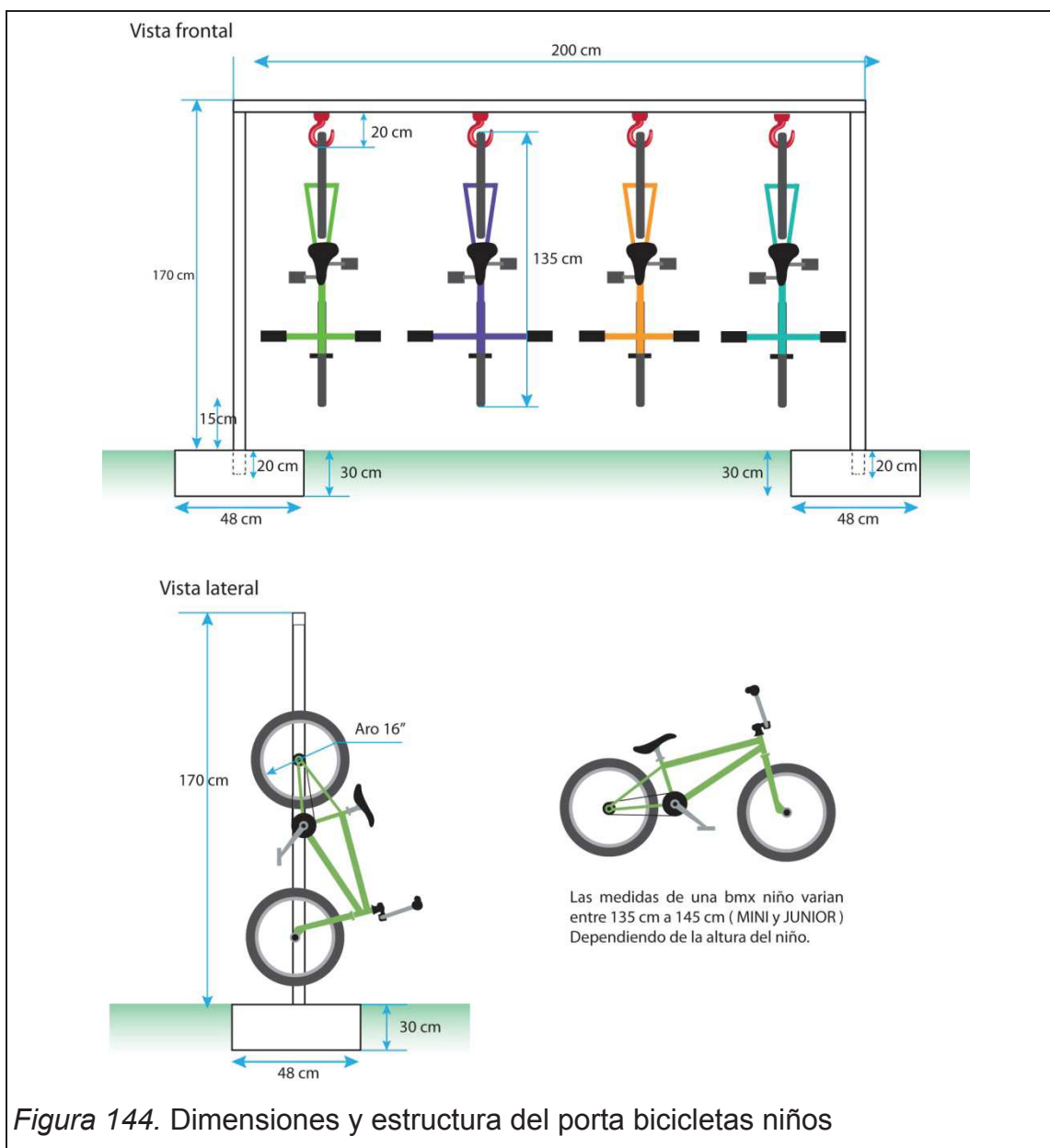


Figura 144. Dimensiones y estructura del porta bicicletas niños



## Montaje



*Figura 145. Fotografía de la situación actual*



*Figura 146. Porta bicicletas Propuesto*

### **6.15 La Revista (Guía Promocional)**

Una revista es un tipo de publicación impresa, que se realiza en forma periódica y sirve para educar, entretener e informar al lector; es considerada una herramienta de gran importancia en la actualidad ya que permite seleccionar con exactitud la clase de público al que se quiera llegar con el mensaje, de acuerdo a sus intereses.

Debido al desarrollo que el BMX está teniendo dentro del país, se ha visto la necesidad de crear en forma especial una guía promocional o revista para el Club, tomando en cuenta que, a nivel nacional, no existe ningún tipo de material exclusivo con información especial del deporte del BMX y de acontecimientos importantes que suceden con este deporte.

Por lo anterior, se determina la importancia de la existencia de esta revista, que ayudará a despertar un mayor interés en el público por el deporte impulsado por el Club, brindando a la gente una visión amplia acerca de todo lo relacionado con el BMX *race*.

La revista tiene un diseño “dos en una”, eso significa que está dirigida a dos targets: gente adulta (padres) y la otra, en forma inversa, es la parte para niños. La propuesta de este diseño se la hizo porque es mucho más práctica, ya que es una información compacta que puede ser utilizada por ambas partes en todo momento y de fácil transportación. Cada parte contiene su propia portada y logo; así mismo, cada parte se diferencia tanto en el contenido como en el diseño, tipografía y colores, pero mantienen una misma identidad en cuanto se refiere a la marca, ya que es este es el concepto que se ha querido lograr con la revista. Cabe recalcar que la revista, al haber sido diseñada en dos partes, no cuenta con contraportada, cada target contará con una publicidad en la parte final.



La revista tiene un formato A5 y la impresión, con el fin de desarrollar un producto de calidad, se realizará en papel *Couché* de 150 gr. La revista será de circulación gratuita con una periodicidad de tres meses.

Por otra parte, la revista tiene 32 páginas que están distribuidas en 8 secciones de acuerdo a la temática que abordan; además, cuenta con 8 páginas de publicidad, las cuales están divididas en páginas enteras y medias.

## **Público para la Revista**

### **Niños**

La sección de la revista dirigida para niños considera edades de entre 7 y 10 años; fue pensada como una propuesta moderna e innovadora, que permita que los niños *bikers* se informen, se orienten, se formen y sobre todo que se entretengan por medio de la revista. Primará el uso del elemento visual con dinamismo por medio de ilustraciones y fotografías; y el enfoque textual será menos pesado. Se lo trabajó equilibradamente y de una forma armónica, con temas que creen en ellos interés por el BMX, además de los conocimientos básicos e importantes que un niño debe tener al iniciarse en este deporte.

