



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

ESTRATEGIA DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE BIEN SOCIAL PARA UN EVENTO DE BMX FREESTYLE, PARA FOMENTAR EL DEPORTE EXTREMO EN LA CIUDAD DE CUENCA.

AUTOR:

CABRÉRA GARNICA ANDRÉS HERNÁN

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN DISEÑO GRÁFICO

TUTOR:

Mgr. FRANKLIN SIGUENCIA ASTUDILLO

CUENCA – ECUADOR, 2022

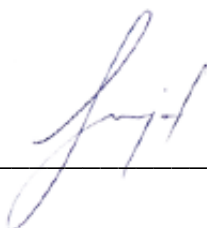
DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de esta obra son irrenunciables y corresponden a su **AUTOR**, incluido sus derechos patrimoniales. El **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** tiene licencia gratuita e intransferible sobre esta obra para uso no comercial, de necesitar uso comercial requiere autorización de su titular.

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR
Aprobación del Trabajo de Titulación

Doy fe que el trabajo desarrollado por el estudiante: **CABRERA GARNICA ANDRÉS HERNAN**, con el título “**ESTRATEGIA DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE BIEN SOCIAL PARA UN EVENTO DE BMX FREESTYLE, PARA FOMENTAR EL DEPORTE EXTREMO EN LA CIUDAD DE CUENCA**”, cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,



FRANKLIN ENRIQUE SIGUENCIA ASTUDILLO

C.I: 0104909916

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, **CABRERA GARNICA ANDRÉS HERNAN**, estudiante del **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que cursó la Tecnología en **Diseño Gráfico**, declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **“ESTRATEGIA DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE BIEN SOCIAL PARA UN EVENTO DE BMX FREESTYLE, PARA FOMENTAR EL DEPORTE EXTREMO EN LA CIUDAD DE CUENCA.”** así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente



CABRERA GARNICA ANDRÉS HERNAN

C.I: 0106907686

RESUMEN

En el siguiente proyecto se encuentran los parámetros fundamentales para diseñar una campaña publicitaria de bien social para un evento de Bmx Freestyle, para fomentar el deporte extremo en la ciudad de Cuenca.

En donde se partirá desde la elaboración del logotipo principal del evento, y el diseño de la publicidad para que así la campaña para el usuario sea agradable, intuitivo, simple, legible y fácil de entender, para no generar confusiones.

La metodología a usar se acopla al propósito del trabajo investigativo y se recopila información importante para que así a través de esta campaña el público objetivo se sienta interesado hacia la práctica del deporte extremo, específicamente el Bmx Freestyle.

En la presente investigación lo que se busca es definir cuáles son sus costumbres, hábitos, conductas, como bases en el soporte técnico para la creación de la campaña publicitaria.

Palabras clave

Campaña publicitaria, Bmx Freestyle, Cuenca

ABSTRACT

In the following project are the fundamental parameters to design an advertising campaign of social good for a Bmx Freestyle event, to promote extreme sports in the city of Cuenca.

Where it will start from the elaboration of the main logo of the event, and the design of the advertising so that the campaign for the user is pleasant, intuitive, simple, legible and easy to understand, so as not to generate confusion.

The methodology to be used is coupled to the purpose of the investigative work and important information is collected so that through this campaign the target audience feels interested in practicing extreme sports, specifically Bmx Freestyle.

In the present investigation, what is sought is to define what their customs, habits, behaviors are, as bases in the technical support for the creation of the advertising campaign.

Keywords

Advertising campaign, Bmx Freestyle, Cuenca

DEDICATORIA

Este proyecto de titulación le dedico primeramente a Dios ya que fue mi guía para seguir una vida por el camino del bien brindándome las fuerzas necesarias para nunca darme por vencido.

A mis padres, Hernán y Beatriz por todo el esfuerzo dedicado hacia mi durante el proceso, y cumpliendo así mi sueño de ser un profesional.

A mi hermana, Amanda que, con sus consejos, su apoyo me motivo a concluir mis estudios de una manera satisfactoria.

AGRADECIMIENTOS

El siguiente proyecto primeramente quiero agradecer a Dios por haberme dado el valor y la fortaleza de no rendirme, y ser capaz de salir adelante a pesar de las situaciones que se nos presentan en nuestra vida diaria, y permitiéndome concluir mi proyecto de titulación.

Por otra parte y bien merecido quiero agradecer a mi familia por siempre haberme brindado todo su apoyo durante toda esta etapa de mi carrera que fue un pilar muy importante y motivacional que me ayudo a concluir mis estudios y a realizar el siguiente proyecto.

Por último quiero agradecer al Docente Franklin Siguenca por haberme impartido sus conocimientos y por el apoyo brindado durante todo este proceso, el cual ayudo mucho para esforzarme y obtener un buen resultado durante las actividades realizadas.

ÍNDICE.

INTRODUCCIÓN.....	12
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
JUSTIFICACIÓN.....	14
OBJETIVOS.....	16
CAPÍTULO I	17
1.1 Marco Teórico.....	17
1.2 Marco Contextual.....	19
1.3 Marco Conceptual.....	19
1.4 Metodología.....	22
1.5 Investigación Teórica de recopilación de información referente a la cultura urbana del Bmx Freestyle.....	22
1.5.1 Datos relevantes dentro de la cultura del Bmx Freestyle en la ciudad de Cuenca.....	24
1.5.2 Puntos clave de la investigación teórica.....	25
2 CAPÍTULO II.....	25
2.1 Investigación de campo.....	25
2.1.1 Buyer persona.....	33
2.1.2 Homólogos eventos de bmx freestyle.....	34
2.1.3 Puntos clave de la investigación de campo.....	39
3 CAPÍTULO III	39
3.1 Estrategia, conceptos	39
3.1.1 Bocetos.....	40
3.1.2 Digitalización.....	47
3.1.3 Mockups.....	50
4 CAPÍTULO IV.....	57
4.1.1 Registro visual.....	57

4.1.2 Puntos clave.....	58
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES.....	60
BIBLIOGRAFÍA.....	61
ANEXOS.....	63

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se realiza como un proceso constructivo, con la implementación didáctica y práctica de los conocimientos adquiridos por parte de las diferentes asignaturas del proceso de formación académica, abarcadas desde el primero hasta el sexto ciclo de la carrera de Diseño gráfico y Multimedia.

En la cual se tiene como objetivo fomentar el deporte extremo en la ciudad de Cuenca por medio de una campaña publicitaria de bien social, ya que según investigaciones realizadas los deportes extremos no tienen el reconocimiento necesario para su expansión en la ciudad, por lo cual se parte inicialmente con el estudio y la investigación de la situación actual de este deporte para posteriormente hacer uso de la metodología adecuada logrando de esta manera el cumplimiento de los objetivos tanto general como específicos que se plantean en el presente documento, realizando así una práctica real, que nos permitirá dar a conocer este deporte extremo, esto mediante estrategias con los cuales se obtiene la información necesaria, dentro de ellos se encuentra una entrevista para así poder conocer más a detalle la percepción de los adolescentes ante esta campaña, también se investiga el comportamiento del público objetivo, en este caso adolescentes de 10 a 25 años que realizan este deporte extremo, esto con el fin de desarrollar un diseño de campaña publicitaria social de manera acertada.

Para la elaboración del trabajo de titulación se ha tomado en cuenta el Parque Guatana en la ciudad de Cuenca lugar donde se realizará dicho evento, ubicado en Totoracocha, es el único parque extremo que existe en la ciudad, y por esa razón se ha seleccionado para la realización de dicho evento, existen varios lugares donde se reúnen a practicar los bikers que es conocido como la modalidad de Street que es en las calles de la ciudad como en el

parque de la madre, san sebastian, plaza del otorongo, y hablando de la modalidad dirt jump que son rampas de tierra lo practican en un lugar llamado la palmera donde es un buen lugar para que los bikers demuestren sus habilidades, pero para el evento se ha seleccionado el parque guatana para que los bikers tengan una mejor destreza y el evento sea más llamativo y así tener una buena acogida de público para que los riders se sientan motivados y demuestren sus habilidades en la bicicleta.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día el Bmx Freestyle no dispone de una comunicación consistente para la realización de eventos de competencia en la ciudad, por lo cual resulta difícil captar la atención de los usuarios, ya que no existen los suficientes soportes impresos o digitales, la publicidad suele ser muy simple y no expresa algo llamativo para el usuario.

