

Campañas publicitarias para promocionar e incentivar el uso del tiempo libre a través del deporte hacia los jóvenes dentro de un rango de los 16 a los 25 años.

Orlando Alexis Urrea Chavarriaga

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO
COLOMBIA 2015**

Campañas publicitarias para promocionar e incentivar el uso del tiempo libre a través del deporte hacia los jóvenes dentro de un rango de los 16 a los 25 años.

Orlando Alexis Urrea Chavarriaga

**Trabajo de grado para optar por el título
de Tecnólogo en Diseño Gráfico**

**Asesora
Jheny Quintero Gutierrez**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO
COLOMBIA 2015**

Nota de aceptación

_____ **Firma del presidente del Jurado**

_____ **Firma del Jurado**

_____ **Firma del jurado**

AGRADECIMIENTOS

Quiero primero que todo darle gracias Dios por darme la vida y la oportunidad de darme una familia que ha sido mi apoyo incondicional y que siempre han querido lo mejor para mi, la cual me han brindado la oportunidad de conocer nuevos caminos y personas que me ayudaron a formarme como persona, profesional y que me acompañaron en momentos buenos y difíciles.

A todos y a cada uno de los profesores que con su amor y paciencia trataron de dejar en mi una semilla de muchos valores y principios, acompañados de sus consejos que se que me servirán en este transcurrir de una nueva experiencia.

A mis compañeros agradecerles por la oportunidad de haber vivido momentos inolvidables de alegrías, risas y en ocasiones de tristeza.

A mi asesora Jheny Quintero Gutiérrez su paciencia, acompañamiento y dedicación en la elaboración de este proyecto.

A todos aquellos anteriormente mencionados agradecerles de corazón por todo lo compartido, vivido y por el granito de arena que dejaron en mi para lograr salir adelante.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	10
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	.11
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	11
2. OBJETIVOS.....	.12
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	12
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
3. JUSTIFICACIÓN	13
4. MARCO DE REFERENCIA	14-15
4.1 MARCO TEÓRICO.....	16
5. MARCO CONTEXTUAL.....	17
6 DISEÑO METODOLÓGICO.....	18-19
6.1 Metodología	19
6.2 Tipos de investigación	19
6.3 Pieza Gráfica.....	20
6.4 Datos primarios.....	20
6.5 Encuesta.....	21-25
6.6 Datos secundarios.....	26
6.7 Recursos.....	26
6.8 Cronograma.....	26-27
6.9 Resultados esperados.....	27
7. CONCLUSIONES.....	28
8. BIBLIOGRAFÍA.....	29

LISTA DE FIGURAS

Figura N° 1: Mapa Conceptual

Figura N° 2: Pieza Gráfica - Orlando Alexis Urrea Chavarriaga

Figura N° 3: Encuesta

LISTA DE TABLAS

Tabla N° 1: Recursos

Tabla N° 2: Cronograma

GLOSARIO

- **Folleto:** Impreso de varias hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario. En marketing, el folleto es una forma sencilla de dar publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es variada.
- **Usabilidad:** La usabilidad universal (del inglés usability) es la característica de un sistema que pretende ser utilizado por:
 1. El tipo o tipos específicos de usuario/s
 2. La tarea o tareas que para las cuales el sistema se ha hecho
 3. El contexto en el que se da la interacción.
- **Eslogan o lema publicitario:** Es una frase, expresión, proposición, pensamiento memorable que se utiliza en un contenido o argumento comercial o político (en el caso de la propaganda) como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para englobar tal y representarlo en un dicho. Los lemas publicitarios a menudo son decisivos en la competencia comercial.
- **Duotono:** Reproducción a dos tintas con dos medios tonos de una fotografía en blanco y negro.
- **Formato:** Sentido del tamaño dado al área de un diseño. Puede ser cuadrado, horizontal o apaisado, vertical, circular, etc.
- **Logotipo:** O logo es un elemento gráfico, verbo visual o auditivo y sirve para representar a una persona, empresa, institución o producto.
La funcionalidad de un logotipo radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se requiere.
- **Propaganda:** La meta, objetivo, finalidad de la propaganda es aumentar el apoyo (o el rechazo) a una cierta posición, antes de presentar simplemente sus pro y contra. El objetivo de la propaganda es no hablar de la verdad, sino convencer a la gente: pretende inclinar la opinión general, no informarla.
- **Publicidad:** La definimos como una comunicación no personal y pagada, de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un promotor identificado.
- **Simetría:** Equilibrio armónico consistente en reflejar la misma imagen a izquierda y derecha de un eje imaginario (a un lado y al opuesto de un eje imaginario).
- **Tipómetro:** Instrumentos graduados para medir líneas y los cuerpos tipográficos. Indica las escalas en sus diversas medidas.