### **Adultos**

La publicación para adultos tendrá otro tipo de diseño, tanto en forma y fondo y un contenido textual informativo de todo lo relacionado al BMX, teniendo en cuenta información importante, ya que los padres son guías de los hijos y necesitan también estar al tanto de necesidades, recomendaciones y requerimientos que un *biker* exige.

## **6.15.1Elaboración de la Revista**

Con esta edición se podrá mostrar de una manera técnica y sustentada el proceso de la elaboración de una revista informativa dirigida para padres y niños. Para poder desarrollarlo se ha seguido con el proceso que se explicará a continuación:

### 6.15.1.1 Revista Parte 1 (Niños)

#### Nombre y Logotipo

El nombre será una sub-marca adicional del logotipo del Club Quito BMX y será utilizado únicamente para la revista. “Chiqui” hace alusión al público al que se quiere llegar, niños de entre 7 y 10 años; mientras que “Pedalea” surge del concepto de bicigrós, deporte, bicicletas.

Se utilizó la tipografía Oogie Boogie para el nombre Pedalea ya que es grande, tiene un diseño lúdico y es de fácil comprensión para los niños; para la palabra Chiqui se utilizó la tipografía Linkin Park Extra Bold alineándola a la parte extrema derecha, manteniendo los tamaños definidos, de tal manera que cumpla con el propósito de comunicar un mensaje.

Se utilizaron cuatro colores: rosado para el nombre “Chiqui”, mientras que “Pedalea” se combinó con tres colores que son violeta, verde y rojo, ya que éstos son colores vivos y brillantes para los niños, con un perfil negro, dándole así un buen contraste con el color amarillo del recuadro que va al fondo del mismo. Los colores y el recuadro de fondo siempre se mantendrán en todas las ediciones.



## **Secciones de la revista**

La parte de la revista de niños tiene cuatro secciones y son las siguientes:

### **1.- Sección “Sabías qué”**

En esta sección se abordarán noticias, historias, acontecimientos importantes e información variada sobre el bicigrós a nivel nacional e internacional, con contenidos breves, a fin de que el niño pueda disfrutar de esta lectura conociendo bien su deporte.

### **2.-Sección “Rincón del Saber”**

Esta sección brinda información específica sobre temas básicos del BMX y de interés para los niños, como son la seguridad, el entrenamiento y la bicicleta, elemento principal de este deporte.

### **3.- Sección “Paso a Paso”**

Esta sección es muy importante para el niño *biker*, porque en primera instancia deberá tener el dominio y manejo de la bicicleta, ya que ésta se convertirá en el implemento durante toda su vida deportiva. Un trabajo inicial debe realizarse fuera del escenario deportivo (pista). Por esto y más, se presenta esta sección de ejercicios, paso a paso, encaminada a superar dificultades y tener a los *bikers* siempre al tanto de los entrenamientos que deben seguir. De esta manera, el niño lector estará preparado lo mejor posible en el momento de iniciar el aprendizaje de las técnicas del bicigrós.

### **4.- Sección “Juega”**

Esta sección contiene actividades divertidas e informativas, que ayudan a los niños a aprovechar su imaginación, utilizar su creatividad para aprender y entretenerlos. La función principal es inspirar en los niños y promover el deporte del bicigrós de una manera divertida y activa.

## **Tipografía**

Para diseñar una revista infantil, entre los factores más importantes para receptar la atención de los niños se encuentra que la tipografía que contenga deba ser, ante todo, funcional; es decir, que la información tiene que ser clara y homogénea de comunicar e informar al lector, más aún cuando los lectores son niños.

En la revista Chiqui Pedalea se han utilizado las siguientes familias tipográficas: en los títulos y subtítulos, éstas son tipografías que transmiten dinamismo y potencia:

- Chunkster Jams
- Grobold
- Hooteroll
- Garfield the Cat
- Myriad Pro

Para el tamaño de los textos, se ha utilizado la tipografía Myriad Pro con un tamaño de 12 pts, ya que es una tipografía que produce calidez, legibilidad y el tamaño es adecuado para la percepción de los niños. Para el nombre de las secciones, se optó por la tipografía Chunkster Jams con un tamaño de 28 pts.

## **La Retícula**

La retícula es muy importante el momento de diseñar la revista, ya que nos sirve de cimiento para la composición de una página y permite dar una variedad visual a las páginas de una misma.

Cuando se diseña una revista de niños, la publicación debe tener de dos a tres columnas, ya que el texto tiene que ser mínimo de 10 puntos hasta 13 puntos; por esta razón, Chiqui Pedalea se ha diseñado de dos columnas.

### **Composición**

Para la composición de Chiqui Pedalea se combinaron los diferentes elementos constitutivos de la página tomando en cuenta las técnicas de Pastillas, *Light* y Serio, con el fin de que cada publicación sea diferente a otra y, de esta manera, no se vuelva aburrida ni monótona la lectura. Se busca que la composición sea más entretenida y diversa para los niños, pero siempre manteniendo el mismo orden, concepto y tamaño en todas las páginas.

### **Diseño de la Portada**

La portada está integrada por el logotipo del Club Quito BMX en la parte superior izquierda, y el logotipo del nombre de la revista Chiqui Pedalea, con un recuadro rectangular en el fondo del logotipo y una silueta ondulada en la parte inferior de la hoja. Cabe recalcar que el recuadro y la silueta siempre se van a mantener en todas las ediciones que salgan.

En esta edición se añadió como fondo a la portada, la ilustración de dos niños montados en sus bicicletas dentro de la pista; de esta manera el niño lector puede percibir con facilidad, a primera vista, que se trata de una revista de BMX.

En los extremos están algunos temas principales que constan en la revista. También, en la parte superior derecha al logo, se agregó la fecha de realización de la revista, mientras que en la parte inferior derecha de la hoja se colocó la página web del Club Quito BMX.



Figura 148. Portada de la revista para niños

## Publicidad y Contenido

En la página izquierda se encuentra la publicidad; en la página derecha se encuentra, en media página, el contenido o índice de la revista solamente de niños.

En la parte derecha del índice o contenido, constan las secciones de la revista, y en la parte izquierda se encuentran los créditos.



Figura 149. Publicidad y contenidos de la revista para niños

## Páginas Interiores

Las hojas interiores de la revista mantendrán un mismo diseño, esto se refiere a la parte superior de la hoja donde va el nombre de la sección y el diseño de las cuatro líneas.

