

**DIAGNÓSTICO DEL RELACIONAMIENTO DE LA MARCA  
COLECTIVOS SICLAS CON LOS DIFERENTES PÚBLICOS QUE  
ASISTEN A LOS RECORRIDOS**

**JUAN ESTEBAN RAMIREZ CASTAÑO**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE ESPECIALISTA EN  
RELACIONES PÚBLICAS**

**MG. LINA MARÍA GONZALEZ CORREA**

**DOCENTE-TUTORA**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ**

**ESCUELA DE POSGRADOS**

**ESPECIALIZACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS**

**MEDELLÍN**

**2015**

# CONTENIDO

## 1. Planteamiento del Problema

### 1.1 Introducción

### 1.2 Justificación

### 1.3 Pregunta de investigación

#### 1.4.1 Objetivo General:

#### 1.4.2 Objetivos Específicos:

## 2. Marco Teórico

### 2.1 Comunicación

#### 2.1.1 Relaciones Públicas

#### 2.1.2 Colectivo social

#### 2.1.3 Los beneficios de usar la bicicleta

#### 2.1.4 Conocer personas y nuevos espacios a través de la bicicleta

#### 2.1.5 Normas y reglas del buen uso de la bicicleta

## 3. Metodología de Investigación

### 3.1 Instrumentos

#### 3.1.1 Entrevista tipo no estructurada

#### 3.1.2 Encuesta

#### 3.1.3 Análisis de contenido

## 4. Triangulación y análisis de la información

## 5. Conclusiones

## 6. Referencias

# DIAGNÓSTICO DEL RELACIONAMIENTO DE LA MARCA COLECTIVOS SICLAS CON LOS DIFERENTES PÚBLICOS

## 1. Planteamiento del Problema

### 1.1 Introducción

Desde hace dos años estoy practicando ciclomontañismo en los diferentes pueblos de Antioquia (Colombia), con un grupo especializado en esta modalidad del ciclismo. Por lo tanto, este trabajo de grado lo deseo realizar por el aprecio y el cariño que yo le tengo a la bicicleta, porque soy consciente de la transformación urbanística que otorga, además de los beneficios que conlleva este medio de transporte: salud y esparcimiento.

### 1.2 Justificación

Para Medellín la bici poco a poco se está convirtiendo en la solución a los problemas de movilidad que aqueja por este tiempo a la ciudad, por la cantidad de automotores que circulan a diario, lo cual, ocasiona movilidad reducida en las diferentes calles. Además, este medio de transporte es usado como alternativa de recreación y esparcimiento por los habitantes, porque posibilita conocer personas y recorrer lugares emblemáticos.

Entidades como la Alcaldía de Medellín y Área Metropolitana, han contribuido para que la bicicleta se posicione en la ciudad a través de servicios como: Encicla (Sistema de bicicletas públicas). (Encicla, 2011) y ciclovías nocturnas y diurnas realizadas entre semana y fin de semana (Inder Alcaldía de Medellín , 2015).

La posibilidad de que los ciudadanos usen el velocípedo como medio de transporte y recreación, le ha dado a la ciudad reconocimiento mundial, otorgándole el privilegio de realizar el foro mundial de la bicicleta, proyecto que reunió a exponentes de diferentes países y aficionados. (Foro Mundial de la Bicicleta , 2015).

Es por eso, que los ciudadanos aceptan con agrado el buen uso de este medio de transporte, por lo que un grupo de personas crearon hace aproximadamente 6 años “Colectivo Siclas” un colectivo ciudadano que promueve la bicicleta como medio de recreación (Colectivo Siclas, 2014).

Por lo tanto, este trabajo de grado busca determinar el relacionamiento que ha tenido la marca “Colectivo Siclas” con las personas que asisten a los recorridos nocturnos y diurnos por la ciudad,

ya que las primeras salidas asistieron aproximadamente 25 personas y que en estos momentos, reúne alrededor de 400 personas.

Este colectivo convoca semanalmente por medio de las redes sociales a los ciudadanos amantes de este deporte, para rodar por las diferentes calles de la ciudad, convirtiendo el rodar habitual, en momentos de esparcimiento y recreación, tanto así, que según los organizadores de esta actividad es un fenómeno que todos los miércoles captura a nuevos participantes.

### 1.3 Pregunta de investigación

¿Cómo es el relacionamiento de la marca “Colectivo Siclas” con los diferentes públicos que asisten a los recorridos nocturnos y diurnos por los barrios de la ciudad de Medellín?

### 1.4 Objetivos

#### 1.4.1 Objetivo general

- Determinar el relacionamiento que tiene la marca “Colectivo Siclas” en los habitantes de Medellín que practican el uso de la bicicleta como medio de esparcimiento o de recreación.

#### 1.4.2 Objetivos específicos

- Analizar si los contenidos divulgados por la red social Facebook motivan a los habitantes de Medellín a participar de los recorridos nocturnos y diurnos.
- Identificar cuáles otros elementos de comunicación tiene la convocatoria y asistencia.

## 1. Marco teórico

### 2.2 Comunicación

Según Barbero “la comunicación significa poner en primer plano los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación del poder. Lo que sitúa la democratización de la sociedad en un trabajo en la propia trama cultural y comunicativa de la política”. (Barbero , 2003).