RESUMEN

En el presente proyecto realizamos una revisión a nivel teórico de los aspectos que influyen en el buen aprovechamiento del tiempo libre del plantel educativo y cómo estos se relacionan para configurar los enfoques de aprendizaje y el desperdicio del tiempo de estos.

En cuanto a la aportación para desarrollar este proyecto, se ha diseñado y validado una pieza gráfica para lograr identificar las motivaciones y estrategias que logren promover la realización del deporte.

Palabras Claves: Motivación, aprovechamiento del tiempo, estrategias

ABSTRACT

In this project we review theoretical level of the aspects that influence the good use of time off campus and how these are related paragraph Set learning approaches and the waste of time of these.

As for the contribution para esta develop project has been designed and validated a graphic piece para achieve v identify the motivations and strategies that will promote the realization of the sport.

Keywords: Motivation, use of time , Strategies

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo contiene los elementos de un modelo de intervención que se llevaría más allá hacia los jóvenes dentro de un rango de los 16 a los 25 años.

Este proyecto a realizarse, contará con una implementación recreativa que se desarrollará para promover de una mejor manera e interactiva el buen aprovechamiento del tiempo libre para el plantel educativo de la Institución Universitaria Pascual Bravo; mediante juegos didácticos y de mesa, se propondrán en el transcurso del proyecto.

Mediante el desarrollo del mismo se encontrarán las causas que serían el motor principal del planteamiento del problema en dicho proyecto.

El interés de hacer un modelo de intervención, no solo es para conocer las causales de esta problemática social, sino además para intervenir en acciones preventivas y evitar el bajo porcentaje de gente que no realiza actividades deportivas en tiempo libre.

La ejecución de la propuesta se logrará promover diferentes intereses del aprovechamiento del tiempo libre mediante juegos de mesas; educativos, recreativos, mentales y actividad física.

Este proyecto también crece la idea por medio; de que la población estudiantil, de la Institución Universitaria Pascual Bravo, presenta deficiencias en la utilización del tiempo libre. A Continuación se mencionan algunas posibles causas:

- Espacios lúdicos, culturales, de interés y de formación son muy escasos y algunas veces no cumplen con la cobertura de la población para dichas actividades.
- Adición a la TV.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Un problema identificado principalmente por los jóvenes hoy en día, es derivado del uso excesivo del internet. Según el estudio publicado en “Evidencias de pediatría” la adicción del internet afecta mucho, sobre todo a jóvenes mayores. Estos se dedican más de 20 horas semanales a la web y la utilizan para jugar “Online”.

Para mejorar esta problemática se implementarán los juegos de mesa, tales como laberintos, triqui, parques, juegos de roles donde se estimulara mejor la parte mental de los estudiantes implicados.

Por medio de una intervención gráfica dentro del campus de la Institución Universitaria Pascual Bravo, tanto en la sede de Robledo como Belén, se centrará en la participación estudiantil, realizando las diferentes actividades propuestas del proyecto.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Realizar en el campus universitario una intervención de juegos lúdicos de mesas tanto recreativos como mentales, donde los estudiantes logren aprovechar de una mejor manera el tiempo libre por medio de estos juegos. Una de las principales ideas por desarrollar estos juegos, es que los jóvenes hoy en día puedan alejarse por un momento de los aparatos tecnológicos y puedan interactuar e integrarse más con los compañeros; tomándolo desde un espacio apropiado para el entretenimiento.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo promover las actividades recreativas en los estudiantes de la Institución Universitaria Pascual Bravo, para un mejor aprovechamiento del tiempo libre?

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

- Interpretar las relaciones existentes que hay entre el área deportiva y el ciudadano, ya que permitirá entender los procesos que se han llevado para lograr una buena conexión del deporte y el tiempo libre.
- Fomentar e implementar actividades lúdicas apropiadas para la ocupación del tiempo libre de los estudiantes de la Institución Universitaria Pascual Bravo; tanto en la sede de Robledo como en la de Belén.