Por la falta de diseño y publicidad no se puede dar a conocer lo interesante que es este deporte, mediante las tendencias tecnológicas que se manejan en la actualidad, esto genera el desinterés por el deporte extremo al no manejar el diseño y publicidad de manera correcta, ya que en la actualidad todo está relacionado con la tecnología, el cual, si no disponen de dichos parámetros, logra un total desinterés en el mismo.

La publicidad como tal juega un papel muy importante en la elaboración de este proyecto, tiene como fin influir en la conducta de los individuos y como principal objetivo, informar, persuadir y recordar, siendo una de las herramientas más poderosas de la publicidad al momento de dar a conocer un determinado mensaje relacionado con productos, servicios, ideas u otros.

Por esta razón se pretende diseñar una campaña publicitaria de bien social, de tal manera que despierte interés en los jóvenes para la práctica del deporte extremo en este caso el

Bmx Freestyle y llegue la información de una manera más efectiva a nuestro público que son los niños, jóvenes y adolescentes de 10 a 25 años, teniendo en cuenta que una campaña de publicidad debe tener sus objetivos definidos, y el impacto positivo que se pretende generar, como en este caso, adolescentes que practican dicho deporte, teniendo motivos suficientes para lograr aportar, desde la publicidad, a comunicar estrategias que diseñan las organizaciones y que buscan reducir los diferentes problemas sociales que los rodean. La publicidad como tal es el mejor camino para informar y comunicar cada beneficio al que tienen derecho los jóvenes y no conocen. Gracias a todas las habilidades que se adquieren en la carrera de diseño gráfico, como la conceptualización, estrategia, gráfica y demás aspectos que son parte de una campaña publicitaria se presenta esta investigación que de una manera más factible posibilita el conocimiento académico y práctico.

La pregunta a resolver con el presente proyecto sería entonces, ¿Cómo una estrategia publicitaria puede mejorar el alcance de comunicación y difusión de la cultura freestyle en la ciudad de Cuenca?

JUSTIFICACIÓN

Diseñar una estrategia de campaña publicitaria de bien social para un evento de Bmx Freestyle con el fin de dar a conocer dicho deporte, mediante la publicidad adecuada donde se pueda aplicar en soportes digitales e impresos de manera simple y agradable para los usuarios para lograr captar su atención, y generar que se interesen por dicho deporte ya que en la ciudad no es muy conocido.

La publicidad social tiene el fin de crear campañas que impulsan y promueven valores y beneficios para las personas, dentro de ellas se implementan diferentes propuestas como

la promoción del deporte y la actividad física en el tiempo libre, con el objetivo de incentivar a los niños y jóvenes a desarrollar sus habilidades en actividades de su interés, de esta manera se estaría contribuyendo informativamente en campañas que tienen como objetivo incentivar el deporte extremo y la actividad física en los jóvenes.

Este diseño de campaña publicitaria generara una experiencia agradable y a la vez llamativa para los usuarios y las personas que practican bmx freestyle, ya que estarán al tanto del evento mediante los respectivos soportes digitales e impresos.

El diseño de esta campaña publicitaria también busca que los usuarios se apeguen a las nuevas tendencias de diseño con el correcto uso de la cromática, tipografía, haciéndolo funcional y mostrando el contenido de manera eficaz y bien estructurada.

Además, lograr que el usuario se interese por el deporte ya que les ayuda a mantener una vida saludable. Por estos motivos es importante que mediante la publicidad generada en este proyecto entidades públicas se interesen a desarrollar programas y actividades que fomenten la práctica del deporte como medio alternativo para aprovechar el tiempo libre.

De igual forma dar a conocer este deporte para que se interesen en la creación de parques extremos para la practica de este deporte.

Este trabajo aporta posibles soluciones desde una campaña publicitaria de bien social, que concientiza de manera más efectiva y se propone como uno de sus objetivos, que al desarrollarlo pueda informar a través de él y haciendo uso de un medio de información como la publicidad, con el fin de atraer a niños y adolescentes a la practica del deporte extremo.

La elaboración de este proyecto aporta a la carrera de diseño grafico donde se pone en practica los conocimientos adquiridos durante la formación academica, es por eso que la

campaña publicitaria juega un papel muy importante en este proyecto, ya que por medio de ella se dará a conocer y sobre todo incentivar a los usuarios, a que practiquen este deporte extremo.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar una estrategia de campaña publicitaria de bien social para un evento de Bmx Freestyle, en la Ciudad de Cuenca, en donde se busca fomentar el deporte extremo.

Objetivos específicos

- Identificar los medios y estrategias a utilizar para dar a conocer la cultura urbana del Bmx Freestyle en la ciudad de Cuenca.
- Determinar los elementos que componen la creación de una campaña publicitaria de bien social para el evento.
- Creación, diseño y gestión de la imagen gráfica para la campaña publicitaria del evento “BMX FreeStyle Cuenca”
- Aplicación y comunicación el evento publicitario a través de diferentes soportes digitales e impresos.
- Probar la aceptación de concepto y soportes publicitarios dentro de la cultura del deporte BMX freestyle en Cuenca.

CAPITULO I

1.1 Marco Teórico

En este punto se realiza un desglose de los autores que pertenecen a lo que sería el campo de la publicidad, en donde se da a conocer lo más relevante de este tema y también la utilización de soportes digitales e impresos, que se ha tomado en cuenta como estrategia del proyecto.

Es así que Frascara, (1996) define que el diseñador es una persona flexible, dispuesta al cambio permanente y constante, una persona con sensibilidad artística, con habilidades y experiencias en la comunicación visual, esto nos da un punto de vista que para el proceso de diseño se requiere un punto específico que genere la solución de los problemas mediante el conocimiento de la creatividad, esto quiere decir que el diseño gráfico puede ser incorporado en cualquier parte social tal como el público al que está enfocado el presente proyecto que son usuarios de 10 a 25 años, una vez analizado este concepto, el diseño gráfico no es solo diseñar, sino que también se debe insertar en sus artes signos y símbolos que transmitan ideas, mensajes, emociones y hasta sensaciones y eso es lo que busca el presente proyecto generar impacto en los jóvenes de manera que transmita el mensaje de manera acertada generando una experiencia satisfactoria.

La publicidad como tal se transmite por distintos medios masivos de información con objeto de persuadir es por esa razón que O'Guinn, Allen & Semenik aportan en este concepto como ya se dijo anteriormente la publicidad la podemos dar a conocer por muchos medios, tal el caso de los medios impresos y digitales como en la actualidad es el internet que es un medio de difusión que está en auge por lo cual facilitará dar a conocer el evento.

En cuanto al diseño gráfico publicitario Einatec, (2019) constata que se trata de una herramienta visual. Crea un efecto cognitivo para que nuestro público objetivo recuerde, conozca, perciba y reciba un determinado mensaje y que, a su vez, genere una acción, en base al análisis de este concepto se puede definir que tenemos una gran variedad de soportes por los cuales podemos dar a conocer la publicidad, tal es el caso del proyecto, dar a conocer el evento y captar la atención del público ya que todo el mundo en la actualidad dispone de redes sociales lo cual será muy factible para llegar al público, también se puede definir que para que el diseño publicitario sea efectivo se debe seguir la línea gráfica correcta, esto quiere decir respetar los colores, logos y la tipografía con la que se partió el diseño, como tal los colores y las formas no juegan un papel tan importante, sino un análisis efectivo generar un diseño exitoso, que es lo que se busca en este proyecto.

Como nos describe Pecanha Vitor, (2021) el marketing digital convergen la mayoría del diseño gráfico publicitario. La publicidad en medios digitales está en auge y permite mucha innovación, es decir que el internet y las redes sociales se han convertido en el portal más utilizado en la actualidad para dar a conocer un producto o servicio y para viralizar contenido, es por esta razón que resulta de gran importancia en la elaboración del proyecto, ya que lo que se busca es generar originalidad, es decir algo fuera de lo común, partiendo desde la creación del logotipo del evento el cual sea llamativo y de fácil reconocimiento para el público, y mediante el marketing digital viralizar la publicidad de este proyecto y así cumplir el objetivo, ya que en la actualidad la publicidad por medios digitales está en auge y esto facilitará la difusión del evento.