La comunicación permite compartir cultura, política y otras vertientes de la vida. Por lo tanto, al tener estos elementos, se pueden fortalecer los lazos con otras personas para formar o constituir una institución.

### Redes sociales

Manuel Castells define que “Internet Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social. Además es un medio para todo que interactúa con el conjunto de la sociedad”. (Castells 2000).

De esta manera se puede definir que las redes sociales son el canal para divulgar las culturas que se viven en un punto determinado.

María Fernanda Herrera define que “los sitios como Facebook son relativamente nuevos y su difusión ha traspasado culturas, ya que se considera una nueva forma de comunicación y socialización”.

### 2.3 Relaciones públicas

Para Bernays las Relaciones Públicas son un campo de actividad que tiene que ver con la interacción entre un grupo, un individuo, una idea u otra unidad, con los públicos de los que depende. (Edward, 1990).

Las relaciones públicas deben de entender a sus públicos para poder gestionar y planificar las estrategias comunicacionales.

Grunig y Hunt (2001) las definen como “dirección y gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos”.

## 2.4 Colectivo social

Como dice Armando Silva en su libro “Imaginaros Urbanos”

“Los imaginarios sociales serían precisamente aquellas representaciones colectivas que rigen los procesos de identificación social y con los cuales interactuamos en nuestras culturas haciendo de ellos unos modos particulares de comunicarnos e interactuar socialmente”. (Silva, 2006)

Durante la historia el ser humano siempre se ha identificado por el movimiento de masas, buscando una identificación cultural para pertenecer algún lugar.

“Los imaginarios sociales operan como una meta-código. Ello quiere decir que su operación no se limita a un sistema diferenciado particular sino que trabaja en el campo de la comunicación intersistémica en cuanto que traduce la necesidad de comprensión de los programas de un sistema por el sistema del que es entorno o en la interpenetración de dos sistemas. Opera propia mente en el campo de construcción de realidad respondiendo a intereses generales, de las organizaciones particulares o de los individuos”. (Pintos, 2005)

“El modo que imaginan su existencia social, el tipo de relaciones que mantiene unas con otras, el tipo de cosas que ocurren entre ellas, las expectativas que se cumplen habitualmente y las imágenes e ideas normativas más profundas que subyacen a estas expectativas” (Taylor, 2004)

## 2.5 Los beneficios de usar la bicicleta

Actualmente el uso de la bici en las ciudades ha transformado y generado conciencia sobre la alternativa de un nuevo medio de transporte, el cual le aporta salud a quien la usa y mejora la movilidad de las ciudades.

Por lo tanto la Unión ciclística internacional (UCI), la Unión europea y otras organizaciones mundiales, perciben que la bicicleta es un medio alternativo que ayuda a la disminución de la contaminación en las ciudades capitales.

Muchas organizaciones han aportado conocimiento frente al tema: “Bicicletas como medio de transporte en las ciudades”.

La unión Europea en el año 2002 hizo referencia al tema: “En bici, hacia ciudades sin malos humos” temas como:

“¿Por qué conviene usar la bicicleta?; una nueva mentalidad; nuevos ejemplos accesibles al uso de la bicicleta o la seguridad: una responsabilidad”. (Comisión Europea, 2002).

También varios autores han defendido el uso de este medio de transporte, indicando los beneficios que le aporta al cuerpo de forma física como psicológica.

Al igual que otras organizaciones, algunas aseguradoras han contribuido por incentivar el uso de la bicicleta en la ciudades, en este caso Sura realizó un informe que muestra las ventajas que representa la bicicleta para la salud, el medio ambiente y lo importante para el cuidado de la economía familiar (Sura, 2015).

## 2.6 Conocer personas y nuevos espacios a través de la bicicleta

El foro mundial de bicicleta evento que destaca la labor de la bicicleta como modelo sostenible como medio de transporte realiza encuentros que buscan unir a miles de ciudadanos del mundo que trabajan a favor de las ciudades sostenibles con la bicicleta como símbolo. Con el tema “ciudades para todos” se busca reflexionar sobre cómo las ciudades pueden ser organizadas para el beneficio de todos sus ciudadanos, mientras utilizan la bicicleta como un vehículo para el cambio social y la equidad urbana. El encuentro promueve el trabajo de diversos grupos (individuos, colectivos, ONG, empresas, y entidades gubernamentales) que trabajan juntos para lograr un cambio positivo en todos los niveles: individual, local, regional, nacional y mundial (Foro Mundial de la Bicicleta , 2015).

Para el autor Oliver Roberts con el ciclismo vas dejando atrás bosques, campos, alguna casa de vez en cuando, mientras el aire impacta suavemente en tu rostro. Tus amigos van a tu lado charlado y tú sonríes feliz por recorrer el paisaje en dos ruedas. (Roberts, 2005).

Cada año la UCI (Unión ciclista Internacional) y otras organizaciones que trabajan por el buen uso de la bicicleta, premian anualmente las ciudades más sostenibles por el uso de este medio de transporte.

En esta ocasión Copenhague ciudad capital de Dinamarca, tiene más de 12.000 Km de carriles para las bicicletas, convirtiendo a este país europeo en el paraíso para rodar, por los carriles exclusivos, la seguridad, y la vegetación que se observa en sus alrededores. (Denmark , 2015).