2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO

- Concienciar a los estudiantes de la utilización adecuada de su tiempo libre dentro y fuera de la Institución.
- Crear espacios en los cuales el estudiante expresa sus debilidades y destrezas mediante actividades Lúdico-Recreativas.
- Utilizar las diferentes disciplinas como medio para que los estudiantes creen sus propios hábitos.

3. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto sería de suma importancia para las universidades y la comunidad estudiantil, dada que se ha evidenciado que las personas en general su tiempo libre lo utilizan la mayor parte pegados de la tecnología, olvidando la interacción social.

La implementación de este proyecto surge gracias a la observación realizada a los estudiantes detectando la desviación del tiempo libre en actividades nefastas para su desarrollo integral. Por tal razón la realización de actividades lúdicas en el tiempo libre, permite desarrollar conocimientos y mejoramientos de los valores.

El proyecto de utilización del uso adecuado del tiempo libre en frentes como lúdico y social.

El propósito del proyecto es hacer que los estudiantes y ciudadanos de la ciudad de Medellín tengan conocimiento de la propuesta y se interesen por emplear en actividades más con el área deportiva; incrementando a su vez la actividad física y recreativa.

Por el lado de innovación va a impactar la calidad de vida en la comunidad académica ya que este tipo de intervención no se ha implementado dentro de la misma institución.

De acuerdo a los interrogantes en el planteamiento del problema, lograr que la Universidad Pascual Bravo logre aportar espacios deportivos, en el que los estudiantes y ciudadanos logren aprovechar el tiempo libre en algo productivo como lo es el deporte.

4. MARCO DE REFERENCIA

<p>¿Qué es la Publicidad?</p>	<p>Es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.</p> <p>Objetivo: - Informar al consumidor sobre determinado producto y servicio.</p> <p>Estrategia de la Publicidad: Estética, humor, sentimientos, testimonio, demostración. Estas se utilizan para vender lo que ofrece.</p>
<p>Masiva</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene origen del siglo XVI, persuade a los demás a través de distintas formas. • Medios, gráficos, Tv, red. • Afiches publicitarios, mensajero de la comunicación visual urbana.
<p>Actual</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se retoma a fines del siglo XIX, se practica dentro de actividades comerciales. • Dentro del mercado hay 4 funciones: • Ventas personales • Promoción de ventas • Relaciones públicas • Publicidad
<p>Historia de la Publicidad</p>	<p>Desde que existen productos que comercializar ha habido la necesidad de comunicar la existencia de los mismos; la forma más común de publicidad era la expresión oral. En Babilonia se encontró una tablilla de arcilla con inscripciones para un comerciante de ungüentos, un escribano y un zapatero que data del 3000 a. C. Ya desde la civilización egipcia, Tebas conoció épocas de gran esplendor económico y religioso; a esta ciudad tan próspera se le atribuyen uno de los primeros textos publicitarios.. Hacia 1821 se encontró en las ruinas de Pompeya una gran variedad de anuncios de estilo grafiti que hablan de una rica tradición publicitaria en la que se pueden observar vendedores de vino, panaderos, joyeros, tejedores, entre otros. En Roma y Grecia, se inició el perfeccionamiento del pregonero, quien anunciaba de viva voz al público la llegada de embarcaciones cargadas de vinos, víveres y otros, siendo acompañados en ocasiones por músicos que daban a estos el tono</p>