Finalmente Belch y Belch (2005) define a la campaña publicitaria como un conjunto de actividades de comunicaciones de marketing interrelacionadas y coordinadas, con un

tema o idea en común que aparece en distintos medios durante un periodo específico, entonces se puede decir que la campaña publicitaria parte desde un eje principal que es tener claro el tema del cual se va a partir en este caso un evento de Bmx Freestyle , ya que es el tema con el cual se realizara toda la publicidad durante un determinado tiempo y es muy importante tenerlo claro para obtener un excelente proceso.

1.2 Marco contextual

En el presente proyecto técnico de grado será realizado en la ciudad de Cuenca, (Parque Guatana), en un tiempo programado de cuatro meses y está enfocado al deporte extremo Bmx Freestyle.

Mediante este proyecto se busca crear programas deportivos que beneficien a la comunidad, en especial a niños y adolescentes, con el propósito de fomentar la practica de deportes extremos en este caso el Bmx Freestyle, generando oportunidades para el uso del tiempo libre en los niños y adolescentes, y esperando que este tipo de eventos se puedan realizar repetitivamente cada cierto tiempo y que cada vez cuente con mas participantes, ya que el deporte extremo están tomando cada día mas fuerza y que mejor opción que el deporte para llegar a los jóvenes y brindales otras opciones de vida, impulsando asi el talento de los niños y adolescentes Cuencanos para que muestren su potencial y así la Ciudad de Cuenca siga creciendo como una ciudad pionera en deportes extremos.

1.3 Marco Conceptual

Cuando practicamos un deporte urbano como el BMX, estamos ganando en salud y son muchos los beneficios que aporta a nuestro cuerpo. Subirnos a una bicicleta de BMX y ejercitarnos sobre ella hace que usemos todas las extremidades.

Este tipo de disciplina deportiva siempre es muy recomendable entrenarla habitualmente, y nos aporta aspectos positivos tanto desde el punto de vista mental como a nivel físico, donde se requiere un esfuerzo bastante alto. El BMX hace que ejercitemos una gran cantidad de músculos de nuestro cuerpo, estimulando sobremanera los brazos y hombros, y además provoca que aumente considerablemente la actividad cardíaca.

En cuanto al aspecto mental, el BMX es beneficioso para reducir el estrés, liberar adrenalina, desconexión y mejorar el estado de ánimo, además de reforzar la autoestima y tener la capacidad de conseguir nuevos objetivos y romper tus miedos internos.

Las bicicletas para practicar BMX están especialmente diseñadas y aptas para hacer piruetas y acrobacias complicadas. Normalmente tienen un pequeño tamaño y las ruedas no sobrepasan las 20 pulgadas. Además, cuentan con una única marcha y consta de un cuadro muy resistente.

Entrenar BMX provocará en nuestro organismo un beneficio notable. Mientras que practicamos diferentes piruetas o saltos ejercitamos los músculos del tren inferior, y cuando levantamos el volante para ejecutar algún tipo de acrobacia, los músculos de los brazos ganan en fortaleza.

Además, al practicar BMX estamos obligados a mantener una buena postura, aspecto esencial para mantener nuestra columna vertebral en plenas condiciones. Mientras, otros músculos igualmente importantes situados en la zona baja de la espalda, ganarán fortaleza con el paso de los entrenamientos, provocando menos lesiones y dolores de espalda.

Si hay un deporte urbano que te puede hacer perder unos kilos, ese es el BMX. Dicha disciplina actúa como ejercicio aeróbico, y puedes pasar un buen rato mientras quemas

unas cuantas calorías. Si te lo propones, en un entrenamiento tipo de una hora de duración puedes eliminar hasta medio millar de calorías.

Sin duda alguna, la práctica habitual de BMX hace que nuestro sistema cardiovascular tenga mayor rendimiento y se encuentre en mejor estado. Al aumentar la capacidad cardiovascular el cuerpo utiliza el oxígeno de mejor forma y logra tener mayor eficiencia. Debido a ello, nuestro cuerpo se cansará menos al llevar a cabo cualquier clase de actividad cotidiana. Además, entre otros beneficios del BMX destacamos sufrir un menor riesgo de padecer enfermedades de tipo cardiaco, baja presión arterial y unos niveles de colesterol óptimos.

Siempre es positivo entrenar en compañía y compartir vivencias en torno a una disciplina tan factible como esta. Al practicarse normalmente en grupo, esto hace que las diferentes personas que aman el BMX se unan, compartiendo la cultura y acercándose a la gente que tiene tus mismos gustos.

Otro de los beneficios importantes del BMX es la capacidad de mejorar nuestro rendimiento psicológico gracias a los continuos retos que nos marcamos en este deporte. A su vez, mejora nuestra autoestima y nos permite motivarnos para lograr nuevos retos que en un principio parecían imposibles de conseguir.

Debido a esta variedad de beneficios que genera este deporte extremo, se crea este proyecto con el fin beneficiar al público tomando como derecho fundamental la practica de este deporte y aprovechen su tiempo libre, lo que se busca lograr mediante el proyecto es generar oportunidad de participación donde los bikers puedan demostrar sus habilidades, y sobre todo fomentar el deporte extremo, en especial a niños, adolescentes y jóvenes.

Para lograr lo mencionado de manera correcta se desarrollara la publicidad del evento, con el fin de impulsar y comunicar, ya que este es el propósito del proyecto de grado, crear una campaña publicitaria de bien social.

1.4 Metodología

En general la metodología ayuda en su totalidad a la investigación y proceso para el presente trabajo de titulación, sin embargo, se empleará estrategias para conseguir los resultados esperados con el uso de programas adecuados, acorde a los objetivos específicos antes mencionados.

Este proyecto se basa en el diseño de una campaña publicitaria de bien social para fomentar el deporte extremo en la ciudad de Cuenca, el cual se realizara en el parque extremo de la ciudad.

Toda la investigación se desarrolla en el parque guatana de la ciudad de Cuenca, ya que es el parque de mayor acogida para la practica del Bmx Freestyle. El proyecto esta diseñado para fomentar y a la vez impactar en niños, jóvenes, y adolescentes, el enfoque de estudio es en adolescentes de 10 a 25 años. Para lograr los objetivos de la investigación se realizo lo siguiente: encuesta, entrevista, estrategia creativa, estrategia de comunicación.

1.5 Investigación Teórica de recopilación de información referente a la cultura urbana del Bmx Freestyle.

Cultura Urbana Bmx. Los bikers son personas que se dedica al deporte extremo del bmx, el cual consiste en realizar trucos en calle(street), tierra(dirt), piso(flatland), o en bike parks, utilizando una bicicleta aro 20. A esta rama del bmx se le llama freestyle. Los bikers son considerados una cultura urbana. Que a su vez se encuentran dentro del grupo

de cultura de street, ya sea como skate o rollers. De todas formas los bikers se diferencian notablemente de ambas culturas, estableciendo su propio estilo.

Ruiz, Hernan (2017). El BMX es considerado un deporte extremo a pedales, una modalidad acrobática del ciclismo cuyo origen reside en la California de los años 70. Sus siglas significan Bicycle Moto Cross y en este proyecto vamos a detallar todo lo relacionado a sus orígenes, modalidades (competitivas y urbanas) y cómo empezar a practicarlo.

El BMX se originó en California (Estados Unidos) al comienzo de la década de 1970, cuando los más jóvenes imitaban con sus bicicletas a los campeones de motocross. En los años 80 esta práctica se generalizó y dio lugar a la variante conocida como race, o carreras en circuitos de tierra, muy similares a los realizados con motos. A mediados de la década de los 80, con las primeras bicis exclusivas de freestyle, se comenzarían a hacer trucos en skateparks o incluso en la calle, consolidando el BMX freestyle. Desde enero de 1993 el BMX ha sido integrado dentro de la Union Ciclista Internacional (UCI).

Modalidades del Bmx

Street. Consiste en la búsqueda de obstáculos en las calles, las bicicletas para este tipo de modalidad son más resistentes ya que las acrobacias se realizan en gradas, muros y rieles.

Dirt Jump. En esta modalidad de freestyle se realizan las acrobacias en rampas de tierra, aproximadamente de 2 a 3 metros de altura, el rider realiza la acrobacia en el aire y cae en otra rampa receptora.