## 2.7 Normas y reglas del buen uso de la bicicleta

Para la correcta movilidad en este medio de transporte por las ciudades capitales se requiere conocer las normas que promuevan el uso seguro. El Gobierno español publicó el “Manual de aparcamientos de bicicletas” con el fin de fomentar la creación de aparcamientos de bicicletas seguros, para la mayor comodidad del ciclista y para reducir los robos de bicicletas. Aumentando la sensación de seguridad, aumentará el número de usuarios y usuarias que ya no dudarán en montarse en la bicicleta para realizar sus desplazamientos. Proponemos este manual a los municipios interesados en equiparse con aparcamientos de bicicletas, a los que quieren

ampliar la oferta existente o a los que hayan detectado que su sistema actual es ineficaz (Fernando, Anaya , & González, 2014).

En Colombia el Ministerio de Transporte a través del Código de Transito tienen unas normas que buscan proteger la integridad del que usa la bicicleta.

Artículos 94, 95 y 96 explican el uso y las reglamentaciones que se deben tener en cuenta para transitar con este medio de transporte en las diferentes ciudades.

## CAPITULO V

### Ciclistas y motociclistas

**Artículo 94. Normas generales para bicicletas, triciclos, motocicletas, motociclos y mototriciclos.** Los conductores de bicicletas, triciclos, motocicletas, motociclos y mototriciclos, estarán sujetos a las siguientes normas:

- Deben transitar por la derecha de las vías a distancia no mayor de un (1) metro de la acera u orilla y nunca utilizar las vías exclusivas para servicio público colectivo.
- Los conductores de estos tipos de vehículos y sus acompañantes deben vestir chalecos o chaquetas reflectivas de identificación que deben ser visibles cuando se conduzca entre las 18:00 y las 6:00 horas del día siguiente, y siempre que la visibilidad sea escasas.
- Los conductores que transiten en grupo lo harán uno detrás de otro.
- No deben sujetarse de otro vehículo o viajar cerca de otro carruaje de mayor tamaño que lo oculte de la vista de los conductores que transiten en sentido contrario.
- No deben transitar sobre las aceras, lugares destinados al tránsito de peatones y por aquellas vías en donde las autoridades competentes lo prohíban. Deben conducir en las vías públicas permitidas o, donde existan, en aquellas especialmente diseñadas para ello.
- Deben respetar las señales, normas de tránsito y límites de velocidad.
- No deben adelantar a otros vehículos por la derecha o entre vehículos que transiten por sus respectivos carriles. Siempre utilizarán el carril libre a la izquierda del vehículo a sobrepasar.
- Deben usar las señales manuales detalladas en el artículo 69 de este código.
- Los conductores y los acompañantes cuando hubieren, deberán utilizar casco de seguridad, de acuerdo como fije el Ministerio de Transporte.
- La no utilización del casco de seguridad cuando corresponda dará lugar a la inmovilización del vehículo.

**Artículo 95. Normas específicas para bicicletas y triciclos.** Las bicicletas y triciclos se sujetarán a las siguientes normas específicas:

- No podrán llevar acompañante excepto mediante el uso de dispositivos diseñados especialmente para ello, ni transportar objetos que disminuyan la visibilidad o que los incomoden en la conducción.
- Cuando circulen en horas nocturnas, deben llevar dispositivos en la parte delantera que proyecten luz blanca, y en la parte trasera que reflecte luz roja.

Parágrafo. Los Alcaldes Municipales podrán restringir temporalmente los días domingos y festivos, el tránsito de todo tipo de vehículos por las vías nacionales o departamentales que pasen por su jurisdicción, a efectos de promover la práctica de actividades deportivas tales como el ciclismo, el atletismo, el patinaje, las caminatas y similares, así como, la recreación y el esparcimiento de los habitantes de su jurisdicción, siempre y cuando haya una vía alterna por donde dichos vehículos puedan hacer su tránsito normal.

**Artículo 96. Normas específicas para motocicletas, motociclos y mototriciclos.** Las motocicletas se sujetarán a las siguientes normas específicas:

1. Podrán llevar un acompañante en su vehículo, el cual también deberá utilizar casco y elementos de seguridad.
2. Deberán usar de acuerdo con lo estipulado para vehículos automotores, las luces direccionales.
3. Cuando transiten por las vías de uso público deberán hacerlo con las luces delanteras y traseras encendidas.
4. El conductor deberá portar siempre chaleco reflectivo identificado con el número de la placa del vehículo en que se transite

### **3. Metodología de investigación**

Esta investigación es un estudio de caso que abordará la aceptación y la participación de un sector de la ciudad que practica el ciclismo urbano a través de un colectivo amante de las bicicletas.

Par esto se deberá observar y analizar las múltiples realidades, por lo cual es necesario sumergirse en el campo para obtener la información necesaria.

*Según Martín Galeano* el investigador debe observar los hechos para luego describir la realidad en la cual se busca involucrar. La meta es reunir y ordenar observaciones en algo comprensible para configurar un concepto acerca del fenómeno que se quiere conocer.

## **3.1 Instrumentos**

**3.1.1 Entrevista tipo no estructurada:** “Esta modalidad de entrevista deja mayor libertad a la iniciativa de la persona interrogada y a quien interroga, se trata, en general, de preguntas abiertas que son respondidas dentro de una conversación, teniendo como característica principal la ausencia de una estandarización formal. La persona interrogada responde de forma exhaustiva, con sus propios términos y dentro de su cuadro de referencia a la cuestión general que le ha sido formulada”, así lo indica Carlos Andrés Aristizabal, en Teoría y metodología de investigación.