	adecuado para el pregón; eran contratados por comerciantes y por el estado. Esta forma de publicidad continuó hasta la Edad Media.
Cómo se genera la Publicidad Deportiva	Para generar publicidad deportiva primeramente debes de buscar el concepto y el mensaje que deseas transmitir, la publicidad deportiva básicamente debe estar basada en sensaciones, debe tener una influencia sobre los medios y la sociedad. Generalmente en la campaña publicitaria se busca la integración de deportistas reconocidos generalmente los que están de “moda”, se debe tener en cuenta que no siempre se tendrá éxito en la campaña mucho menos si la imagen que se da no es capaz de transmitir esa sensación. Otro punto que se debe tomar en cuenta es el tipo de publicidad y el personaje a quien se le dará la tarea de promocionar nuestro producto o servicio, ya que en muchas ocasiones se puede llegar a jugar con la reputación del deportista y Esto como consecuencia nos traerá graves problemas.
Tipos de Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad Institucional • Publicidad sin fines de lucro • Publicidad de marca • Publicidad detallista o local • Publicidad de servicio público • Publicidad de negocio • Publicidad de respuesta directa
¿Qué es tiempo libre?	Es aquel tiempo que la gente le dedica a aquellas actividades que no corresponde a su trabajo formal ni a tareas domésticas esenciales.
¿Cómo aprovechar tu tiempo libre?	Hay muchas manera de aprovechar el tiempo libre, solo pon de tu parte; salir a caminar con los amigos, jugar e incluso ir a cine, son maneras de sacarte de tu encierro. ¿Por qué pasas tanto tiempo viendo programas basura o navegando en internet?
¿Qué es actividad física?	Favorece mucho, la autoconfianza, la autonomía y la formación de la personalidad, convirtiéndose así en una de las actividades recreativas y educativas primordiales.

FIGURA N° 1: Mapa Conceptual

4.1 MARCO TEÓRICO

MEDELLÍN ENTORNO A DESARROLLOS DEPORTIVOS, CIUDADANOS

Título de la propuesta de investigación: Análisis en torno a la relación entretenimiento deportivo – formación de sujeto deportista desde perspectiva latinoamericanas: Caso Indeportes Antioquia 1996 – 2011.

Sobre la base de este objetivo resulta importante encontrar e interpretar las relaciones existentes entre estas tres categorías, porque va a permitir entender los procesos que se han llevado a cabo en el periodo estipulado. Sin embargo, surge la inquietud frente a la utilidad de este recorrido. La forma deportiva es un estado temporal que depende de diversos factores, habría que decir que no es posible en el tiempo mantener el rendimiento del individuo, cuando sus intereses y necesidades no están presentes a lo largo de su vida deportiva, por esto pensar e interpretar las relaciones entre éstas categorías pueden permitir detectar cuáles son realmente dicho interés y necesidades de los individuos en el proceso de entrenamiento deportivo y cómo a través de un medio como el deporte de competencia se logra desarrollar un sujeto de forma multidimensional, mediante un proceso real de formación que involucra educación y rendimiento deportivo.

Por medio de este desarrollo deportivo, lograron implementar tres categorías, en la cual analizaba cada uno de los análisis que constituyeron para alcanzar a manejar un mejor desarrollo del proyecto propuesto.

Allí se menciona una propuesta estipulada por el señor Gildardo Pérez “En el proceso de entrenamiento. Los objetivos del entrenamiento corresponden a los objetivos de aprendizaje; los contenidos de aprendizaje se formulan como contenidos de entrenamiento. A los métodos de aprendizaje, corresponden los métodos de entrenamiento”.

La cual el señor Gildardo Pérez, quiso evidenciar una estrecha relación que desde el surgimiento del concepto de entrenamiento deportivo en Colombia se propone una estrecha relación con la educación.

5. MARCO CONTEXTUAL

A continuación se comentarán algunos proyectos o referentes que se han hecho en distintos lugares del país de acuerdo al proyecto de la realización de actividades físicas en el tiempo libre.

El proyecto Delta para la promoción de la alimentación saludable y la actividad física es una estrategia surgida a finales del año 2005, tras una experiencia previa en este ámbito de salud, desarrollada de manera continuada desde los años 1998.

El proyecto lo definen como “Un conjunto de propuestas, materiales didácticos y estrategias metodológicas que tienen como objetivo la promoción de la alimentación saludable y la actividad física, en un marco integral de promoción de la salud”.

Desde que presentaron el proyecto en el año 2005 han editado diversos materiales, realizando numerosas actividades, y ha hecho divulgación del mismo en foros y revistas científicas.

Proyecto Delta

En la actualidad, el proyecto Delta ha alcanzado una fase en la que la definición, desarrollo conceptual y metodológico, experimentación y evaluación han sido completados.

Dentro del marco estratégico el proyecto Delta ha editado una serie de materiales divulgativos que han tenido por objetivo promover, en la población, la información esencial para una alimentación saludable.

Actividades

En todo su desarrollo, el proyecto Delta ha venido creando actividades que se recogerán en el apartado histórico del proyecto Delta.

