

ANÁLISIS Y DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL CON APLICACIONES PUBLICITARIAS Y DE PRODUCTO

MARCA DE ROPA DEPORTIVA ESPECIALIZADA EN SURF



Anna Olea Fernández

Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad de Girona

Tutor: Dr Fernando Julián Pérez
Curso: 2016/2017

ÍNDICE

Índice de figuras	pág. 5
Índice de tablas	pág. 6
Agradecimientos	pág. 8
1. Introducción	pág. 9
2. Planteamiento	pág. 10
3. Marco teórico y conceptual	pág. 11
3.1. Antecedentes	
3.1.1. Recorrido histórico en la moda femenina	pág. 11
3.1.2. Evolución ropa deportiva	pág. 15
3.1.3. Evolución histórica del surf	pág. 17
3.1.4. Marcas de surf de influencia internacional	pág. 19
3.1.4.1. Billabong	pág. 20
3.1.4.2. Roxy	pág. 20
3.1.4.3. Rip Curl	pág. 21
3.1.5. Marcas de surf de influencia catalana	pág. 22
3.1.5.1. Wetsweets	pág. 22
3.1.5.2. AllSisters	pág. 23
3.1.6. Tipología de los trajes de surf	pág. 24
3.1.7. Publicidad aplicada al surf	pág. 30

3.2.	Bases teóricas	
3.2.1.	Teoría y psicología del color	pág. 32
3.2.1.1.	Colores cálidos y fríos	pág. 33
3.2.1.2.	El color AZUL	pág. 34
3.2.1.3.	El color ROJO	pág. 35
3.2.1.4.	El color AMARILLO	pág. 36
3.2.1.5.	El color BLANCO Y NEGRO	pág. 36
3.2.1.6.	El color NARANJA	pág. 37
3.2.1.7.	El color VERDE	pág. 38
3.2.1.8.	El color ROSA	pág. 40
3.2.2.	Estudio tipográfico	pág. 41
3.2.3.	Tipos de marcas y logotipos	pág. 41
3.2.4.	El Branding e identidad corporativa de marca	pág. 43
3.2.5.	Proceso de creación del manual de identidad corporativa	pág. 46
3.2.6.	Estado de la cuestión	pág. 48
4.	Metodología	pág. 50
4.1.	Caracterización de la investigación	pág. 50
4.2.	Población y muestra	pág. 50
4.3.	Diseño o técnica de observación	pág. 51
4.4.	Recolección y procesamiento de los datos	pág. 54
5.	Análisis de Resultados	pág. 66
-	Resultados de la investigación	pág. 66
-	Propuesta de diseño de Identidad de Marca y Manual de aplicación corporativa	pág. 71
-	Presentación	pág. 74
-	Objetivos	pág. 75
-	Construcción y aplicación del logotipo	pág. 76

- Colores corporativos	pág. 78
- Versiones color Blanco y Negro	pág. 79
- Aplicaciones cromáticas	pág. 80
- Tipografía	pág. 81
- Usos incorrectos	pág. 82
- Aplicaciones	pág. 83
- Página web	pág. 83
- Anuncio revista	pág. 85
- Banderas Eventos Oficiales	pág. 86
- Vallas publicitarias	pág. 88
- Neoprenos	pág. 90
5. Conclusiones	pág. 98
6. Bibliografía	pág. 100
7. Webgrafía	pág. 101
8. Anexos	pág. 102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logotipo de la marca Billabong **pág. 19**

Fuente: www.billabong.com

Figura 2. Logotipo de la marca Roxy **pág. 20**

Fuente: www.roxy.es

Figura 3. Logotipo de la marca Rip Curl **pág. 21**

Fuente: www.ripcurl.es

Figura 4. Logotipo de la marca Wetsweets **pág. 22**

Fuente: http://www.ara.cat/estiu/cresta-lonada_0_1621637824.html

Figura 5. Logotipo de la marca AllSisters **pág. 23**

Fuente: http://www.ara.cat/estiu/cresta-lonada_0_1621637824.html

Figura 6: Tipos de grosores y temperaturas mínimas para cada tipo de neopreno **pág. 28**

Fuente: <https://www.mundo-surf.com/blog/elegir-traje-de-neopreno-surf-bodyboard/>

Figura 7. Anuncio Coca Cola 1968 **pág. 30**

Fuente: Encyclopedia of surfing. Recuperado de: <https://encyclopediaofsurfing.com>

Figura 8. Anuncio Ford 1976 **pág. 31**

Fuente: Encyclopedia of surfing. Recuperado de: <https://encyclopediaofsurfing.com>

Figura 9. Anuncio American Express 2008 **pág. 31**

Fuente: Encyclopedia of surfing. Recuperado de: <https://encyclopediaofsurfing.com>

Figura 10. Campaña fotográfica Chanel 2016 **pág. 32**

Fuente: Encyclopedia of surfing. Recuperado de: <https://encyclopediaofsurfing.com>

Figura 11. Propuesta 1 logotipo prototipo de entrevista	pág. 52
Fuente: Elaboración propia	
Figura 12. Propuesta 2 logotipo prototipo de entrevista	pág. 52
Fuente: Elaboración propia	
Figura 13. Propuesta 3 logotipo prototipo de entrevista	pág. 52
Fuente: Elaboración propia	
Figura 14. Propuesta 1 neopreno prototipo de entrevista	pág. 53
Fuente: Elaboración propia	
Figura 15. Neopreno de la marca Rip Curl prototipo de entrevista	pág. 53
Fuente: www.ripcurl.es	
Figura 16. Número de participantes en las encuestas realizadas	pág. 61
Fuente: Elaboración propia	
Figura 17. Marcas nombradas en las encuestas y entrevistas	pág. 61
Fuente: Elaboración propia	
Figura 18. Factores que se tienen en cuenta a la hora de escoger un neopreno	pág. 62
Fuente: Elaboración propia	
Figura 19. Factores que se tienen en cuenta a la hora de excluir un neopreno	pág. 62
Fuente: Elaboración propia	
Figura 20. Tonos de colores favoritos para la creación de una marca deportiva de surf	pág. 63
Fuente: Elaboración propia	

Figura 21. Percepciones sobre los primeros prototipos del logotipo creado **pág. 64**

Fuente: Elaboración propia

Figura 22. Relación del logotipo con el sector de mercado **pág. 64**

Fuente: Elaboración propia

Figura 23. Identificación de sector femenino entrevistado con los neoprenos presentado **pág. 65**

Fuente: Elaboración propia

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estructura de los diferentes neoprenos **pág. 25**

Fuente: Elaboración propia. Imágenes recuperada de: <http://aesneptuno.org/2016/10/19/traje-de-neopreno-apnea-pesca-submarina-tipos-de-neopreno-cual-es-mejor-yamamoto-heiwa-sheico-daiwabo/>

Tabla 2. Información gráfica de las marcas Billabong, Roxy y Rip Curl **pág. 66**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Información gráfica de las marcas Wetsweets y allSisters **pág. 69**

Fuente: Elaboración propia

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, a toda mi familia y amigos, por todo el apoyo y motivación que he recibido durante todo este tiempo.

A a mi tutor Fernando Julián Pérez, por creer firmemente en mi y en mis posibilidades, por guiarme en todo momento y motivarme en cada momento.

Agradecer también, a cada uno de mis compañeros de trabajo de ENNA Marketing i comunicació creativa, por su infinita paciencia y comprensión en todo momento.

A todas aquellas personas que han creído en mi des del principio.

1. INTRODUCCIÓN

A la hora de enfocar el proyecto final de grado, primero me planteé crear mi propia marca, aunque en un primer momento no sabía de qué podía ser, con el paso del tiempo y mi gran pasión por la moda, decidí enfocar mi proyecto en la creación de una marca dirigiéndolo hacia el mundo de la moda, pudiendo así, enfocar este proyecto de un modo más profesional, especializándome en las materias de interés, en este caso, el diseño gráfico y la moda.

Bien, a partir de este momento, sabía que el mundo de la moda abarcaba muchísimos campos, así que debía dirigirme hacia un sector de la moda más específico. En este momento debía detectar lo que más me gustaba y lo que más me motivaba para la realización de este proyecto.

Gracias al verano pasado, tuve la oportunidad de iniciarme en el mundo del surf, detectando la poca originalidad en los neoprenos que utilizaban los surfistas, a partir de ese momento nace la pregunta sobre el estudio que vamos a llevar a cabo **¿Es posible especializarse en la fabricación de neoprenos más modernos visualmente y dirigidos al alto rendimiento?** De aquí nació mi gran motivación de crear mi propia marca de moda en neoprenos de surf especializándome en el sector femenino. Proponiendo de esta forma, una marca que tenga porqué no, cabida en el sector profesional.

En el presente trabajo, iniciaremos un recorrido por la evolución histórica de la moda y la vestimenta deportiva., sumergiéndonos también en la evolución histórica del surf y sus grandes avances con el paso de los años.

Estudiaremos también la tipología de los trajes de neoprenos que podemos encontrar en la actualidad en el mercado profesional. Juntamente con la publicidad que podemos encontrar con el paso del tiempo, aplicada por supuesto en el mundo del surf.

Introduciéndonos en el ámbito del diseño gráfico, estudiaremos la teoría y psicología del color, juntamente con el estudio tipográfico, detectando de esta forma que colores son de más influencia y que es lo que transmiten cada uno de ellos en la conducta humana, para después

poder transmitir nuestro mensaje correctamente a nuestro público objetivo.

Centrándonos también, en los tipos de marcas y logotipos que podemos encontrar, hasta la identidad corporativa de una marca, llegando así a la creación del manual de identidad corporativa.

Por último, estudiaremos los apartados gráficos de tres marcas de surf reconocidas a nivel internacional y dos a nivel nacional, analizando la percepción que se tiene sobre ellas, gráficamente y visualmente, llegando finalmente, al proceso de creación de los elementos gráficos más representativos de la nueva marca de surf.

2. PLANTEAMIENTO

El presente trabajo final de grado tiene como objetivo principal ver que cambios ha sufrido la ropa deportiva dentro del surf y como han evolucionado los elementos más significativos en la vestimenta deportiva de surf, para finalmente realizar la creación de los elementos gráficos más representativos sobre una marca de surf, especializada en ropa deportiva.

Durante el estudio se abarcarán todos los procesos necesarios, donde se verán involucrados, tanto la figura del diseño gráfico como la creación de los elementos gráficos más representativos de una marca: empezando desde la representación de la marca, o el diseño del logotipo hasta la aplicación de nuestra marca en los soportes gráficos más significativos en la creación de una marca, llevando a cabo en este caso, anuncios en revista, anuncios en vallas publicitarias, aplicaciones en banderas patrocinadoras y aplicación de la marca en los diferentes diseños de neoprenos. Definiendo también, el perfil de consumidor al cual nos vamos a dirigir y qué tipo de neopreno es el que nos resultará más eficaz, para finalmente poder plantear la nueva marca y llevar a cabo dichos elementos gráficos.

Para la realización de dicha investigación se llevarán a cabo entrevistas a profesionales dentro del mundo del surf, tanto a surfistas que se dedican profesionalmente, como diferentes escuelas de surf situadas en Barcelona, Fuerteventura, Argentina y Costa Rica.

Con la creación de este proyecto, también se pretende demostrar los conocimientos de diseño gráfico adquiridos durante estos años de experiencia, no sólo en la universidad, sino también en la participación en otros proyectos personales.

3. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

a. Antecedentes

El concepto de moda

Según Ana Martínez Barreiro (1998) definir concepto de moda, como la propia palabra indica, significa acotar y delimitar un término. Focalizando en el diccionario el término moda posee tres diferenciados significados, el primero de ellos es su concepto estadístico que indica el valor que aparece con mayor frecuencia en una serie de datos. El segundo es la moda en sentido general, refiriéndose al uso o novedad que consigue una amplia aceptación, y que puede afectar a la vida social en general. El tercer significado es la moda en sentido estricto, que alude exclusivamente al fenómeno social, el cual no sería factible sin sociedad o sin un grupo social.

Recorrido histórico en la moda femenina

Según Martínez Barreiro, A. (1998) durante gran parte de la historia, las civilizaciones primitivas han funcionado desconociendo el mundo de la moda.

Inicialmente la prenda llamada vestido, empezó como una necesidad básica para proteger al ser humano, y con el paso del tiempo y de los años esta prenda ha ido adquiriendo un carácter estético, el cual se ha visto sujeto a los cánones de la moda y las necesidades de cada época.

Según Peláez I. (2015) la vestimenta nace con la necesidad del ser humano de protegerse de las bajas temperaturas, protegiéndose con las pieles de los animales que cazaban. En el neolítico, el humano ya tenía la capacidad de tejer e hilar, aún así, la ropa que usaban, no se ajustaban al cuerpo. En Egipto, ya se empezaba a utilizar el lino elaborando prendas de ropa más elaboradas y de más calidad. El tejido más utilizado en las prendas de Egipto era el

shenti, tratándose de una pieza de lino que envolvía las caderas sujeta con un cinturón. Más adelante apareció el *calasiris*, que se trataba de una prenda de lujo, compuesto por una túnica ceñida. En cuanto a las mujeres, llevaban siempre una túnica larga y ceñida llamada blusa, que según el estatus social al cual pertenecían podía ser de un color u otro.

Según Peláez I. (2015) y centrándonos en la Mesopotamia, Persia, Grecia y Roma, se usaban las túnicas pero en diferentes colores y materiales, como por ejemplo, la lana siria hasta la seda oriental.

Más tarde la cultura germánica fue la que introdujo la práctica de coser la ropa y introdujo la túnica corta, pantalón y una chaqueta sobre los hombros. En la Edad Media, el tejido más utilizado era la lana, aunque el lino la usaban para fabricar camisas y ropa interior. Los hombres vestían con dos túnicas, una muy fina de hilo y otra más larga encima fabricada de lana. Las mangas eran estrechas y se ceñía a la cintura con un cinturón. (Peláez I. 2015)

En cuanto a la mujer, también llevaban dos túnicas, una interior de mangas más estrechas y una encima de lana, larga hasta los pies y de mangas mas anchas. También podían llevar como una especie de capa y un velo cubriendo la cabeza. Más adelante se introduce el uso de los guantes y el terciopelo, aumentando el uso de la seda y el algodón.

Según Martínez Barreiro, A. (1998), la moda en el sentido más estricto nace en el siglo XIV, con la aparición de un tipo de vestido radicalmente nuevo y diferenciado; corto y ajustado para el hombre, largo y envolvente al cuerpo para la mujer.

En esta época, aparecen profesionales de la costura que se dedicaban a coser trajes originales, de una gran variedad de colores y formas, dando mucha importancia a las mangas, los pliegues y las caídas de la tela. En esta época se usaban los pantalones cortos bombachos, el jubón, que se trataba de una prenda ajustada al cuerpo, llevándose encima de la camisa y para la ropa femenina, aparece el corsé, que ceñía la cintura y exaltaba el busto de la mujer.

Adentrando en el siglo XVII una gran influencia religiosa hizo que se volvieran a llevar las formas más puritanas, usándose así el paño como el material más común para la fabricación de la ropa, dejando la seda para las clases más altas. En esta época la blusa se convierte en chaqueta con cuello de volantes y el pantalón se alarga hasta quedar por debajo de unas botas altas.

Adentrándonos en el siglo XVIII no se observaron grandes cambios respecto los siglos anteriores. La vestimenta masculina consistía en camisas de mangas anchas, corbata y chaqueta, mientras que los pantalones se llevaban hasta las rodillas con medias debajo. En cuanto a la vestimenta femenina, se utilizaban faldas muy voluminosas sobre la crinolina¹ con una especie de pliegues y con cola. Tras la Revolución Francesa, los hombres empiezan a llevar chaquetas cortas y pantalones largos, mientras que la mujer, utilizaban faldas redondas y chal de tela. (Peláez I. 2015)

La importancia de la moda, empieza a tener mucha importancia en Inglaterra, donde el hombre empieza a vestir con chaquetas de cuello vuelto, pantalones hasta la rodilla y sombrero de copa. La mujer deja de lado el corsé y la crinolina y empieza a utilizar vestidos largos y ajustados con una cinta debajo del pecho.

Sumergiéndonos en el siglo XIX, la chaqueta se fue recortando y a la vez ensanchando. Los pantalones eran amplios por la parte superior y se iba estrechando hasta el tobillo. Las capas largas se van sustituyendo por abrigos de corte recto. En cuanto a la moda femenina bajó el talle a la cintura y las mangas se ensanchan. Aparecen las hombreras y las faldas de vuelo. En esta época es cuando aparece la figura de la modista o sastre como maestro de las nuevas tendencias. Añadiendo a las nuevas prendas el punto como género y se empezaron a ver las primeras máquinas de coser. (Peláez I. 2015)

¹ Prenda interior femenina de tela rígida, y a veces con aros, que se usa para dar vuelo a las faldas o polleras.
Recuperado de: https://www.google.es/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=que+es+una+crinolina&*

Llegando al siglo XX, la ropa femenina se fue simplificando y dando mucha importancia a la funcionalidad y a lo utilitario, las faldas se acortan, apareciendo la minifalda y la ropa unisex, pudiendo así que la mujer pudiera llevar pantalones. A mediados del siglo, el ego de la moda pasa a EEUU, apareciendo la moda más juvenil y deportiva, popularizando el pantalón vaquero. Fue entonces cuando apareció la fabricación de ropa en cadena y pudiendo fabricar diferentes tallas, haciendo que disminuyera la ropa confeccionada a medida. Este gran cambio hace que la moda se produzca a precios más bajos, pudiendo estar así, al alcance de cualquiera. (Pelález I. 2015)

Centrándonos en el siglo actual, podemos decir que el siglo XXI lo que se intenta lograr es modernizar las modas de los siglos pasados con materiales novedosos y modernos. Así que podemos decir que, se mantienen los vaqueros y las minifaldas, apareciendo de nuevo las faldas largas y los pantalones anchos. Se observa cómo se introduce vestimenta de otras culturas, como por ejemplo, las camisas indias, los pantalones cagados, sandalias de la cultura griega, etc.

En conclusión, según Martínez Barreiro, A. (1998), la moda, sale a la luz a mediados del siglo XIV con la aparición de un tipo de vestido radicalmente nuevo, solo diferenciándose en razón del sexo de la persona; corto y ajustado para el hombre, largo y envolvente para la mujer. La ropa larga y holgada, que se había llevado indistintamente durante siglos por los dos sexos, se sustituyó por un ropaje masculino compuesto por una especie de chaqueta corta y ajustada al talle, cerrada por botones y unida a los pantalones ceñidos, dibujando la forma de las piernas, y por otro lado, en la ropa femenina, el vestido largo de tradición femenina, se transforma en un vestido más ajustado y escotado, exaltando los atributos de la mujer y del sexo femenino.

Esta transformación institucionalizó una diferencia muy marcada entre los trajes masculinos y femeninos. A partir de ese momento, los cambios y las variaciones en la vestimenta ya no serán fortuitos ni accidentales, sino que se convierten en una regla permanente para la alta sociedad. (Martínez Barreiro, A. (1998)

Evolución en la ropa deportiva

En lo que se refiere a la evolución en la vestimenta deportiva, se inician las primeras innovaciones de la ropa en el período determinado por la industrialización, donde abarca todo el siglo XIX hasta la década de los sesenta del siglo XX.