El diseño en la revista de niños se conserva igual, lo único que se cambió fueron los colores de las líneas ya que al ir dirigido a los pequeños se necesitó usar colores más vistosos para que sea más llamativo y divertido para el gusto de los niños. De igual manera, el tipo y color de tipografía en cada sección puede variar, pero siempre se conservará un mismo concepto.



## Sección “Sabías que”

Esta sección se distribuyó en dos páginas, utilizando la técnica de pastillas ya que está compuesto cada texto y fotografía en diferentes espacios con información corta y concreta del BMX, intercalándose y dándole así mayor dinamismo.



Figura 150 .Sección “Sabías que”

## Sección “Rincón del Saber”

Este espacio se distribuyó en dos páginas, utilizando la técnica *Light* ya que tiene un toque más informal con una ligera irregularidad y movimiento en las imágenes. Está compuesta por ilustraciones donde resalta, como elemento principal, la bicicleta con sus respectivas partes.



Figura 151. Sección “rincón del saber”



## Publicidad

En las dos páginas se encuentra publicidad ya que para el Club es importante contar con el apoyo de los auspiciantes.




Figura 152. Publicidad dentro de la revista

## Sección “Paso a Paso”


Esta sección ocupa cuatro páginas. Se utilizó la técnica de pastillas, ya que está distribuida por diferentes rectángulos, manteniendo espacios similares entre los mismos en los que se adicionó una imagen de niños realizando cada uno de los movimientos que se deben conocer para aprender a dominar la bicicleta.

### PASO A PASO EJERCICIOS PARA DOMINAR TU BICI


Debes aprender a dominar y manejar muy bien tu bicicleta, esto es muy importante para tu entrenamiento y estado físico. Estos son algunos ejercicios sencillos y puedes practicarlos en el parque o patio de tu casa, dle a tus papis que te acompañen y te ayuden a realizarlos con mucho cuidado.




Empieza tirando una pelota a una cesta de baloncesto, pero sin bajarte de la bicicleta.



Pasa por encima de una escalera tumbada en el piso, sin perder el equilibrio y sin apoyar los pies en el piso.




Realiza el zig-zag entre conos con ambas manos en el manubrio e ir aumentando la velocidad del recorrido.




Hala a tu compañerito que esta sujeto a un bastón, el niño que va adelante debe manejar y sujetar el bastón en una sola mano.


### PASO A PASO




Realiza lanzamientos de precisión, tratando de tumbear un cono, con la pelota que llevas en la mano.



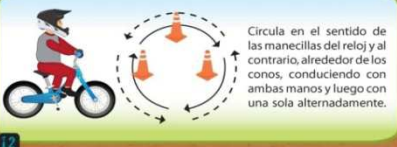
Patea el balón sin bajarte de la bicicleta y hacer gol en por la mitad de los dos conos.




Con un bastón trata de tumbear los conos, sin bajar los pies de los pedales.



Lleva una pelota en la mano, pasa a lado de un basurero o recipiente y métele en él desde una distancia determinada.



Circula en el sentido de las manecillas del reloj y al contrario, alrededor de los conos, conduciendo con ambas manos y luego con una sola alternadamente.



Recorre una línea recta con una mano en la cabeza, y anda alternándolas el cambiar de mano.

Figura 153. Sección “Paso a paso”

## Sección “Juega”

Esta sección se distribuyó en dos páginas, utilizando la técnica Light, en la que las ilustraciones y juegos demandan sentimientos de amenidad dentro de la composición. Los juegos animan a los niños a aprovechar su imaginación, utilizar su creatividad para aprender y divertirse.

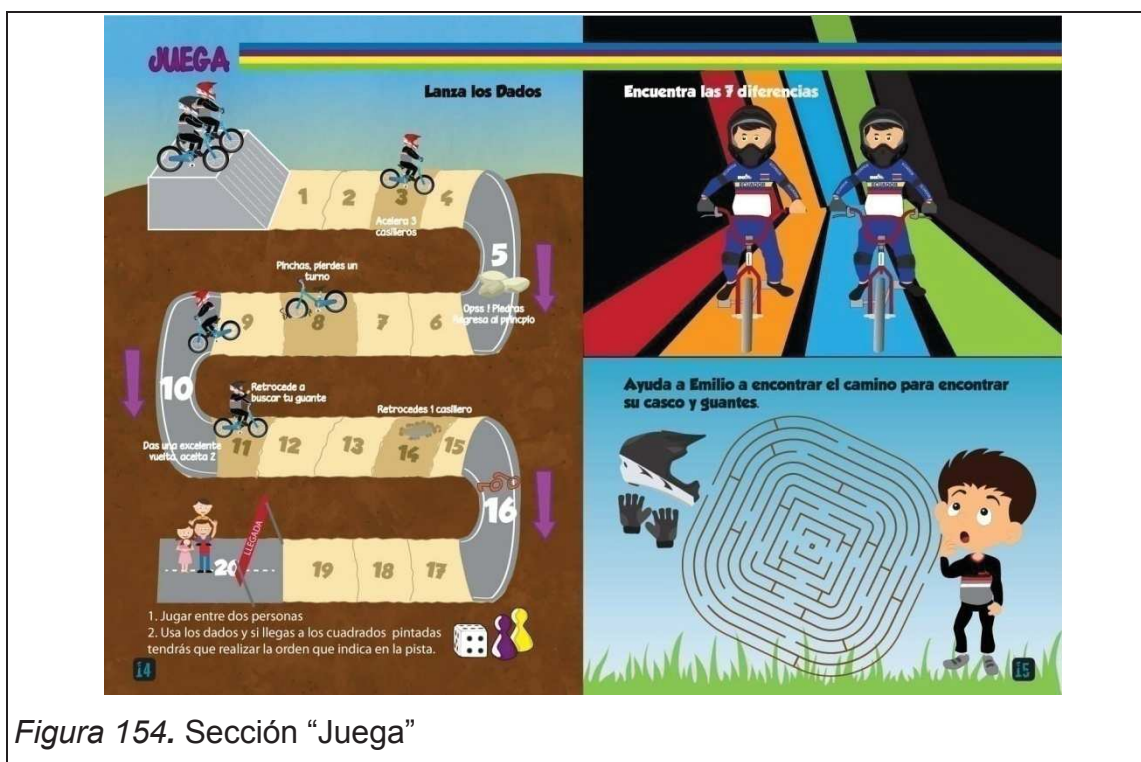


Figura 154. Sección “Juega”

Para finalizar, la última página de la revista de niños, contará con una publicidad como cierre de dicha revista.