Este instrumento permitirá conocer la opinión de las personas a partir de una serie de preguntas. Desde el modelo cualitativo se buscará determinar los aspectos puntuales que se quieren descubrir.

A través de pregunta y respuesta se buscará conocer las razones y los motivos.

### **3.1.2 Encuesta:**

“La encuesta social consiste en un cuestionario, con un conjunto de preguntas, referidas a una o más variables o dimensiones a medir. El contenido de las preguntas es tan variado como los aspectos que pretenda medir. Con el fin de tener mayor rigor en la recolección de los datos, las preguntas deben ser precisas, pertinentes y concisas”. Así lo indica Carlos Andrés Aristizabal, en Teoría y metodología de investigación.

Este instrumento permitirá conocer la percepción que tiene las personas que asistente a los recorridos frente a la marca “Colectivo Siclas”. Esta herramienta ayudará a identificar las motivaciones que tienen los que participan de las actividades.

### **3.1.3 Análisis de contenido (publicaciones web):**

Este instrumento permitirá hacer una revisión de las publicaciones más recientes realizadas por “Colectivo Siclas”, con el objetivo de analizar lo que se ha emitido a través del medio de comunicación Facebook, para revisar la fecha de publicación, el mensaje, el tipo de lenguaje, las imágenes etc. Bardin, L. (1986) indica que el análisis de contenido se mueve entre dos polos: el del rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad. Disculpa y acredita en el investigador esa atracción por lo oculto, lo latente, lo no-aparente, lo potencial inédito (no dicho), encerrado en todo mensaje.

## Encuesta

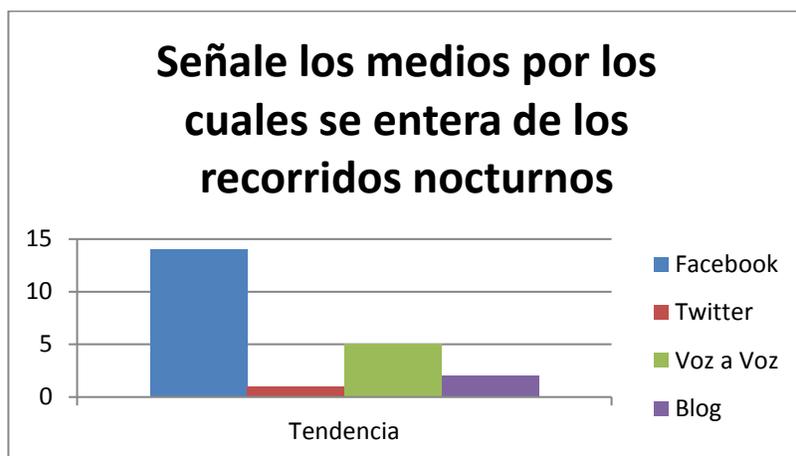
Aleatoriamente se encuestaron a 20 personas que asisten a las actividades o eventos que realiza "Colectivo Siclas", con esta herramienta se evaluó la percepción.



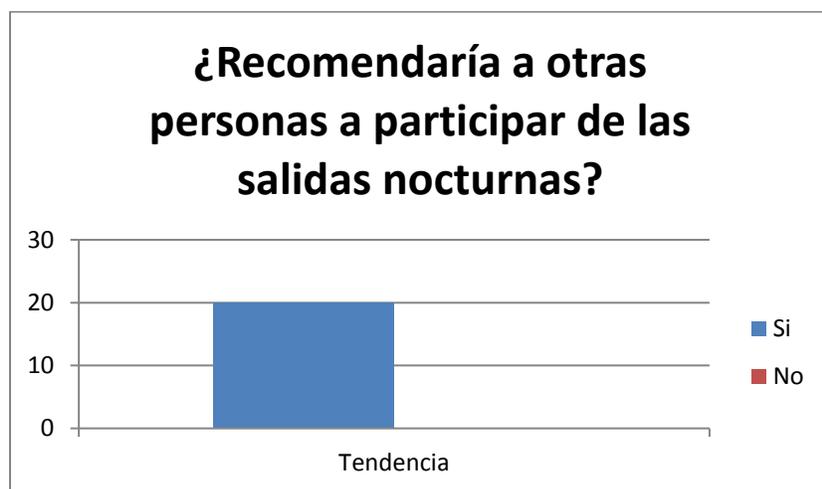
**Descripción:** El 100 % de las personas encuestadas dijeron que sí es interesante participar de los eventos o actividades porque las salidas permiten conocer personas, hacer deporte e identificar diferentes puntos de la ciudad.