La ropa de uso habitual confeccionada de lana o algodón mayoritariamente fue adaptada para la práctica del deporte, pues aún no se habían desarrollado las fibras sintéticas y estas modificaciones realizadas a la vestimenta “común” para transformarla en indumentaria “deportiva”, consistieron básicamente en recortar los pantalones hasta arriba de la rodilla y suprimir las mangas. También el calzado sufrió innovaciones significativas para una práctica adecuada del deporte. En este caso, las antiguas zapatillas perdieron el tacón y se añadieron aditamentos especiales como una especie de metal en la que le podía ofrecer al deportista un mejor agarre a la superficie. (Esparza M. 2007)

En la antigua Grecia, los deportistas competían desnudos porque la ropa disminuía los movimientos que tenían que realizar. Cabe destacar que en esta época había muy poca práctica de deporte del sexo femenino. (Calviño E. 2015)

Más adelante, según Claviño E. (2015) para finales del siglo XIX, el tejido más utilizado por los atletas era el algodón. Mientras que la ropa utilizada por la mujer debía ser la misma que la ropa que llevaba el hombre.

Según, Esparza M. (2007), en su artículo sobre la indumentaria deportiva en la modernidad y posmodernidad, nos resalta las mejoras en el diseño de la ropa deportiva en el cual nos resalta una nueva visión de ella. Se trata de la que los propios deportistas por experiencia propia han tratado de introducir para resolver las deficiencias técnicas que la ropa tradicional generaba a causa de no ser la más adecuada para la práctica deportiva.

“La vestimenta era confeccionada de lana o algodón y mayoritariamente fue adaptada para la práctica del deporte” (Esparza M. 2010).

Para el 1936, podemos observar grandes cambios en los equipamientos deportivos de los atletas respecto al 1900, identificamos más colores y estampados en las camisetas y unos pantalones aún más cortos que en los años anteriores, para poder así facilitar más aún el movimiento de la pierna del deportista.

Dando un salto importante en el tiempo, en el 1948, se observan unos grandes cambios en la vestimenta deportiva. Se empieza a utilizar el nylon y el poliéster, la desarrolló especialmente el maratonista Ron Hill, el cual introdujo una nueva moda en los pantalones de correr, a través de una modificación de los pantalones tradicionales.

En primer lugar, optó por un recorte significativo en ellos y abriéndolos por el lateral, de ésta manera se conseguiría una mayor libertad en el movimiento de la pierna del atleta. (Esparza M. 2007)

El en 1996 observamos unos diseños más aerodinámicos, gracias a la confección de camisetas técnicas y mallas hechas con poliéster y elastómero, incluso se empezaron a ver piezas de cuerpo entero, dicho de otro modo como una especie de “bodie”. (Martín A. 2011).

En la actualidad podemos observar, que gracias a la evolución de los tejidos en las vestimentas deportivas, se puede ver un diseño femenino muy ajustado al cuerpo de la mujer, haciendo de esta manera unos mejores movimientos para así permitir un mayor rendimiento de la atleta. (Martín A. 2011) Más adelante, según Esparza M. (2007), el deporte de alto rendimiento y la nueva sociedad se han fusionado y las nuevas innovaciones en los tejidos y los nuevos estilos de ropa deportiva para el mejoramiento de la práctica de ella, no solo van dirigidos para los atletas de alto rendimiento, sino que además, van dirigida a la sociedad y aficionados, percibidos como potenciales compradores, por lo que estos cambios en los diseños de la ropa deportiva utilizada para la práctica deportiva han tenido lugar al renacimiento de a lo que llamamos actualmente la moda deportiva.

Según Esparza M. (2007) destaca que la innovación en la moda deportiva se focaliza en dos

grandes niveles: la contingencia técnica con nuevos tejidos que ayudan al perfeccionamiento deportivo, ofreciendo una mayor garantía y protección al atleta y la procreación estética de la ropa y calzado donde nuevos colores, estilos y diseños destacan a la vista de los consumidores.

Por lo que en la actualidad, la vestimenta deportiva tiene como objetivo ofrecer confort para así, proteger al deportista de todo tipo de agentes externos a él, como el calor, el frío, la lluvia o la nieve. (Esparza M. 2010)

Evolución histórica del surf

Según Giardino N. (2013), el origen del surf se ensalza a varios cientos de años, las innovaciones de los materiales y el aumento de la participación han sufrido cambios importantes en su técnica.. Según los entendidos del surf, este deporte proviene de las Islas Polinesias, aunque muchos dicen que del norte de Perú es conocido que las culturas locales dejaron trazas que muestran que el hombre sobre una tabla de madera, ya tenían actitud de deslizarse por las olas.

Uno de los cambios más importantes fue el desarrollo de la quilla o a lo que hoy conocemos como tabla de surf. (Giardino N. 2013)

Según, Luque A. (2014), el surf nació en Hawaii, y es donde el surf evolucionó más. Casi todos los habitantes de las islas de Hawaii son emigrantes de otras islas del Océano Pacífico, como la Polinesia, conocidos entonces como Choroee. Esta población estaba tan vinculada a la sociedad de cuando había olas, la familia, el trabajo y todo lo demás quedaba en un segundo plano, por lo que la práctica del surf suponía una parte importante de la cultura hawaiana. Se realizaban competiciones, vinculadas en todo momento a actos sociales y religiosos.

Adentrándonos en los años veinte los avances en diseño de tablas de surf durante el 1920, hicieron que el surf fuese mucho más accesible al público.

A través de los años los materiales utilizados para la fabricación de tablas de surf, cada vez era más fácil y rápido de fabricar. En cuanto a los avances tecnológicos causados por la Segunda Guerra Mundial, trajo consigo, nuevos materiales, como la espuma y la fibra de vidrio, para la construcción y fabricación de nuevas tablas de surf. (Luque, A. 2014)

Una de las innovaciones más significativas en la historia del surf, y con frecuencia la que más ha quedado en la sombra por la progresión de la tabla de surf, ha sido el traje de neopreno. El primer hombre que llevó un traje de neopreno fue Jack O'Neill, en el año 1950 en California. Jack se dedicó a juntar piezas cosidas formando como una especie de chaleco. La creación y diseño de un traje de neopreno para la práctica del surf, fue muy importante, porque por primera vez, los surfistas y toda la gente que practicaba este deporte, podría durante todo el año y lo más importante, con el neopreno, podían aguantar las bajas temperaturas del agua en invierno, por lo que el traje de neopreno, gracias a Jack O'Neill ha permitido al surfista, aguantar en el agua más tiempo, consecuentemente, practicar más este deporte, y gracias a un aumento de la práctica del surf, aumentan las progresiones en el diseño de nuevas tablas y nuevos neoprenos.

Según Luque, A. (2014), El siguiente paso ha sido la publicidad, dándole un gran impulso al surf. Gracias a la popularización de la práctica de este deporte, encontramos al primer patrocinador, Dale Velzy, dando consejos a toda la gente local que practicaba este deporte llamado surf. Siendo Velzy, el primer fabricante de tablas de surf, creando una campaña de publicidad a gran escala, haciendo el surf, un deporte de fácil acceso a todos los estadounidenses.

Según Luque, A. (2014), aparecen las películas, "Gidget" y "The endless Summer", convirtiendo al surf un deporte de gran interés a escala mundial. Estas películas realmente abrieron los ojos de la población de los Estados Unidos con respecto al surf como otro método de pasatiempo. A través de estas películas comenzó la cultura del surf, extendiéndose por toda América.

Principales marcas de ropa de surf a nivel mundial

Billabong

La marca Billabong (Figura 1) es una marca que dedica a la fabricación tanto de equipo como el textil para el surf, skate y snowboard. Fue fundada en 1973 por Gordon Merchant, y actualmente se dice que es una de las mayores marcas conocidas en el mundo del surf, juntamente con Quiksilver y Rip Curl.

Él mismo y su mujer comenzaron por hacer pantalones cortos en su casa, para después venderlos en tiendas locales de surf. Los pantalones cortos comenzaron a popularizarse entre los surfistas por su funcionalidad y su durabilidad. Dos años más tarde abrieron su primera fábrica. Unos años más tarde la marca se dedicaba al fabricado de licras para hacer surf y todo tipo de bañadores. Para el año 1977 Billabong comenzó a fabricar ropa con influencia del surf, introduciéndose en el mercado estadounidense en el año 1983, en el Nuevo Zelandés en el 1985, en el Europeo en el 1987 y finalmente en el mercado latinoamericano, especialmente en Brasil en el 2001.

A día de hoy la marca Billabong está presente en más de 100 países de todo el mundo teniendo unas ventas anuales de 841 millones de dólares, contando también las marcas filiales de Billabong, Zipper, Element, Honolua y Kustom.



Figura 1: Logotipo de la marca Billabong.

Roxy

Roxy es una marca de ropa de Quiksilver dedicada a la elaboración de ropa, accesorios y equipos para surf dirigido especialmente para chicas y mujeres. Roxy provino de una idea de hacer pantalones cortos como hacía Quiksilver pero especializado en ropa de surf para chicas. En el año 1990 la marca australiana Quiksilver decidió lanzar la línea especialmente dedicada a la mujer, ya que el mercado del surf crecía y las mujeres, todavía no tenían una línea 100% femenina que las acompañara en su crecimiento.

Al igual que Quiksilver, Roxy al principio lanzó una línea de trajes de baño en el 1990. Al año siguiente se lanzó una línea de ropa deportiva Roxy. En 1992 se continuó con la expansión de la marca y se avanzó con dos piezas claves en el catálogo de Roxy, la línea de jeans y la de snowwear. La verdadera originalidad de Roxy causó la atención de los minoristas y de las chicas por igual, fue la primera en su estilo y marcó el camino para otras marcas que después lanzaron sus líneas femeninas.

En 1993 nace el logo de Roxy (Figura 2), adaptando el logo de Quiksilver al hoy conocido e impuesto corazón del surfing. Hoy el team Roxy tiene figuras como Sofía Mulanovich, Sally Fitzgibbons, Laura Enever, Kassia Meador, Megan Abubo, Veronica Kay, Chelsea Georgeson y la argentina Ornella Pellizzari entre otras. El comienzo del nuevo milenio trajo consigo el desembarco de Roxy en la nieve, y al igual que lo realizado en el mar la marca se posicionó con productos y eventos. El logo refleja dos logos de Quiksilver unidos de frente de forma horizontal hacia abajo que forman un corazón.



Figura 2: Logo de la marca Roxy.

Rip Curl

La marca Rip Curl (Figura 3) fundada por dos australianos llamados Brian Singer y Doug Warbrick en 1967 practicantes del surf, a medida que adquirían más experiencia en el mundo del surf se daban cuenta de que el material que se utilizaba para surfear podía llegar a ser mejor.

Pero no fue hasta el 1969 cuando detectaron los problemas de las bajas temperaturas del agua en ciertas épocas del año, haciendo que los surfistas no se atrevieran a meterse en el agua. Fue cuando los dos australianos invirtieron en una máquina de costura de la II Guerra Mundial y empezaron a producir ropa de goma.

Al principio, la ropa que fabricaban era muy primaria y muy diferente a la que hoy conocemos, no obstante, ya se diferenciaban de la competencia. En el 1970, la producción de ropa técnica para la práctica del surf crecía considerablemente. A mediados de los 70 la marca empezó a incorporar refuerzos en las licras, tanto en codos y rodillas, siendo en aquellos tiempo un avance muy exitoso.

En 1978, la marca empezó a comercializar en California, y en 1979, la marca aparece en el mercado Europeo, naciendo más tarde, una nueva línea de ropa para deportes de nieve.



Figura 3: Logotipo de la marca Rip Curl.

Principales marcas de ropa de surf en Cataluña

A nivel de Cataluña encontramos 5 marcas que están dentro del mundo del surf, pero nos hemos centrado en dos marcas exclusivamente, se tratan de dos marcas que fabrican lycras y bañadores. Estas marcas son, Wetsweets y AllSisters.

Wetsweets

Núria Lleonart, la creadora y fundadora de la marca Wetsweets (Figura 4), dejó de lado su vida entregada a la psicología para lograr su sueño en todo momento vinculado al mar. La idea de negocio nace, del cansancio de Núria al ver los diseños “sosos” de los neoprenos, el cual ella quiso cambiarlo. Creando así el nuevo concepto de *desurfsuits*, creando ropa técnica para practicar todo tipo de deportes acuáticos.

“Quiero romper estereotipos ideando piezas femeninas con diseños atrevidos, de estampados alegres i formas que favorecen a todas las mujeres, independientemente de su edad, forma y altura”

Wetsweets pone la tilde en la investigación de nuevos tejidos, creando uno nuevo que ofrezca ventajas del neopreno y elastano² Este tejido mantiene la temperatura corporal, para el viento y es resistente al agua del mar, es elástico i transpirable. Mientras que el otro aspecto positivo es que todas las colecciones se fabrican en Barcelona y es totalmente respetuosa con el medio ambiente.



Figura 4: Logotipo de la marca Wetsweets.

² Científicamente se le conoce por ser un copolímero uretano-urea formado en un 95% por poliuretanos segmentados (Spandex) a base de un éter polibutenico (un polímero amorfo), que actúa como un muelle entre los grupos funcionales del poliuretano formando así largas cadenas, obteniéndose así filamentos continuos que pueden ser multifilamento o monofilamento. Fue inventado en 1959 por los químicos CL Sandquist y Joseph. Recuperado de: <http://bettyhdezsan.blogspot.com.es/p/historia-de-la-fibra-de-elastano.html>

AllSisters, luxe sostenible

AllSisters (Figura5) y sus fundadora y creadoras de la marca, Patricia Caballero y Alba Bisbal, se inspiraron en la cultura del surf para dar paso a una firma cien por cien sostenible y especialmente producida en Barcelona.

En la elaboración de cada pieza de baño se utilizan tejidos totalmente reciclados de alta calidad, del cual provienen del plástico post consumo de redes de pesca y botellas de agua previamente tratadas provenientes de fábricas locales, consiguiendo unos materiales finales ligeros, suaves y resistentes.

Lo que las fundadoras quieren conseguir es promulgar un tipo de moda de baño que sea duradero con un diseño muy innovador, basado cien por cien en siluetas inspiradas en los maillots deportivos.



Figura 5: Logotipo de AllSisters.

Tipología de la ropa femenina dentro del surf

Para definir previamente la tipología de la ropa femenina dentro del surf, debemos saber que el neopreno es un material sintético, el cual, posee burbujas de gas en su interior. Este gas que contiene en su interior, principalmente es el nitrógeno. Estas burbujas que se crean a partir del nitrógeno nos proporciona lo que llamamos el aislante térmico y la flexibilidad del traje para unos mejores movimientos encima de la tabla.

Cuantas más burbujas, el neopreno será más aislante y por lo tanto tendrá una mayor capacidad de retener la temperatura corporal, y por lo tanto conseguiremos un traje más cálido y con más flexibilidad. Por el contrario, un neopreno con menos burbujas será menos aislante térmico y retendrá peor la temperatura corporal, siendo de esa forma, un traje más frío y menos flexible. Es decir, cuanto menos denso sea el neopreno, mejor ya que será más flexible y más cálido.

Hay que remarcar también, que nos trajes de neoprenos no serán los mismos que los trajes de submarinismo, cada deporte acuático necesita un traje diferente, ya que, tanto la confección, el grosor o la densidad, pueden ser muy diferentes.

Otro de los factores a tener en cuenta en un traje de neopreno es el tamaño de las burbujas de nitrógeno, por lo que debemos tener en cuenta también, que la durabilidad del neopreno también viene dada por el tamaño de las burbujas, cuanto más burbujas de nitrógeno contenga nuestro traje, más durará.

En cuanto a los diferentes neoprenos que encontramos diferentes estructuras del neopreno:

Trajes de surf forrados exteriores:

Es el traje que contiene forro en la parte de fuera del traje y suele ser micro poroso por dentro. Es el que podríamos usar para la pesca submarina. (Tabla 1)

Trajes de surf forrados interiores:

Se caracteriza porque el forro interior le da resistencia y facilidad para ponerlo y sacarlo. En el exterior es liso. Estos tipo de neoprenos facilita la hidrodinámica y es resistente. Son los neoprenos que utilizan los nadadores o los practicantes del windsurf. (Tabla 1)

Trajes de surf biforrados:



Estos tipos de trajes son los trajes más utilizados en el surf. Son los que contienen tanto forro por dentro como por fuera, y pueden ser de muchos materiales, como nylon o lycra, por ejemplo. (Tabla 1)

Trajes de surf sin forro:

Es únicamente neopreno. Son los más elásticos y delicados. Trajes específicos, que se queman con el sol y degradan antes que los que poseen forro exterior. (Tabla 1)

Para una mayor comprensión se presenta la siguiente tabla:

Tabla 1: Estructura de los diferentes neoprenos. Elaboración propia.

Estructuras de los neoprenos	
Neoprenos forrados exterior	
Neoprenos forrados interior	

<p>Neoprenos biforrados</p>	
<p>Neoprenos sin forro</p>	

Otro aspecto fundamental a tener en cuenta es el grosor del traje, ya que la capacidad de un traje de mantener el calor corporal va en función de su grosor. Esto se mide en milímetros (mm). La zona más gruesa suele ser la del pecho, y las extremidades algo menos ya que están en continuo movimiento.