En la actualidad han desarrollado talleres ¿Cómo te ves? En diferentes encuentros y actos relacionados con la prevención de la obesidad y la promoción de la salud,

6. DISEÑO METODOLÓGICO

Deporte: Este se diferencia de los juegos recreativos, ya que el deporte se demuestra como al afán competitivo, donde el objetivo final es conseguir la victoria. En otras palabras, el deporte es una competencia que siempre arroja un resultado final.

Lúdico: Asociado al juego y la diversión, se refiere a todo lo relativo al juego, a la diversión, un juego de mesa, una salida con amigos a un parque de diversiones todas estas son actividades lúdicas. Cuenta con diferentes actividades para desarrollarse mediante los juegos como aquellos que implican la intervención de la mente, la creatividad, los reflejos y el equilibrio.

Actividades

Llegar a los estudiantes con actividades que les permita desarrollar los diferentes componentes del uso del tiempo libre como son:

La propuesta principal es lograr realizar una excelente valla publicitaria donde se demuestra la importancia de la realización de la actividad física donde se llevará a cabo en un escenario deportivo de la Institución Universitaria Pascual Bravo, donde se encuentra la mayor parte estudiantil realizando dichas actividades deportivas.

Esta propuesta va estipulada para un público objetivo en especial que en este caso es para la comunidad estudiantil dentro de un rango de los 16 a los 25 años de edad, ya que son estas las que se encuentran en un mejor nivel de realización de actividad física.

Para lograr una excelente propuesta se debe de llegar al punto de responder la pregunta del problema ¿Cómo promover las actividades recreativas en los estudiantes de la Institución Universitaria Pascual Bravo, para un mejor aprovechamiento del tiempo libre?

Tipo de estudio

Dicho estudio se realiza a través de un conjunto de investigaciones sobre: la competencia, clientes, características del entorno, lugares donde se mostrará el producto, publicidad entre otros en el cual ayuda a lograr desarrollar un mejor proyecto. Dentro de este tipo de estudio también entra la encuesta.

Universo población

Se toma a la población joven de la Institución Universitaria Pascual Bravo para que opinaran acerca de la encuesta, en el cual se llega al fin de que si es necesario una muy buena valla publicitaria donde se demuestra la importancia de la actividad física en los tiempos libres.

Descripción actividades

Juegos recreativos: Es un juego en el cual intervienen uno o más participantes. La principal función de este es que los integrantes logren proporcionar diversión y entretenimiento. De igual forma estos juegos pueden cumplir con diferentes roles, como lo

son: Educativos, mentales, físicos y poder contribuir al desarrollo de las habilidades prácticas y psicológicas.

- Deportivo
- Recreativo
- Cultural

Juegos de inteligencia

Objetivo: Motivar al estudiante en el buen uso del tiempo libre, utilizando las alternativas lúdicas que ofrecen los juegos de inteligencia.

Metodología: Que los estudiantes de la Institución logren aprovechar de una mejor manera el tiempo libre, a través de los juegos que se van a utilizar.

Juegos: Ajedrez, parques.

Lugar: Campus Universitario Robledo y Belén.

Cultural

Objetivo: Propiciar ambientes que les permita a los estudiantes desarrollar en el tiempo libre, con el fin que analicen sus habilidades para un mejor desempeño en sus procesos educativos.

Metodología: Que los estudiantes demuestren sus capacidades.

Juegos: Sopa de letra, Sudoku

Lugar: Campus Universitario Robledo y Belén.

6.1 METODOLOGÍA

Este proyecto se realiza con el fin de promover que el plantel educativo de la Institución Universitaria Pascual Bravo, logre aprovechar de una mejor manera más acertada el tiempo libre a través de actividades lúdicas, educativas, recreativas; basándonos principalmente de la actividad deportiva, interviniendo en los lugares que nos brinda la misma institución.

6.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto se basa en la idea de lograr que la comunidad estudiantil joven, logre aprovechar de una mejor manera el tiempo libre alejándose por un momento de los aparatos electrónicos interviniendo en ellos mediante una pieza gráfica la cual se demuestra visualmente.

