

## **La Fascinación por el Parapente**

Volar libremente es fascinante para la mayoría de la gente. El vuelo en parapente es el que mejor cumple este sueño y a la vez es el deporte de vuelo más estético de todos.

La posibilidad de despegar fácilmente desde cualquier montaña o elevación y subir hasta las nubes, despierta el encanto incluso en las personas que jamás han volado.

Es difícil imaginarse algo más alucinante que un colorido parapente que, con unos pocos pasos del piloto, se separa de la falda de la montaña y se aleja poco a poco en un profundo valle. Aunque el hábito es pequeño en una persona que no vuela, la atención prestada al “objeto volador” es grande. Los transeúntes contemplan con gran concentración la preparación del despegue, el vuelo y el aterrizaje, disfrutando en gran medida de estas imágenes.

El vuelo en parapente es un deporte muy joven y existe como deporte reconocido desde el año 1987. Sin embargo, es un deporte cada vez más organizado a nivel de competición y sus competidores de alto nivel rinden en un grado increíble. Justo en estos últimos años los medios de comunicación empiezan a descubrir la competición del parapente. A través de unos artículos visualmente impactantes, el interés del gran público aumenta cada día.

## **El parapente como superficie de publicidad**

A raíz de la fascinación que despierta el vuelo en parapente en la mayoría de las personas, el parapente se puede utilizar con gran efecto como superficie de publicidad. Encima de la tela se pueden colocar grandes **letras y logotipos**. Esto conlleva grandes ventajas: Los costes son relativamente bajos y la elaboración técnica es relativamente sencilla. La letra en un parapente es una posibilidad excepcional e impresionante para colocar un mensaje de publicidad o un nombre de marca.

Al contrario de la publicidad de medios, la publicidad en un parapente está vista por el público en un ambiente básicamente positivo: Cuando hace buen tiempo, en su tiempo libre o en las vacaciones y, a menudo, con amigos o en familia. De esta manera, tienen tiempo y espacio para contemplar a los voladores. Unos estudios recientes demuestran que una persona contempla un parapente en el aire entre 2 y 15 minutos si está en un sitio cercano al mismo. Esta larga duración en la observación se impregna fuertemente en la persona receptora. El recuerdo de esta bonita imagen se junta con el mensaje publicitario. Por lo tanto, la publicidad deja una **impresión añadida**.

Se vuela en las montañas, en lugares turísticos, sobre todo en los Prealpes y en los Alpes. Los despegues son a menudo laderas cercanas a algún teleférico. Los aterrizajes están en los valles, a menudo cerca de restaurantes o de los mismos teleféricos. Por lo tanto, la observación de los parapentes se hace casi siempre desde un lugar turístico, o sea, cerca de un restaurante o de un teleférico.

Los lugares de turismo tienen características muy diferentes y atraen, según el tipo de paisaje y el nivel de la hostelería y gastronomía, diferentes tipos de clientes. Las regiones montañosas y los lugares de turismo se diferencian bastante respecto al precio. Así, se califican fácilmente las regiones y sus correspondientes grupos de destinatarios.

Un mensaje publicitario en un parapente se puede dirigir, según la región, hacia un grupo de consumidores con unos ingresos anuales determinados. También se puede dirigir el mensaje según la estación (verano/invierno), así es que las **pérdidas de difusión son relativamente pequeñas**.

La siguiente tabla demuestra ejemplarmente el número de visitantes de un teleférico de montaña (Zell am See, Pinzgau). La “Schmittenhöhe” es un sitio de vuelo muy frecuentado por sus buenas condiciones.

	Visitantes	Por hora
Verano	216.690	190
Invierno	8.816.849	9.840
El medio de visitantes	9.033.539	4.435

¿Qué grupo de personas vuela activamente en parapente?, o dicho de otra manera, ¿qué grupo está interesado concretamente en este deporte?

En Alemania había en el año 2003 un total de 25.963 pilotos, un 87,6% de ellos son hombres. La edad media se sitúa en 36 años. Un 23% de los pilotos tienen entre 13 y 29 años; la mitad de los voladores tienen entre 30 y 39 años; el 19,5% tiene más de 40 y solamente un 8,7% tiene más de 50 años.. Esto significa que el piloto de parapente típico es hombre, de edad media entre 30 y 40 años y tiene un ingreso económico medio-bueno. Esto se supone por el precio relativamente alto para la obtención de la titulación de piloto y el equipamiento completo, así como su mantenimiento.

El número de pilotos activos relativamente pequeño no refleja el alto interés que despierta en la opinión pública. Encuestas al respecto concluyen que el 15,7% de la población alemana probaría con gusto este deporte. El grueso de interés se encuentra en personas jóvenes: a un 31,5% de todos los jóvenes encuestados les gustaría volar en parapente.