Las principales medidas que podemos encontrar son, para el verano, tanto el pecho como extremidades el traje debe tener un grosor de 2 milímetros o bien, también es aconsejable un grosor de 2 milímetros para las piernas y brazos y para pecho y espalda de 3 milímetros. (Figura 6)

En verano la temperatura del agua se sitúa en su valor máximo en los 20-24 grados centígrados, estas temperaturas ayudan a que en verano podamos usar los trajes más finos desde 2 milímetros para la zona del pecho y hasta 3 milímetros para la zona de la espalda. (Figura 6)

En invierno durante todo el invierno la temperatura del agua baja notablemente, estando

alrededor de los 13-14 grados. Si a las bajas temperaturas le sumamos en continuo viento frío hace que durante esta época debemos usar trajes de más grosor, como por ejemplo un 4/3 mm, 4 milímetros en pecho y espalda y 3 milímetros en extremidades. Para temperaturas más bajas, sería aconsejable utilizar unos 5 milímetros en el pecho y 4 milímetros en extremidades. (Figura 6)

También encontramos diferentes neoprenos según la época:

Trajes de Surf de Verano

Generalmente los trajes de verano suelen ser de 2 milímetros de grosor y diferentes formatos, pierna corta con brazo corto, pierna corta con brazo largo, pierna larga con brazo corto e integral es decir piernas y brazos largos. También existen chalecos y trajes sin mangas. Normalmente estos trajes de surf no tienen las costuras selladas. (Figura 6)

Trajes de Surf de Entretiempo

Los trajes de surf de entretiempo generalmente para primavera y otoño son de 3/2mm de grosos y las costuras selladas. Son trajes muy polivalentes y son de pierna y brazos largos. (Figura 6)

Trajes de Surf de Invierno

Por último están los trajes de surf de invierno, estos suelen tener unos grosores de 4/3mm, 5/4/3mm e incluso de 6/5/4mm. Algunos de ellos vienen con capucha incorporada. En el invierno también utilizamos escaarpines para los pies, los cuales también son de diferentes grosores en función de la temperatura del agua. (Figura 6)

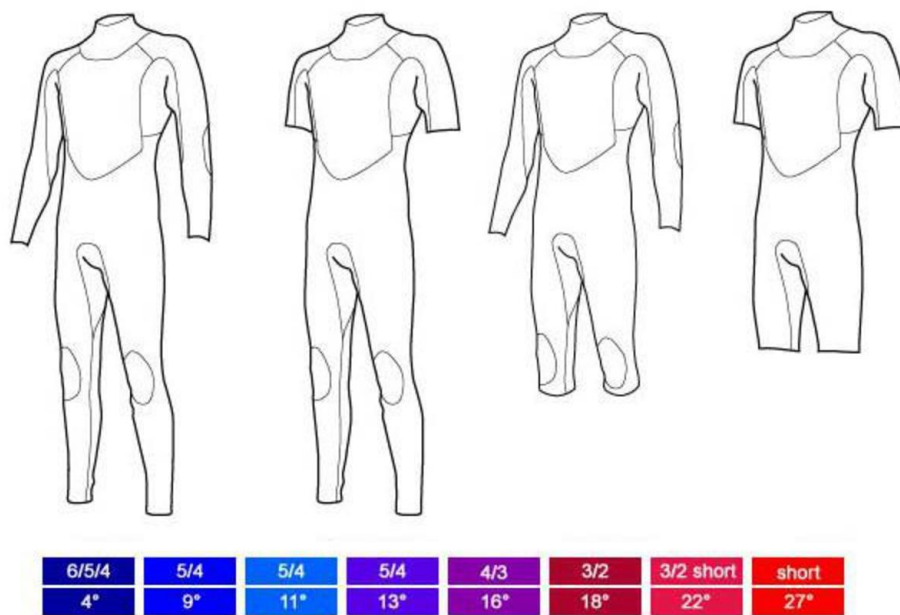


Figura 6: Selección de grosor y temperaturas mínimas para cada tipo de neopreno

Otro aspecto a tener en cuenta en un neopreno es si poseen cremallera o no, ya que se trata de un punto débil en la utilización del neopreno. Es el punto más débil debido a la posibilidad de filtración del agua, para ello encontramos dos tipos de neoprenos; los *Back Zip* que son los que incorporan la cremallera por detrás y los *Chest Zip*, que son los que incorporan la cremallera por la parte de delante, en concreto en la zona del pecho. De los dos, posiblemente el tipo de neopreno *Chest Zip*, sea de los dos, el más recomendado, ya que hace que el neopreno sea casi completamente hermético.

En cuanto a la durabilidad de los neoprenos, cuanto menos densos sean y cuanto más burbujas de nitrógeno contengan en el tejido, el neopreno durará menos tiempo, por lo que de esta manera, tendremos que combinar las tres características para tener un mejor neopreno. Los diferentes fabricantes de neoprenos los distinguen en gamas, que van en función de la durabilidad, flexibilidad, refuerzos y acabados. Encontramos:

1. Rentals: Esta sería la gama más baja y más económica de todos los neoprenos. No es normal encontrarlo en tiendas, ya que están hechos para las escuelas de surf y se piden y distribuyen al por mayor. Sus principales características son su gran durabilidad, haciendo que tenga menos flexibilidad, ya que las costuras de estos trajes están hechas para que duren.

2. Gama media: A esta gama pertenecen los trajes confeccionados para personas que no hagan surf muy a menudo, que practique el surf de manera intermitente, que busque una mejor calidad en los acabados del traje en comparación con el precio. Su durabilidad suele ser larga y suelen ser flexibles, dependiendo de la marca, ya que la unión entre piezas de neopreno son de calidad y podemos encontrarlos termo sellados. Los acolchamientos en rodillas son notables y sus acabados de mejor calidad que la gama de Rentals.

3. Gama alta: Son los que están fabricados con el mejor material y tienen las mejores características. Larga durabilidad y mucha flexibilidad, la parte interna de el traje suele estar diseñada para aguantar mucho más es calor y sus costuras todas disponen de un sistema de termosellado y están reforzadas. También es importante conocer el sistema de sellado de los trajes de surf, ya que nos hace referencia a la durabilidad y calidad del traje. Podemos encontrar cuatro tipos de sellado:

4. Glued seams: Se trata de un tipo de sellado que consiste en recubrir todas las costuras del traje con una fina capa de pegamento adhesivo, por lo que convierte al traje, un traje de menos durabilidad.

5. Spot tapped: Este tipo de sellado es el que se utiliza en las zonas más débiles del traje, es decir, consiste en parchear y cubrir las zonas del neopreno donde se junten dos o más costuras.

6. Fully tapped: Esta consiste en pegar una fina tira de neopreno sobre la unión entre las dos partes de tejido de neopreno, reforzando la zona expuesta a roturas y evitando así, la entrada de agua y manteniendo el calor corporal del surfista.

7. Liquid tapped: Es el más utilizado en todos los fabricantes, ya que consiste en recubrir las costuras con neopreno líquido, proporcionando mayor flexibilidad al traje y evitando la entrada de agua dentro del traje.

Publicidad aplicada al surf

Adentrándonos en el mundo publicitario en mundo del surf podemos decir que desde hace muchos años se viene utilizando la cultura del surf ya que se trata de un estilo de vida sana, se está en contacto directo con la naturaleza, y consigues alejarse de la búsqueda de los bienes materiales, y tienes una conciencia mayor por el medio ambiente, entre otras cosas. La mayoría de los temas publicitarios en los años 50 tienen que ver con alimentos y bebidas refrescantes, como vemos a continuación, podemos ver como en la bebida tan conocida como es Coca Cola (Figura 6), utilizando la cultura del surf para promocionar su bebida y vender el producto.

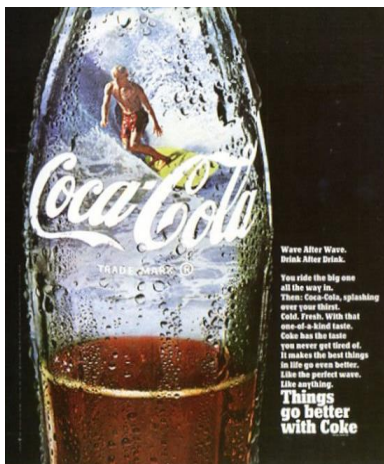


Figura 7: Anuncio Coca Cola año 1968.

Otra campaña publicitaria a destacar es la Ford en el 1976 (Figura 7), dónde se reflejan amigos en la playa, preparando sus tablas para surfear olas, y de fondo se muestra la furgoneta Ford.



Figura 8: Anuncio Ford 1976.

Podemos decir que el mundo del surf a nivel publicitario se da desde hace muchos años, destacando también el uso de la cultura del surf en la actualidad. Llegando al 2008, donde podemos ver como se sigue utilizando la simbología del surf. Podemos ver a continuación un anuncio de American Express (Figura 9), donde la imagen del anuncio nos lleva al mar y al surf.



Figura 9: Anuncio American Express 2008.

Llegando al año 2016, donde una campaña para la marca Chanel (Figura 9), también utiliza la simbología del surf para promocionar su última colección de bañadores. Donde podemos ver que el escenario principal es la playa y consigo, tablas de surf.



Figura 10: Fotografía del rodaje de la última campaña de Chanel.

En conclusión, después de este pequeño análisis publicitario podemos decir que desde hace más de 100 años, el surf es uno de los deportes por lo que las marcas apuestan para publicitar sus productos, ya que se trata de un deporte saludable y que está de moda. Pocos deportes resultan tan inspiradores y adictivos como el surf. Observando anuncios des del 1968 hasta la actualidad.

b. Bases teóricas

La psicología del color

Según Heller E. (2004) en su libro de la Psicología del color, cada color puede llegar a producir muchos efectos distintos en las personas. Cada color puede llegar a actuar de manera diferente dependiendo de la ocasión o del momento.

Cada color puede parecer, saludable o venenoso al mismo tiempo como el verde por ejemplo, o erótico o brutal como el rojo, estos efectos que producen los colores es debido a que cada color está rodeado de otros muchos colores, formando de esta manera un acorde de colores.

Éste acorde cromático está compuesto por todos aquellos colores que se asocian a un efecto particular. Según Heller E. (2004) los efectos de los colores vienen dados según su contexto o por la conexión de significados en la cual podemos percibir el color, es decir, no percibimos por igual los colores de la ropa que el color de un coche por ejemplo. Los teóricos de los colores, según Heller E. (2004) distinguen entre colores primarios - rojo, amarillo y azul -, colores secundarios - verde, naranja y violeta -, y las mezclas procedentes de estos dos grupos, como el rosa, el gris o el marrón.

Tras el estudio llevado a cabo por Heller E. (2004), se establecieron asociaciones en 160 sentimientos e impresiones diferentes.

Centrándonos en el mundo del diseño gráfico, según Swann A. (1993), el color es el elemento gráfico más inmediatamente identificable, diferenciando de la competencia al diseño de un producto o servicio, es decir, el color tiene que lograr atraer la atención del público, saber emitir un mensaje específico sobre nuestra marca y conseguir entrar en la mente del consumidor y que éste la recuerde.

Colores fríos y cálidos

Es importante destacar y diferenciar los colores fríos y cálidos, ya que dependiendo de su contexto, un color frío puede convertirse en un color cálido.

“Un mismo color puede ser cálido o frío, así el amarillo limón es frío pero el amarillo cadmio es cálido.” (Puig. N, Baraut. I. 2015).

Analizando el estudio llevado a cabo por Puig Borràs, N., & Baraut Múrrria, I. (2016) sobre el patrimonio cromático de la Costa Brava, cabe destacar que los colores púrpura, azules o verdes, representan tonos más fríos, y los colores, amarillos, naranjas y rojos, pertenecen a una gama de colores más cálidos.

También debemos tener en cuenta los valores tonales, es decir, el grado de claridad o de oscuridad que los colores tienen. Muchos colores pueden llegar a ser más claros con el reflejo de la luz, mientras otros pueden parecer oscuros. Tener en cuenta el valor tonal de los colores es importante, ya que debemos construir una buena composición y crear armonía al mismo tiempo.

Adentrando en la historia del color, según Costa. J. (1989), en la época de las armaduras el simbolismo del azul era la lealtad, la justicia, la fidelidad, la alegría, la buena reputación y la nobleza. El rojo significaba amor, audacia, valor, coraje, cólera, crueldad. El verde era el honor, la cortesía, el civismo, la esperanza, el vigor y la alegría. El púrpura representaba la fe, la devoción, la templanza, y la castidad. El negro era el duelo, la aflicción, la constancia en la tristeza, la sabiduría y la prudencia. El dorado significaba la sabiduría, el amor, la fe, las virtudes cristianas y la constancia. El plateado o el blanco simbolizaban la prudencia, la inocencia, la verdad, la esperanza y la felicidad. El naranja era la inestabilidad, el disimulo y la hipocresía. El marrón era el símbolo de la penitencia, la pena, la traición y la humildad.

El color AZUL

Según Swann A. (1993), las connotaciones más esenciales del azul son, el cielo, el mar y el agua, extrayendo ideas de frescura, limpieza, frialdad y pureza, consiguiendo así que el color azul sea el color de la distancia, la fidelidad y la inmensidad.

El azul es considerado un color frío, aunque, su calidez o frialdad dependerá siempre del contexto en el que lo usemos, es decir, dependerá de cómo lo relacionemos con los otros colores que están o aparecen junto a él. En cuanto a los azules pálidos y los pigmentos de azul, se utilizan para dar un aire de seguridad y confianza.

En el estudio de Heller E. (2004), es el color que más personas señalan como el favorito dentro de sus ciento once tonos diferentes de azul.

El color ROJO

Según Swann A. (1993), el color rojo es el color de la pasión, la fuerza y la masculinidad. Los colores más vivos, pueden llegar a simbolizar, sangre, ira, fuego y sexo. Dentro de la familia del rojo, también encontramos como color secundario los colores rosas vivos, estos son los colores que se enfocan más a la moda, pero en concreto a la moda infantil, aunque también puede funcionar en cosméticos.

Los rojos cálidos tienden a tener más impacto que los colores fríos. Éstos pueden ser agresivos y pueden llegar a asociarse con el término revolución. En cuanto a los rojos oscuros, por otro lado, pueden ayudar a que un diseño consiga un aspecto de alta calidad o lujo.

Según Puig Borràs, N., & Baraut Múrria, Í. (2016) el color rojo transmite calidez y energía. Representando también la rabia, el descontento y la alegría.

El color AMARILLO

El color amarillo según Heller E. (2004), es como el azul y el rojo, uno de los tres colores primarios, los que no resultan de ninguna mezcla de colores. Siendo también el más claro de todos los colores vivos.

El color amarillo hace referencia a símbolos relacionados con el sol, la luz y el oro. Convirtiéndose en un color inestable, ya que si lo mezclas con rojo se convierte en naranja, si lo mezclas con azul, se convierte en verde y con un poco de negro el color amarillo queda manchado y desaparece, es decir, el color amarillo depende prácticamente de las combinaciones.

Siendo así, el color del optimismo y la iluminación, pero al mismo tiempo también puede ser el color del enfado o la mentira.

El color BLANCO Y NEGRO

En cuanto al color negro puro, según Swann A. (1993) es el color más oscuro que cualquier otro color mientras que el blanco es el más claro. Ambos, proporcionan una excelente legibilidad debido a su gran contraste.

Tanto el negro como el blanco no son un color, ya que no tiene intensidad. Solo se pueden medir por su luminosidad, por lo que por ejemplo, una gama de pigmentos tanto de negro como de blanco, sería una escala de grises.

Según Puig Borràs, N., & Baraut Múrria, Í. (2016), el negro representa la negación y el final de cualquier cosa, hasta incluso la violencia, pero al mismo tiempo, se trata de un color ampliamente utilizado por la juventud y los diseñadores, por lo que se trata de un color sofisticado y elegante.

Mientras que el blanco, representa la pureza y la luz; expresa la alegría y la inocencia, el triunfo, la gloria y la inmortalidad. La espiritualidad e incluso los fantasmas son blancos en nuestro ideario, siempre vacíos y ligeros, puros y netos.

El color NARANJA

El color naranja, es un color muy específico, porque se trata de un color cálido, vibrante, vivo y claro. Por lo que hace referencia a los colores más oscuros del naranja, se tratan de colores naturales, campestres y otoñales, convirtiéndose en un color que transmite sensaciones de calidez y frescura al mismo tiempo.

También se trata de un color que no se puede utilizar fácilmente en tipografía, ya que es complicado encontrar una luminosidad que haga legible los tipos. Por el contrario, se trata de un buen color para colocarlo como fondo para poner de relieve colores más oscuros y menos vibrantes que el propio naranja.

Según Puig Borràs, N., & Baraut Múrria, Í. (2016), el color naranja se podría asociar a una

pelota de baloncesto, a un intermitente, hasta un semáforo en naranja. Todos estos elementos anuncian lo mismo: un estado de transición, de cambio, un tono en movimiento constante, por lo que en publicidad se utiliza mucho en marcas que se quieren identificar con la innovación.

El color VERDE

Según Swann A. (1993), el colores verdes tiene connotaciones en los términos de paz y tranquilidad. Se trata de un símbolo de la vida y el color de la salud en el sentido más amplio.

Los verdes con un alto contenido de vibrante azul tiene un aire deportivo y activo. Los verdes con mucho amarillo, por ejemplo, por lo general tienen un calidad más natural, aunque los verdes lívidos, muy amarillentos, no son naturales. Los verdes amarillentos, al añadirles negro, se convierten en los colores caqui o marrón. Y cuando se le añade negro a los verdes azulados, el resultado son verdes ricos, de aspecto más antiguo, dando una sensación de calidad y tradición. El color complementario del verde es el rojo, por lo que se puede usar el color verde de forma muy efectiva en colores cálidos y vivos.

En tipografía, los verdes pueden ser buenos colores de fondo en negativo, con tal que sean lo bastante fuertes o vivos.

El color ROSA

El color rosa se asocia a cualidades típicamente femeninas: el encanto y la amabilidad que se convierten en la fortaleza de los débiles. Resulta imposible asociar sentimientos negativos a este color.

Según, Puig Borràs, N., & Baraut Múrria, Í. (2016) Los elementos o figuras rosas suelen ser suaves, pequeñas, tiernas o infantiles. También las expresiones eróticas delicadas y los desnudos artísticos suelen asociarse al rosa, por su delicadeza y ternura. Contrariamente, un exceso de este color puede resultar empalagoso y puede llegar a vincularse a valores conservadores que pueden llegar a convertirse en aburridos o “*cursis*”.

Los tipos de letra

Según Martín Montesinos, J. L. y Mas Hurtuna, M (2009) el origen de la palabra tipografía viene del griego *typos*, sello, marco, y de *graphein*, escribir. Si ajustamos lo que aparece en muchos de los diccionarios, podríamos decir que, significa imprenta o lugar donde se puede imprimir. Normalmente, entendemos la tipografía como un sistema de composición e impresión, creado por Gutenberg.

Según Delgado, M. N. (2012) existen dos vertientes, la tipografía, que es la que se ocupa de organizar el lenguaje visual, y el diseño de la forma de la tipografía, que es la que se encarga de transmitir el mensaje.

Stanley Morison en 1929, nos dice que la tipografía, era “*el arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto.*” Podemos decir que la visión de Stanley Morison (1929) es algo más ajustada ya que podemos visualizar un sentido más amplio de dicho término.

Según Martín Montesinos, J. L. y Mas, Hurtuna, M (2009), desde la aparición de las primeras representaciones gráficas de las letras, se delimitaron las formas que definían los caracteres, pero, también a partir de ese momento, evolucionaron y surgieron mil y una manera de interpretarlas. Los caracteres manuscritos aportaron, sobre todo, el factor de la inclinación, en el sentido de las oscilaciones y al mismo tiempo la modulación del trazo.

Más tarde aparece la angulación axial de la modulación, el sistema diferenciado de los contornos exteriores e interiores, versiones redondas y cursivas, la variación gradual del grosor del trazo, en ensanchamiento y el estrechamiento.

Algunas terminologías sobre las tipografías, según Martín Montesinos, J. L. y Mas, Hurtuna, M (2009), llamaron familia de tipos, al conjunto integrado por los caracteres del alfabeto, diseñados de esta forma, bajo unos mismos criterios de coherencia formal. Por ejemplo, son familias la Times New Roman, la Helvetica en todas sus variantes. Es decir, la familia tiene

una personalidad propia, dada por el diseñador, que se plasma en una multiplicidad de detalles formales y gráficos que la hacen reconocible entre todas las familias de tipos.

Según Carter, R. (1997) una familia de tipos, es aquella que comparte una serie de características visuales similares, pareciéndose entre sí y obteniendo rasgos visuales propios. Todos los tipos de una familia poseen grosores y anchos diferentes.

Por otro lado, según Martín Montesinos, J. L. y Mas, Hurtuna. M (2009), encontramos la fuente³, que son todas las variantes en cada cuerpo diferente fundido. Actualmente encontramos y podemos diferenciar como fuentes: la Frutiger Roman, la Bold y éstas a su vez, la Italic y la Bold Italic.

En cuanto al *estilo*⁴, según Martín Montesinos, J. L. y Mas, Hurtuna. M (2009), es una referencia muy general al conjunto de las características formales. Distinguimos entonces, la redonda, cursiva o itálica, negrita, fina, expandida, etc. Éstas se pueden aplicar a cualquier carácter de cualquier familia y fuente.