Park. Para las acrobacias en este tipo de modalidad se suele usar rampas de cemento o madera, es una modalidad donde los principiantes pueden iniciar de una manera más satisfactoria para perder el miedo.

Vert. Para esta modalidad es necesario contar con una rampa que presente una sección completamente vertical en la parte superior. Esta sección permite al acróbata saltar verticalmente al realizar sus trucos y volver a caer en la misma rampa. Los trucos aéreos conllevan un mayor riesgo al saltar desde una rampa inclinada, sobrepasarla y caer en la misma.

Flatland. Es la modalidad donde las acrobacias son desempeñadas en una superficie pavimentada lisa (de hormigón, por ejemplo), realizando giros subido en los pegs, el cuadro, volante etc. El equilibrio y la concentración son de vital importancia en esta disciplina, una de las más difíciles de dominar. Las bicis utilizadas en flatland suelen tener formas especiales para mejorar el equilibrio. Es aconsejable que las ruedas estén a una presión de 8k para que la rueda gire sin clavarse en el suelo.

1.5.1 Datos relevantes dentro de la cultura del Bmx Freestyle en la ciudad de Cuenca.

Es una cultura urbana que es identificada por su nombre, vestuario, tipo de bicicleta y el uso que le dan en la ciudad, son llamados bikers que para ellos es una satisfacción convertir el uso de la bicicleta en una experiencia sensorial, ellos se desplazan por la capital azuaya por lo menos una vez a la semana por las ciclovías y por las calles, son jóvenes que manejan bicicletas llamadas bmx de cromo y sin frenos que es lo que los caracteriza, realizan acrobacias, dan saltos y giran sobre las gradas, rieles, rampas, bancas, desafiando cualquier peligro, los bikers utilizan el Parque Guataná, ubicado en Totoracocha donde realizan todas sus acrobacias .

Este espacio público es el único de Cuenca que dispone de rampas especiales para saltos extremos en bicicletas o patinetas. En el resto de sitios como el parque Cristo Rey,

Otorongo, Puente Roto, La Merced, los ingeniosos bikers utilizan algunas paredes o bancas para hacer las piruetas.

Cada salto tiene un nombre en inglés como 360, 180, barspin, bunny hop, rollback, tanguel, fakie, one hand. Usan, por ejemplo camisetas estampadas y con mangas cortadas, bermudas flojas y gorros de lana para soportar el frío.

Las bicicletas son en origen sencillas, pero sus dueños decoran a su gusto los rayos, manzana, piñones, cuadrantes “Con este deporte se descarga la adrenalina”,

1.5.2 Puntos clave de la investigación teórica

Como punto mas importante podemos destacar la opinion de los jóvenes referente a la cultura urbana del Bmx Freestyle, conociendo sus costumbres y su estilo lo cual provoca un punto emotivo conocer como piensan los bikers de la ciudad, su aporte genera una gran confianza para la elaboración de este proyecto el cual sea creativo y capte su atención.

CAPITULO II

2.1 Investigación de campo

En este caso es descriptivo porque en este punto se define los aspectos que se deben investigar, tales como encontrar las conexiones que hay en el tema que se esta realizando con los jovenes que practican este deporte.

Por otra parte también se aplica un tipo de estudio exploratorio, ya que la investigación se parte desde cero en un tema que no es muy conocido por la población en la ciudad de Cuenca.

Dentro del proyecto se usa primeramente la técnica de la observación, ya que esto ayuda a recopilar la mayor cantidad de información, es un elemento fundamental para luego aplicar en la investigación. Por otra parte una técnica que ayuda mucho es la entrevista, la cual permite obtener datos precisos para luego procesarla estadísticamente. Por último la encuesta, es parecida a la entrevista, pero a diferencia en este caso se pide a un número de personas que contesten una serie de preguntas con el fin que las contesten por escrito también, con la información recolectada se consigue los datos porcentuales y estadísticos para así llegar a una conclusión.

Estas técnicas permiten recopilar la suficiente información para proponer la campaña publicitaria de bien social de una manera acertada.

El deporte extremo no es muy conocido en la ciudad es por eso la elaboración de este proyecto, por lo cual se plantea una serie de instrumentos que ayudaran a alcanzar los objetivos planteados.

Grafico 1: Formato entrevista para determinar como es la publicidad en este tipo de eventos.

ENTREVISTA

- 1) ¿Como se a transmitido la información para los eventos de Bmx Freestyle que se han realizado en la Ciudad de Cuenca?
- 2) ¿Que tipo de publicidad se a utilizado para dar a conocer estos eventos?
- 3) ¿Porque medios de publicidad se han dado a conocer estos eventos?
- 4) ¿Usted cree que el Bmx Freestyle puede ser considerado como un deporte extremo de bien social?
- 5) ¿Esta usted de acuerdo que los adolescentes de entre 10 a 25 años son los que se dedican a la practica del Bmx Freestyle?
- 6) ¿En cuanto a deportes extremos cual es el deporte que prefieren los adolescentes?
- 7) ¿Usted cree que los eventos que se han realizado en la ciudad han generado impacto en base a la publicidad empleada?
- 8) ¿Piensa usted que una campaña publicitaria bien estructurada para un evento de Bmx Freestyle, influenciaria a los adolescentes a la práctica del deporte extremo ?

Mediante la entrevista se conoció que la publicidad que se a realizado durante los eventos de la ciudad, no han sido lo suficiente comunicativos para difundir este deporte, comenzando por la imagen de los logos que se han realizado, la falta de apoyo en la ciudad no a permitido que se organicen eventos donde el público se sienta satisfecho, por lo cual

esta es la idea del proyecto, fomentar el Bmx Freestyle en la ciudad mediante una campaña publicitaria que genere impacto.

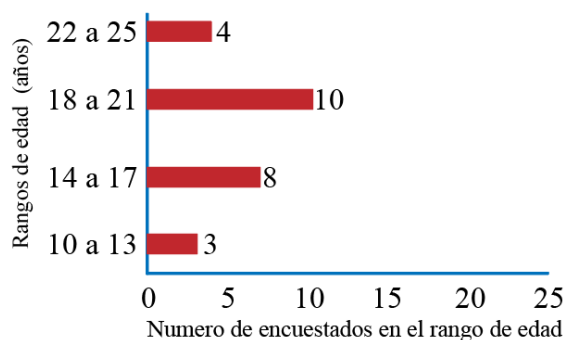
Grafico 2: Formato de encuesta para determinar el público objetivo.

ENCUESTA

1) Edad			
-10 a 13	-14 a 17	-18 a 21	-22 a 25
2) ¿Hace cuantos años practicas Bmx Freestyle?			
-1 a 3	-4 a 6	-7 a 9	10 a 12 13 a 15
3) ¿Cuál es la disciplina dentro del Bmx en la que te desenvuelves mejor?			
-Park	-Street	-Dirt	-Flatland
4) ¿ A que edad crees que podrias abandonar el Bmx Freestyle?			
-14 a 17	-18 a 21	-22 a 25	
5) ¿Qué beneficios les proporciona el desarrollar actividad fisica y la práctica de este deporte?			
-Salud	-Entretenimiento	-Aprender	-Desestrezarse
6) ¿Te gustaria que se realice un evento de Bmx Freestyle para fomentar este deporte ?			
-Si	-No		
7) ¿Por qué medios te gustaria que se realice la publicidad del evento?			
-Impresos	-Soportes Digitales	-Redes Sociales	

Edades de los participantes

Figura 1: Cuadro de las edades de los participantes de la encuesta.

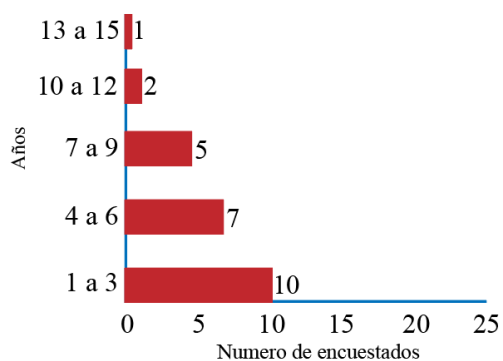


Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de las encuestas, reflejan una mayor participación de los jóvenes que comprende entre los 18 y 21 años, un rango bastante representativo de la cultura bmx, de los cuales se necesita saber su opinión acerca del bmx freestyle.