### 6.15.1.1 Revista Parte 2 (Padres)

#### Nombre y Logotipo

El nombre será una sub-marca adicional del logotipo del Club Quito BMX y será utilizado únicamente para la revista. “Papi”, como su nombre lo indica, se fundamenta en la relación de paternidad y “Pedalea” surge del concepto de bicigrós, deporte, bicicletas.

Se utilizó la tipografía Sufrimeda para el nombre Pedalea ya que ofrece una personalidad bien definida, transmite fuerza y un poco de dureza por ser una tipografía grande y un poco gruesa y presenta una alta legibilidad. Para la palabra Papi se utilizó la tipografía Myriad Pro alineándola a la parte extrema derecha manteniendo los tamaños definidos, de tal manera que cumpla con el propósito de comunicar un mensaje.

Para los colores del logotipo y de toda la revista de papás, se utilizaron los colores corporativos de la marca del Club Quito BMX con el fin de mantener una misma identidad. El logotipo es de color blanco dándole así un buen contraste con el color negro del recuadro que va al fondo del mismo, estos colores y el recuadro de fondo siempre se mantendrán en todas las ediciones.



*Figura 155.* Nombre y logotipo de la revista para padres

### **Secciones de la revista**

La parte de la revista de niños tiene cuatro secciones y son las siguientes:

#### **1.- Sección “Curiosidades”**

Esta sección contiene información sobre acontecimientos importantes actuales y futuros en el bicigrós como noticias, datos curiosos, eventos, competencias, etc.

#### **2.- Sección “Gente”**

De una manera fresca y dinámica, en esta sección se da a conocer a fondo la vida de destacados personajes que, por su trayectoria, han causado impacto en el deporte del bicigrós, a nivel nacional e internacional.

### **3.- Sección “Salud”**

Esta sección ofrece datos importantes en materia de salud, especialmente sobre ciertos cuidados que el *biker* debe tener antes, durante y después de sus entrenamientos y poder mantenerse física y anímicamente de la mejor manera.

### **4.- Sección “Consejos”**

Esta sección, como su nombre lo indica, da consejos importantes y variados, dirigidos hacia los padres en el cuidado y educación de sus hijos dentro del núcleo familiar que es donde debe iniciarse su principal formación en el deporte del BMX y así lograr que el niño desarrolle mejor sus habilidades.

### **Tipografía**

La elección de la tipografía a utilizar es esencial en la revista, ya que de esto dependerá que el texto sea agradable y fácil de leer ante los ojos del lector. En revista Papi Pedalea se ha utilizado las siguientes familias tipográficas, en los títulos y subtítulos, destacados, pie de foto. Son tipografías sencillas, atractivas y legibles y son las siguientes:

-Century Gothic

-Minion Pro

-Myriad Pro

Para los textos, se ha utilizado la tipografía Myriad Pro, ya que es una tipografía que produce calidez y legibilidad; el tamaño es de 10 pts. Que es un tamaño apropiado, ya que el lector puede procesar el texto con facilidad. Para el nombre de las secciones se usa Century Gothic con un tamaño de 28 pts. También se utilizó en los párrafos la letra capitular para empezar algunos textos, ya que es una excelente técnica para dar una buena apariencia al documento, con un tamaño de tres.

### **La Retícula**

La retícula es muy importante al momento de diseñar la revista, ya que sirve de cimiento para la composición de una página y permite dar una variedad visual. Papi Pedalea se ha diseñado de dos columnas, ya que es la adecuada para el tamaño de la página y la tipografía; y permite componer una distribución equilibrada.

### **Composición**

Para la composición de Papi Pedalea, se combinaron los diferentes elementos constitutivos de la página tomando en cuenta las técnicas de Pastillas, *Light* y Serio, con el fin de que cada publicación sea diferente a otra y, de esta manera, no se vuelva aburrida ni monótona. Se busca una lectura más entretenida y diversa, pero siempre manteniendo el mismo orden, tamaño y concepto en todas las páginas.

### **Diseño de la Portada**

La portada está integrada por el logotipo del Club Quito BMX en la parte superior izquierda, el logotipo del nombre de la revista Papi Pedalea, con un recuadro rectangular en el fondo del logotipo y una silueta ondulada en la parte inferior de la página. Cabe recalcar que el recuadro y la silueta siempre se van a mantener en todas las ediciones que salgan.

En esta edición se añadió como fondo destacado en la portada, la fotografía del bicrossista Emilio Falla en una de sus competencias, dándole un contraste gris a la pista. Esta fotografía se colocó en la portada, ya que información sobre este deportista es parte de uno de los artículos que tendrá la revista.

En los extremos figuran algunos otros temas principales que contiene la revista. También, en la parte inferior derecha al logo se agregó la fecha de realización de la revista, y en la parte inferior derecha de la hoja se colocó la página web del Club Quito BMX.





Figura 156. Portada de la revista para padres

## Publicidad y Contenido

En la página izquierda se encuentra publicidad y la página derecha se halla dividida en dos partes: en la primera mitad superior de la página consta el contenido o índice de la revista dirigida a los padres; y en la segunda mitad inferior, va la publicidad de media página.

En la parte derecha del índice o contenido, constan las secciones de la revista, y en la parte izquierda se encuentran los créditos.

**CONTENIDO**

→ DIRECTOR EDITORIAL: Daniel Espinosa Borda	<b>4</b>	Curiosidades
→ ADMINISTRACION Janneth Balazoto	<b>6</b>	Gente
→ COLABORADORES: Claudine Yulee Tatiana Vargas	<b>12</b>	Salud
→ EDITOR: Andrés Velarde López	<b>14</b>	Consejos
→ ARTE Y DISEÑO: Pablo Andrés Mayra Jacome		
→ CONTACTESE CON NOSOTROS: Av. Simón Bolívar s/n Telfs: 0992564094 / 0992564094 Email: quitobmx@hotmail.com Quito - Ecuador		

**TOTO**  
mochilas • ropa • accesorios

unconditional friends

ZEISS Red Bull bikes nuestroclismo.com

Figura 157. Publicidad y contenidos de la revista para padres

## Páginas Interiores

Las hojas interiores de la revista mantendrán siempre un mismo diseño, en lo que se refiere a la parte superior de la hoja donde va el nombre de la sección y el diseño de las cuatro líneas con los colores rojo, gris, blanco y negro, ya que se quiere conservar una misma identidad con la marca del Club Quito BMX.