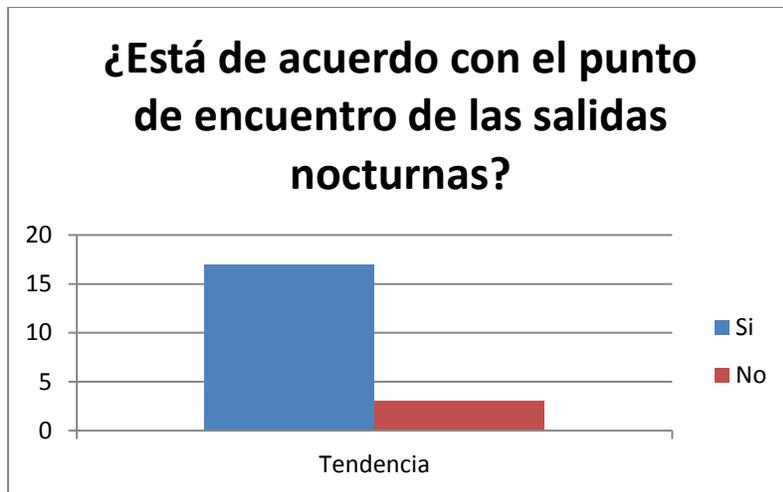
**Descripción:** El 50 % de las personas encuestadas dijeron que asisten a las rodadas nocturnas cada 8 días. El 30 % de las personas encuestadas dijeron que asisten a las rodadas nocturnas cada 15 días. El 20% de las personas encuestadas dijeron que asisten a las rodadas nocturnas cada mes.



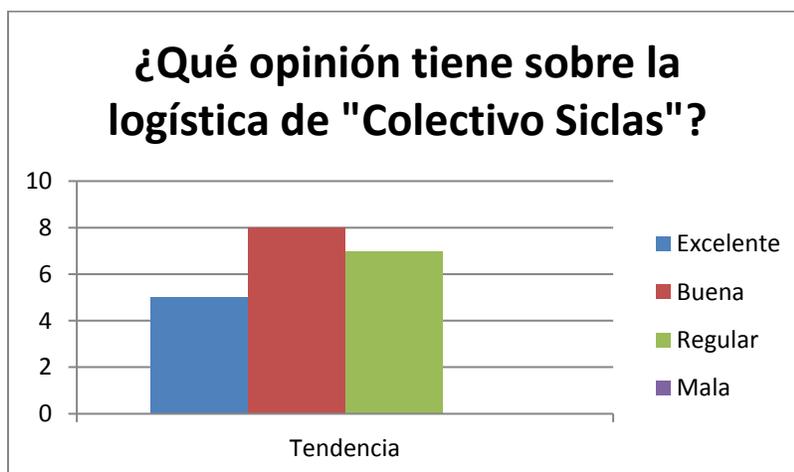
**Descripción:** El 60 % de las personas encuestadas dijeron que se enteran de los recorridos a través de la red social Facebook. El 5 % de las personas encuestadas dijeron que se enteran de los recorridos nocturnos a través de la red social Twitter. El 25% de las personas encuestadas dijeron que se enteran de los recorridos nocturnos a través del voz a voz. El 10 % de las personas encuestadas dijeron que se enteran de los recorridos a través del blog.



**Descripción:** El 100% de las personas encuestadas recomendarían a otras personas a participar de las salidas nocturnas que realiza “Colectivo Siclas”.



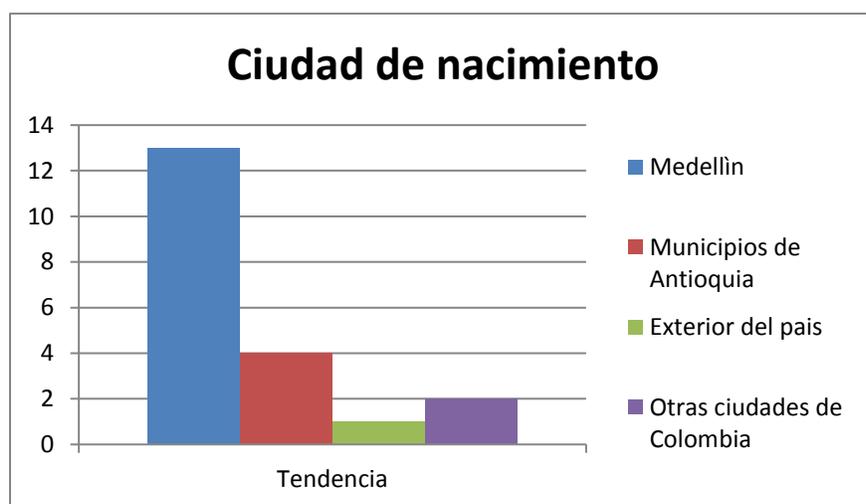
**Descripción:** El 85% de las personas están de acuerdo con el punto de encuentro de las salidas nocturnas. El 15% de las personas no están de acuerdo con el punto de encuentro de las salidas nocturnas y proponen otros posibles puntos.



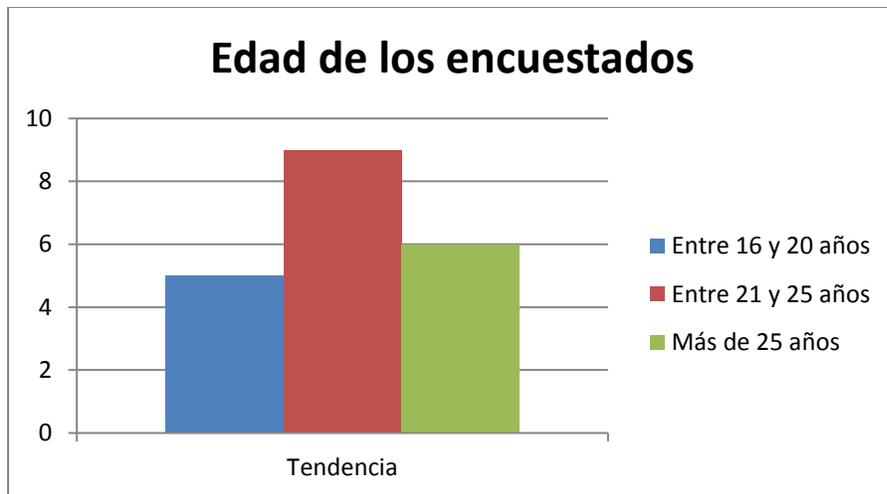
**Descripción:** El 25% de las personas encuestadas dicen tener una excelente opinión de la logística de “Colectivo Siclas”. El 40% de las personas encuestadas dicen tener una buena opinión sobre la logística. El 35% de las personas dicen tener una opinión regular sobre la logística de “Colectivo Siclas”.