6.3 PIEZA GRÁFICA



FIGURA N° 2: Pieza Gráfica - Orlando Alexis Urrea Chavarriaga

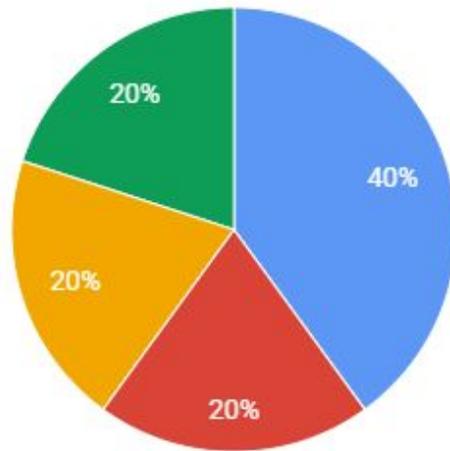
6.4 DATOS PRIMARIOS

Se realizó una encuesta en la cual nos podríamos dar cuenta cómo la comunidad juvenil aprovecha su tiempo libre.

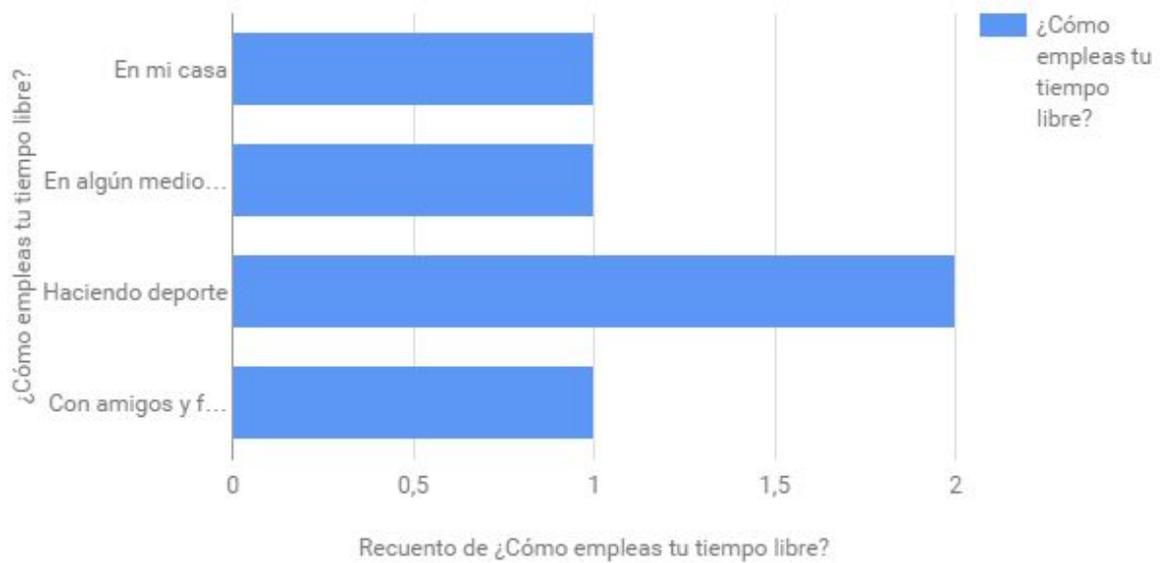
6.5 ENCUESTA



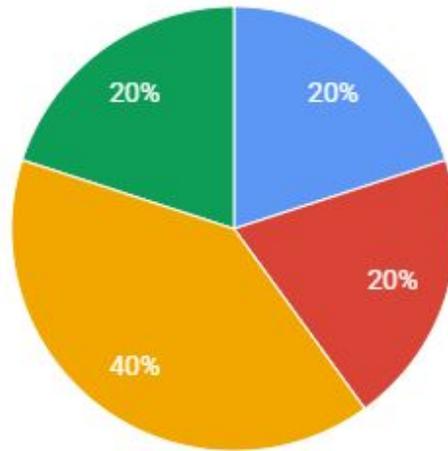
Recuento de ¿Cual es su profesión o ocupación?



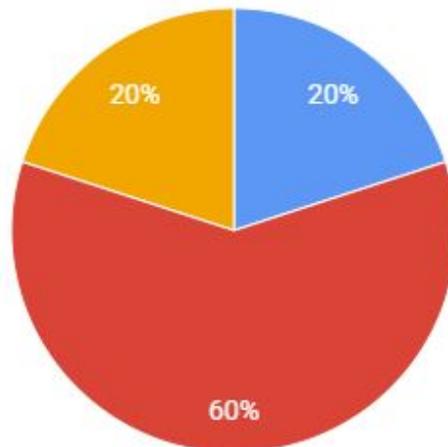
Recuento de ¿Cómo empleas tu tiempo libre?