Años que practica bmx freestyle

Figura 2: Años que practican bmx freestyle.

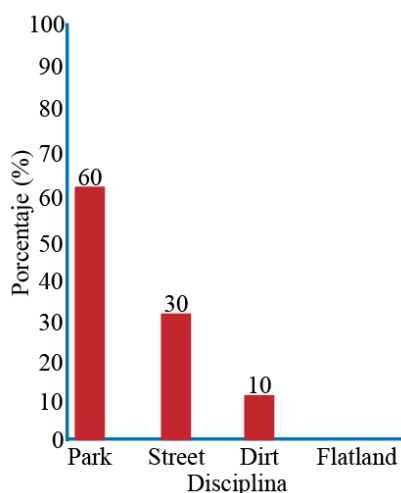


Fuente: Elaboración propia.

Los resultados a esta pregunta nos muestran que la mayoría de jóvenes dentro de este deporte practican entre 1 a 3 años, es un rango muy representativo en la practica de este deporte extremo.

Disciplinas dentro del bmx freestyle

Figura 3: Disciplina que se desenvuelve mejor.

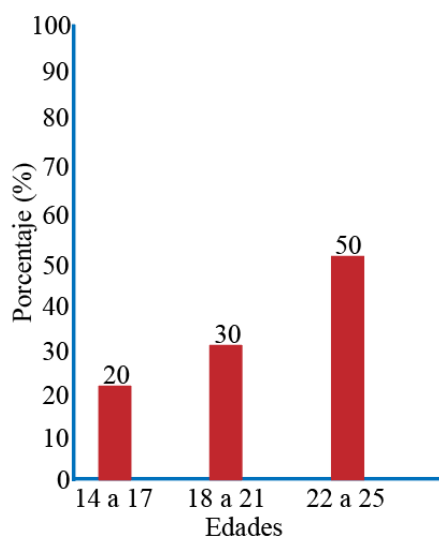


Fuente. Elaboración propia.

En base a los resultados de esta pregunta se puede evidenciar que el 60% de los jóvenes prefieren practicar bmx freestyle en un parque, se puede determinar que el lugar adecuado sería el parque extremo guatana ubicado en la ciudad de Cuenca.

Edad en la que abandonarían el bmx freestyle

Figura 4: Edades en la que los adolescentes abandonarían el bmx freestyle.

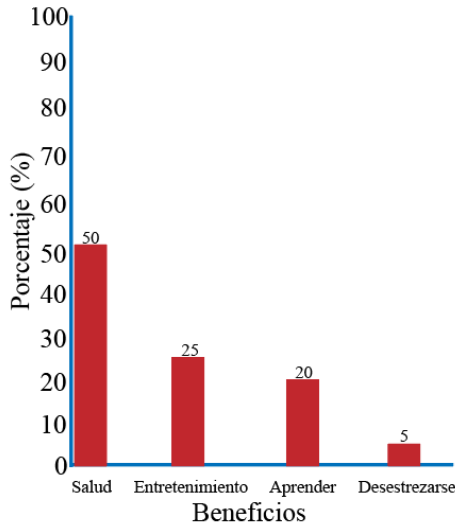


Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de esta pregunta reflejan que el 50% de los jóvenes practican este deporte hasta la edad de 22 a 25 años, una edad muy considerable para dar fin a la práctica de este deporte.

Beneficios de la practica de este deporte

Figura 5: Beneficios practica de Bmx Freestyle.

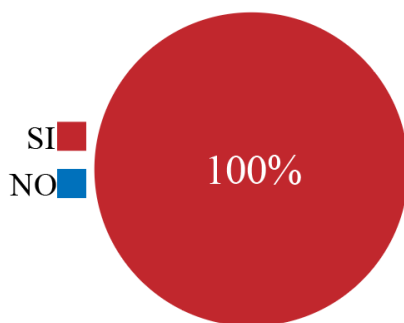


Fuente: Elaboración propia.

Se puede evidenciar que el 50% en base a esta pregunta practican dicho deporte por salud es se suma importancia conocer los beneficios que generan en cada adolescente la practican del bmx freestyle.

Realización de un evento de bmx freestyle

Figura 6: Jovenes interesados en un evento de bmx freestyle.

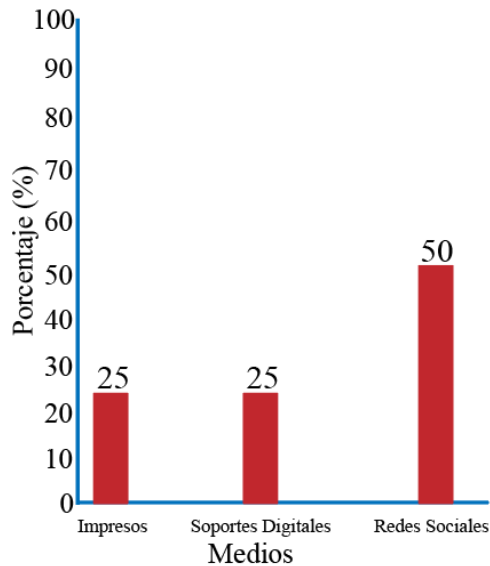


Fuente: Elaboración propia.

El 100% de los jovenes estan interesados en la elaboracion de un evento es muy importante conocer su opinión como respaldo para la organización del evento.

Medios que los adolescentes prefieren que se realice la publicidad

Figura 7: Resultados de los adolescentes por el medio el cual prefieren que se realice la publicidad del evento.



Fuente: Elaboración propia

Según esta pregunta se puede observar que el 50% de los jóvenes prefieren que se difunda la publicidad por medio de las redes sociales ya que es un medio que se a hecho muy conocido en la actualidad, es muy importante su intervencion en esta encuesta.

Presentación de los resultados

La encuesta se aplicó con el fin de obtener los datos estadísticos para decretar la percepción de los adolescentes de 10 a 25 años que practican en el parque extremo Guatana, se decidió que el número de adolescentes encuestados que practican este deporte seria 25.

Con la encuesta se logro determinar que el público objetivo es el correcto de acuerdo a los rangos de edad, y que también les gustaría que se realice un evento de Bmx Freestyle

en la ciudad de Cuenca mediante la aplicación de la publicidad correcta, la cual se llamativa para los adolescentes.

Mediante estos datos recolectados se logro establecer cual es la mejor manera de captar la atención del público objetivo, con la información correcta, esto ayudo a identificar los medios por los cual difundir la publicidad, como los soportes digitales, impresos y las redes sociales.

2.1.1 Buyer persona

Cristian Alvarez

Es un joven estudiante de la Universidad de Cuenca. Es una persona humilde y se caracteriza por el compañerismo que genera con las personas, es aplicado y en sus tiempos libres le gusta tatuar, es muy hábil para el dibujo y ademas le gusta mucho el deporte de Bmx Freestyle es muy hábil en su bicicleta, donde se siente libre y demuestra la adrenalina en cada truco, le gusta mucho las redes sociales donde habitualmente ve videos de sus riders favoritos que practican este deporte, y los eventos que se realizan en otros lugares del mundo.

Tiene 20 años y le gustaria que se realice un evento de bmx freestyle donde pueda demostrar sus habilidades que a practiado durante todo este tiempo, un evento el cual sea llamativo y se lleve una de sus mejores experiencias en cuanto a este deporte.

En cuanto a la cultura Bmx Freestyle nos cuenta que su estilo de musica al momento de practicar es el rap y hip hop, para el la música significa relajación y concentración al momento de realizar los trucos esto para inspirarse, sobre los lugares donde suele practicar el Parque Guatana es el mejor lugar donde muestra sus habilidades, se viste al estilo rapero ya que es muy cómodo para el, y al momento de practicar siente el dominio

sobre la gente, cuando le sale un truco nuevo siento la satisfacción de haberlo logrado, esa es la adrenalina que se siente con este deporte.

2.1.2 Homólogos eventos de Bmx Freestyle

En base a la creación de un evento de Bmx Freestyle se analizó como en otros lugares del mundo se desarrollan este tipo de eventos, no es un deporte muy conocido por la sociedad, mucho menos en la ciudad de Cuenca, es por eso que se busca generar interés y captar la atención del mismo el cual sea llamativo y genere impacto por medio del evento.