En cuanto a la elección de los tipos, y para que el texto nos resulte legible, se debe buscar tipos abiertos y bien proporcionados y al mismo tiempo, que muestren la regularidad de las familias clásicas. Cuando finalmente se logra una relación armoniosa entre el cuerpo de la letra, la longitud de la línea y el interlineado, el texto fluye considerablemente.

³ Según Martín Montesinos, J.L. y Mas, M.(2009), la palabra fuente, proviene originalmente del francés *fonte* de *fondre* o fundir, se aplicaba al conjunto de caracteres de una misma familia. Término completamente aceptado en el mundo gráfico.

⁴ La palabra estilo se podría utilizar como sinónimo de fuente, por ejemplo, Times New Roman Italic.

Marcas y logotipos

Según Murphy, J. y Rowe, M. (1991) en su libro *How to Design Trademarks and Logos*, las marcas son, los medios por los cuales los comerciantes distinguen sus productos o servicios de los que ofrecen otros. Remarcan dos grandes categorías:

- Nombres de marca
- Imágenes de marca

Según Murphy, J. y Rowe, M. (1991), los nombres de marcas se denomina simplemente marca, mientras que las imágenes de marca, son a lo que hoy reconocemos como logotipos. Las marcas, se han convertido en algo más que simples recursos para diferenciar productos o servicios, las marcas se han convertido en indicadores de valor, calidad y origen. Las marcas son mensajes cortos y abreviados que permiten a los consumidores poder identificar productos, servicios u organizaciones.

Las marcas y los logotipos, en primer lugar identifica un producto y lo diferencia de la competencia, comunican información acerca de ese producto o servicio sobre su valor y su origen y añaden un valor a ese producto o servicio.

Según Murphy, J. y Rowe, M. (1991), con el paso de los años, tanto las marcas como los logotipos solo se utilizaban a nivel local, solo se diferenciaban las marcas que utilizaban reyes, emperadores o gobiernos. La utilización de marcas y logotipos se remonta en la segunda mitad del siglo XIX, donde las mejoras en ámbito de la comunicación y los procesos de fabricación permiten la masificación de los productos.

Las marcas son elementos muy importantes y valiosos para el consumidor, ya que le permite al consumidor comprar con confianza, es decir, tanto la marca como el logotipo, proporcionan al comprador una decisión rápida ante varios productos o servicios.

Tipos de marcas y logotipos

Según Murphy, J. y Rowe, M. (1991), para desarrollar una nueva marca o logotipo, abarcan por ejemplo, desde representaciones gráficas del nombre, derivadas de la misma firma de la empresa o institución, hasta símbolos o dibujos los cuales pueden utilizarse en combinación con el nombre corporativo, el nombre del producto o simplemente la combinación de ambos.

Encontramos estos tipos de logotipos:

1. Logotipos solo con el nombre.

Son aquellos logotipos cuyo carácter deriva único y exclusivamente de un nombre utilizado con un estilo gráfico particular, transmitiendo al consumidor un mensaje único e inequívoco. Este tipo de logotipo sólo con el nombre se podría decir que son apropiados cuando el nombre es relativamente corto, fácil de utilizar, fácilmente adaptable y abstracto.

2. Logotipos con nombres y símbolos

Este tipos de logotipos, donde juegan con nombres juntamente con símbolos, según Murphy, J. y Rowe, M. (1991), tratan el nombre con un estilo tipográfico característico. Las marcas que se caracterizan por este tipo de logotipos, los símbolos suelen ser un círculo, un óvalo o un cuadrado e igual que los logotipos solo con el nombre, éstos, deben continuar siendo breves y de fácil adaptación ya que solo el símbolo no suele ser lo bastante distintivo por sí solo.

Según Murphy, J. y Rowe, M. (1991), cada vez que se utiliza dicho logotipo, el nombre corporativo desempeña el papel más importante y clave en la comunicación, es decir, el nombre debe encajar correctamente ya que, constituye parte integrante del logotipo.

Como por ejemplo la marca Nike, dónde se trata de un logotipo basado en la firma del fundador y que resalta gracias a un simple recurso gráfico. Los logotipos más elaborados presentan el nombre en un símbolo visual distintivo, por ejemplo el logotipo de Levi's, recuerda el bolsillo de unos jeans o Nike añadiendo con el isotipo dinamismo y energía.

3. Logotipos con iniciales

Según Murphy, J. y Rowe, M. (1991), muchas empresas adoptan nombres considerablemente largos o muy recargados, ya que puede tratarse de la descripción de la actividad que desempeña la empresa, puede ser el conjunto de los nombres de los socios de la sociedad o empresa, o simplemente, puede tratarse de los apellidos de los fundadores de la sociedad. Al tratarse de nombres largos y difícil de recordar, se opta por utilizar solamente las iniciales, recurriendo a un conjunto de iniciales con carácter, fácil de distinguir, consiguiendo así la adopción de un logotipo atractivo.

4. Logotipos con el nombre en versión pictagórica

Según Murphy J. y Rowe M. (1991), en este tipo de logotipos el nombre del producto, empresa u organización, es un elemento destacado y muy importante, pero al mismo tiempo el estilo global del logotipo suele ser muy distintivo, es decir, aunque en el logotipo apareciese un nombre totalmente diferente, seguirá siendo claramente el logotipo de su auténtico propietario. Como por ejemplo la marca Coca-Cola.

5. Logotipos asociativos

Estos logotipos habitualmente no disponen del nombre del producto o de la empresa, pero se asocian directamente con el nombre o producto. Los logotipos asociativos están formados por juegos visuales simples y muy directos. Normalmente gozan de ser de fácil comprensión, proporcionando flexibilidad, es decir, el recurso gráfico representa instantáneamente el producto o la empresa de una forma muy directa y simple. (Murphy J. y Rowe M. 1991)

6. Logotipos alusivos

“La conexión entre el nombre y el logotipo no es, en absoluto, tan directa como en el caso de los logotipos asociativo, pero en cierto modo, la alusión incluida en el logotipo se convierte en una especie de secreto compartido por aquellos que están en la creación del logotipo o los fundadores, pero también, a menudo puede llegar a ser incomprensible para otras personas “
(Murphy J. y Rowe M. 1991)

7. Logotipos abstractos

En este tipo de logotipos se debe diseñar una forma estructural que pueda llegar a crear una ilusión óptica variada, pudiendo transmitir a partir del logotipo, la fuerza industrial de los productos o la sensación de movimiento asociada con su función. (Murphy J. y Rowe M. 1991).

“El problema de esos logotipos libres y abstractos reside en que no tienen ningún auténtico núcleo de significado” (John Murphy y Michael Rowe (1991))

El Branding e identidad corporativa de marca

Al estar centrados en el mundo del surf y del deporte, debemos saber que para que una idea o marca logre adentrarse en la mente de los consumidores se debe llevar a cabo estrategias para que funcione en el momento justo y bajo unas circunstancias concretas.

En primer lugar se debe tener muy claro lo que queremos transmitir al consumidor, y debemos seguir los pasos adecuados para lograr el posicionamiento que toda empresa y marca desea.

“To me, marketing is about values. This is a very complicated world, it’s a very noisy world. And we’re not going to get the chance to get people to remember much about us. No company is. So we have to be really clear on what we want them to know about us.” (Steve Jobs 1997)

Según Moore, G. (2014) hay que tener en cuenta cuatro elementos esenciales a la hora de establecer el posicionamiento de una marca:

1. **Target:** En esta parte, se debe entender a quién va dirigido nuestro producto, es decir, edad, sexo, actitudes, pasiones, etc. Del tal manera la marca sabrá cien por cien a quién nos dirigimos y a dónde irá destinado nuestro producto.

2. **Definición del mercado:** Saber en todo momento en que tipo de mercado estamos entrando con nuestra marca. Contra quién competimos, qué marca es la líder y en qué posición queremos estar en ese tipo de mercado. Moore define el mercado como *“un conjunto de potenciales clientes para un determinado conjunto de productos o servicios que corresponden a necesidades o intereses comunes a todos ellos y que emplean como referencia a otros miembros del mercado en el momento de efectuar una decisión de compra”*

3. **Promesa de la marca:** Se entiende como promesa de la marca todos los beneficios tanto emocionales como racionales que nuestro target desearía al consumir nuestra marca, y que por lo tanto nuestra competencia directa no es capaz de ofrecer. Al mismo tiempo estos beneficios deben ser un fiel reflejo de la imagen de marca que el consumidor tiene y que se debe mantener una vez el cliente adquiere tu marca o productos.

4. **“Reason to believe”:** Toda marca debe ser fiel siempre a su identidad y enfocarse en lo que promete la marca.

Seguidamente enfocándonos en el posicionamiento de marca, para que se tenga éxito, Ries y Trout (2008) establecen una serie de principios elementales:

1. **Posicionamiento líder:** Consiste en ser la primera marca que llega a la mente del consumidor, por delante de su competencia. Por lo tanto, en una sociedad tan sobre comunicada como es la actual, nada es más importante para una marca que saber comunicar bien. Y si quieres tener un posicionamiento líder, simplemente tienes que llegar donde quieres y aprovechar esa ventaja para reaccionar ante las acciones de la competencia.

2. **Liderar nuevos nichos de mercado:** Se trata de buscar nuevas oportunidades de mercado que puedan ser de gran interés para los consumidores y de esta manera poder conseguir ser líderes en ese nuevo nicho.

3. **Competencia entre percepciones:** Se trata especialmente de manipular las ideas que tienen los consumidores sobre otras marcas de la competencia que ya están en la mente del consumidor.
4. **Posicionamiento de la competencia:** Para poder competir dentro del mercado y contra otras marcas, debemos saber y entender a la perfección la percepción que tienen los consumidores sobre ellas, pudiendo llegar de una manera más eficaz a la mente de los consumidores.
5. **Explotar la ventaja competitiva de los productos:** Consiguiendo de esta manera atraer a los consumidores de una forma más rápida. En mi caso ya que nos centramos en sector del deporte y sabiendo que la vida de un producto dentro del sector deportivo es de corta duración, deberemos llevar a cabo un constante reposicionamiento para conseguir ser atractivo para los consumidores.
6. **Diferenciación:** Una marca debe establecer un target concreto en un mercado claro, y lo más importante de todo, debe ser diferente a la competencia si quiere atraer al consumidor, es decir, ser diferente.

Según Ortiz González, D. (2016) unas de las maneras más relevantes que tiene una marca para reflejar su posicionamiento son su propio nombre. Lo que se persigue es que cuando un consumidor entra en contacto con el nombre de una marca o alguna asociación de la misma (eslogan, logotipo...), los atributos almacenados en su mente previamente se conectan creando una idea determinada.

Según Smith, A. (2008) establece siete puntos clave para la creación de un buen nombre de marca:

1. **Corto:** Un nombre largo nunca ayuda a que los consumidores lo recuerden. Prueba de ello es que muchas marcas una vez alcanzado un fuerte posicionamiento quedan “sustituidas” por sus nombres abreviados, y en muchos casos, su nombre original queda en el olvido.

- 2. Positivo:** Las palabras negativas generan sentimientos negativos en las personas, es por lo que se debe tener una buena connotación inicial para que no se generen sentimientos negativos en la persona y no asocie tu marca como algo negativo.
- 3. Fácil de recordar:** Los consumidores deben recordar con facilidad tu marca, por lo que no debe ser complicado de pronunciar ni difícil de reconocer.
- 4. Fácil de decir:** Como he dicho anteriormente tu marca debe ser fácil de pronunciar para que los consumidores puedan asociar rápidamente tu marca con la imagen. Es decir, debemos conseguir que los consumidores asocien la marca con algo simple, cuanto más corto o más fácil de pronunciar sea el nombre, mayores posibilidades tendremos de que el consumidor nos recuerde.
- 5. Fácil de reconocer:** Se trata de conseguir crear un Insight, es decir, crear un vínculo con la marca y el consumidor con el propio nombre de la marca.
- 6. Capaz de ser registrado con facilidad:** Debemos buscar un nombre “único” en todos los aspectos que nos facilite explotar la marca.
- 7. Traducirse a otros idiomas sin problemas:** Debemos tener en cuenta este punto para que la estrategia de marketing no se vea modificada, y segundo lugar e indirectamente estemos creando una imagen de marca completamente global.

Proceso de creación del manual de identidad corporativa

Todo el delicado trabajo que hemos explicado anteriormente deberemos recogerlo en el Manual de Identidad Corporativa, que trata de un documento que reúne todos y cada uno de elementos gráficos de una marca, donde se explica cómo deben aplicarse dichos elementos a nivel visual en todos los niveles, tanto en digital como en papel.

Se trata de una herramienta fundamental para el manejo de las directrices de presentación de una marca. En él se define la construcción de la imagen de marca, las proporciones, los colores, las tipografías, las distintas versiones y las adaptaciones a los distintos soportes y aplicaciones. El desarrollo del manual, es fundamental para la correcta aplicación de una Identidad Corporativa, por lo que es necesario mantener una coherencia visual.

Hay muchos tipos de manuales y pueden realizarse de distinta manera, hay manuales más sencillos y breves, y podemos encontrarnos con manuales más elaborados y más extensos.

Por lo que hace a la construcción de la imagen de marca, se incluye la construcción del logotipo, en este apartado debes tener en cuenta el logotipo de tu empresa aplicado sobre fondo blanco y negro, haciendo de esta forma muestras qué variante o variantes de logotipo deberás utilizar cuando debas aplicarlo en fondos claros y en fondos más oscuros. Y también los colores corporativos, donde se debe incluir una muestra de los distintos colores corporativos y las referencias correspondientes para material impreso y pantalla. Es aconsejable explicar en detalle la aplicación de los colores corporativos, tanto en Pantone, CMYK y RGB.

En cuanto a la tipografía, en este apartado se deberá escoger el conjunto de tipografías corporativas de tu empresa o marca. Dentro de este apartado, las tipografías suelen mostrarse poniendo todos los caracteres que la forman (A-Z) y la numeración (0-9).

Estado de la cuestión

Actualmente no hemos encontrado ningún estudio donde podamos referenciar sobre la evolución del diseño gráfico en el mundo del surf, pero a partir de aquí y en base a nuestra investigación, podemos decir que en cuanto a la moda en la actualidad lo que se intenta buscar es modernizar las modas de los siglos pasados, con materiales más modernos y más novedosos, poniendo especial hincapié, sobre todo en la ropa femenina, los colores y los accesorios.

En cuanto a la ropa deportiva, no todo se centra en conseguir un mayor confort para una mayor protección del atleta a todo tipo de factores externos que el atleta no puede controlar, sino que el alto rendimiento se fusiona con la sociedad, aficionada al deporte, ya que son percibidos como potenciales compradores.

Centrándonos en el surf, podemos decir que uno de los avances más importantes que ha sufrido el mundo del surf, es la evolución del traje de neopreno, dónde desde su creación por Jack O'neill, se ha conseguido que el surfista aguante las bajas temperaturas del mar, permitiéndole que permaneciera más tiempo dentro del agua. Llegando a la actualidad, y con su evolución podemos encontrar todo tipo de neoprenos y lycras, de diferente estructura, diferentes grosores, diferentes gamas y sellados.

En cuanto a su estructura (Tabla 1), podemos encontrar desde neoprenos forrados en el interior, que son los más utilizados por los nadadores, también encontramos los neoprenos forrados por el exterior, dónde son los más adecuados para la pesca marina, también encontramos los que son biforrados, tanto en el exterior como en el interior y los neoprenos sin forro, dónde estos son los más utilizados por los surfistas.

En la evolución del tipo de grosor del neopreno (Figura 6), podemos encontrar diferentes grosores dependiendo de la época del año, dónde pueden ser desde 1 milímetro para trajes de verano hasta 5 milímetros para trajes de invierno.

Por último, podemos encontrar tres gamas de neoprenos diferentes, dónde intervienen, la durabilidad del traje, la flexibilidad del neopreno, los refuerzos, tanto en rodillas como codos y los cuatro sistemas de sellado, haciendo que un traje de surf sea más duradero y de más calidad.

A nivel de marcas, tanto internacionales como catalanas y españolas que nos ofrezcan neoprenos para la práctica del surf, podemos observar que a nivel catalán y español, nos ofrecen ropa, como camisetas, bermudas y todo tipo de ropa casual, pero sólo la marca Wetsweet (Figura 4) nos ofrece lycras, tanto largas como cortas, con o sin mangas, para practicar diferentes deportes acuáticos. Pero dentro de esta gama de lycras que nos ofrece la marca Wetsweet, podemos ver que se tratan de unas lycras más femeninas, llenas de colores, estampados y formas más femeninas pero podemos ver que no se tratan de lycras dirigidas a un nivel más profesional, como las que nos pueden ofrecer las marcas Billabong (Figura 1), Roxy (Figura 2) o Rip Curl (Figura 3), encontrando un gran hueco en el mercado a nivel catalán y español, en el que queremos tratar de llenarlo uniendo el concepto de calidad, modernidad y profesionalidad.

A nivel publicitario, podemos observar que ya desde hace muchos años hasta la actualidad, las marcas recurren al surf para publicitar y vender sus productos. Ya que el surf se trata de un deporte que con el paso del tiempo se ha puesto de moda entre la sociedad, ya que siempre se ha tratado de un estilo de vida muy sano, donde estas en todo momento en contacto con la naturaleza. Observando anuncios que van des del 1968 con marcas como Coca Cola (Figura 7), hasta la actualidad, donde hemos podido ver anuncios de grandes marcas como Chanel (Figura 10), donde el principal escenario de dichos anuncios, es el mar y consigo tablas de surf.

En conclusión, a partir de este análisis e investigación que hemos realizado, podemos decir que el principal objetivo al cual debemos dirigirnos es a la creación de una marca deportiva, especializada en la fabricación de neoprenos con estampados más femeninos, pero a la vez enfocarnos a la creación de unas lycras más profesionales y competitivas, dirigidas especialmente a profesionales del surf.

A partir de aquí queremos determinar y presentar el proceso de creación de los elementos gráficos más representativos sobre una nueva marca de surf especializada en vestimenta deportiva. Pero antes debemos estudiar la percepción que se tiene sobre las marcas existentes para poder dirigirnos hacia nuestro objetivo principal, y para ello se llevarán a cabo entrevistas y encuestas a profesionales del sector.

4. METODOLOGÍA

Caracterización de la investigación

Por tal de dar respuesta al objetivo de la investigación se han llevado a cabo técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas para poder llegar más lejos en las conclusiones de estudio. La técnica de investigación cualitativa utilizada ha sido la entrevista, y la técnica de investigación cuantitativa ha sido la encuesta.

Población y muestra (Universo/Muestra)

La población escogida, por una banda son en total de cuatro escuelas de surf, dos a nivel nacional, situadas en Barcelona y Fuerteventura, y dos a nivel internacional situadas en Argentina y Costa Rica. Seguidamente hemos llevado a cabo dos entrevistas a tres personas profesionales del mundo del surf. Remarcar que en cuanto a las entrevistas que han realizado las escuelas, las hemos llevado a cabo con personas que se dedican a la enseñanza del surf, y también surfistas especializados y principiantes practicantes de este deporte.

Técnica de observación

Técnica cualitativa: Entrevista

La entrevista en profundidad es una técnica en la cual el entrevistador trata de conseguir que el entrevistado hable con total libertad sobre un tema, en este caso, de las marca analizadas y sobre el primer prototipo de logotipo y neopreno de la marca Olea.