## Sección “Curiosidades”

Esta sección se distribuyó en dos páginas, utilizando la técnica de Pastillas; cada texto y fotografía se distribuyó en diferentes espacios pequeños, con una variedad de las más importantes y novedosas noticias actuales del BMX dándole, de esta manera, mayor dinamismo.

### CURIOSIDADES

para el  
2016  
Medellín (Colombia)  
será sede del Mundial  
de BMX de 2016



Mariana en el evento de Lima

#### Latinoamericano BMX 2014

Mariana Pajón y Carlos A. Ramírez son los nuevos poseedores del título en la Categoría Elite del Latinoamericano de BMX, evento celebrado en Lima, Perú, la delegación de Ecuador fue la campeona general



Evento Feria de la Bici

#### FERIA DE LA BICI

El Municipio de Quito organiza la 2da Edición de la Feria de la Bici, cuya programación tiene el objetivo de fomentar el ciclismo en todas sus modalidades e impulsar el uso de la bicicleta como medio de transporte en las ciudades, crear un espacio de encuentro y festejo en el que la ciudadanía de Quito se informe de las múltiples opciones que existen en la ciudad en torno a la bicicleta.

### SOBRE EMILIO FALLA

El ciclista extremo se ha preparado en Estados Unidos California, actualmente se encuentra en Lumbres, Francia, donde mantiene una extensa preparación para perfeccionar su técnica, la base aeróbica, la resistencia física y de fuerza muscular. La preparación va muy bien. Estoy practicando y trabajando bastante para mis próximas competencias. Así que estoy contento con todo lo que estoy haciendo, expresó el deportista de 26 años de edad.



4



Red Bull

#### Red Bull busca a las próximas leyendas del BMX

¿Quieres ser la próxima leyenda del BMX? No lo dudes y participa en Red Bull Phenom, un concurso que busca a las nuevas estrellas del deporte de acción. Para inscribirte sólo tienes que enviar un video de 60 segundos de ti mismo haciendo tus mejores movimientos y registrarte en la web redbull-phenom.com. Los ganadores recibirán un increíble premio para ver los X Games de agosto en los Angeles.



Circuito de bmx Medellín

La Unión Ciclista Internacional (UCI) adjudicó a la ciudad colombiana de Medellín la sede del Campeonato mundial de BMX de 2016. Según la Federación Colombiana de Ciclismo, la UCI le envió ya la comunicación oficial de la sede del campeonato para Medellín, capital del departamento de Antioquia (noroeste).

“Estamos encantados de que Medellín, la ciudad de la terna primavera, en la cordillera de los Andes, sea la sede en 2016 de los Campeonatos del mundo BMX”

Según McQuaid, el mundial se llevará a cabo en una pista nueva que será construida en la ciudad de Medellín.

#### Panamericano en ECUADOR 2014

Para el próximo Sábado 29/05/2014 se estará desarrollando en la ciudad de Quito el Panamericano de BMX 2014 el cual contará con los mejores atletas del continente representando a países como Argentina, Colombia, Chile, Mexico, USA, Canadá y los anfitriones Ecuador. El evento se desarrollará en los predios del Club Quito BMX, la cual fue modificada con miras a este importante evento.

5

Figura 158. Sección “Curiosidades”

## Sección “Gente”

Esta sección se distribuyó en cuatro páginas, utilizando la técnica Serio, ya que tiene una composición más formal e incluye mucho más texto. En este artículo se destacan los acontecimientos más importantes del bicicrosista Emilio Falla, por ser un personaje muy importante dentro del BMX en el Ecuador y a nivel mundial.

**GENTE**

# Emilio Falla

EL CAMPEÓN MUNDIAL DEL ECUADOR



**E**l quiterío Emilio Falla, de 26 años, se ha destacado en varios torneos internacionales y se ubica entre los 20 puestos del ranking mundial. Fue campeón mundial juvenil en 1992. Quedó en cuarto lugar en el sudamericano realizado en el 2006. Además logró medalla de bronce en el torneo Latinoamericano de BMX 2008.

Se ubicó entre los 20 mejores del Circuito Mundial de BMX Supercross, en la víspera que se desarrolló en Fréjus, al sur de Francia, en 2006. En mayo del 2008 clasificó a los Juegos Olímpicos de Beijing 2008.

6 7

**GENTE**



**Así empezó la carrera de este deportista de 16 años, quien fue el primer Campeón Mundial ecuatoriano hace ocho años en Brasil.**

Falla, de 26 años de edad, hizo un tiempo de 39 segundos y 737 centésimas de segundos, durante la ronda clasificatoria para conformar los cuatro grupos que estarán compuestos de ocho competidores.

**Cuando Emilio Falla tenía solo cuatro años, su padre lo llevó a ver un torneo de bicicross, en ese mismo año le regaló una bicicleta por Navidad**

La participación del quiterío se dio en una pista al aire libre, con una rampa de 8 metros de altura, construida con saltos, baches y las curvas bien pronunciadas, propias de este deporte extremo. Falla, que terminó en el vigésimo cuarto puesto en la contrareloj, restó trascendencia a la prueba y admitió de que es en las eliminatorias donde se juegan los premios. "Procuré no cometer errores en la prueba. No soy un corredor que se caracterice por hacer un buen papel en la fase de clasificación. Esto es más para hacer las series y la carrera es otra cosa. Cuando vas solo en "La pista es técnica. El clima ha ayudado y no hay mucho viento", indicó. "Me sentí cómodo en la pista y lo demás no importa. Esto es orientativo. Pueden hacerlo mal en la clasificación y luego estar entre los primeros o al revés", insistió Falla, que cumple en Londres sus segundos Juegos Olímpicos tras Pekín 2008. "Ser olímpico es increíble", concluyó.

Emilio es considerado uno de los mejores exponentes dentro del ciclismo (BMX) latinoamericano y mundial, y se ha preparado en California (EE.UU) y Francia. En el año 2012, el ecuatoriano participó en las Copas Mundiales de California, Noruega y Holanda. También participó los Panamericanos de Guadalajara, y fue Campeón Mundial juvenil en 1992.

El ciclista también fue tercer lugar en el Torneo Latinoamericano de BMX en el 2008, y se ubicó en el puesto 22 dentro del ranking mundial de BMX en 2011.

En el 2012 Falla no logró pasar a los Semifinales en los Juegos Olímpicos de Londres, luego de que este jueves quedara en el sexto lugar de su bloque.