Simple Session

Es uno de los eventos más conocidos en el mundo del bmx, es por esa razón que se decidió tomar en cuenta este evento que se realiza año a año además de ser tan popular se invita a los máximos exponentes en este deporte y cuenta con una publicidad increíble que está presente en todas las redes sociales.

Fotografía 1: Simple Session



Fuente: Anónimo (2016)

Fotografía 2: Logo del evento aplicado a la publicidad



Fuente: Anónimo (s.f)

Fotografía 3: Afiche



Fuente: Anónimo (s.f)

Fotografía 4: Valla publicitaria



Fuente: Anónimo (s.f)

En base a este evento es de suma importancia tomarlo en cuenta ya que parte desde la creación del logotipo del evento, para de hay generar la publicidad adecuada y llamativa mediante los diferentes soportes soportes impresos y digitales, es un punto clave que ayuda en el proyecto ya que se busca llegar a un público específico que son los jóvenes, haciendo que la propuesta de campaña publicitaria sea llamativa y perdure.

Fise

Se lo tomo en cuenta ya que es un evento de los mas llamativos en el mundo ya que tambien se celebra cada año, y que atrae un numeroso público.

Fotografía 1: Fise World Series



Fuente: Anónimo (s.f)

Fotografía 2: Afiche



Fuente: Anónimo (s.f)

Vans Pro Cup

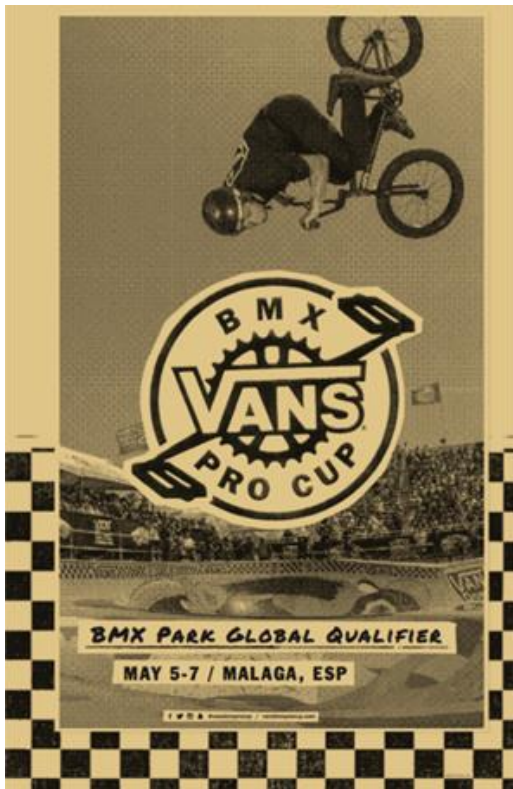
Consiste en un concurso de bmx donde participan tanto profesionales como nuevos talentos con el fin que demuestren sus habilidades.

Fotografía 1: Vans Pro Cup



Fuente: Anónimo (s.f)

Fotografía 2: Afiche



Fuente: Anónimo (s.f)

Fotografía 3: Post



Fuente: Anónimo (s.f)

2.1.3 Puntos clave de la investigación de campo

Comprendemos que para la creación de un evento de bmx freestyle no solamente se tiene que crear el logotipo del evento, sino tambien implementar el logotipo en la campaña publicitaria del evento siguiendo la línea gráfica adecuada y implementando en los soportes digitales adecuados, los cuales llamen la atención y generen curiosidad sobre el evento, y asi poder difundir de una manera acertada.

CAPITULO III

3.1 Estrategia y concepto de acuerdo a la investigación.

La campaña publicitaria esta dirigida hacia un público joven, al cual mediante las investigaciones realizadas se determino que para lograr captar su atención, se debe enfocar por medio de imágenes, es por eso que se diseño piezas graficas que generen impacto, con el fin de fomentar la practica de este deporte en la ciudad de Cuenca. Se utilizo colores referentes al deporte los cuales sean llamativos para los adolescentes, basándose en la publicidad btl.

Tomando en cuenta la publicidad BTL (Below the Line) que significa bajo la línea, y la publicidad ATL (Above the Line), encima de la línea, por estos medios lo que se busca es llegar de una manera oportuna a nuestro público, con el fin de lograr captar su atención, cambiar sus pensamientos y sobre todo lograr los objetivos planteados, se busca impactar con la publicidad mediante una composición creativa, donde los textos sean ingeniosos, breves, concisos y sobre todo contundentes mediante la imagen grafica, utilizando los soportes mas tradicionales, para generar un mensaje de manera mas directa con el fin que los jovenes capten de manera inmediata, es por eso que para este proyecto se a enfocado a este tipo de publicidad, generando medios novedosos como parte de la estrategia, para llegar al público el BTL juega un papel importante dentro del proyecto ya que se tendrá una mejor recepción y se aprovecharan los espacios donde se concentren los bikers en este caso el parque, la cual genere impacto al momento de la publicidad que se colocara en el parque y por los medios de difusión digitales.

3.1.1 Bocetos

Fotografía 1: Bocetos de la propuesta



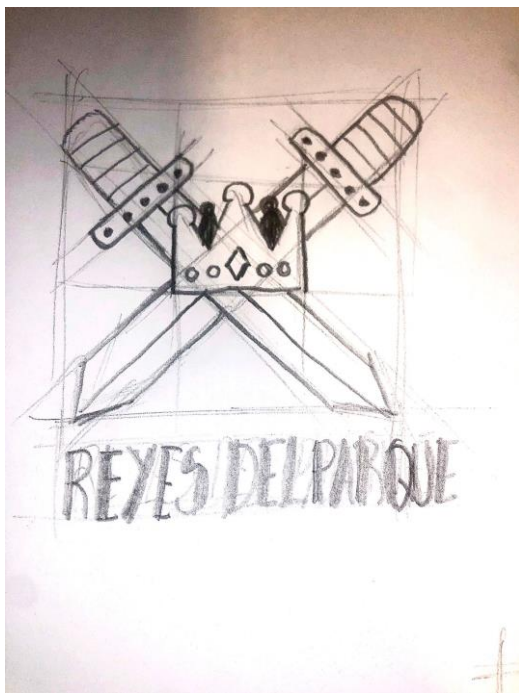
Fuente: Elaboración propia

Fotografía 2: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 3: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 4: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 5: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 6: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 7: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 8: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 9: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 10: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 11: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 12: Bocetos de la propuesta



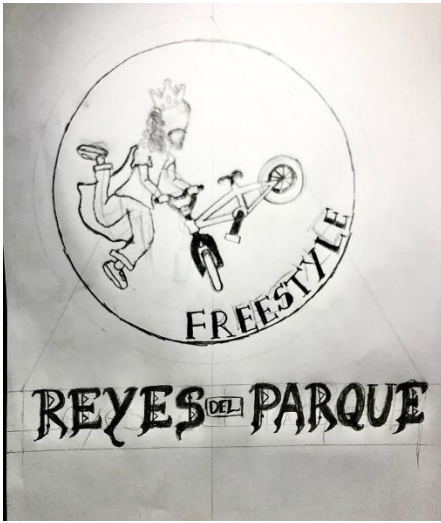
Fuente: Elaboración propia

Fotografía 13: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 14: Bocetos de la propuesta



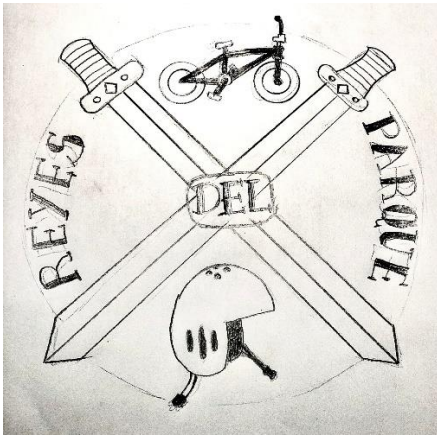
Fuente: Elaboración propia

Fotografía 15: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 16: Bocetos de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

En esta parte se empieza con lo que es el proceso de bocetaje, esta técnica consiste en dibujos previos, borradores realizados a mano con lápiz y papel, y el proceso de como se ido creando una solución desde los primeros trazos.

Se procede a realizar una serie de ideas con las primeras propuestas, cada una diferente hasta llegar a la idea principal de lo que se quiere representar, de todas las propuestas se escogieron 3 para presentar a los riders del parque guatana, en donde 2 de ellas fueron eliminadas ya que no cumplían con sus expectativas y no les pareció llamativas, una vez definido el logotipo del evento se procedió a digitalizarlo.

