

Alto rendimiento al limite



**4 ZONAS EXTREMAS
4 APERTURAS**

“LA ESCENCIA DE LAS EXPEDICIONES Y ALPINISMO”

**X-plore
Expeditions Team
2007**

Contenido

- 1. Título del proyecto**
- 2. Introducción**
- 3. X-plore Expedition team**
- 4. Ideas de colaboración**
- 5. Presupuestos de expediciones**
- 6. Agenda**
- 7. Sponsoring & soporte**

1. Título del proyecto

4V-XTREM

X-plore Expedition 2007

www.x-ploreexpediciones.com

LOGO OFICIAL



Detalles de contactos Expedition Lider

Nombre: Gerard van den Berg

Telefono: 0034 610781822

Email: gerard@x-ploreexpediciones.com

Firma,

Gerard van den Berg

2. INTRODUCTION

Al pasar de los años hemos ido formando una selección internacional de alpinistas con sinergia en su filosofía hacia la montaña, y claro, con una comunión de valores humanos que nos permitan llevar a cabo nuestros proyectos con éxito.

Queremos que nuestro proyecto sea:

1. Ambicioso
2. Internacional
3. Original
4. Interesante
5. Limpio

Estamos convencidos que no seríamos capaces de tener éxito en la montaña si un trabajo de equipo que comienza desde el primer momento cuando alguien cree en ti y deposita su confianza al grado de convertirse en parte del ideal. Es por eso que estamos orgullosos de la cooperación y el empuje que hemos recibido en nuestros primeros proyectos:

1. Tavan Bogd X-ploring, 02
2. Kyrgyzstan X-plore it, 03
3. Kuilu X-plore, 04
4. Mongolia Altai Expedition 05
5. Baja California Biking Expedition 05
6. Greenland X-plore Forel, 06 (4V-Xtrem)
7. Pamir X-plore, 06

El proyecto alpino de exploración 4V X-trem va sobre la búsqueda de la esencia del alpinismo, la expedición y exploración. 4 zonas extremas y remotos, 4 aperturas.

1. Groenlandia (2006, realizado)
2. Siberia (2008)
3. Alaska en invierno
4. Antartida



No daremos información detallada sobre las zonas para asegurar el éxito del proyecto 4V X-trem.

3. EQUIPO X-PLORE



Gerard van den Berg (30), Outdoor trainer (Holanda)
Gerard es un deportista integral pero se ha especializado en escalada alpina. Su espíritu explorador puede ser encontrado en todos los proyectos en los que ha participado; siempre buscando lugares desconocidos y salvajes en las áreas montañosas.



Raul Lora (30), Guia de montaña (España)
Debido a su profesión como guía de montaña, Raúl es muy activo en los deportes relacionados con la montaña. Aunado a esto, su experiencia como expedicionario profesional lo ha llevado a todas las grandes regiones montañosas al rededor del mundo.



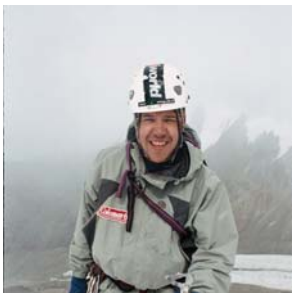
Curro Gonzalez (28), Guia de montaña (España)
Curros es un expedicionario con mucha experiencia internacional. Curros es especialista en seguridad y salvamento en montaña y altura.



Vicente Holgado Verdugo (33) Camara (España)
Vicente es el camara del equipo, realizndo reportajes de foto y video en todos nuestros proyectos.



Julio Masip (28) Product manager X-plore (España)
Julio es un escalador integral y ha realizado varios proyectos con el equipo. Julio es dentro de X-plore responsable por el material por su experiencia en esta materia.



Armando Niño de Rivera Borbolla “Linterna Verde” (28), Arquitecto, Guía de montaña y expedicionario profesional (México)
Armando es Educador de montaña y expedicionario profesional Armando. Dada su experiencia, será un complemento muy importante para este equipo.