Falla no pudo clasificar entre los cuatro primeros del "heat" 1, y acabó en el sexto puesto del bloque con un puntaje global de 23. En la primera salida, el tricolor tuvo un buen arranque y acabó en el tercer lugar, con un tiempo de 39.602 segundos, sin embargo en la segunda salida tuvo una caída, por lo cual no pudo acabar la carrera, informó el diario El Universo. Falla, en la tercera vuelta, también tuvo un percance al colisionar con Pickard Kurt de Nueva Zelanda y pudo llegar a la meta en la sexta posición con 1m 31.3s 756c.

En su cuarta salida, Falla llegó tercero con 39.756 segundos, y en la última repitió la posición con 41.793 segundos. Respecto a su primera caída, Falla culpó al brasileño Renato Rezende de haberla provocado.

"Empecé bien y el brasileño como siempre corrió hacia dentro de la curva, simplemente para hacernos caer a los dos. Ahí perdí puntos y de estar clasificado, se me escapó el pase", explicó Falla, que padece un esguince en la rodilla a causa de la caída.

Tengo un esguince en la rodilla. Pero intenté olvidarme de ello y seguí en la carrera. Esto es un acontecimiento cada cuatro años, uno se prepara para ello y llegan cosas como estar, lamentó el ecuatoriano, que pensó en el abandono aunque aguantó hasta el final de la prueba.

"Estuve a punto de darme por vencido porque el ligamento está afectado pero me mantuve", e insistió en sus críticas al brasileño.

8 9

Figura 159. Sección “Gente”

## Publicidad

En las dos páginas se encuentra publicidad ya que para el Club es importante contar con el apoyo de los auspiciantes.



Figura 160. Publicidad dentro de la revista para padres

## Sección “Salud”

La sección Salud se distribuyó en dos páginas, utilizando la técnica Light, ya que le da un toque más informal y fresco. Como foto principal, se colocó una imagen amplia de un niño tomando agua; este artículo hace referencia de lo importante que es la condición física de un *biker*.



Figura 161. Sección “Salud”



## Sección “Consejos”

Esta sección ocupa dos páginas con la técnica de pastillas, se divide en varios temas cortos, con mensajes ágiles, dinámicos y con un tinte fresco; este artículo es muy importante para que los padres lo tengan en cuenta y logren un mejor desenvolvimiento en este deporte por parte de sus hijos.

<p><b>CONSEJOS</b></p> <p><b>Antes de entrenar... enseña a tu hijo</b></p> <p><b>UNA MEJOR ALIMENTACIÓN</b></p> <p>Debemos asegurar el aporte de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Macronutrientes (energía, carbohidratos y grasas).</li> <li>• Minerales y vitaminas.</li> <li>• Calcio, que es fundamental para el desarrollo de los huesos. Fuente: productos lácteos (yogur, leche y queso) y verduras (de hojas verdes y oscuras).</li> <li>• Hierro. Su ingesta adecuada evitará el cansancio con facilidad (las niñas, por el periodo menstrual, presentan mayor pérdida de hierro). Fuente: carne, huevos y frutos secos.</li> </ul> <p><b>Ojo con la HIDRATACIÓN</b></p> <p>Es importante que el niño esté hidratado antes, durante y después de la competencia; de lo contrario, el rendimiento no será óptimo; por ello, no deberá esperar tener sed para ingerir agua. Tenga en cuenta que los niños se deshidratan con más facilidad que los adultos. El niño podrá tomar alguna bebida deportiva de vez en cuando, pero recuerde que esas bebidas tienen gran cantidad de calorías y azúcares. La mejor manera de hidratarse es consumiendo agua. Puede escoger una bebida deportiva si se ejercita durante más de noventa minutos o si hay un clima realmente cálido.</p>  <p><small>Apoyando alimentar a tus hijos</small></p>  <p><small>El hidratación es importante para un buen rendimiento en la competencia. Recuerde beber agua antes de comenzar a competir.</small></p> <p><b>14</b></p>	<p><b>ALIMENTACIÓN ANTES DE LA COMPETENCIA</b></p> <p>La finalidad de la comida antes de la actividad deportiva, es conseguir un mantenimiento de los depósitos de glucógeno y un buen nivel de hidratación. Para ello, la cena previa al día de la competición, deberá ser rica en carbohidratos, ya que se digieren y absorben bien.</p> <p>Si se ingiere una comida importante, deberá realizarse tres o cuatro horas antes de la actividad deportiva. Si la comida es más ligera, será necesario consumirla con una anterioridad de dos o tres horas. Los alimentos líquidos se deberán ingerir una o dos horas antes.</p>  <p><small>No debes dejar a tu hijo ingresar a la pista sin antes haberse alimentado.</small></p> <p><b>LO QUE NO SE DEBE HACER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir a la competición en ayunas.</li> <li>• Ingerir una hora antes de la competición alimentos sólidos o líquidos que contengan glucosa u otros carbohidratos. Ello puede desencadenar una secreción de insulina y provocar hipoglucemia y supresión de la movilización de los ácidos grasos libres a partir del tejido adiposo. Ambas situaciones pueden disminuir la capacidad física.</li> <li>• Antes de la actividad deportiva no se deben ingerir alimentos con azúcar, como gaseosas, caramelos o golosinas.</li> </ul>  <p><b>15</b></p>
--	--

Figura 162. Sección “Consejos”

Para finalizar, la última página de la revista de padres, contará con una publicidad como cierre de dicha revista.

## 6.16 Presupuesto

Para realizar los siguientes presupuestos, se solicitaron cotizaciones de los diferentes productos a empresas especializadas en cada uno de los ámbitos.