3.1.2 Digitalización

ELEMENTOS Y ABSTRACCIÓN

La construcción del logo comienza con la simplificación de objetos referentes al Bmx Freestyle, inspirado en los clásicos logos en “x” vintage combinándole a su vez con la temática medieval, para luego ser unificados dando la sensación de una batalla, todos los iconos se construyeron en base a una retícula cuadrículada y con inclinaciones de 45 grados.

Figura 1: Propuesta



Fuente: Elaboración propia

Figura 2: Propuesta en la retícula de construcción



Fuente: Elaboración propia

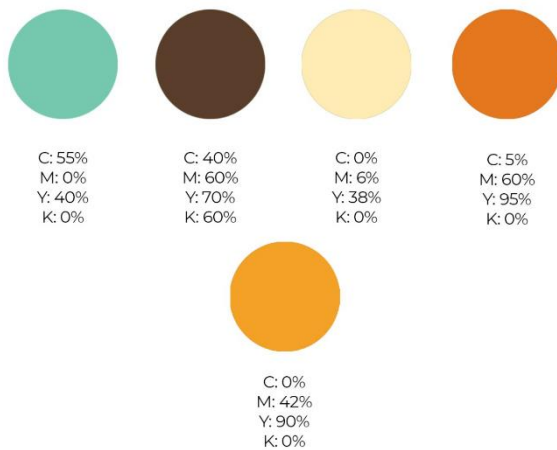
Figura 3: Propuesta final



Fuente: Elaboración propia

Selección Cromática para la propuesta final

Figura 1: Cromática



Fuente: Elaboración propia

Se escogió una cromática referente al deporte, y a su vez tonos energéticos, contrastantes y vintage, los naranjas evoca una sensación de diversión y atrevimiento lo que es el BMX

para los que los practican, el crema y el café oscuro que genera frescura a la competencia y el azul esmeralda que genera el contraste y provoca un agrado visual.

Selección Tipográfica para la propuesta final

Para la tipografía del logotipo se ocupó monserat un estilo de letra sans sin serifa se lo ocupó en su familia bold, black y light, para la fácil legibilidad del logotipo.

3.1.3 Aplicación de mockups

Al ser una estrategia de publicidad de tipo btl nos alejamos de lo clásico de los eventos flyers simples, se piensa innovar la atención de la gente con la aplicación del afiche en soportes como lo son los rótulos de caja ubicados en varios puntos estratégicos de la ciudad y en los rotulos de caja de tipo valla también ubicados en esos puntos, donde con la construcción llamativa del afiche atraera más la atención del target definido.

Y por otra parte no podemos dejar atrás las redes sociales es por eso que se busca hacer publicaciones llamativas ya que las redes sociales son un soporte fundamental para la difusión de la publicidad de este evento ya que es ahí en donde más se encuentra nuestro target, con el fin de captar la atención mediante una buena organización y que visualmente impacte.

REYES DEL PARQUE

BMX FREESTYLE

PARQUE EXTREMO GUATANA
CUENCA - ECUADOR

DOMINGO 27 DE MARZO
EVENTO GRATUITO

AUSPICIADO POR:

Tester **SWC** **ATICO** **LIQUIDE** **S**

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

CAPITULO IV

4.1.1 Registro visual

Mediante una encuesta que se aplicó a 25 jóvenes de entre 10 a 25 años de la ciudad de Cuenca que practican Bmx Freestyle, se obtuvo los datos estadísticos para decretar la percepción de los adolescentes que practican en el parque extremo Guatana, se logró determinar los rangos de edad y los jóvenes que están de acuerdo con la realización de este evento, mediante estos datos recolectados se logró establecer cuál es la mejor manera de captar la atención del público objetivo, con la información correcta, esto ayudó a identificar los medios por los cuales difundir la publicidad, como los soportes digitales, impresos y las redes sociales.

4.1.2 Puntos clave

La percepción e intereses de los jóvenes que practican este deporte, se estudiaron mediante una encuesta y entrevista en donde se determinó la deficiencia de publicidad que existe en este tipo de eventos, además se logró conocer que la preferencia para la difusión de este tipo de publicidad es por medio de soportes digitales, ya que al ser un evento dirigido hacia un público joven se puede impactar visualmente.

La importancia de la publicidad para este tipo de eventos se distingue de la publicidad normal, ya que tiene una intención y un mensaje, es una excelente manera de comunicar y transmitir el mensaje, es por eso que como puntos claves se debe investigar, observar e interactuar con los espectadores y consumidores, por ello es importante promover la publicidad ya que presenta una nueva forma de llamar la atención y generar recordación de la misma, por estas razones se plantea la realización de una campaña publicitaria, para impactar dentro de la cultura Bmx, dentro de esta campaña se propone como estrategia la publicidad BTL para que así los jóvenes experimenten la práctica de este deporte extremo.

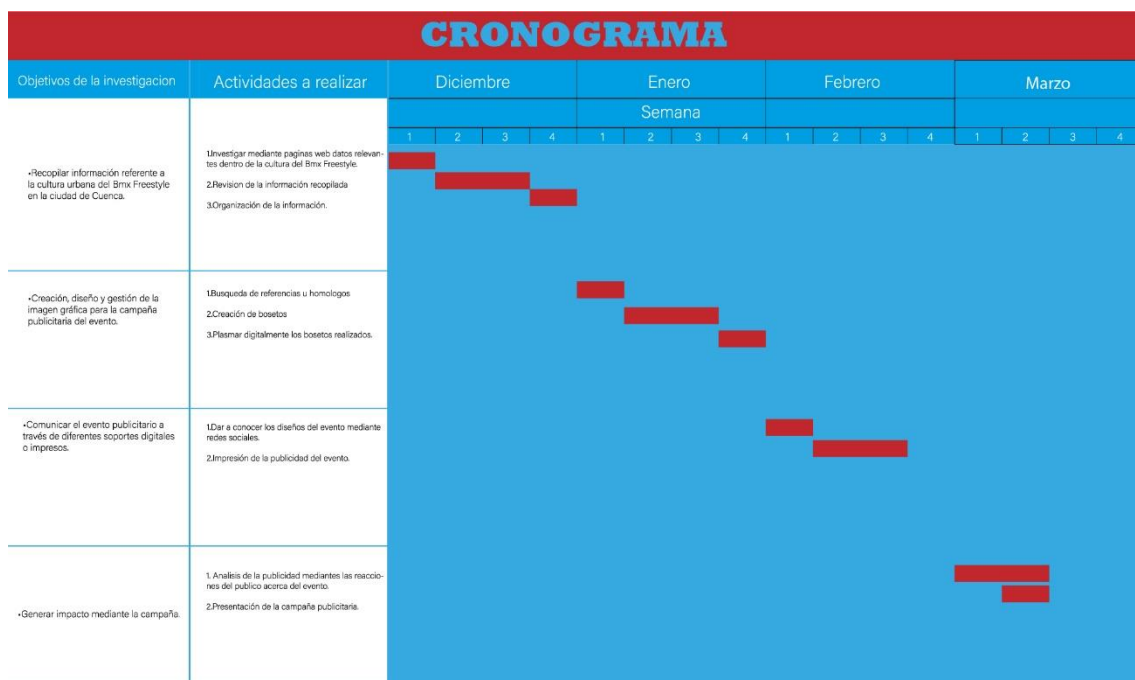
La investigación es importante para tener clara la muestra a analizar, cuáles y cómo desarrollar efectivamente las estrategias correctas que ayudan con el cumplimiento de los objetivos, es importante observar y analizar las reacciones, el comportamiento y los pensamientos de nuestro target, que se desea lograr e influir con este tipo de publicidad.

Para la elaboración del presupuesto se identificó cada medio que se usará para la campaña publicitaria, la cual tendrá una duración de 3 meses.