**Descripción:** El 55% de las personas encuestadas tienen una buena reputación de la marca “Colectivo Siclas” en términos de imagen, organización, liderazgo y comunicación. El 40% de las personas encuestadas tienen una excelente percepción de la marca. El 5% tienen una percepción regular.



**Descripción:** El 65% de las personas encuestadas pertenecen a la ciudad de Medellín. El 20% de las personas encuestadas pertenecen a Municipios de Antioquia. El 5% de las personas encuestadas son extranjeros. El 10% de las personas encuestadas pertenecen a otras ciudades de Colombia.



**Descripción:** El 25% de las personas encuestadas están entre 16 y 20 años. El 45% de las personas encuestadas están entre 21 y 25 años. El 30% de las personas encuestadas superaron la edad de 25 años.

### **Análisis de las publicaciones**

Las publicaciones de las rodadas nocturnas se realizan simultáneamente en las redes sociales: Facebook, Twitter y en el blog. En este caso analizaremos el contenido (convocatoria) que se publica en la red social Facebook.



**SiCLeada229**

MIERCOLES, 25 DE NOVIEMBRE DE 2015  
ENCUENTRO 7:30PM – SALIDA 8:15PM  
BARRIO CARLOS E. RESTREPO

SOMOS  
CULTURA  
BICI

**Con todos los Sentidos!**

Ed. 229 V(c)



Ruta: Carlos E, La 51, Estadio, La América, Santa Mónica, Belencito, Hidratación Parque Lineal de los Sentidos, 20 de Julio, San Javier, La Pradera, Alcázares, Calasan, Colombia, Carlos E.

f SICLAS S    @SICLAS    WWW.SICLAS.BLOGSPOT.COM



**SiCLeada 227**

MIERCOLES, 11 DE NOVIEMBRE DE 2015  
ENCUENTRO 7:30PM – SALIDA 8:15PM  
BARRIO CARLOS E. RESTREPO

SOMOS  
CULTURA  
BICI

**Riiiiico pa' Envigado!**

Ed. 227 V(c)



RUTA:  
CARLOS E, FERROCARRIL, CARABOBO, AV. EL POBLADO, HIDRATACIÓN PARQUE DE ENVIGADO, LA MAGNOLIA, LAS VEGAS, LA 80, LA 65, CARLOS E.

f SICLAS S    @SICLAS    WWW.SICLAS.BLOGSPOT.COM

**Contenido:** Todas las piezas publicitarias que informan a los interesados en las rutas tienen características similares. En la publicación se puede detallar el lenguaje informal que usan los organizadores del colectivo, además de la imagen que refleja el buen ambiente, amistad y programa

relajado. Otro aspecto importante es el detalle de la ruta que informa los sitios por la que pasará la ciclada.

El mensaje “Somos cultura bici” es una frase que compromete al que participa de estos eventos ya que involucra al ciudadano en formar parte de la cultura de la bicicleta.

**Descripción:** Cada publicación se caracteriza por tener el número de la ciclada, el copy (mensaje de invitación), imagen relacionada a las salidas nocturnas, la descripción de la Ruta, el grado de dificultad y el logo que representa la marca.

**Temporalidad:** Las rodadas nocturnas se realizan los miércoles a las 7:30 p.m. por lo tanto la divulgaciones de los encuentros se hacen con uno o tres días de anticipación.

**Palabras claves:** Ruta, “Sicleada”, “Cultura bici”, encuentro.

**SICLEADA 232**  
MIÉRCOLES, 16 DE DICIEMBRE 2015  
ENCUENTRO 7:30PM – SALIDA 8:15PM  
BARRIO CARLOS E. RESTREPO

+ BICICLETAS  
+ CULTURA  
+ CIUDAD

Ed. 232 V(6)

Don Carlos,  
Vamos pa' Medellín

20 KM

KRYPTONITE

Ruta: Carlos E, Los Colores, Calasanz, La Floresta, Nutibara, Hidratación 1er parque de Laureles, la 70, San Juan, Bolívar, Maracaibo, La Playa (apie), Carabobo, Colombia, Carlos e.

f SICLAS S @SICLAS WWW.SICLAS.BLOGSPOT.COM

**SiCleada 233** + BICICLETAS  
+ CULTURA  
+ CIUDAD

MIÉRCOLES, 13 DE ENERO DE 2016  
ENCUENTRO 7:30PM – SALIDA 8:15PM  
BARRIO CARLOS E. RESTREPO

Ed. 233 V(7)

*Rodando sin parar*

14 KM

**RUTA:**  
CARLOS E, LA 70, AV. JARDÍN, LA 30ª, HIDRATACIÓN BELÉN LOS ALPES, LA ALTAVISTA, LA 70, BOLIVARIANA, LA 65, CARLOS E.

f SICLAS S    @SICLAS    WWW.SICLAS.BLOGSPOT.COM

**Contenido:** En estas publicaciones se puede detallar el lenguaje informal característico de la marca, además de la imagen que refleja el buen ambiente, amistad y programa deportivo relajado.