<b>PRESUPUESTO DE LA PAPELERÍA</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V.UNIT.</b>	<b>V.TOTAL</b>
5000	hojas membretadas full color bond A4	0,037	185,00
8000	tarjetas de presentación full color (2 lados)	0,025	205,00
5000	sobres tamaño carta	0,138	690,00
5000	sobres manila 25x33cm.	0,161	805,00
200	credenciales pvc un lado		
0,99	198,00		
2500	boletos 4x8 cm full color grafados y numerados	0,054	135,00
1 blok	1 blok de facturas de 100 tamaño A5 (1 copia)	18,00	18,00
1 blok	1 blok de retenciones de 100 tamaño A5 (1 copia)	18,00	18,00
200	carpetas 24x34 impresión un lado con bolsillo	0,95	190,00
	<b>Subtotal</b>		<b>2444,00</b>
	<b>I.V.A. 12%</b>		<b>293,28</b>
	<b>TOTAL</b>		<b>US\$ 2737,28</b>

<b>PRESUPUESTO DE UNIFORMES</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V.UNIT.</b>	<b>V.TOTAL</b>
100	buzos personales para socios	38,00	3800,00
100	calentadores socios y directivos	40,00	4000,00
100	gorras	4,00	400,00
100	camisetas	7,00	700,00
	<b>Subtotal</b>		<b>8900,00</b>
	<b>I.V.A. 12%</b>		<b>1068,00</b>
	<b>TOTAL</b>		<b>US\$ 9968,00</b>

<b>PRESUPUESTO DE LA GUÍA PROMOCIONAL</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V.UNIT.</b>	
<b>V.TOTAL</b>			
1000	impresión revistas formato A5 de padres y niños, Papel couché 150 gr. brillo UV	0,84	<u>847,00</u>
	<b>Subtotal</b>		<b>847,00</b>
	<b>I.V.A. 12%</b>		<u><b>101,64</b></u>
	<b>TOTAL</b>	<b>US\$</b>	<b>948,64</b>

<b>PRESUPUESTO DE SEÑALÉTICA Y MOBILIARIO</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V.UNIT.</b>	<b>V.TOTAL</b>
1	<b>Rotulo Fachada:</b> tubo estructural 4", fondo whas premier, acabados en anticorrosivo, tool galvanizado 3mm, vinil adhesivo impreso alta resolución 1440 dpi laminado, bases fundidas en concreto según especificaciones.	1100,00	1100, 00
1	<b>Directorio según especificaciones</b>	370,00	370, 00
3	<b>Guiatorio según especificaciones</b>	330,00	990, 00
3	<b>Señalética (Puntero) según especificaciones</b>	25,50	76, 50
3	<b>Normas de obligación según especificaciones</b>	140,00	420, 00
6	<b>Basurero según especificaciones</b>	220,00	1320,00
2	<b>Porta Bicis Adultos</b>	235,00	470,00
2	<b>Porta Bicis Niños</b>	220,00	<u>440,00</u>
	<b>Subtotal</b>		<b>5186,50</b>
	<b>I.V.A.12%</b>		<u><b>622,38</b></u>
	<b>TOTAL</b>	<b>US\$</b>	<b>5808,88</b>

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Al finalizar la investigación y la propuesta del presente informe, se ha llegado a concluir que:

- El Club BMX en Quito difunde, promueve y organiza actividades relacionadas con la actividad deportiva del BMX que es un deporte que nació a finales de 1970 en Estados Unidos. A pesar de que hay diversas variedades de este deporte, el Club BMX posee una pista de estilo *Race* que se realiza en una pista de tierra parecida a la pista de motocross con rampas y circuito de arena.
- La imagen corporativa es la percepción que tiene la sociedad o los diferentes públicos acerca de una organización. La importancia de crear una imagen sólida radica en que permite el crecimiento de la empresa. La imagen corporativa se crea a través de la comunicación, por lo que es necesario que las organizaciones desarrollen conscientemente estrategias dirigidas a mejorar esta imagen. Como elementos básicos de la imagen corporativa se consideran el nombre, el logotipo y el imago tipo.
- El diseño editorial es la actividad de creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, como la revista o guía promocional que se propone en el presente trabajo. El diseño editorial comprende elementos como la portada, el formato, tipografía, colores, modulación, entre otros. El diseño editorial debe transmitir un mensaje y, en vista de él, seleccionar los elementos más eficientes de diseño.
- El diseño industrial es aquel que se desarrolla sobre objetos, muebles o estructuras que, por una parte, brinda una facilidad al usuario y, por otra, permite la difusión de un mensaje. Varios elementos como el uso de



colores y tipografía también se consideran en el diseño industrial. En el presente estudio se consideró el diseño de mobiliario urbano que se adapte a las necesidades del club BMX de Quito.

- Los resultados de las técnicas de investigación revelaron que el Club BMX Quito no tiene una imagen corporativa sólida, que se requiere de un mejoramiento del desarrollo de diseño industrial que incluya elementos como porta bicis y basureros que sean, principalmente, funcionales y cómodos; y que la señalización dentro del espacio del club es insuficiente. Adicionalmente se determinó la importancia de contar con una guía promocional que esté dirigida tanto a público infantil como adulto que se relaciona con el club y sus actividades.
- Las herramientas también permitieron determinar la mejor composición de la marca que muestra un concepto extremo, donde se utiliza una tipografía grande y con trazos gruesos; sobre esta se muestra al *biker* o piloto, lo que permite reflejar claramente el significado del *bicicross*, además de facilitar la identificación del Club BMX causando una imagen positiva y diferencial.
- Con base en los resultados y las necesidades identificadas de la organización, se procedió al diseño de papelería corporativa, vestuario, artículos promocionales, herramientas multimedia, piezas promocionales, señalética, mobiliario y, finalmente, la revista o guía promocional del Club BMX Quito.
- El presupuesto estimado para la implementación de los diseños es de; \$2.737,28 para papelería, \$9.968,00 para uniformes, \$948,64 para la impresión de guía promocional y \$5.808,88 para señalética y mobiliario.

## Recomendaciones

- A nivel académico, el estudio del presente informe es recomendable para estudiantes y maestros en áreas de diseño, comunicación y carreras conexas con el fin de profundizar en la teoría y en la práctica de la imagen corporativa y la forma de aportar a ella a través del diseño, tanto editorial como industrial.
- A nivel profesional, se recomienda a trabajadores de diseño y carreras relacionadas el análisis de la metodología y el desarrollo de la imagen corporativa del Club BMX Quito presentados en este informe, con el fin de que se apliquen los conocimientos en organizaciones de todo tipo.
- Finalmente, se sugiere a las autoridades del Club BMX Quito que se considere la aplicación de la propuesta presentada en la organización, con el fin de difundir el deporte de BMX y todas las actividades del club, lo que beneficiará a la organización y, aún más importante, aportará al desarrollo de niños, niñas, adolescentes y adultos interesados en esta disciplina.