En este trabajo se han realizado un total de 3 entrevistas a surfistas profesionales. En primer lugar Nadia Erostarbe, de 17 años, campeona de Europa con la Selección Española de Surf, Ariane Ochoa, de 19 años de edad, donde este año 2017, se ha proclamado tercera en el mundial Junior de Kiama, celebrado en Australia, obteniendo también el título de campeona de España Junior. Y en tercer lugar, el surfista Jonathan González, de 36 años de edad, se ha proclamado campeón de Europa en la World Surf League (WSL).

Técnica cuantitativa: Encuesta

La encuesta es una técnica de obtención de datos sobre aspectos objetivos (hechos) y subjetivos (opiniones, actitudes) basada en la información (oral o escrita) proporcionada por el propio sujeto.

Se han llevado a cabo 50 encuestas, realizadas en las 4 escuelas de surf comentadas anteriormente, situadas en España y Latinoamérica.

A continuación se muestra la estructura i el diseño tanto de la entrevista como el cuestionario que se ha llevado a cabo en este trabajo para conocer las diferentes percepciones de diferentes escuelas de surf y profesionales del surf respecto a las marcas que encontramos en el mercado internacional y la percepción de los primeros prototipos de la marca Olea.

Prototipo de entrevista:

1. ¿Cuántos años llevas practicando surf?
2. ¿Cuántos años llevas practicándolo profesionalmente?
3. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)
4. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)
5. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?
6. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong?
7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?
8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?
9. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?
10. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?
11. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?
12. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?
13. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 1⁵



Opción 2⁶



Opción 3⁷



14. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?
15. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

16. De las opciones presentadas ¿Con cuál te identificas?

⁵ Figura 11: Propuesta 1 logotipo prototipo de entrevista. Elaboración propia.

⁶ Figura 12: Propuesta 2 logotipo prototipo de entrevista. Elaboración propia.

⁷ Figura 13: Propuesta 3 logotipo prototipo de entrevista. Elaboración propia.

Opción 1⁸



Opción 2⁹



Prototipo de encuesta:

1. **Sexo:**
2. **¿Practicar el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**
3. **¿Lo practicas profesionalmente?**
4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**
5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**
6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**
7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**
8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**
9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**
10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**
11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

⁸ Figura 14: Prototipo neopreno. Elaboración propia.

⁹ Figura 15: Neopreno marca Rip Curl.

12. ¿Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 1



Opción 2



Opción 3



15. Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

16. ¿Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

17. De las opciones presentadas ¿Con cuál te identificas? ¿Por qué?

Recolección y procesamiento de los datos

La primera entrevista llevada a cabo, fue en primer lugar a Nadia Erostarbe, de 17 años, Nacida en Euskadi. Consiguiendo este año 2017 la primera posición en el campeonato de Europa con la Selección Española de Surf. Estas fueron sus respuestas a nuestra entrevista:

1. ¿ Cuántos años llevas practicando surf?

Desde hace ya 5 años. Me inicié a los 8 años, gracias a mis padres, ya que ellos eran profesores de surf y a los 12 ya me seleccionaron para participar en mi primer campeonato estatal.

2. ¿Cuántos años llevas practicándolo profesionalmente?

Si, actualmente represento al equipo español de surf Junior.

3. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Los primeros que me vienen a la cabeza son Rip Curl, Billabong y Vissla

4. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Cuando voy a comprarme un nuevo traje, lo primero en que me fijo es el tipo de grosor dependiendo la época del año y sobretodo me fijo en la calidad del sellado del neopreno.

5. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Pues lo mas importante para mí, si el grosos no me interesa ya lo descarto, y por supuesto el termosellado, ya que uno de mala calidad puede calar el agua y crear dificultades dentro del agua.

6. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Me resultan modernos y de gran calidad, la verdad que he probado esta marca y créeme, compras ante todo calidad.

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Me resultan bastante técnicos en cuanto a acabados y de calidad también.

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

La marca Roxy me sugiere feminidad y modelos más divertidos, aunque también debo decir que al ser la marca femenina de Quiksilver, son también de calidad.

9. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Especialmente para mujeres, puedo identificar primeramente Roxy y Xcel, ya que se tratan de dos marcas especializadas en el sector femenino.

10. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Pues, sin duda la marca Quiksilver, ya que es una marca solo especializada en el sector masculino.

11. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No, la verdad que no se que marcas son, ni a qué se dedican.

12. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Pues sin duda los Tonos azules, ya que te llevan al mar y lo relacionas más con el surf.

13. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Todos me parecen originales pero el que mejor relaciono con surf y viéndolo como una posible marca de surf me decanto por la opción 2.

14. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

Me sugiere tranquilidad, me lleva al mar y por supuesto al surf

15. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

Tanto para mercado masculino como femenino.

16. De las opciones presentadas ¿Con cuál te identificas? ¿Por qué?

Me identifico con la opción 2, porque es lo que normalmente suelo encontrar a la hora de comprar un neopreno, pero me encanta el neopreno de la opción 1, me resulta mucho más femenino, que es lo que a veces me falta en algunas marcas de neoprenos, son de calidad pero nada femeninos. La combinación del azul y el tono rojizo de la marca me resulta muy atractivo.

La segunda entrevistada, se trata de Ariane Ochoa, de 19 años de edad y también nacida en Euskadi. Siendo tercera en el mundial Junior de Kiama, celebrado en Australia, obteniendo también el título de campeona de España Junior:

1. ¿Cuántos años llevas practicando surf?

Pues si no recuerdo mal, hace ya 10 años aproximadamente.

2. ¿Cuántos años llevas practicándolo profesionalmente?

Profesionalmente desde los 11 años, me acuerdo el momento de participar en mi primer campeonato, fue emocionante.

3. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

3 marcas que he llevado y que ahora recuerde son Rip Curl, Billabong y Roxy

4. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Principalmente en el grosor y el tipo de sellado. Para mi es lo más importante, aunque creo que cualquier surfista que le preguntes te dirá lo mismo.

5. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Pues como te he comentado anteriormente, el tipo de sellado, si no se trata de un sellado de calidad ya ni me lo miro.

6. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Me parecen que tienen un sellado bastante regular y de calidad.

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Me resultan muy poco elásticos.

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Me sugiere feminidad la verdad, debe ser porque se trata una marca solo dirigida al mercado femenino.

9. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

A parte de Roxy, por lo que te comento anteriormente. Rip Curl, también fabrica gamas muy amplias y diferentes modelos para mujeres.

10. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Quizás también te diría Rip Curl, por su gran calidad en los trajes masculinos y la amplia gama que tiene.

11. **¿Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No, no las conozco.

12. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Los tonos azules son muy obvios que te llevan al mar y al surf, pero te diría que también los tonos turquesas, ya que no todos los mares son del mismo azul, también los tonos turquesas te transmite la simbología del mar.

13. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Sin duda la opción 2. Me parece la mas limpia y más elegante de todas.

14. **(Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?**

Me inspira las olas del mar y todo lo que significa la palabra mar, entre ellas surf.

15. **¿Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?**

Pues te diría que para ambos, al ser tonos más azules, creo que podría ser tanto para hombre como para mujer.

16. **¿ De las opciones presentadas ¿Con cuál te identificas? ¿Por qué?**

Con la opción 1, ya que si que es verdad que estamos practicando un deporte profesionalmente, pero somos chicas y también nos gusta ir “guapas” aunque sea practicando deporte. Creo que el mejor neopreno que podría haber debería ajustarse a modelos más femeninos como el neopreno que me enseñas en la opción 1, y por supuesto que tuviesen una gran calidad en la composición del traje, ya que en nuestra profesión es muy importante. Creo que eso sería genial.

Por último, entrevistamos a Jonathan González, de 36 años de edad, nacido en Tenerife, donde este año se ha proclamado campeón de Europa en la World Surf League (WSL):

1. **¿ Cuántos años llevas practicando surf?**

Hace 17 años si no calculo mal.

2. **¿Cuántos años llevas practicándolo profesionalmente?**

Profesionalmente desde los 22 años, es decir, unos 14 años mas o menos.

3. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Rip Curl, Billabong y Hurley.

4. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

En el sellado del traje, creo que es lo más importante en un traje de calidad.

5. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

El grosor y termosellado. El grosor dependiendo de la época del año. Pero como te he dicho en la pregunta anterior, lo más importante para mi es el tipo de sellado.

6. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Me sugiere calidad ante todo, ya que se tratan de trajes que al menos para mi, son de calidad debido a su tipo de sellado en las costuras.

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Me parecen trajes muy técnicos y de calidad.

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy? Pues**

creo que Roxy es para mujeres, asique es lo que me sugiere en primer momento. Modelos para mujeres.

9. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Pues supongo que Roxy, ya que creo que es una marca solo especializada en mujeres. Pero soy un hombre, ya sabes que los hombres no estamos muy puestos en estos temas.

10. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Pues las que yo he utilizado mas durante todos estos años son Quiksilver y Rip Curl, Creo que hacen trajes mas masculinos y más técnicos. Aunque creo que Rip Curl también fabrica trajes para mujeres.

11. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No. Los nombres no me suenan de nada.

12. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

A mi me gustan más los tonos azules, ya que al menos a mí, me traslada al mar, y por consiguiente al surf, ya que se practica en el mar.

13. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Me parece muy original la opción 3, pero quizá salgo brusca, me quedaría quizás con la figura de la opción 2, me resulta más fina y con mejores acabados.

14. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

Pues me sugiere una ola del mar.

15. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

Tanto para hombre como para mujer.

16. De las opciones presentadas ¿Con cuál te identificas? ¿Por qué?

Me identifico con la opción 2, ya que la opción 1 identifico un neopreno más femenino. Aunque debo decirte que los hombres somos mas sencillos que las mujeres, pero creo que un neopreno todo negro o con colores oscuros a mi en especial, me resultan aburridos, no está mal un toque de color.

Después de analizar las tres entrevistas a tres profesionales del surf, donde llevan más de 9 años practicándolo, hemos observado que las marcas que más conocen en el mundo del surf son la Rip Curl, y Billabong, pudiendo afirmando de nuevo, de que se tratan de marcas muy consolidadas en el mercado internacional, teniendo un gran peso en el mundo del surf.

En cuanto a la hora de elegir un neopreno, los tres surfistas afirman que lo primero en fijarse a la hora de escoger un neopreno es el tipo de sellado y dependiendo de la estación del año, el grosor.

La marca Billabong la asimilan como una marca de gran calidad, destacando la gran calidad de sellados de los mismos. En cuanto a la marca Rip Curl, la ven como una marca más técnica, destacando la elasticidad como principal característica.

Y por último, en cuanto a la marca Roxy, destacan la calidad de los trajes y lycras, destacando mayoritariamente, que se tratan de trajes femeninos, ya que la marca solo está centrado en el mercado femenino.

Como marcas más femeninas, los tres destacan Roxy, ya que es una marca especializada en el sector femenino y se conoce como tal. Y como marcas masculinas, destacan la marca Quiksilver y Rip Curl.

Centrándonos en las marcas catalanas estudiadas y analizadas en este trabajo, podemos decir que ninguno de los tres surfistas conocen las marcas Wetsweets y AllSisters. Esto viene dado ya que a nivel catalán no hay ninguna marca que fabrique neoprenos a nivel profesional ni especializados únicamente en la práctica del surf.

Por último, centrándonos en las últimas preguntas de la entrevista, enfocada al prototipo de logotipo de la marca que vamos a crear, los tres surfistas apuestan por tonos más azules y turquesas, apostando por el logotipo que corresponde a la opción 2, identificándolo hacia un mercado tanto masculino como femenino.

En cuanto a las fotografías de neoprenos mostradas en la entrevista, podemos observar que, tanto Nadia como Ariane se decantan por el neopreno de la opción 1, considerándolo más femenino, y afirmando al mismo tiempo, que los neoprenos de calidad no son visualmente nada femeninos. Las dos nos especifican que les gustaría encontrar trajes visualmente más femeninos pero que se adapten a las necesidades de calidad que necesitan.

Una vez analizadas estas tres entrevistas, y centrándonos en las 50 encuestas realizadas a escuelas de surf, dos a nivel nacional y dos a nivel internacional, situadas en Barcelona y Fuerteventura y Argentina y Costa Rica, podemos extraer la siguiente información:

- De los 50 participantes en contestar nuestra pequeña entrevista, el 72,3% equivale al sector femenino, mientras que el 27,7% equivale al sector masculino. (Figura 16)

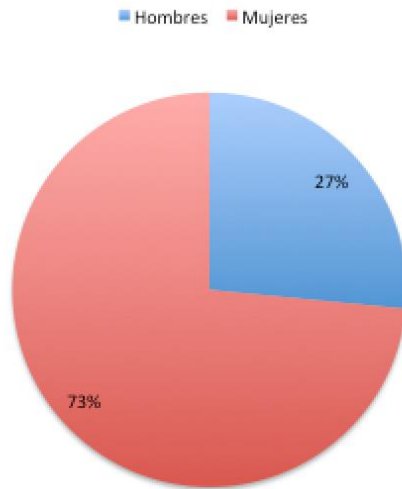


Figura 16: Porcentaje de sexo de las personas participantes en las encuestas. Elaboración propia.

- De las marcas nombradas entre todos los entrevistados, un 28% de los entrevistados nombran en primer lugar la marca Rip Curl, mientras que otro 27% nombran en primer lugar la marca Billabong, También nombran marcas Roxy, Vissla y Quiksilver. (Figura 17)

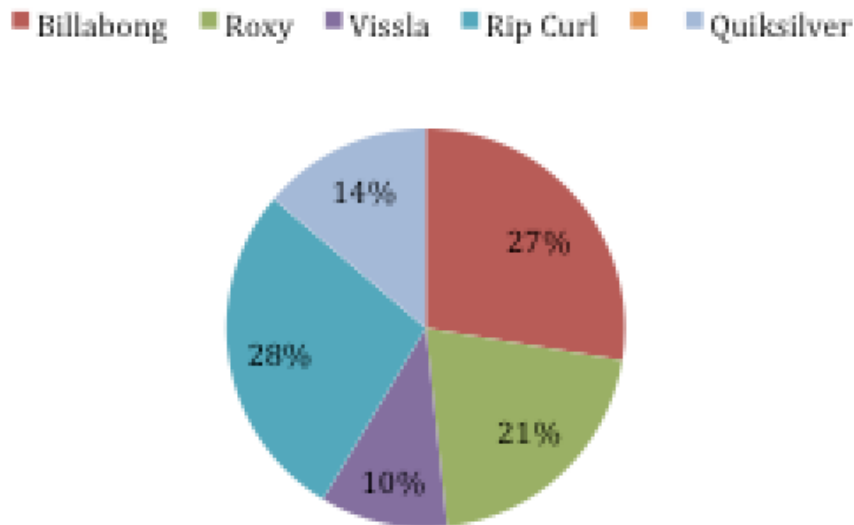


Figura 17: Marcas nombradas en las entrevistas y encuestas. Elaboración propia.

- A la hora de escoger un traje de surf, un 35% de los entrevistados, tienen en cuenta la composición, un 42% de los entrevistados tienen en cuenta el grosor del traje y el estilo de él. Mientras que un 23% se fija en el diseño del neopreno. (Figura 18)

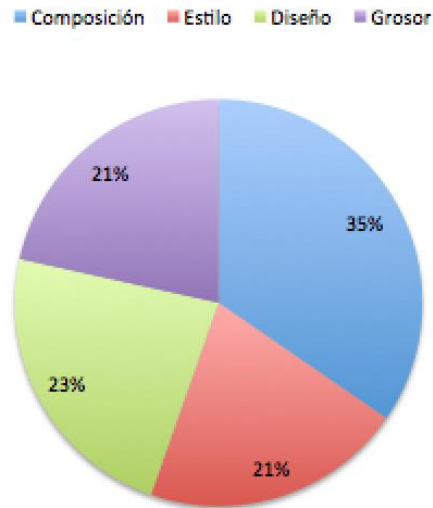


Figura 18: Factores que se tienen en cuenta a la hora de escoger un neopreno. Elaboración propia.

- En cuanto a los factores que les hace excluir un neopreno son, la composición y el tipo de sellado del traje. (Figura 19)

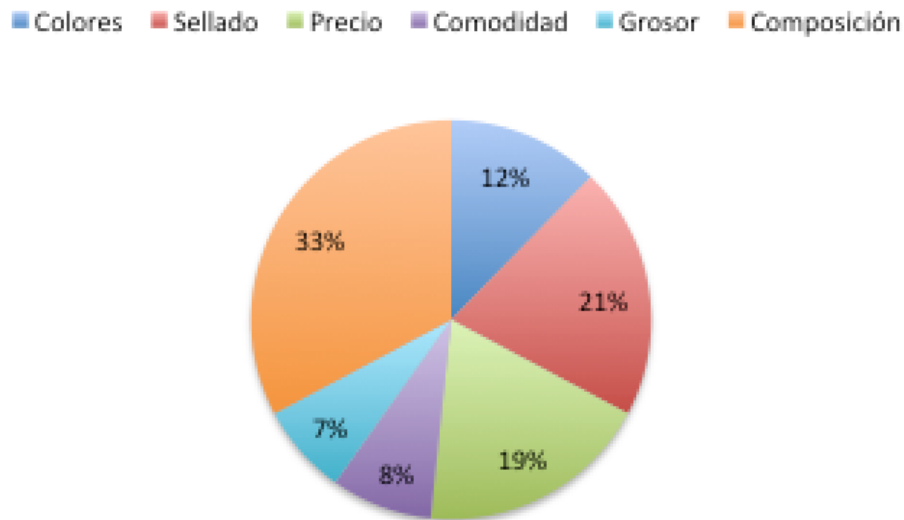


Figura 19: Factores que se tienen en cuenta a la hora de excluir un neopreno. Elaboración propia.

- En cuanto a la percepción que tienen sobre las marcas Billabong, Rip Curl y Roxy. Hemos observado que la marca Billabong la ven como una marca moderna y de calidad. En cuanto a la marca Rip Curl la asimilan como una marca también de calidad y modernos y además, cómodos y más técnicos. Mientras que la marca Roxy, la asimilan como una marca femenina, destacando en ellos, los estampados y colores.

- Como marca enfocada más al mercado femenino, el 90% de los entrevistados identifica la marca Roxy como una marca femenina, debido a su variedad de colores y formas más femeninas en sus trajes de surf.
- En cuanto a las marcas que mas identifican para el mercado masculino, las marcas Quiksilver, Rip Curl y Billabong son las más nombradas entre el 80% de todos los entrevistados. Nombrando también, la marca, Vissla, Hurley y O’neill entre otras.
- En cuanto al conocimiento de las marcas catalanas, solo es reconocida la marca Wetsweets por una persona de las 50 entrevistadas. La persona que conoce dicha marca, reside en Barcelona.
- Centrándonos en la parte de la entrevista, donde podemos observar las primeras percepciones sobre las primeras propuestas del logotipo de la marca que vamos a crear. A la pregunta que color relacionas mejor con el surf, el 56% de los entrevistados nombran los tonos azules, otro 32% nombran los tonos turquesas y el 12% restante nombra el color verde. (Figura 20)

■ Tonos Turquesas ■ Tonos Verdes ■ Tonos Rosas ■ Tonos naranjas ■ Tonos Azules

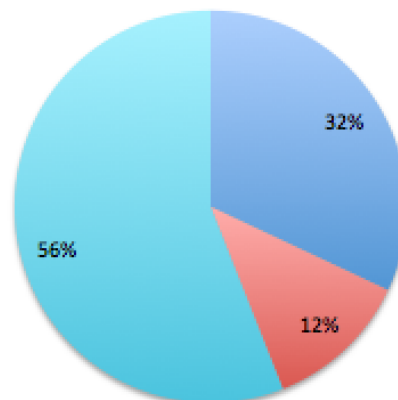


Figura 20: Tonos de colores favoritos para la creación de una marca deportiva de surf. Elaboración propia.