**Mensaje:** Este ha cambiado dejando a un lado el “Somos cultura bici” por “Bicicletas, cultura y ciudad”.

**Descripción:** Como en las otras publicaciones continúa con el mismo formato informativo: número de la ciclada, copy (mensaje de invitación) imagen relacionada a la salida, descripción de la ruta, el grado de dificultad, las redes sociales y el logo.

**Temporalidad:** Las rodadas nocturnas se realizan los miércoles a las 7:30 p.m. por lo tanto la divulgaciones de los encuentros se hacen con uno o tres días de anticipación.

**Palabras claves:** Ruta, “Cultura bici”, encuentro, bicicletas, cultura, ciudad.

## **Entrevista dirigida a los dirigentes de “Colectivo Siclas”**

### **¿Cuál es el objetivo de “Colectivo Siclas”?**

Estamos interesados en hacer cambios para mejorar nuestra calidad de vida y que busquemos contribuir al desarrollo de la conciencia personal, promoviendo el uso de la bicicleta como medio de transporte y recreación en la ciudad de Medellín y los municipios que conforman el Valle de Aburrá.

### **¿Por qué cree que ha tenido tanta acogida en la ciudad?**

Porque las personas comparten y conocen nuevos puntos estratégicos de la ciudad. La bicicleta permite crear un ambiente de paz y armonía con el medio ambiente.

### **¿Cuántas personas pueden asistir a un recorrido?**

Aproximadamente 300 personas por salida nocturna.

### **¿Ha escuchado comentarios positivos de los asistentes que asisten a las rodadas?**

Si

### **¿Cómo hacen la convocatoria a las salidas nocturnas?**

A través de las redes sociales como Facebook, Twitter y el blog que tenemos. En estos medios de comunicación se publican las rodadas con sus respectivas especificaciones: ruta y los kilómetros.

### **¿Qué le aporta “Colectivo Siclas” a la ciudad?**

Nuestro objetivo es mejorar la calidad de vida de la sociedad a partir de la promoción del uso de la bicicleta y el respeto por el espacio público mediante un ejercicio participativo, analítico, crítico, propositivo y humano.

Fuente: Mauricio Mesa líder del colectivo

#### 4. Triangulación y análisis de la información

Para esta investigación se triangula la información de los diferentes métodos de investigación:

Análisis documental (publicaciones web – Facebook)

Encuesta (participantes de los recorridos)

Entrevista (organizadores)

- De acuerdo a la encuesta, el 60 % de las personas dijeron que se informan de los recorridos a través de la red social Facebook, superando el 25 % de los encuestados que se enteran a través del voz a voz y de otros medios sociales como el blog y twitter con un 15 %. Según el análisis de información la gente se identifica más con la red social Facebook.
- Se puede identificar que el 50 % de los asistentes frecuentan las rodadas nocturnas cada 8 días, es decir todos los miércoles, superando el 25 % de las personas que dijeron cada 15 días y el 20% que asisten cada mes. Esto permite conocer la regularidad de la disciplina deportiva que llevan los asistentes.
- Se puede decir que uno de los factores que tuvo una calificación buena, aunque, con un porcentaje alto de percepción regular fue el tema de la logística, ya que el 35 % dijo regular, el 40 % buena y el 25% excelente. Sin embargo, la mayoría de los asistentes, están de acuerdo con el punto de encuentro para la realización de la ciclada “Carlos E Restrepo” puesto que está en medio de la ciudad de Medellín.
- De acuerdo a los instrumentos de recolección la marca “Colectivo Siclas” tiene un nivel alto de percepción y aceptación, con un 55% buena y 45% excelente, dado que ha concedido durante años crear un ambiente de paz con el medio ambiente permitiendo a los asistentes practicar deporte y conocer nuevas personas. Además el 100 % de las personas recomiendan las rodadas nocturnas.

## 5. Conclusiones

Teniendo en cuenta la información obtenida por los instrumentos de recolección, el público que asiste a las rodadas nocturnas que realiza “Colectivo Siclas” es pluricultural, ya que la mayoría de las personas nacieron en Medellín y área metropolitana, también provienen de otras ciudades de Colombia y del exterior. Un aspecto importante es la edad de los asistentes pues participan jóvenes y adultos.

La percepción de la marca “Colectivo Siclas” en la ciudad de Medellín es muy buena por lo que transmite como organización deportiva. Debido al ambiente creado con su público que es rodar en un ambiente de paz.