Recursos Humanos (Campaña)	Cantidad	Tiempo	Valor Unitario	Valor Total
Publicidad	1	2 meses	\$150	\$150
Acondicionamiento area del evento	1	1 dia	\$75	\$75
Key Visual	1	—	\$75	\$75
Dj y Animador	1	4 horas	\$100	\$100
Afiches	25	—	\$1.00	\$25
Premios	20	—	\$250	\$250
TOTAL				\$675

Para obtener una reducción de los costos de la campaña se cuenta con el apoyo de varios auspiciantes para el evento, y así tener mucha más acogida.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



Conclusiones

El presente proyecto tuvo como objetivo la creación de una campaña publicitaria de bien social para un evento de Bmx Freestyle, para fomentar el deporte extremo en la ciudad de Cuenca, en adolescentes de 10 a 25 años. En este proyecto la publicidad desempeña un papel muy importante, en donde se investigo los medios y las estrategias para obtener una campaña acertada, es importante promover la publicidad como un medio el cual llame la atención sobre el evento y que a la vez genere el recuerdo del mismo, esto se logro especialmente mediante los diferentes soportes que ayudo para la difusión del evento, ya que son medios de comunicación prácticos y ayuda a comunicar fácilmente a los espectadores.

Recomendaciones

Para la investigación de campo, se presentaron una serie de incomodidades ya que como no es un deporte muy conocido en la ciudad, es complicado obtener una información más amplia sobre la cultura bmx, por lo cual se tuvo que realizar una entrevista y varias encuestas.

Por otra parte, resulto complicado la investigación ya que no existen trabajos de grado enfocados al deporte extremo, esto significo explorar nuevas investigaciones, los deportes extremos son alternativas que con el pasar del tiempo se pueden expandir y generar en niños, jóvenes y adolescentes un interés para la practica de este deporte, por lo cual resulta importante implementar nuevas estrategias para dar a conocer y sobre todo impulsar nuevas actividades, esperando asi que mediante esta campaña se fomente el deporte extremo en la ciudad de Cuenca.

BIBLIOGRAFÍA

- Beltran, C. (2013). *Campañas de bien social y marketing social*. Concentrika.
<https://concentrika.ucentral.edu.co/campanas-de-bien-social-y-marketing-social/>
- Bencomo, A. (2019). *Introducción al mundo del bmx*. Vks sport.
<https://www.vkssport.com/secciones/zona-rider/introduccion-al-mundo-del-bmx/>
- Briceño, G. (2020). *Deportes extremos*. Euston96.
<https://www.euston96.com/deportes-extremos/>
- Bicycle Works. (2019), *¿Qué escucha BMX?*.
https://spa.bicycle-works.com/qa/what-do-bmx-listen-to_6842265
- Caceres, O. (2014). *Técnicas de investigación entrevista, encuesta y observación*. Slidshare.
<https://es.slideshare.net/oscarcaceres9862/tecnicas-de-investigacion-entrevista-encuesta-y-observacin>
- Corrales, J. (2019). *Publicidad BTL o Below The Line: ¿qué es y cómo aplicarla a tus anuncios y campañas?*. Rockcontent.
<https://rockcontent.com/es/blog/publicidad-btl/>
- Curiel, S. (2012). *Elementos de una campaña de marketing social para la promoción de la Mediateca municipal de Soyo, Angola*. Revista de Arquitectura e Ingeniería.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193926410004>
- Editorial Grudemi (2020). *Campaña publicitaria*. Enciclopedia Economica.
<https://enciclopediaeconomica.com/campana-publicitaria/>
- Einatec. (2019), *¿Qué es el diseño gráfico publicitario y qué tipos hay*.
<https://einatec.com/disenio-grafico-publicitario/>
- Estrada, H. (2011). *Pero... ¿qué es el diseño gráfico?*. ForoAlfa.
<https://foroalfa.org/articulos/pero-que-es-el-disenio-grafico#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20es%20m%C3%A1s,mensajes%20espec%C3%ADficos%20a%20grupos%20determinados>
- García, M. (2019). *15 definiciones: ¿Qué es el diseño gráfico? | Citas de autores*. Paredro.
<https://www.paredro.com/15-definiciones-diseno-grafico-citas-autores/>
- Hurtado, R., Jaramillo, L., & Ocampo, R. (2004). *Deporte extremo como práctica social y posibilidad de adscripción identitaria en jóvenes urbanos*. Efdeportes.com.
<https://www.efdeportes.com/efd73/extremo.htm>
- Library. (2015), *Campañas publicitarias definiciones*.

<https://1library.co/article/definiciones-campa%C3%B1as-publicitarias-relaciones-p%C3%BAblicas-ciencias-administrativas.yd7xoggy>

Library. (2019), *Publicidad BTL (Below The Line)*.

<https://1library.co/article/publicidad-btl-below-the-line-hip%C3%B3tesis.q2nl01eq>

Matovelle, R., & Salas, E. (2018). *La construcción de la marca por los medios ATL y BTL*. Eumed.net.

[https://www.eumed.net/rev/ce/2018/4/marca-medios-atlybtl.html#:~:text=Seg%C3%BAAn%20\(Pereira%2C%202007\)%20describe,a%20muchas%20y%20variadas%20interpretaciones](https://www.eumed.net/rev/ce/2018/4/marca-medios-atlybtl.html#:~:text=Seg%C3%BAAn%20(Pereira%2C%202007)%20describe,a%20muchas%20y%20variadas%20interpretaciones).

Mohan, R. (2021). *¿Qué es un caso de estudio? [+6 tipos de casos de estudio]*. Venngage.

<https://es.venngage.com/blog/que-es-un-caso-de-estudio/>

Ongravity. (2019), *Modalidades de BMX: Race y Freestyle*.

<https://ongravity.es/modalidades-bmx-race-freestyle/>

Peñañiel, V. (2016). *La técnica de observación*. Slideshare.

<https://es.slideshare.net/VictorPeañielRosero/la-tnica-de-observacin-61159897>

Pérez, W. (2005). *Deporte eXtremo, una práctica social*. Efdeportes.com.

<https://www.efdeportes.com/efd88/extremo.htm>

Red Bull. (2021), *De E.T. a los Juegos: La increíble historia del BMX Freestyle*.

<https://www.redbull.com/cl-es/bmx-freestyle-historia>

Reina, N. (2015). *Cultura urbana bmx*. Prezi.

https://prezi.com/s0_dgyqpwd-q/cultura-urbana-bmx/

Ruiz, H. (2017). *BMX: ¿Cómo empezar en este espectacular deporte?*. Buho.

<https://buhomag.elmundo.es/uncategorized/todo-necesitas-saber-bmx/>

Thompson, I. (2005). *Definición de Publicidad*. Promonegocios.net.

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>

ANEXOS

ENTREVISTA

- 1) ¿Como se a transmitido la información para los eventos de Bmx Freestyle que se han realizado en la Ciudad de Cuenca?
- 2) ¿Que tipo de publicidad se a utilizado para dar a conocer estos eventos?
- 3) ¿Porque medios de publicidad se han dado a conocer estos eventos?
- 4) ¿Usted cree que el Bmx Freestyle puede ser considerado como un deporte extremo de bien social?
- 5) ¿Esta usted de acuerdo que los adolescentes de entre 10 a 25 años son los que se dedican a la practica del Bmx Freestyle?
- 6) ¿En cuanto a deportes extremos cual es el deporte que prefieren los adolescentes?
- 7) ¿Usted cree que los eventos que se han realizado en la ciudad han generado impacto en base a la publicidad empleada?
- 8) ¿Piensa usted que una campaña publicitaria bien estructurada para un evento de Bmx Freestyle, influenciaria a los adolescentes a la práctica del deporte extremo ?

ENCUESTA

1) Edad

-10 a 13 -14 a 17 -18 a 21 -22 a 25

2) ¿Hace cuantos años practicas Bmx Freestyle?

-1 a 3 -4 a 6 -7 a 9 10 a 12 13 a 15

3) ¿Cuál es la disciplina dentro del Bmx en la que te desenvuelves mejor?

-Park -Street -Dirt -Flatland

4) ¿ A que edad crees que podrias abandonar el Bmx Freestyle?

-14 a 17 -18 a 21 -22 a 25

5) ¿Qué beneficios les proporciona el desarrollar actividad fisica y la práctica de este deporte?

-Salud -Entretenimiento -Aprender -Desestresarse

6) ¿Te gustaria que se realice un evento de Bmx Freestyle para fomentar este deporte ?

-Si -No

7) ¿Por qué medios te gustaria que se realice la publicidad del evento?

-Impresos -Soportes Digitales -Redes Sociales