Muchas personas que no quieren volar por razones de seguridad o por razones físicas como el mareo, están sin embargo fascinadas por la estética de este deporte y el “coraje” de los pilotos. Se ha hecho una estadística muy interesante entre personas que practican regularmente cierto tipo de deportes y que además demuestran algún interés en volar. El resultado de las tendencias está claro.

- Bicicleta de montaña
- Inline Skate
- Snowboard
- Esquí
- Fitness

Resumiendo, se puede concluir que los interesados en el deporte de vuelo son jóvenes, hombres y deportivamente activos, sobre todo en deportes de montaña.

Por lo tanto, el mensaje de publicidad se dirige hacia un público bien definido y es apto fundamentalmente para ciertos sectores, como por ejemplo el sector de ropa deportiva, botas, gimnasios y spa's, revistas de deporte, alimentación específica para deportistas, bebidas isotónicas y mucho más.

### **Clientes potenciales de publicidad**

Las empresas o clientes interesados en la utilización publicitaria de la superficie del parapente deberían tener ciertas características relacionadas con el vuelo en parapente, o tener alguna relación directa con el:

- Tener conciencia de seguridad
- Estar en línea con la tendencias
- Estar en concordancia con la naturaleza
- Estar a favor del medio ambiente
- Ser correcto
- No agresivo
- Comunicativo

De todo ello se extraen los siguientes grupos de productos

\*\* Varían para cada país, las marcas mencionadas se refieren sobre todo al mercado alemán

<b>Grupo de productos</b>	<b>Especificación del producto</b>	<b>**Marcas</b>
Bebidas	Bebidas energéticas	Red Bull
	Cervezas ligeras	
	Cervezas de trigo	
	Bebidas con poco alcohol	
	Bebidas isotónicas	
	Bebidas con cafeína	Coca cola
	Limonadas / Zumos	Tri Naranjus, Sprite etc.
Alimentación	Productos lácteos ligeros	Danone
	Barritas energéticas	
Coches	Con imagen deportiva	Seat, Audi, VW, BMW, Toyota, Mazda etc.
	Furgonetas/Monovolumen	VW, Ford, Opel, Chrysler
	Cochecama	VW, Hymer, Peugeot, Westfalia, Knaus Tiag, Carthago
Ropa / Tejidos	Ropa funcional	Goretex, Schöffel, Jack Wolfskin, Mehler Outdoor, big Pack, Mammut, Arc Teryx, astri, VauDe, Jean Tex, Columbia, Royal Robbins, Fjäll Raven, Ortovoy
	Ropa de tendencia	S. Oliver
	Ropa de deporte	Adidas, Puma

Calzado	Zapatos funcionales y de montaña	Hanwag, Meindl, Lowa, Scarpa, Kamik, Jack Wolfskin, Fjäll Raven, Teva
Calcetines	Calcetines funcionales	Falke, Wigwam
Relojes	Relojes funcionales, de vuelo, relojes con altímetros	Breitling, Fortis, Glashütte, Tag Heuer
Empresas de telecomunicación	Hardware y telefonía	Telekom, Ericson, Nokia, Siemens
Servicios	Transporte urgente	DHL, UPS, DPD, Seur
Compañías aéreas	Tarifas económicas	Europair, Germanwings, Ryanair
Seguros		Todas las compañías
Trabajo temporal		Addocco, Manus, timecraft
Cadenas de gimnasia		InJoy, Homes
Fabricante de fármacos	Productos minerales, nutrición complementaria	Doc Morris, Santiveri

## Números y Datos

### **La Superficie**

La superficie del parapente es grande e ideal para colocar publicidad. Un parapante normal tiene una superficie de apróx. 26 a 32 m<sup>2</sup> y un parapente biplaza tiene incluso de 34 hasta 44m<sup>2</sup>

### **La longevidad de un parapente**

Con un uso muy frecuente la longevidad de un parapente es de 3 a 4 años.

### **La realización técnica**

El fabricante de parapente Swing ofrece la posibilidad de colocar letras y logotipos de publicidad en la superficie de sus parapentes. Swing ha diseñado más de 250 parapentes con publicidad y le puede ayudar en la elaboración de sus propuestas.

El parapente puede diseñarse con un ordenador a través del patrocinador o directamente por el piloto. Para el diseño de los colores existen amplias posibilidades. Las informaciones exactas para la realización técnica la puede encontrar en [www.swing.de](http://www.swing.de)

### **Costes**

El precio para la colocación de la publicidad depende de la complejidad del logotipo, la cantidad de detalles y la cantidad de celdas afectadas. Logotipos sencillos de poca complejidad oscilan entre 400 y 800 Euros. Publicidades muy complejas pueden costar 1.000 Euros o más. Estos son costes añadidos al coste de un parapente, cuyo precio es apróximadamente 3.000 Euros.

### **El tiempo de suministro**

El tiempo de producción es normalmente de 3 a 4 semanas.