4. IDEAS DE COLABORACION

- Testeo de productos in situaciones extremas con feedback en directo
- Investigación: medición de glaciación
- Investigación: tecnología, transmisión de datos.
- En todos los proyectos de expedición realizamos reportajes fotográficos y de video. Esta material puede ser utilizado para fines como el marketing
- Promoción directo a nivel internacional: exposición de marca (ropa, equipaje)
- Promoción de producto: nombrar vías, rutas con promoción nacional e internacional
- Conferencias: los miembros del equipo dan conferencias promocionando la marca o producto
- Caras: los miembros de la expedición pueden funcionar como cara de marca o producto.
- Los miembros del equipo pueden impartir charlas de motivación, promoción, trabajar en equipo – incompany.
- Actividades promocionales: el equipo puede ser utilizado para actos de promoción (antes, durante y después) Imagen corporativa: por nuestra filosofía y ambicioso proyecto podemos crear una fidelización y imagen positiva.
- Crear líneas de productos nuevos
- Conexiones en directo: durante la expedición se puede crear líneas de comunicación en directo (sat, web, ...) para fines de promoción, motivación.
- La creación de un DVD; incluyendo la vida antes, durante y después de la expedición.
- Promoción vía Internet
- Difusión nacional e internacional: Dado el carácter internacional de nuestra expedición, podemos ofrecer a nuestros patrocinadores un paquete internacional de difusión muy interesante, abarcando un amplio publico (montañistas y no montañistas) y clientes potenciales de su empresa. Radio, periódico, revistas (aventura/ montañismo) y televisión especializadas y no especializadas (p.e. Travel) y televisión en México, España y Holanda.
- Todos los miembros de la expedición se dedican profesionalmente al mundo de deportes de montaña. Esto garantiza una difusión e imagen mas profunda.
- Detrás del proyecto esta la garantía de una empresa. X-plore es una empresa que se dedica profesionalmente al Expedición Marketing y comunicación.

5. PRESUPUESTO

Resumen de presupuesto de gastos logísticos

4V-Xtrem:

1. Groenlandia (realizado)
2. Siberia: presupuesto total 50.000 Euros
3. Alaska en invierno: total 40.000 Euros
4. Antártica: total 130.000 Euros

6. AGENDA

Aquí abajo os presentamos la agenda previsto según planning. Fechas pueden cambiar por razones logísticas o climatológicas.

1. Groenlandia, Mount Forel, mayo 2006
2. Siberia, Octubre 2006
3. Alaska en invierno, Abril 2007
4. Antártica, Diciembre 2007

7. OBJETIVOS

Objetivos técnicos

Continuar nuestro proyecto de innovación en el montañismo mundial explorando estas remotas regiones, abriendo nuevas rutas en cimas vírgenes concretando primeros ascensos llevando nuestras capacidades al máximo escogiendo atractivas líneas de escalada

Leave no trace, ética ambiental (www.lnt.org)

Desde 1965, NOLS (National Outdoor Leadership School) a sido pionera en la enseñanza y desarrollo de técnicas aplicadas a la conservación ambiental diseñadas para minimizar el “impacto” de los visitantes en el entorno de la naturaleza.

Estas técnicas son los principios del “Leave no trace”. Nosotros seguimos esta ética en el trato a la naturaleza como montañeros responsables.

- . Planeación y preparación
- . Caminar y acampar en terreno resistente

- . Apropiado tratamiento y desecho de la basura
- . Respetar el medio natural
- . Minimizar al máximo el uso de fogatas
- . Respetar la vida salvaje
- . Ser considerado y respetuoso con los demás visitantes

Difusión

Para nosotros es muy importante transmitir en todos los modos posibles la experiencia de la montaña y compartir nuestras metas, nuestra pasión y la vida misma como un reto continuo dentro y fuera de las montañas. Para lograr este objetivo es esencial levantar video y fotografías y la producción grafica del material después de la expedición.

El objetivo principal es la difusión de la información generada por nuestra expedición y es por ello que fijamos unos objetivos específicos a este respecto:

- . Un DVD con fotos y video de la expedición, documentando todos los aspectos involucrados en hacer un proyecto realidad, antes, durante y después de la escalada.
- . Reportes fotográficos en la página web de los eventos de mayor importancia antes de la expedición.
- . Actualización fotográfica en la página web cada tercer día durante la expedición vía correo electrónico desde el campamento base.
- . Croquis detallados de las rutas especificando las condiciones de la pared y la escalada.
- . Una sesión de “Chat” vía cámara web a la mitad de la expedición y una al final desde campo base una vez concluidas los ascensos.

8. SPONSORING & SOPORTE

Historial de patrocinadores

Cuando se trata de hablar de nuestro historial de patrocinadores como un equipo internacional que busca innovar en el montañismo, podemos decir orgullosamente que nuestros patrocinadores han estado muy complacidos con los resultados logrados en este esfuerzo combinado. Estamos convencidos que no seríamos capaces de tener éxito en la montaña si un trabajo de equipo que comienza desde el primer momento cuando alguien cree en ti y deposita su confianza al grado de convertirse en parte del ideal. Es por eso que estamos orgullosos de la cooperación y el empuje que hemos recibido en nuestros primeros proyectos.