Aunque el éxito de la marca “Colectivo Siclas” se percibe por la cantidad de asistentes, este debe de mejorar algunos aspectos para consolidar a su público, por lo tanto se concluye que:

Convocatoria:

- Red social Facebook: Después de analizar la red social se observó que solo se publican las características del recorrido (ruta, km), anotaciones que son importantes para los asistentes pero se considera valioso informar otro tipo de acontecimientos: artículos relacionados con la bicicleta, fotografías. De esta manera, la Fan page será más dinámica y atractiva para los participantes.
- Organización: A pesar de que la calificación fue buena con respecto a la logística, es importante fortalecer el encuentro del punto de partida, el recorrido y la llegada al mismo lugar, con mayor presencia del colectivo que indique la ruta y recomiende a los asistentes a participar de la ciclada de manera organizada para evitar algún incidente de tránsito.
- Fortalecer la marca en eventos de ciudad: Últimamente Medellín está realizando congresos, conferencias y eventos relacionados a la movilidad sostenible “bicicleta”; participar de manera activa ayuda a posicionar el colectivo en la ciudad.

## 6. Referencias

Bardin, L. (1986). *Análisis de Contenido. Edición 1*. Madrid: Ed. Akal. p.7. Recuperado de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IvhoTqll\\_EQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=fichas+de+an%C3%A1lisis&ots=0FBYgwoWv-&sig=krY\\_BdfcXAk1gaSsgCkTMb5g1M#v=onepage&q=fichas%20de%20an%C3%A1lisis&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IvhoTqll_EQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=fichas+de+an%C3%A1lisis&ots=0FBYgwoWv-&sig=krY_BdfcXAk1gaSsgCkTMb5g1M#v=onepage&q=fichas%20de%20an%C3%A1lisis&f=false)

Bernays, E. L. (1990). *Los años últimos: radiografía de las Relaciones Públicas (1956-1986)*, ESRP-PPU, Barcelona. En Castillo, A. (2010). Introducción a las relaciones públicas. España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas, p.18. Recuperado <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/spaw2/uploads/images/file/Introducci%C3%B3n%20relaci%C3%B3n%20p%C3%BAblicas.pdf>

Campos, F., Rivera, R., Rodríguez, C. (2014). *La presencia e impacto de las universidades de los países andinos en las redes sociales digitales*. Revista Latina de Comunicación Social, 69, p 577 Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=2e12f3d1-3323-4b43-9237-e483710db66d%40sessionmgr4003&vid=6&hid=4206>

Castells M. (2000) *Internet y la sociedad. Cataluña, P 1* Recuperado de: <http://instituto162.com.ar/wp-content/uploads/2014/04/INTERNET-Y-LA-SOCIEDAD-RED-Castells.pdf>

CODIGO DE TRANSITO (2016) Normas de comportamiento. Capítulo V ciclistas y motociclistas. Recuperado de: <http://www.colombia.com/noticias/codigotransito/t3c5.asp>

Comisión Europea (2000) En bici hacia ciudades con malos humos Recuperado de: [http://ec.europa.eu/environment/archives/cycling/cycling\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/environment/archives/cycling/cycling_es.pdf)

Denmark (2015). Copenhague: ciudad de la bicicleta desde hace más de un siglo Recuperado de: <http://denmark.dk/es/vida-ecologica/cultura-ciclista-danesa/copenhague-ciudad-de-la-bicicleta-desde-hace-mas-de-un-siglo/>

Foro Mundial de la Bicicleta (2015) *¿qué es el #fmb4?* Recuperado de: <http://www.fmb4.org/es/sobre-el-fmb4/que-es-el-fmb4/>

Grunig, J. & Hunt, T. (2001). *Dirección de Relaciones Públicas*, Gestión 2000, Barcelona. En Castillo, A. (2010). Introducción a las relaciones públicas. España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. p. 27. Recuperado <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/spaw2/uploads/images/file/Introducci%C3%B3n%20relaci%C3%B3n%20p%C3%BAblicas.pdf>

Herrera, María Fernanda (2010) *La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales*. Psicología iberoamericana, p.8. México. Recuperado de: <http://www.uia.mx/web/files/publicaciones/ripsic/ripsic18-1.pdf#page=8>

Martín-Barbero, J., & Martín, M. B. (2003). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Convenio Andrés Bello. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UwMf98UqiJkC&oi=fnd&pg=PR11&dq=comunicacion+&ots=EgvLXqX2Bh&sig=-XomhIa3yV-agIvI4fLuvAyExqw#v=onepage&q=comunicacion&f=false>

Oliver, Roberts (2005) *En forma con la bicicleta*, Editorial Hispano Europea. P 6.

Pintos, Juan Luis (2005) *Comunicación, construcción de la realidad*. Venezuela. Recuperado de:  
[www.produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/2704/2704](http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/2704/2704).

Silva, Armando (2006) *Ciudad imaginada: Imaginarios Urbanos*. Bogotá: Editorial Arango Editores. P 104. Recuperado de:  
<https://imaginariosyrepresentaciones.files.wordpress.com/2015/05/silva-armando-imaginarios-urbanos.pdf>

SURA (2015) *Ventajas de usar la bicicleta como transporte urbano*. Recuperado de:  
<http://www.sura.com/blogs/autos/ventajas-bicicleta-medio-transporte.aspx>

Taylor, Charles (2004) *Imaginarios Sociales Modernos*. Barcelona. Recuperado de:  
<https://books.google.es/books?id=VfMtKTDO1C8C&printsec=frontcover&dq=imaginarios&hl=es&sa=X&ved=0CCsQ6AEwAmoVChMIkoj3wcjlxwIVg5qACh05NgQi#v=onepage&q=imaginarios&f=false>