Recuento de ¿Cómo empleas tu tiempo libre?

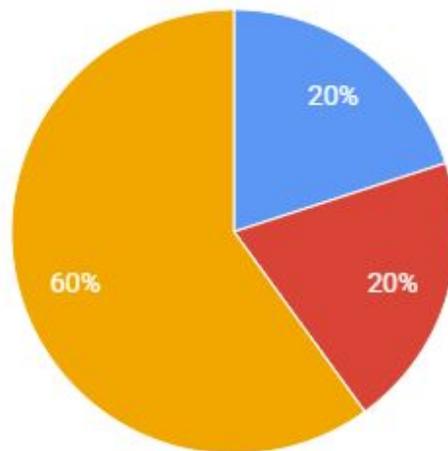


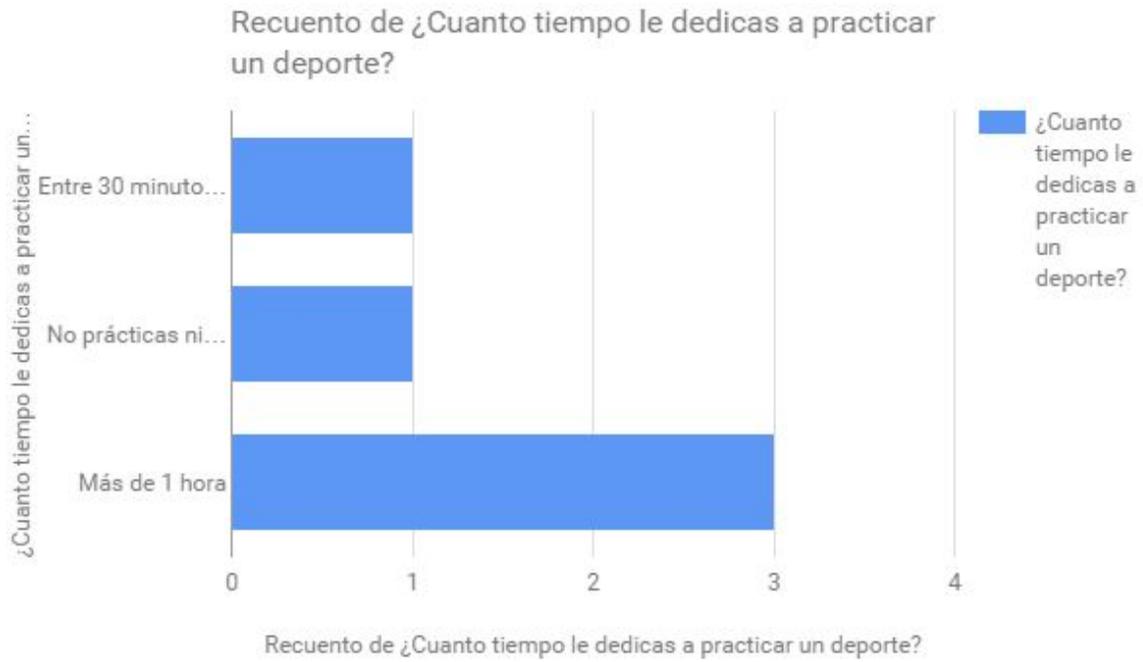
Recuento de En tu tiempo libre, ¿Ves TV a menudo?





Recuento de ¿Cuanto tiempo le dedicas a practicar un deporte?





Recuento de Sexo

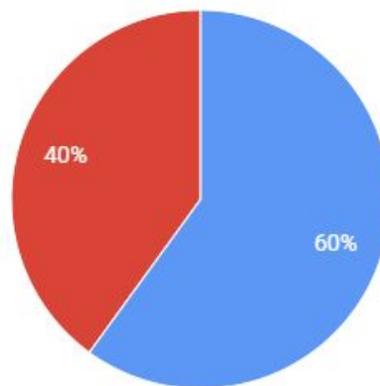


FIGURA N° 3: Encuesta

6.6 DATOS SECUNDARIOS

La investigación del marco referencial y el glosario se presenta con la ayuda de páginas de internet y ejemplos que ayudaron con la implementación de lo expuesto en el proyecto.