En estos proyectos hemos contado con el apoyo de P.E.:

- Coleman
- Berghaus
- ISDIN
- Cegasa
- Trango
- Artiach
- Lorpen
- Scott
- Buff
- Hero
- Kodak
- Silva
- Evenclub
- Dep. Sta Brígida
- Pac-Safe
- De Jong Caravans
- Icebreaker
- Powder House Agencies
- Homeij
- Tottraining
- Victorinox
- Mundsocks
- Extrem Isard
- Alpina
- Nutrisport
- Castelldefels
- Julbo
- Cassin
- Laken
- Locust
- Ulloa de salvamento
- Ansmann energy
- Duracell
- Artic
- Icp Solar
- Biber
- 4Life

En estos tres años hemos ofrecido a nuestros patrocinadores una gran variedad de actividades de difusión.

Patrocine 4V X-trem

Atrévase a involucrar a su empresa en este nuevo reto, convirtiéndola en parte fundamental de nuestro equipo. Para hacer de esta proyecto todo un éxito necesitamos realizar un esfuerzo combinado dentro del cual cada parte es esencial, montañeros y patrocinadores trabajando juntos por un alto ideal que se vera materializado al pisar la cima de una cima virgen.

Solo con el apoyo de los patrocinadores y nuestro compromiso al proyecto “4V X-trem” podremos continuar innovando en el montañismo moderno.

1. Patrocinador principal – cubre costos de la expedición
2. Patrocinador secundario – cobertura parcial 10.000€
3. Patrocinador – Cubre costos de material 1.000€
4. Patrocinador en especie (ver presupuesto)

Actividades de difusión

Patrocinador principal:

- Nombre en la ropa de todos los expedicionarios (frente 6x15cm / espalda 20x10cm)
- Presentación de los resultados de la expedición a los empleados como conferencia motivacional.
- Preferencia en la selección de imágenes para su explotación.
- Nombre de la expedición:
“Patrocinador 4V X-trem”
- Posibilidad de nombrar una vía con el nombre de la empresa
- Página web: BaNner principal y link a la página de la empresa.
- Nombre del patrocinador en conferencias.

Patrocinador secundario:

- Nombre en la ropa de todos los expedicionarios (frente 6x15cm)
- 2^{da} preferencia en la selección de imágenes para explotación.
- Página web: Baner y link a la página de la empresa.

- Posibilidad de presentación interna en la empresa para empleados
- Presentación multi-media
- Nombre del patrocinador en conferencias.



Patrocinadores:

- Nombre en la ropa de todos los expedicionarios (frente 5x10cm) y material
- Difusión en prensa
- Sesión de algunas imágenes
- Página web: Baner y link a la página de la empresa.
- Mención en conferencias.

Patrocinador en especie:

- Nombre en la ropa de todos los expedicionarios (frente 5x10cm)
- Difusión en prensa
- Sesión de algunas imágenes
- Página web: Baner y link a la página de la empresa.
- Mención en conferencias

En este momento podemos ofrecer un mínimo de un 200% return on investment referente las tarifas relacionado con la prensa (televisión, revistas, periódicos)

Cobertura internacional

Dado el carácter internacional de nuestra expedición, podemos ofrecer a nuestros patrocinadores un paquete internacional de difusión muy interesante, abarcando un amplio publico (montañistas y no montañistas) y clientes potenciales de su empresa.

Documental

El equipo realizara un documental profesional de cada expedición. El documental será vendido a productores y canales de televisión.



Difusión previsto por expedición

Media	Tirada	Mínimo número de publicaciones	Difusión por emisión/publicación
<i>Television</i>			
Localia tv		1	112.670
Teletoledo		1	400.000
Televisión castilla la mancha		1	115.000
Telemadrid		1	155.000
TV San Cugat		x7	75.000
TV Terrassa		x7	60.000
Tv Olot		x7	29.000
<i>Periódicos regionales</i>			
La tribuna (Castilla)	15.829	1	78.000
El día de Toledo	10.000	x2	40.000
Diari Terrassa	20.000	1	100.000
Diari Sant cugat	16.148	x2	40.000
Mundo Deportivo		1	332.340
Catalunya			
Marca		1	2.512.000
<i>Magazines</i>			
Desnivel	40.000	x2	50.000
Los cuadernos técnicos de Barrabes	15.000	1	20.000
National Geographic	199.362	1	1.053.286
Nacional G Viajes	58.165	1	328.739
Campo base	40.000	1	157.000
Vertex	22.000	1	93.000
Altair	40.000	1	150.000
Mucho Viaje	63.730	1	350.000
<i>Internet</i>			
ww.x-plore.es			3000 visitas al mes
www.madteam.es			3700 visitas al mes
www.barrabes.es			300.000 visitas al mes
www.desnivel.es			401.000 visitas al mes
www.k2extrem.com			2500 visitas al mes
otros			Pendiente números
<i>Documental</i>			
Realización de un serie de documentales			Pendiente números