- En cuanto a las percepciones de las primeras propuestas de logotipo de la marca planteada el 76% de los entrevistados relacionan mejor la opción 2 como una posible marca de surf. (Figura 21)

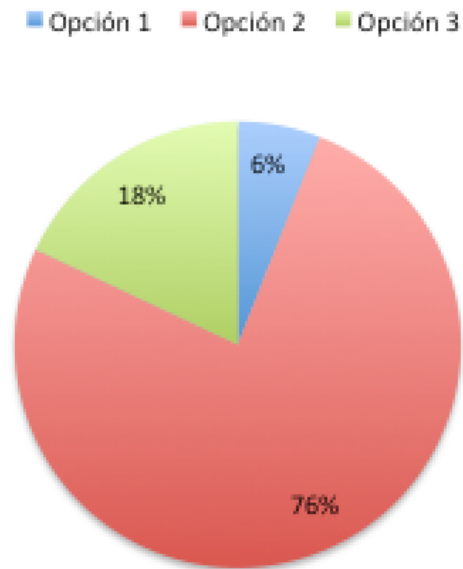


Figura 21: Percepciones sobre los primeros prototipos del logo de la nueva marca. Elaboración propia.

- Un 81% de los entrevistados relacionan el logotipo correspondiente a la opción 2 de la pregunta anterior, como una marca enfocada al mercado tanto masculino como femenino. Mientras que solo un 15% lo relaciona con el mercado femenino. (Figura 22)

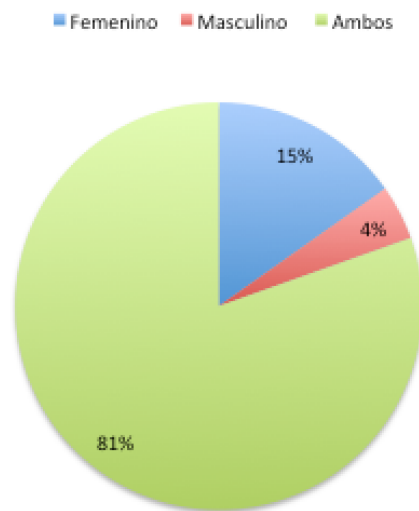


Figura 22: Relación del prototipo del logotipo con el tipo de sector de mercado. Elaboración propia.

- El 92% de todas las mujeres participantes en nuestro cuestionario, se identifican con la fotografía de la opción 1, identificando el neopreno como un neopreno más femenino. (Figura 23)

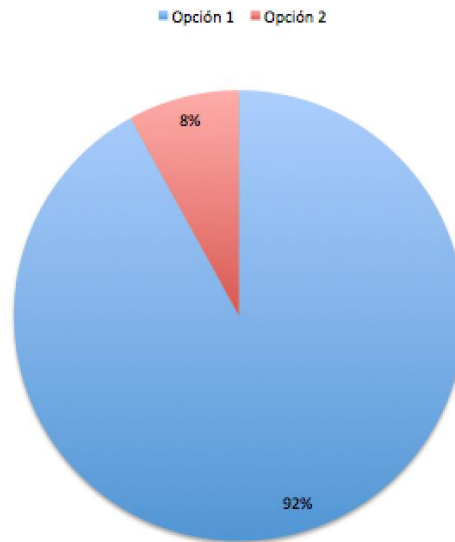


Figura 23: Identificación del sector femenino con los modelos presentados. Elaboración propia.

De esta manera, poniendo en común las 50 entrevistas llevadas a cabo y extrayendo la información más importante, podemos decir que a nivel internacional, las marcas que más se conocen son de nuevo las marcas Rip Curl y Billabong.

Por un lado, a la hora de obtener un traje de surf, lo primero que miran también es la calidad del sellado, el grosor de él, dependiendo de la época del año y la composición del traje, buscando una mayor comodidad a la hora de realizar surf. Por el contrario, si se trata de un sellado y una composición de poca calidad la mayoría de los entrevistados lo rechazan.

Las marcas Billabong y Rip Curl, las perciben como marcas de gran calidad en sus sellados y composiciones, mientras que Roxy, la perciben como una marca enfocada al mercado femenino, tratándose de trajes de calidad, modernos y femeninos.

Solo un 1% de los entrevistados, reconoce la marca Wetsweets, en cuanto a 99% de los entrevistados no reconocen dichas marcas. Por lo que podríamos decir que a nivel nacional, dichas marcas no son conocidas.

Los colores que más les gusta a la hora de reconocer una marca enfocada al sector deportivo, en concreto el surf, los tonos azules son los que mas gustan.

En cuanto a los primeros prototipos de la marca Olea, casi el 80% de los entrevistados de decantan por la opción 2, dirigiendo dicho logotipo a un mercado tanto femenino como masculino.




En cuanto a la última pregunta de la encuesta, dónde se muestran el primer prototipo de un neopreno de la marca olea, del 72,3% de los encuestados y que resultan ser mujeres, el 92% de todas ellas, se identifican con la fotografía de la opción 1. Identificándolo como un neopreno más femenino.

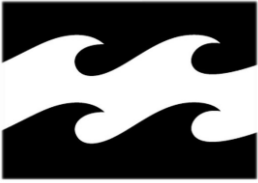


5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

A partir de una extracción de información de las entrevistas y encuestas realizadas, también hemos realizado un análisis sobre los apartados más gráficos de las tres marcas Billabong, Rip Curl y Roxy (Tabla 1) y las dos marcas catalanas, Wetsweets y AllSisters. (Tabla 3)

Extrayendo primeramente la siguiente información sobre, Billabong, Rip Curl y Roxy:

Tabla 2: Extracción de información gráfica de las marcas Billabong, Roxy y Rip Curl. Elaboración propia

Nombre	Billabong	Roxy	Rip Curl
Logotipo			

Isotipo			
---------	---	--	---

En primer lugar podemos decir que las tres marcas, se tratan de tres marcas muy consolidadas en el mercado internacional y especializadas en el mundo del deporte. esto hace que se puedan identificar tanto si observamos sólo el nombre, como solo observando el isotipo.

En cuanto a composición, las marcas Billabong y Rip Curl, se identifican con el símbolo de la ola, mientras que la marca Roxy, refleja dos logos de Quiksilver unidos de frente de forma horizontal hacia abajo que forman un corazón. Tratando de esta manera logos con símbolos en versión pictagórica, ya que como dice Murphy J. y Rowe M. (1991), en este tipo de logotipos el nombre del producto o marca, es un elemento destacado y muy importante, pero al mismo tiempo el estilo global del logotipo suele ser muy distintivo, es decir, aunque en el logotipo apareciese un nombre totalmente diferente, seguirá siendo claramente el logotipo de la auténtica marca.

Centrándonos en los colores corporativos, tanto Billabong como Rip Curl destaca el color negro como principal color, mientras que Rip Curl también utiliza el color rojo como principal transmitiendo, como hemos dicho en apartados anteriores, mas masculinidad, y seguidamente el negro, consiguiendo con el color rojo un aspecto de alta calidad o lujo. En cuanto a Billabong, utiliza negro y blanco, proporcionando una identidad de marca limpia y sencilla.

Por lo que la marca Roxy los colores corporativos que utiliza en su identidad de marca, es el negro, el blanco y el rosa, transmitiendo con el color rosa, más feminidad y llevando la marca a un mercado más juvenil.

La tipografía que utilizan se tratan de tipografías de palo, jugando con letras más gruesas y en negrita, consiguiendo una mayor atención en el consumidor.

Centrándonos en la tipología de la página web, en cuanto a las tres marcas, utilizan un estilo sencillo y limpio, predominando el color blanco de fondo, para una mayor legibilidad del texto y mayor visión de las diferentes fotografías que se muestran. El color que predomina del texto es el negro sobre el fondo blanco, como bien nos dice Swann A. (1993) son los colores que proporcionan una excelente legibilidad debido a su gran contraste.

Los idiomas que nos ofrece cada marca en su página web, la que nos da más opciones es la marca Roxy, que nos da opción a disponer de cualquier idioma, des del inglés, alemán, italiano, hasta el chino y japonés. La marca Billabong, nos da la opción de Alemán, Francés, Inglés, Italiano y Español. Mientras que la marca Rip Curl solo nos ofrece el Inglés y el Francés.

Centrándonos en la navegación por la página web, tanto Roxy como RipCurl es fácil de encontrar entre todos sus productos, las lycras y los diferentes trajes para la práctica del surf, mientras que la marca Billabong, el apartado de “Wetsiut” no está disponible dentro del apartado de mujer, por lo que puede crear confusión a la hora de realizar una búsqueda.

En la página web de las marcas Billabong y Roxy podemos encontrar toda la información sobre estilos, grosores y composiciones de los diferentes trajes de baño. Mientras que la marca Rip Curl no se muestra ningún tipo de información que haga referencia a la composición ni estilo de los trajes, solo muestra el precio y una pequeña descripción de la colección.

Las tres marcas nos ofrecen todo tipo de lycras y trajes de surf, desde trajes enteros, tanto de manga como de pierna, trajes de media pierna y manga corta, trajes sin mangas, con manga corta o larga, hasta lycras solo de cuerpo, con mangas o sin mangas. Todos los trajes disponen de un cierre de cremallera, que puede situarse por la parte del pecho o bien en la espalda.


En cuanto a grosores, las tres marcas ofrecen todo tipo de grosor en sus neoprenos, dependiendo de la temperatura del agua o época del año. Como ya hemos mencionado en apartados anteriores, los trajes que nos ofrecen, van desde 1 milímetro de grosor hasta los 5 milímetros de grosor.

La composición que podemos encontrar en las tres marcas, son la gran mayoría de Nailon, elastano, poliéster y lycra, donde la mayor composición de estos trajes son el nailon y el poliéster. Cada marca varía su composición dependiendo del precio y de si se trata de un traje entero o solo de mangas.

En cuanto a los colores que utilizan en los diferentes trajes de surf, en las tres marcas los colores más utilizados son, el negro, el gris, el turquesa y el azul, como colores secundarios encontramos, pequeños toques de colores, rosas, naranjas, verdes, y blanco.

Centrándonos en las dos marcas catalanas que fabriquen trajes de baño para deportes acuáticos, podemos extraer la siguiente información:

Tabla 3: Extracción de información gráfica de las marcas Wetsweets y allSisters. Elaboración propia

Nombre	Wetsweets	AllSisters
Logotipo		
Isotipo		No

En primer lugar podemos decir que solo la marca Wetsweets dispone de un símbolo que acompaña al nombre de la marca, mientras que la marca AllSisters no dispone de símbolo que se le pueda relacionar con la marca, simplemente dispone del nombre.

En cuanto a composición, la marca Wetsweets, se identifican con el símbolo de una estrella, mientras que la marca AllSister, sólo se identifica con el nombre. De esta manera podemos decir que se tratan de dos logos con el nombre, y en cuanto a Wetsweets añaden un símbolo, este tipo de logotipo que utiliza Wetsweets según Murphy J. y Rowe M. (1991), cada vez que se utiliza dicho logotipo, el nombre corporativo desempeña el papel más importante y clave en la comunicación, es decir, el nombre debe encajar correctamente ya que, constituye parte integrante del logotipo y el símbolo tiene un segundo papel en la composición del logotipo.

Centrándonos en los colores corporativos, tanto Wetsweets como AllSister el color principal es el negro, transmitiendo como dice Swann A. (1993) una excelente legibilidad debido a su gran contraste.

La tipografía que utilizan se tratan de tipografías de letras minúsculas, jugando con letras más gruesas y en negrita, consiguiendo una mayor atención en el consumidor.

Centrándonos en la tipología de la página web, en cuanto a las dos marcas, utilizan un estilo sencillo y limpio. El color que predomina del texto es el negro sobre el fondo blanco, como bien nos dice Swann A. (1993) son los colores que proporcionan mayor contraste, consiguiendo una mejor legibilidad del texto.

Los idiomas que nos ofrece cada marca en su página web, la marca Wetsweets, nos da la opción de Español y Catalán. Mientras que la marca AllSisters nos ofrece algo mas de variedad ofreciendo Inglés y Español.

Centrándonos en la navegación por la página web, tanto Wetsweets como AllSisters es fácil de encontrar entre todos sus productos, las lycras y los diferentes trajes para la práctica de deportes acuáticos.

En la página web de Wetsweets podemos encontrar toda la información sobre las características de los diferentes modelos y grosores, pero no nos proporciona información sobre las composiciones de los diferentes trajes de baño. Mientras que la marca AllSisters no se muestra ningún tipo de información que haga referencia a la composición ni estilo de los trajes, solo muestra el precio y una pequeña descripción de la colección.

Podemos decir que de las dos marcas, Wetsweets es la única marca que nos puede ofrecer trajes para la práctica del surf, pero no se centra al completo en la fabricación de neoprenos. Son piezas enfocadas a los deportes acuáticos como el Kitesurf, o el SUP¹⁰. Mientras que AllSister, se trata de una marca más seria, que solo nos ofrece biquinis y bañadores de una sola pieza, pudiendo practicar el surf con ellos, pero como principiante, no se centra en fabricar trajes de surf para profesionales.

En cuanto a grosores, Wetsweets es la única marca que fabrica las piezas con 1,5 milímetros de grosor en todas sus piezas, pero no fabrica trajes para temperaturas más bajas. La composición no podemos especificarla, ya que ninguna de las marcas nos proporciona dicha información.

En cuanto a los colores que utilizan en los diferentes trajes de baño, en las dos marcas los colores más utilizados son, el negro, el gris, y el blanco, como colores secundarios encontramos, en la marca Wetsweets pequeños toques de colores, rosas, verdes, y azules.

En conclusión, a partir de este análisis e investigación que hemos realizado, podemos decir que el principal objetivo al cual debemos dirigirnos es a la creación de una marca deportiva, especializada en la fabricación de neoprenos con estampados más femeninos, pero a la vez enfocarnos a la creación de unas lycras más profesionales y competitivas, dirigidas especialmente a profesionales del surf.

¹⁰ Conocido como Stand Up Paddle, denominándolo como SUP, incluso paddle surf, aunque también se le conoce como surf a remo. Recuperado de: <http://hoenalu.com/sup-blog/sup-general/stand-up-paddle>

A partir de aquí queremos presentar el proceso de creación de los elementos gráficos más representativos sobre una nueva marca de surf especializada en vestimenta deportiva, especialmente enfocada al mundo del surf.



IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

OLEA

PRESENTACIÓN

El océano es nuestro terreno de juego. Y queremos ver más mujeres en el agua. Creamos prendas funcionales y a la moda con un enfoque diferente para aquellas mujeres que se sienten atraídas por la cultura del surf, nuestra colección está diseñada para inspirar a aquellas chicas que sienten pasión por el mar y el surf.

Apreciamos la sencillez y nos inspiramos en la belleza natural y elegancia de las siluetas femeninas sobre las olas. Queremos hacer que la chica se sienta única y lo más cómoda posible en su piel mientras hace lo que más le gusta, persigue sus sueños y sirve de inspiración a otros. Fundada por una surfista soñadora, siendo una colaboración y un constante esfuerzo de una chica que quiere compartir su pasión por el mar.

Esta colección está diseñada y producida en España. Tejidos de alta calidad, acabados perfectos y los pequeños detalles son nuestra seña de identidad. Moda y confort mantienen un constante diálogo en nuestra colección de neoprenos. Nuestras prendas están diseñadas como si estuviesen especialmente hechas para ti.



LA MARCA

Olea es una marca con una personalidad única. Queremos transmitir nuestro gran compromiso por la calidad, profesionalidad y la gran pasión por la moda, tres terminologías que olea puede combinar.

Para olea se ha creado una imagen corporativa el cual competitividad, proximidad, compromiso y modernidad, son los valores que queremos transmitir a todas las chicas amantes del mar y el surf.

Nuestro gran objetivo es conseguir una marca sólida sobre la que se genere adhesión, una rápida identificación y conseguir una vinculación con un proyecto de futuro.

CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

LOGOTIPO



ISOTIPO



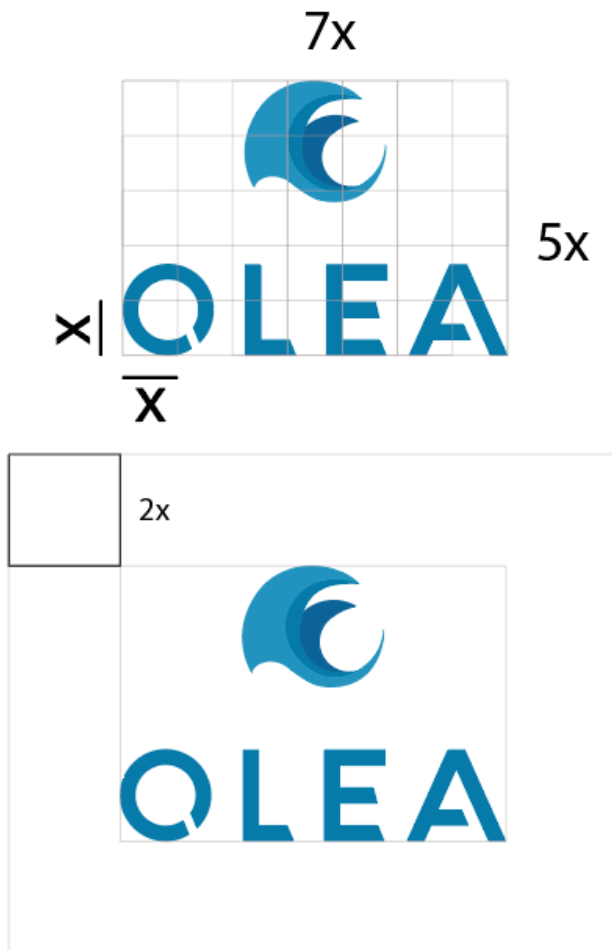
La marca olea nace del apellido de la fundadora Anna Olea.

La forma principal es la composición de una ola juntamente con el nombre de la marca. El nombre se compone con una tipografía fácil de leer e identificar, transmitiendo innovación y modernidad al mismo tiempo. La sencillez de las formas le aportan a la marca, proximidad y compromiso como valores añadidos. Al mismo tiempo la unión de caracteres y detalles personalizados, construyen una identidad propia y moderna, fundamental para perdurar en el paso del tiempo.

El logotipo principal debe ser acompañado por el isotipo de olea.

Este isotipo se presenta como un elemento sencillo y estilizado. Etimológicamente el significado del isotipo viene dado por la representación de una ola del mar, haciendo referencia en todo momento a nuestra gran pasión por el mar y el surf.

El logotipo puede presentarse de diferentes maneras, acompañado del isotipo de olea o solamente olea, funcionando solo con el nombre de la marca como el isotipo por separado, o el logotipo con el isotipo juntos.



CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

MODULACIÓN

El logotipo de olea, se inscribe en una superficie modular de proporciones 7x5

El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

AREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de protección queda determinada por la medida "X", siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes)

COLORES CORPORATIVOS

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del logotipo de olea, es el color Azul (Pantone 7689C). Utilizando también como color secundario para el isotipo tonos de azules más oscuros (Pantone 7690C y Pantone 7691C).



CMYK: 82 25 13 0
RGB: 86 145 189
PANTONE 7689C



CMYK: 90 40 17 0
RGB: 56 120 168
PANTONE 7690C



CMYK: 96 57 19 0
RGB: 29 98 150
PANTONE 7691C



APLICACIONES CROMÁTICAS
COMPLEMENTARIAS



OLEA

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa de olea es la Quantify modificada, es de uso en toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa.

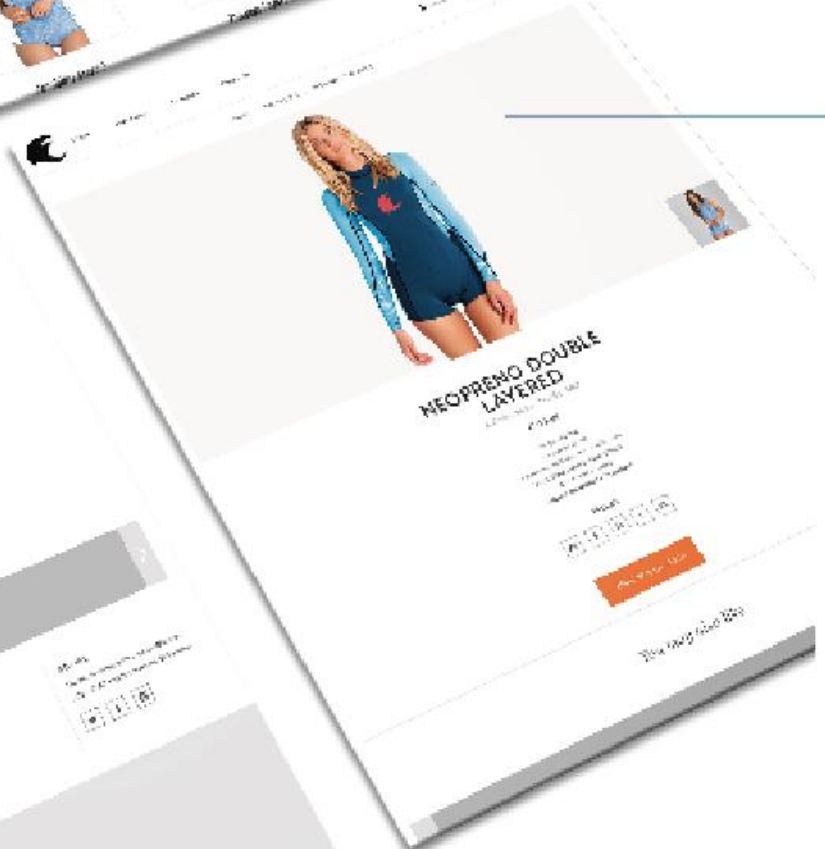
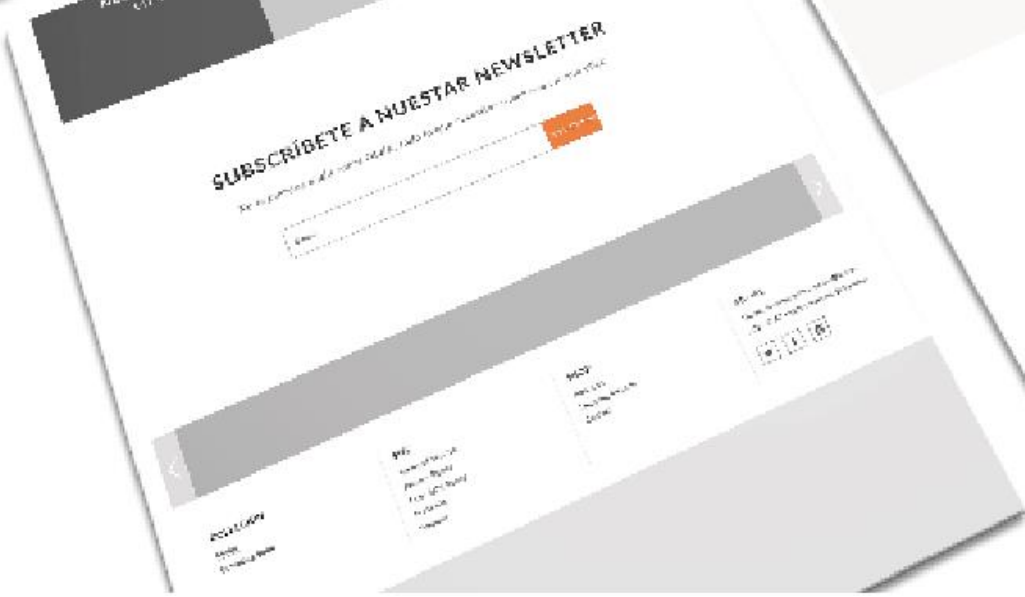
Se eligió esta tipografía por su modernidad y su fácil legibilidad.

La tipografía utilizada hemos realizado algunas modificaciones, añadiendo el mismo corte que tiene la letra A, a todas las letras que compone OLEA, consiguiendo así una mayor compenetración entre todas las letras y tenga más fluidez.



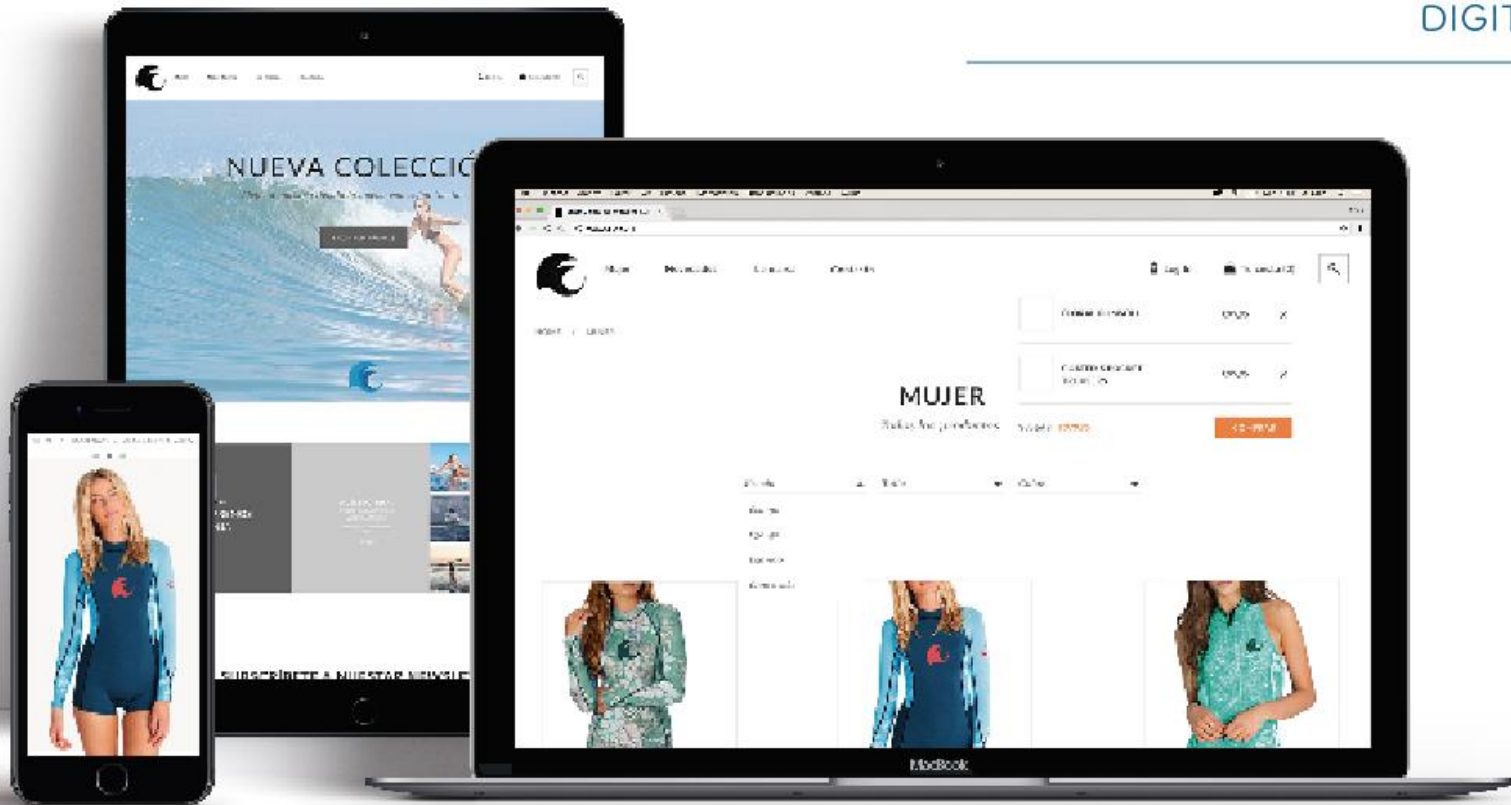
USOS INCORRECTOS

La marca debe reproducirse siguiendo siempre los estándares recogidos en este manual. Por lo que nunca se deberán distorsionar ni alterar las proporciones del logotipo.



WEB

SOPORTES DIGITALES



ANUNCIO REVISTAS



BANDERAS
PATROCINADORAS










OLEA
WWW.OLEA.COM

SUMERGETE
CON
LA NUEVA
COLECCIÓN

NEOPRENOS



En los diferentes neoprenos de la colección Olea, se incorporará el isotipo como el nombre de la marca por separado, tanto en las partes centrales del traje como en piernas y brazos. Añadiendo también el nombre de la marca en brazos.

NEOPRENOS



NEOPRENOS



NEOPRENOS



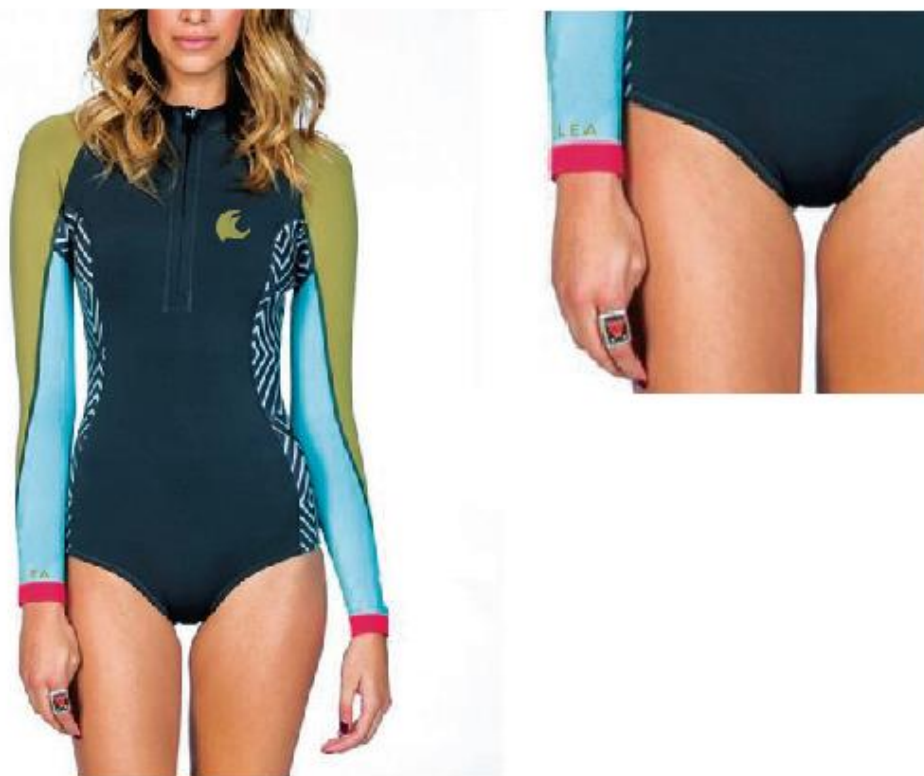
NEOPRENOS



NEOPRENOS



NEOPRENOS





Conclusiones

Al plantearnos la pregunta inicial **¿Es posible especializarse en la fabricación de neoprenos visualmente más femeninos dirigidos al surf de alto rendimiento?** Como principal objetivo era ver que cambios ha sufrido la ropa deportiva dentro del surf y como han evolucionado los elementos más significativos en la vestimenta deportiva de surf, para finalmente realizar la creación de los elementos gráficos más representativos sobre una marca de surf, especializada en ropa deportiva.

Llevado a cabo entrevistas a 3 grandes profesionales dentro del mundo del surf, y cuatro escuelas de surf situadas en Barcelona, Fuerteventura, Argentina y Costa Rica, hemos llegado a la conclusión de que a nivel internacional, las marcas que más se conocen son las marcas Rip Curl y Billabong, pudiendo afirmar que se tratan de las dos marcas muy consolidadas dentro del mercado especializado en el surf, considerándolas nuestra gran competencia, ya que dichas marcas las perciben como marcas de gran calidad, especialmente en los tipos sellados que utilizan, como en sus composiciones.

Llegamos a la conclusión también, de que a nivel catalán, todavía no existe ninguna marca reconocida por la fabricación de neoprenos que se dedique 100% al sector del surf, ni de manera más técnica ni profesional. Pudiendo observar un gran hueco en este sector de mercado, el cual es muy importante poder ocuparlo y poder así, satisfacer las necesidades más importantes de los surfistas, en este caso, los surfistas de alto rendimiento. Creando unos neoprenos más modernos sin dejar de lado la calidad en la fabricación de ellos. Centrándonos al 100% en la calidad del sellado de los trajes.

Una vez estudiados los colores y la psicología de ellos, y presentado los primeros prototipos de nuestro logotipo y neoprenos, los colores que más gustan a la hora de reconocer una marca enfocada al sector deportivo, en concreto el surf, son los colores azules, siendo los colores corporativos principales de nuestra marca los tonos azules (Pantone 7689 C, Pantone 7690 C y Pantone 7691 C).

Uno de los problemas que se me presenta una vez realizadas las entrevistas y las encuestas, es que el logotipo que presento lo identifican como una marca enfocada tanto al sector masculino como femenino, haciendo de este modo que mi propuesta inicial de crear una nueva marca de surf dirigida únicamente al mercado femenino cambié por completo. De este modo la nueva marca que hemos creado, inicialmente se lanzará con una propuesta de neoprenos para el sector femenino, pero con expectativas de futuro a crear otra línea para el sector masculino.

Como valoración personal, puedo decir que al tratarse de un tema de gran interés como es la moda y el deporte, puedo decir que mi motivación ha sido mayor, haciendo que en todo momento me haya sentido segura de mi misma para llevar a cabo dicho estudio juntamente con la propuesta gráfica final de mi propia marca de surf, especializada en ropa deportiva.

Valoro muy positivamente haber estado en contacto con profesionales del surf, y ver que las reacciones sobre las propuestas que les presento han sido tan positivas, haciendo que me sienta aún más motivada para llevar a cabo dicho proyecto profesional en un futuro muy cercano.

En conclusión, la realización final de la propuesta de los elementos gráficos más representativos de mi propia marca de surf especializada en la ropa deportiva, ha sido una oportunidad para demostrar los conocimientos adquiridos durante los cuatro años de universidad, así como los que he aprendido de forma autodidacta en proyectos personales, y sobre todo una gran oportunidad para demostrarme a mi misma que con esfuerzo y perseverancia, puedes conseguir todo aquello que te propongas.

En conclusión, puedo decir que una vez realizado este trabajo, y extrayendo las conclusiones más importantes, puedo sentirme completamente satisfecha con el resultado final.

Bibliografía

Arranz, J. C. (1997). *Gestión de la identidad empresarial y su impacto sobre los resultados: manual de consultoría*. Gestión 2000.

Artigas, J. M. (2002). *Fundamentos de colorimetría* (Vol. 55). Universitat de València.

Barreiro, A. M. (1998). *Mirar y hacerse mirar: La moda en las sociedades modernas*. Tecnos.

Barthes, R. i Sastre, J. V., & Pendaux, M. (1978). *Sistema de la moda*. Editorial Gustavo Gili.

Bassat, L. (1998). *El libro rojo de la publicidad*. Espasa.

Cantero, P. C., & Wolf, N. (1994). *El mito de la belleza*.

Carter, R. (2001). *Diseñando con tipografía. Barcelona: Index Book*.

Carter, R. (1991). *Diseñando con tipografía 2: Logotipos, papelería de empresa, identidad corporativa / Rob Carter*. Barcelona: InterBooks.

Costa, J. (1989) “Les variables expressives del color en el disseny gràfic” dins *La Cultura Arquitectònica. El discurs del disseny. El disseny i la seva història*. ELISAVA Escola Superior de Disseny.

Esparza, M. (2010): *La indumentaria deportiva en la modernidad y en la posmodernidad*, Revista digital Educación física y deporte. Buenos Aires (2010), N°145, año 15.

García Pérez, N. (2009). *La mujer en la publicidad*.

Girela, M. J. (1996). *La imagen de la mujer en la publicidad desde la perspectiva de la actividad física y el deporte*. M. García Ferrando y JR Martínez Morales: *Ocio y Deporte en España*. Ensayos sociológicos sobre el cambio, 207-214.

Heller, E. (2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial Gustavo Gili.

Küppers, H., & Faber-Kaiser, M. (1980). *Fundamentos de la teoría de los colores*. Editorial Gustavo Gili.

Martínez Barreiro, A. (1998). La moda en las sociedades avanzadas. *Papers: revista de sociologia*, (54), 0129-137.

Montesinos, J. L. M., & Hurtuna, M. M. (2001). *Manual de tipografía: del plomo a la era digital*.

Moore, G. A. (2014). *Cruzando el abismo: Cómo vender productos disruptivos a consumidores generalistas*. New York. HarperBusiness.

Murphy, J. M., & Rowe, M. (1991). *Cómo diseñar marcas y logotipos*. Gustavo Gili.

Puig Borràs, N., & Baraut Múrria, Í. (2016). El patrimonio cromático de la Costa Brava. *Communication Papers*, 2016, vol. 5, núm. 09, p. 109-111.

Ries, A. & Trout, J. (2008). *Positioning. The battle for your mind*. New York: Warner Books - McGraw-Hill Inc

Smith, A.(2008). *Introduction to sport marketing*. Sport Management Series. BH.

Warshaw, M. (2005). *The encyclopedia of surfing*. Houghton Mifflin Harcourt.

Webgrafia

Barreto Vargas, M. (2006) Arquitectura corporal: pasiones deportivas e identificaciones estéticas. Revista de Dialectología y Tradiciones Populares. Recuperado el 3 de Marzo de 2017 de <http://rdtp.revistas.csic.es/index.php/rdtp/article/viewArticle/14>

Peláez, I. (2015) Evolución de la moda. Wall Street International Moda. Recuperado el 20 de Enero de 2017 de: <http://wsimag.com/es/moda/14334-la-evolucion-de-la-moda>

Luque, A. (2010) Historia del Surf: Comienzos de surf, evolución en el surf, música surf, moda surf y arte surf. Recuperado el 16 de Marzo de 2017 de: <http://blog.surfdestiny.com/noticias/surf/historia-surf-evolucion-musica-surf/>

Giardino, N. (2013). La alimentación del surfista. Recuperado el 12 de Abril de 2017 de: <http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/handle/123456789/118>

Almenar, M. (2016) La moda surfera surt de l'aigua. L'estil de vida vinculat amb el surf sedueix nombroses marques catalanes amb productes sostenibles de disseny innovador. Recuperado el 27 de Abril de 2017 de: http://www.ara.cat/estiu/cresta-lonada_0_1621637824.html

ANEXOS



Anna Olea Fernández

Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad de Girona

Tutor: Dr Fernando Julián Pérez
Curso: 2016/2017

ÍNDICE

Annexo 1. Encuestas pag. 105

Annexo 2. Proceso de creación del logotipo pag. 163

ANEXO 1. Encuestas

1.