6.7 RECURSOS

RECURSOS	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
Humanos	Orlando Alexis Urrea Chavarriaga	
Técnicos (equipos, implementos, software, etc.)	Mac	\$ 1.700.000
	Illustrator	\$ 80.000
	Photoshop	\$ 80.000
	Flahs	\$ 80.000
Costos operativos (salidas de campo, desplazamientos, impresiones, papel.	Salidas, Vallas, Impresiones	\$ 180.000
TOTAL		

TABLA N° 1: Recursos

6.8 CRONOGRAMA

TEMA REALIZADO	FECHA REALIZACIÓN	PROCESO
Problema	20 de Febrero de 2015	Escogencia del problema, Identificación del problema, Planteamiento y Elaboración del problema.

Introducción, Justificación y Objetivos	27 de Febrero de 2015 6 y 13 de Marzo de 2015	Elaboración de la introducción, justificación y Objetivos generales y específicos.
Marco contextual y Referentes Teóricos	27 de Marzo de 2015 y 8 de Mayo de 2015	Elaboración completa del marco contextual y teórico.
Diseño metodológico y el método de investigación	15 de Mayo de 2015	Desarrollo del método de investigación
Cronograma	15 de Mayo de 2015	Elaboración del cronograma

TABLA N° 2: Cronograma

6.9 RESULTADOS ESPERADOS

Dar a conocer diferentes manifestaciones lúdicas, culturales y recreo-deportiva que lleven al estudiante a discriminar aquellas actividades que lo perjudican, como lo son el alcohol, las drogas, el exceso de los aparatos electrónicos, entre otros.

7. CONCLUSIONES

1. Se ha mostrado que las aplicaciones mostradas durante el proyecto son útiles y valiosas para generar mejoras en el ambiente estudiantil de la Institución.
2. Es una experiencia que ha mostrado cómo aplicar y proyectar un aprendizaje basado en el buen aprovechamiento del tiempo libre, trabajando de una forma coordinada y colaborativa se ha podido llevar el proyecto con éxito.
3. Se logra trabajar con dedicación y compromiso logrando producir en los estudiantes aprendizajes personalmente significativos y socialmente valioso, estimulando en ellos términos de competencia integradas como personas, profesional y como ciudadano.

8. BIBLIOGRAFÍA

Proyecto Delta. gobierno de canarias, Introducción [en línea]
<http://www3.gobiernodecanarias.org/sanidad/scs/contenidoGenerico.jsp?idCarpeta=32c1e8fa-cc0f-11e1-adc8-491cdb90fd3e&idDocument=8a401edb-18f8-11e2-afb1-b9b294c3b92c>

Que es un folleto? Jega Works [1997-2010] Traducción: Enrique Chornogubsky
[Folleto: Qué es un folleto?](#)

Definición ABC. Definición de formato [2007-2015] [en línea]
[Definición de Formato » Concepto en Definición ABC](#)

Logotipo [Barcelona-España; Gustavo Gil, SL 2007] [en línea]
[Logotipo - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)

Promonegocios. Que es publicidad, Ivan Thompson [Octubre 2008] [en línea]
[¿QUÉ ES PUBLICIDAD? - PromoNegocios.](#)

Del libro: Publicidad, de O'Guinn Tomas, Allen Chris y Semenik
 Richard, International Thompson Editores, 1999, Págs. 19 a 22.

Del libro: Mercadotecnia, Tercera Edición, de L. Fischer y J. Espejo, MC
 Graw Hill, Pág. 348.

Del libro: Fundamentos de Marketing, 13va, Edición, de Stanton, Etzael
 y Walker, Mc Graw Hill, Págs. 622 y 623.

Análisis en torno a la relación entrenamiento deportivo - Formación de sujeto deportista desde perspectiva críticas latinoamericanas: Caso Indeportes Antioquia. [1996-2011. Jose Tomas Cortes Diaz][en línea]
http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/1649/1/Entrenamiento_Deportivo_Formacion_Cortes_2013.pdf

Que es la actividad fisica. [enero-30-2012]

[¿Qué es la actividad física? - NHLBI, NIH](#)

Actividad Recreativa. Gerza [2012]

[Actividad Recreativa - Gerza](#)