Target

Los hábitos deportivos de los españoles, sus actitudes y valores, han experimentado una profunda transformación en las dos últimas décadas. El deporte se ha convertido, para amplios segmentos de la población, en una actividad de tiempo libre muy importante. A través de las diferentes investigaciones que al respecto se han venido desarrollando en nuestro país, tanto a nivel de población general (García Ferrando, 1991, 2001), como de otros colectivos (Cañellas & Rovira, 1995; García Montes, 2001; Hellín, 2003; Ruiz Juan, 2000), se pone de manifiesto el aumento de práctica de las actividades y deportes de aventura desarrollados en el medio natural.

García Ferrando (2001) destaca especialmente el incremento del ciclismo recreativo y el senderismo como prácticas físico-deportivo-recreativas que ejemplifican perfectamente los cambios que se están consolidando en las sociedades postmodernas como la española, por lo que se refiere a los hábitos deportivos de tiempo libre y de ocio de la población. Estos datos son manifestaciones de esa dimensión ambiental-ecológica del deporte que expone Cuenca (2000) y que, con toda probabilidad, irá cobrando cada vez mayor relevancia en las actividades de ocio, cuanto más se refuerce el carácter urbano de nuestra cultura. Como aseguran Zaragoza et al. (2002), el senderismo y, sobre todo, el cicloturismo adquieren en la actualidad una gran importancia tanto a nivel cuantitativo como cualitativo. Estamos, afirman, ante un hecho social digno de mención e investigación, pero desconocido sociológicamente.

En el amanecer del siglo XXI, en plena era tecnológica, en un momento en que las miradas de los sujetos, de los ciudadanos de las grandes urbes, se vuelven hacia los espacios naturales, ansiosos de retornar a la naturaleza, de ponerse en contacto con la misma, de redescubrir el medio natural, de encontrarse a sí mismo y de disfrutar vivencias nuevas (Elias & Dunning, 1992; Lagardera, 2002), Hoy en día, se ha visto impulsada por una gran promoción turística, patrimonial y deportiva, en relación con las actividades de ocio de la actual sociedad contemporánea, por parte de las Administraciones públicas y de las empresas privadas.

Evolución del número de sociedades y deportistas federados en montañismo en España (1975-2000).

	Año					
	1975	1980	1985	1990	1995	2000
Sociedades	711	805	805	839	1.097	1.126
Deportistas	75.896	66.044	54.437	53.867	58.550	62.141



ORDENACIÓN DE LOS DEPORTES SEGÚN SU FRECUENCIA DE PRÁCTICA

<i>Deportes</i>	2005	2000
Natación	33,0	39
Fútbol	31,7	36
Ciclismo	19,1	22
Gimnasia de mantenimiento en centro deportivo	14,0	15
Montañismo/senderismo/excursionismo	11,9	13
Aerobic, rítmica, expresión corporal, gym-jazz, danza, step, pilates,	11,7	12
Carrera a pie (jogging)	11,1	11
Baloncesto, minibasket	9,4	12
Tenis	8,9	13
Atletismo	7,2	7
Musculación, culturismo y halterofilia	6,8	8
Gimnasia de mantenimiento en casa	6,2	
Esquí y otros deportes de invierno	5,9	5,3
Pesca	3,8	4,3
Voleibol, voley playa y mini-voley	3,3	3,7
Tiro y caza	3,3	3,5
Pelota (frontón, trinkete y frontenis)	2,7	3,9
Padel	2,4	1,4
Artes marciales (judo, kárate, etc.)	2,2	3,5
Patín, monopatín	1,9	1,5
Tenis mesa	1,8	3,8
Balonmano, balonmano playa	1,7	2,4
Lucha, defensa personal	1,6	--
Golf	1,5	0,7
Motociclismo	1,5	1,4
Bolos, petanca	1,3	0,8
Actividades subacuáticas (buceo, pesca submarina)	1,3	1,7
Squash	1,3	1,9
Vela (navegación, windsurf)	1,1	1,3
Escalada/Espeleología	1,1	1,5
Hípica	1,0	0,8
Piragüismo, remo, descensos	0,9	1,0
Rugby, rugby 7	0,6	0,3
Hockey (hierba, hielo y sala)	0,5	0,5
Badminton	0,5	0,8
Automovilismo (rally, todoterreno)	0,3	--
Esgrima	0,2	0,2
Motonáutica, esquí náutico	0,2	0,4
Actividades aeronáuticas (con o sin motor)	0,2	--
Deportes para minusválidos (físicos, psíquicos, ciegos...)	0,1	0,7
Otro deporte	8,4	4,0
NC	0,3	--