## REFERENCIAS

- Afuera Producciones. (marzo de 2010). *Afuera Producciones*. Obtenido de <http://afuera.com.ec/>
- Ambiente, M. d. (2013). *OPTUR*. Obtenido de Estadísticas de Turismo en Ecuador: <http://www.optur.org/>
- Awad, J. (9 de febrero de 2014). Diferencias entre publicaciones infantiles y dirigidas a público adulto. (P. Maya, Entrevistador)
- Bicycle GT. (6 de febrero de 2014). Obtenido de Bicycle GT: <http://www.bicyclegt.com/>
- BMX Mexico. (octubre de 2011). <http://www.bmxmexico.com.mx/BMX/historia-del-bicicross>. Recuperado el 15 de agosto de 2013
- Bravo, S. (1 de diciembre de 2010). *Diseño Básico I*. Obtenido de <http://diseniobasicounoudl.blogspot.com/>
- Burneo, P. (14 de agosto de 2013). Presidenta Club Quito BMX. (P. Maya, Entrevistador)
- Cabieses, H. (2012). Minería informal y delictiva en Eorindari: La lucha contra el olvido. *La revista agraria*, 10.
- Carrillo, A. (febrero de 2012). *Diseño gráfico*. Obtenido de El Módulo-Submodulo-Supermodulo: <http://arleycarrillodiseno.blogspot.com/>
- Clase, S. (1 de febrero de 2012). *Deportes*. Obtenido de Tipos de BMX: <http://sergio-clasedeinfor.blogspot.com/>
- Club Quito BMX. (9 de junio de 2013). *Club Quito BMX*. Obtenido de <http://www.quitobmx.com>
- Club Quito BMX. (19 de diciembre de 2013). *Facebook*. Obtenido de Club Quito BMX: <https://www.facebook.com>
- Coca-Cola Company. (2013). *Coca-Cola company*. Obtenido de <http://www.coca-cola.com.ec/>
- Costa, J. (1998). Manifiesto por el diseño del siglo XVI.
- Costa, J. (2007). *Identidad Corporativa*. Mexico: Triall. Recuperado el domingo de febrero de 2014

- Del Real, P. (2012). *El diseño del mobiliario urbano*. Cataluña, España: Universidad Politécnica de Cataluña.
- Delgado, T. (15 de agosto de 2013). Informe Club BMX. (P. Maya, Entrevistador) Quito.
- Ecuador Universitario. (31 de julio de 2012). *El servicio de bicicletas públicas empieza a operar en la capital ecuatoriana*. Obtenido de <http://ecuadoruniversitario.com/>
- El Comercio. (23 de mayo de 2013). Chaquiñan. *El Comercio*.
- El Comercio. (23 de mayo de 2013). Tránsito en Ciclovía en el Centro de Quito. *El Comercio*.
- Fat BMX. (6 de febrero de 2014). *Fat BMX*. Obtenido de <http://www.fatbmx.com>
- Fotonostra. (2013). *Fotonostra*. Obtenido de <http://www.fotonostra.com/>
- Franco, A. (22 de febrero de 2008). *Técnicas de impresión*. Obtenido de <http://angelicafrancotecnicas.blogspot.com/>
- Genotipo. (2013). *Genotipo*. Obtenido de Imagotipo: <http://www.genotipo.com/>
- IES ATENEA. (2013). *La memoria*. Fuenlabrada: IES ATENEA.
- La Hora. (11 de junio de 2011). Ciclopaseo ya tiene el dinero. *La Hora*.
- Luengo, M., & Arreaza, H. (2005). *La ergonomía en el diseño del mobiliario urbano*. Mérida, Venezuela: Aeipro.
- Matthews, N. (2007). *Judging a Book by Its Cover: Fans, Publishers, Designers, and the Marketing of Fiction*. Londres: Ashgate.
- Ministerio de Turismo. (2014). *Ministerio de turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>
- Moles. (2009). *rrppnet.com.ar/imagencorporativares señala que*:. Recuperado el domingo de febrero de 2014
- Municipio de Palmira. (2012). *Estatuto de espacio público*. Palmira, Colombia: Municipio de Palmira.
- Poton, K. (14 de agosto de 2013). Tesorero Club Quito BMX. (P. Maya, Entrevistador) Quito.
- RAE, R. A. (2010). *Diccionario de la lengua española*. Barcelona: ESPASA CALPE.

- Reformas a la Ley de Compañías, R.O. 196 (Honorable Congreso Nacional 26 de enero de 2006).
- Revista Carrusel. (2014). Síntomas del Embarazo. *Carrusel*.
- Ricupero, S. (2007). *Diseño gráfico en el aula*. Buenos Aires: Nobuko.
- Savio, S. (2012). Operación graffiti. *Plus*, 10-11.
- Swann, A. (1992). *Bases de Diseño Gráfico*. España: Swann.
- Thompson, I. (2012). *Concepto de Publicidad*. Obtenido de Promo negocios: <http://www.promonegocios.net/>
- Tiposde. (2014). *Tipos de Revistas*. Obtenido de <http://www.tiposde.org/>
- Vasconez, M. (26 de octubre de 2011). *Ecuador-24: La pista de BMX del parque*. Recuperado el 22 de agosto de 2013, de <http://mariovasconez.blogspot.com>
- Vasconez, M. (26 de octubre de 2011). <http://mariovasconez.blogspot.com/2011/10/ecuador-24-la-pista-de-BMX-del-parque.html>. Recuperado el 22 de agosto de 2013
- Vela, C. (2012). Movilidad alternativa en el Quito que queremos. *Clave*.
- Volkswagen Ecuador. (2014). *Volkswagen Ecuador*. Obtenido de <http://www.volkswagen.com.ec/>
- Wikipedia. (4 de diciembre de 2013). *Mobiliario urbano*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/>

## **ANEXOS**

**Anexo 1. ENCUESTA:**

EDAD: \_\_\_\_\_ SEXO: ( F )( M )

1. Conoce usted el Club Quito BMX?(si la respuesta es NO, no continuar con la encuesta)

SI ( ) NO ( )

2. Como se enteró de la existencia del Club Quito BMX?

TV ( ) PRENSA ( ) WEB ( ) REVISTA ( ) AMIGOS ( )

3. ¿Cree usted que el Club Quito BMX debería tener una imagen más representativa?

SI ( ) NO ( )

4. ¿Le gusta el mobiliario que actualmente existe en el Club Quito BMX?

SI ( ) NO ( )

5. ¿Cuál cree usted que son los elementos que más necesita el Club Quito BMX?

Bancas ( ) Porta bicis ( ) Basureros ( ) Otros ( )

6. ¿Cree usted que el Club Quito BMX cuenta con suficiente señalización?

SI ( ) NO ( )

7. ¿Considera usted que el mobiliario y la señalización del Club Quito BMX están en buen estado?

SI ( ) NO ( )

8. ¿Qué características considera que debe tener el mobiliario del Club Quito BMX?

Funcional ( ) Decorativo ( ) Cómodo ( )