18. Sexo

Mujer

19. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 5 años.

20. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

21. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Ripcurl, roxy, gul

22. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Grosor y termosellado

23. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Ver desperfectos a simple vista me hace desconfiar de la calidad

24. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Modernos y de calidad

25. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Exclusivos

26. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos

27. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Excel y Roxy, especializada en mujer

28. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver, especializada solo en hombres.

29. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

30. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

31. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 3

32. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Mar y olas, y surf al mismo tiempo.

33. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

2.

17. Sexo

Mujer

18. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 8 años.

19. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

20. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Nineplus, Patagonia, Billabong

21. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Composición y sellado

22. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La calidad del sellado de las costuras

23. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Modelos modernos

24. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Poco elásticos

25. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy? Calidad

26. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Rip Curl, ya que tiene una gama muy amplia y diferentes modelos para mujeres

27. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Rip Curl también, por su gran calidad en los trajes masculinos y la amplia gama que tiene.

28. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

29. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

30. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

31. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Olas del mar

32. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

3.

1. Sexo

Hombre

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 5 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y Vissla

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Color

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos Modernos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl? De muy buena calidad

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos quizás ya que solo hacen para mujer

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver. Modelos más clásicos para los hombres y marca enfocada solo a hombres

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Olas de mar

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

4.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 3 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Roxy, Billabong y Xcel

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y color

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Que me quede mal y que no tenga una buena calidad en el sellado

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos originales

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Mas de hombres

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos quizás y con colores muy llamativos

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver y Rip Curl. Modelos más clásicos para los hombres y marcas enfocada mas a los hombres

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Olas

de mar

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

Femenino

5.

1. Sexo

Hombre

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 7 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Vissla y O'neill

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**
Composición
6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**
Costuras y sellado
7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**
Neoprenos Normales
8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl? De muy buena calidad y modernos**
9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**
Más femeninos
10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**
Roxy, especializada en mujer
11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**
Quiksilver. Modelos más clásicos para los hombres y marca enfocada solo a hombres
12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**
No.
13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**
Tonos azules
14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**
Opción 2
15. **(Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Olas de mar**
16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?**
Femenino

6.

1. **Sexo**

Mujer

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 1años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Rip Curl, Billabong y Quiksilver

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Estilo y composición

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

La estética y el grosor

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos muy comodoss

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Encuentro que hace neoprenos mas sosos

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos y con muchos colores

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Quiksilver.

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Tonos azules

14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Opción 1 y 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Algo relacionado con el mar

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

7.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 3 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y Roxy

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Color y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La estética y el grosor

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos de calidad

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Igual, de calidad

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y también de calidad

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 1 y 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Algo relacionado con olas

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

8.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 1 año.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y Quiksilver

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La estética y el grosor

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy cómodos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas sosos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y con muchos colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver.

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 1 y 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Algo relacionado con el mar

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

9.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 1 año.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Quiksilver y Tribord

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

El grosor

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos de calidad y seguros en cuanto a protección

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Neoprenos profesionales

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y más para ir guapa

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver.

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos Verdes

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Algo

relajante y tranquilizante

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

10.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 5 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Roxy, Billabong y O'neill

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

El grosor

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Que sean muy caros o por el contrario muy baratos

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Me resultan todos muy igual

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl? Me resultan todos muy igual

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?
Me resultan todos muy igual

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?
Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?
Quiksilver.

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?
No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?
Tonos Turquesas

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?
Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Algo relacionado con el mar

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

11.

1. Sexo
Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?
Sí, 4 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?
No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)
O'neill, Xcel y Rip Curl

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La gamma, precio y diseño

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos modernos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos con clase y muy modernos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y recargados

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

La marca Quiksilver.

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Una ola

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

12.

1. Sexo

Hombre

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 5 años.

- 3. ¿Lo practicas profesionalmente?**
No
- 4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**
Rip Curl, Billabong y Q'neill
- 5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**
El grosor del neopreno
- 6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**
El precio
- 7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**
Neoprenos de calidad
- 8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**
Encuentro que hace neoprenos de una alta calidad
- 9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**
Más femeninos y de calidad
- 10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**
Roxy, especializada en mujer
- 11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?**
Billabong, modelos de colores oscuros
- 12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**
No.
- 13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**
Tonos azules
- 14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**
Opción 2 y 3
- 15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?** Una ola del mar
- 16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?** Ambos

13.

1. **Sexo**

Mujer

17. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 10 años.

18. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

19. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Rip Curl, Billabong y Hurley

20. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Estilo y composición y material

21. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

Costuras mal selladas y cremalleras

22. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos muy modernos

23. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Encuentro que hace neoprenos actuales y novedosos

24. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos y con muchos colores

25. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Billabong y Roxy, especializada en mujer Roxy y Billabong hace modelos coloridos también y muy femeninos.

26. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Hurley

27. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

28. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Tonos azules

29. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Opción 1 y 2

- 30. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Algo relacionado con el mar**
- 31. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos**

14.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 10 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Hurley, Billabong y Quiksilver

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y composición y colores

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Costuras y cremalleras

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Estilosos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos atractivos y actuales

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y con muchos colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Rip curl, modelos muy de mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Hurley, simples a nivel de color y espatampado

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Mar

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

Masculino

15.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 20 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Hurley y Patagonia

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y comodidad

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Calidad / precio

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos comerciales

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas masculinos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Hurley, marca solo destinada a los hombres creo

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

El mar

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

16.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 5 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y Hurley

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y colores

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La calidad del neopreno

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**
Neoprenos femeninos
8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**
Encuentro que hace neoprenos mas tecnicos
9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**
Más clásicos
10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**
Billabong, con muchos colores y formas femeninas
11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**
Hurley
12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**
No.
13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**
Tonos turquesas
14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**
Opción 2
15. **(Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?** Algo relacionado con el mar
16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?** Ambos

15 .

1. **Sexo**
Mujer
2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**
Sí, 5 años.
3. **¿Lo practicas profesionalmente?**
No
4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**
Rip Curl, Xcel y Vissla

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

El grosor, el sellado el color

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

El sellado y el grosor

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy modernos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Neoprenos más técnicos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y muy pintorescos

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Xcel, especializada en mujer en cuanto a forma y colors

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver. solo fabrican para hombre

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Algo relacionado con el mar por los colores y las formas del logotipo

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

18.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 1 año.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Tribord, Billabong y Quiksilver

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Supongo que el precio

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Protección

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Profesionalidad

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Postureo

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver. solo marca hombre

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos verdes

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

Tranquilidad

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

19.

1. **Sexo**

Mujer

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, menos de un año.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Rip Curl, Ion y Roxy

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Estilo, material y colores

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

Que no sea cómodo

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos muy comodios

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Encuentro que hace neoprenos mas sosos

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos con frescura

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Ion, son técnicos y de buen material

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Tonos azules

14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Opción 3

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

-

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

20.

1. **Sexo**

Mujer

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 6 años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Roxy, Billabong y Rip Curl

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Composición

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

Los cortes de las costuras

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos muy clásicos

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Encuentro que hace neoprenos mas clásicos también

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos y coloridos

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Quiksilver. porque solo se dedica a fabricar para hombre

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

La ola perfecta

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

21.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 2 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y Tribord

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

La comodidad

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Estampado y la comodidad

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Modernos y con mucha variedad

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Profesionalidad

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Supongo que diversión por los colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Quiksilver.

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Tonos turquesas

14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Opción 2

15. **(Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?** Una ola

16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?** Ambos

22.

1. **Sexo**

Hombre

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 8 años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Hurley, Quiksilver y Billabong

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Todo un poco

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

Precio

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos muy cómodos pero muy negros

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas modernos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y con muchos colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Hurley.

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Una

ola clarísimamente

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

Femenino

23.

17. Sexo

Mujer

18. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 6 años.

19. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

20. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y Roxy

21. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Composición

22. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La calidad del material

**23. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong?
(femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Calidad

24. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Masculinos

25. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Femeninos

26. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

27. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Rip Curl

28. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

29. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

30. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

**31. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Una
ola**

32. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

24.

1. Sexo

Mujer

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**
Sí, 1 año aproximadamente.
3. **¿Lo practicas profesionalmente?**
No
4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**
Rip Curl, Billabong y O'neill
5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**
Estilo y forma
6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**
La estética y el color
7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**
Neoprenos sosos
8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**
Encuentro que hace neoprenos modernos
9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**
Más femeninos y con muchos colores
10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**
Roxy, especializada en mujer
11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**
Rip Curl
12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**
No.
13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**
Tonos azules
14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**
Opción 2
15. **(Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?**
La imagen de un ola
16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?** Ambos

25.

1. **Sexo**

Mujer

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 1 año.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Rip Curl, Billabong y Roxy

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Estilo y colores

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

El precio

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Sencillos

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Sencillos también pero muy variado

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos por los colores que utiliza la marca

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Quiksilver, porque es solo para chicos

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Tonos turquesas

14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Opción 3

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

-

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

Masculino

26.

1. Sexo

Mujer

17. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 2 años.

18. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

19. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Hurley, Roxy y Vissla

20. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y colores

21. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

El color del traje

22. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy simples

23. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas normales

24. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y extravagantes

25. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

26. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Hurley, mas de hombre que de mujer

27. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

28. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

29. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 3

30. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

-

31. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

27.

1. Sexo

Hombre

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 7 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Xcel, Neilpreid y Quiksilver

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Calidad

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Incomodidad

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Sosos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Poca calidad

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Bonitos y femeninos

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver.

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Olas

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

Femenino

28.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, pero no más de un año

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y Quiksilver

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo, calidad y precio

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La mala calidad y el precio

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Normales

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Profesionales

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más modernos y femeninos

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Quiksilver.

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Tonos azules

14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Opción 2

15. **(Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Algo relacionado con el mar y las olas**

16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos**

29.

1. **Sexo**

Hombre

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 2 años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Premium, Billabong y Hurley

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Precio

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy comodios

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos modernos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos solo para chicas

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

No sé, quizás Quiksilver porque es solo para hombres

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 1 y 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

Marca de ropa y surf

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

30.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 4 años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**
No
4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**
Roxy, Cressi y Billabong
5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**
Estilo y composición y comodidad
6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**
Por lo mismo que te he dicho anteriormente
7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**
Neoprenos muy normales
8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**
Encuentro que hace neoprenos mas bonitos
9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**
Más femeninos y normales
10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**
Roxy, especializada en mujer
11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**
Quiksilver.
12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**
No.
13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**
Tonos azules
14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**
Opción 2
15. **(Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Con el mar**
16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos**

31.

1. **Sexo**

Mujer

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 2 años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Roxy, Billabong y Quiksilver

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Composición y estilo

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

La calidad

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos masculinos y sosos

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Una marca unisex

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos y también sosos

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Billabong, modelos masculinos y colores apagados

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Tonos turquesas

14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Opción 1 y 2

15. (Si has escogido la figura 2) **¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?** Una ola

16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?** Ambos

32.

1. **Sexo**

Mujer

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 2 años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Roxy, Billabong y Hurley

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Estilo y sellado

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

El sellado y el grosor

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos modernos

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Encuentro que hace neoprenos mas masculinos

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos y con muchos colores

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Quiksilver y Rip Curl, modelos muy técnicos y de formas muy masculinas

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 1

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

-

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

33.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 1 año.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Roxy, Billabong y Quiksilver

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Costuras mal selladas

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy cómodos y modernos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas de calidad

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en el sector femenino

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver.

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Una ola

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

34.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 1 año.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

O'neill, Roxy y Billabong

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y composición y forma

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La estética y el peso del neopreno

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**
Neoprenos muy cómodos y modernos
8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**
Encuentro que hace neoprenos de calidad y modernos
9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**
Más femeninos
10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**
Roxy, especializada en mujer
11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**
Quiksilver y O'neill
12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**
No.
13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**
Tonos azules
14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**
Opción 2
15. **(Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Algo relacionado con el mar y las olas**
16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?**
Femenino
- 35.
1. **Sexo**
Mujer
2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**
Sí, 7 años.
3. **¿Lo practicas profesionalmente?**
No
4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**
Rip Curl, Wetsweets y Roxy

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Forma y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La estética, el grosor y el color

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos femeninos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos de más calidad en cuanto a composición

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y modernos

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Rip Curl, línea de mujeres con formas femeninas

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver, solo hombres

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

Si, solo Wetsweets.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Una ola

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

36.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 2 años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**
No
4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**
Hurley, Quiksilver y Billabong
5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**
Sellado y composición
6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**
Sellado y grosor
7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**
Neoprenos muy comodios
8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**
Encuentro que hace neoprenos mas sosos
9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**
Más femeninos y con muchos colores
10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**
Roxy, especializada en mujer
11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**
Hurley, diseños masculinos muy técnicos
12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**
No.
13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**
Tonos azules
14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**
Opción 2
15. **(Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?**
La ola perfecta
16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?** Ambos

37.

1. **Sexo**

Mujer

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 2 años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Rip Curl, Billabong y Quiksilver

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Forma, grosor y marca

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

Color y sellado

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos muy simples

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Encuentro que hace neoprenos mas técnicos

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos y con muchos colores

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Rip Curl, muchos amigos llevan esta marca y la identifico para hombres solo

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Tonos azules

14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

Es el logotipo que mejor se representa a una ola

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

15.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 5 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y O'neill

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo, composición y sellado

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La composición y el sellado

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy cómodos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos más llamativos y modernos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y con muchos colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver, marca para hombres

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Me sugiere movimiento y dinamismo, como las olas

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

39.

1. Sexo

Hombre

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 8 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y O'neill

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Que no sea termosellado y con toalla microfibras interior

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy cómodos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas sosos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y con muchos colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Rip Curl, por su publicidad

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 1

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

-

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

Femenina

40.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 10 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y Xcel

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Sellado

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Sellado

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos con un sellado muy regular

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos de mejor calidad

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Neoprenos poco elásticos

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Rip Curl, gama amplia con diferentes modelos

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Rip Curl, por calidad

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Las olas del mar

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

41.

1. Sexo

Hombre

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 8 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Vissla y Hurley

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Durabilidad y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

El sellado y el grosor

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy cómodos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas sosos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y con muchos colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver y Rip Curl, modelos a nivel visual no tan coloridos

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

Olas del mar

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

42.

1. Sexo

Hombre

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 5 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Deeply, O'neill y Hurley

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Sellado y grosor

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La estética y el grosor

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy cómodos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas sosos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y con muchos colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Todas las mencionadas anteriormente

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Una ola

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

43.

1. **Sexo**

Mujer

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 5 años de manera esporádica

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Hurley, Billabong y Quiksilver

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Sellado y grosor

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

La estética y el sellado

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos muy cómodos

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Encuentro que hace neoprenos mas técnicos y profesionales

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos con muy buena estética

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Quiksilver, especializada en hombre

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Tonos azules

14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Una ola
16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

44.

1. Sexo

Hombre

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 2 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y O'neill

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Sellado y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La estética y el grosor

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy cómodos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas sosos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y con muchos colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 3

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

-

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?

-

45.

1. Sexo

Hombre

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 1 año.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Billabong y Hurley

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y calidad

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

La estética y el grosor

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy cómodos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas técnicas

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y con muchos colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver.

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 3

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

-

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

46.

1. Sexo

Hombre

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 3 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Rip Curl, Roxy y Quiksilver

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Forma y composición

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

El sellado

7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)

Neoprenos muy masculinos

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas básicos

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y con muchos colores

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer en cuanto línea y color

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Billabong

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Una ola empezando a cerrar

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

47.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 2 años.

3. ¿Lo practicas profesionalmente?

No

4. ¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)

Hurley, Roxy y Vissla

5. ¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)

Estilo y color

6. ¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?

Los colores

**7. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong?
(femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos muy poco simples

8. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?

Encuentro que hace neoprenos mas normales

9. ¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?

Más femeninos y más extravagante

10. ¿Qué marca/s identificas más para mujeres?

Roxy, especializada en mujer y que muchas chicas utilizan

11. ¿Qué marca/s identificas más para hombres?

Quiksilver, marca solo para hombre

12. Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos turquesas

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 3

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?

-

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

48.

1. Sexo

Mujer

2. ¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?

Sí, 1 año.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**
No
4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**
Rip Curl, Billabong y Quiksilver
5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**
Estilo y composición
6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**
Sellado y color
7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**
Neoprenos muy cómodos
8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**
Encuentro que hace neoprenos mas sosos
9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**
Más femeninos y con muchos colores
10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**
Roxy
11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**
Quiksilver
12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**
No.
13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**
Tonos azules
14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**
Opción 2
15. **(Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Algo relacionado con el mar**
16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos**

49.

1. **Sexo**

Mujer

2. **¿Practicas el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 5 años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Rip Curl, Billabong y Roxy

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Sellado y composición

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

Sellado y grosor

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Comodidad

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Modelos más sosos

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy, especializada en mujer

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Quiksilver, solo para hombre

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. **¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?**

Tonos azules

14. **¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?**

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) **¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura?** Algo relacionado con el mar

16. **Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos?** Ambos

50.

1. **Sexo**

Hombre

2. **¿Practicar el surf? Cuántos años llevas practicándolo?**

Sí, 8 años.

3. **¿Lo practicas profesionalmente?**

No

4. **¿Qué marcas conoces que fabriquen neoprenos? (menciona 3)**

Rip Curl, Billabong y Quiksilver

5. **¿A la hora de escoger un neopreno en que te fijas primero? (estilo, composición, colores, forma...)**

Estilo y composición

6. **¿Que factor/es te hace excluir un neopreno?**

La estética y el grosor

7. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Billabong? (femeninos, masculinos, modernos, sosos, etc..)**

Neoprenos muy cómodos

8. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Rip Curl?**

Encuentro que hace neoprenos mas sosos

9. **¿A nivel visual que es lo que te sugieren los neoprenos de la marca Roxy?**

Más femeninos y con muchos colores

10. **¿Qué marca/s identificas más para mujeres?**

Roxy

11. **¿Qué marca/s identificas más para hombres?**

Billabong

12. **Conoces las marcas Wetsweets y AllSister?**

No.

13. ¿Qué color te parece más adecuado para una marca de surf?

Tonos azules

14. ¿Cuál de estos logotipos/figuras lo relacionas más con el surf?

Opción 2

15. (Si has escogido la figura 2) ¿Qué te sugiere o inspira ese logotipo o figura? Olas

16. Te parece una marca enfocada al mercado femenino, masculino o ambos? Ambos

ANEXO 2. Proceso de creación del logotipo

olea ~ olea ~
olea ~ olea ~
olea ~ olea ~
olea ~ olea ~

~olea
~olea
~olea
~olea

olea
o
olea

 **OLEA**





