

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

El desarrollo integral de las personas, es esencial llevar acabo una vida plena y llena de satisfacciones. A lo largo de la vida, las personas realizan diferentes actividades para lograr este objetivo. Parte de estas actividades es hacer diferentes niveles de estudios, para así poder obtener una preparación adecuada y estar preparados para responder a las necesidades propias y de la sociedad en la que nos desarrollamos.

Una etapa muy importante en la vida de las personas, es cuando ejecutan estudios profesionales, es decir la etapa universitaria. En este nivel de estudios, las personas buscan obtener beneficios para su vida futura y, sobre todo una mejor preparación posible en todos los aspectos.

La Universidad de las Américas, Puebla (UDLA-P), es una gran opción para el nivel superior, ya que cuenta con excelentes planes de estudio, por medio de 33 licenciaturas así como estudios de posgrado. Dentro de la universidad, también cuenta con un gran número de personas que trabajan en el área administrativa y docente; todos juntos componen la comunidad universitaria.

Los estudiantes y personal que labora en la UDLA-P, cuentan con diferentes opciones dentro de la universidad para llevar a cabo este tipo de actividades como los talleres recreativos, talleres deportivos, torneos intramuros y los equipos representativos, que dentro de la universidad son parte importante de la formación de los estudiantes.

Es importante que este tipo de información, llegue a los estudiantes de forma correcta, a tiempo, completa y bien difundida, y de esta forma, darse a conocer entre los estudiantes; esto se puede lograr a través una buena estrategia de comunicación.

Los Talleres Recreativos, son creados para cubrir las necesidades de los estudiantes de la UDLA-P que, buscan tener una formación integral durante el tiempo que llevan a cabo sus estudios de educación superior.

Los Talleres Recreativos son dados a conocer cada semestre entre los estudiantes de la UDLA-P. También Es muy importante que los estudiantes conozcan la clasificación y actividades que ofrecen éstos.

La falta de comunicación, puede ocasionar que, los Talleres Recreativos no tengan el impacto adecuado, ni la lealtad y confianza por parte del cliente, ni clientes cautivos. Si la empresa carece de un intercambio de información, no

obtendrá el éxito esperado en la relación prestador-usuario; lo anterior, es una parte fundamental del proceso de comunicación.

Los Talleres Recreativos, deben llegar al mayor número de personas posibles, por lo cual es importante que cuenten con una campaña de promoción; para poder lograr los objetivos que tiene establecidos y dar a conocer los beneficios que pueden obtener al participar en ellos.

Para llevar acabo la campaña de promoción y comunicación, se deben considerar los recursos que se van a destinar para la estrategia adecuada, realizándola de una manera efectiva para asegurar el logro de los objetivos planteados.

Tomando en cuenta todos estos elementos, se elaborará una campaña de promoción, elaborado una estrategia de comunicación adecuada para promover los Talleres Recreativos de la UDLA-P, utilizando la información adecuada de los medios de comunicación más efectivos, y satisfacer así las necesidades de la audiencia meta, identificando las fortalezas y oportunidades para lograr el posicionamiento, dentro de la población universitaria.

1.2 Objetivo general

Elaborar una campaña de promoción de los Talleres Recreativos de la Universidad de las Américas, Puebla (UDLA-P), para así lograr la consecución del posicionamiento de dichos talleres.

1.3 Objetivos específicos

- Describir el mercado meta.
- Análisis de las necesidades de los usuarios.
- Análisis situacional
- Definir los objetivos de comunicación.
- Elaborar las estrategias de promoción adecuadas que permitan el logro de su posicionamiento.

1.4 Justificación

Actualmente la Universidad de las Américas- Puebla (UDLA-P), se enfoca a la creación de estrategias que, le permitan manifestarse ante la comunidad universitaria: sus clientes. Dichas estrategias, son determinadas para conocer más acerca de los factores que favorezcan el logro de un posicionamiento importante, en la mente de las personas que se encuentran estudiando.

En el presente trabajo de investigación, primero se realiza una encuesta para diagnosticar la situación actual de los estudiantes, y los Talleres Recreativos, en cuanto a: el conocimiento de los mismos, su demanda, gustos e impacto de la publicidad. Con base a estos resultados, se elabora una campaña de promoción, con la cual los Talleres Recreativos logren desarrollar el conjunto de objetivos establecidos, como son el llegar a un mayor número de personas y lograr el posicionamiento deseado.

Una buena participación en el mercado, se ve reflejada en la correcta selección de los medios de comunicación, con los cuales se pretende llegar al mercado meta, tomando en cuenta las características de cada uno de ellos; considerando el alcance e impacto que los medios seleccionados pueden tener en el público meta. Todo esto es con el objetivo de dar a conocer la imagen de los talleres recreativos, mediante un mensaje nuevo, llamativo, claro y específico.

A menudo, los esfuerzos de comunicación en las instituciones, deben basar sus fundamentos, en la investigación y evaluación tanto de los mensajes emitidos como en la forma en la que éstos, deben ser enviados hacia el público meta. Con ello, se lograría un mayor entendimiento de los procesos básicos de comunicación y de la naturaleza del público en cuestión.

De esta manera, se determinan los puntos en los cuales, es necesario reforzar la comunicación, tratando de mejorar la satisfacción y cubrir mejor las necesidades del cliente, a través de un correcto planteamiento de los mensajes, que permitan relaciones de comunicación entre la coordinación de Talleres Recreativos y la comunidad universitaria.

Se pretende que al elaborar una campaña de promoción, para que las personas que forman parte de la UDLA-P, tengan un amplio conocimiento de los Talleres Recreativos que se imparten en la universidad, tanto de los servicios que ofrece, sus características, la variedad como de los beneficios que se obtienen al participar en ellos.

1.5 Alcances

- La campaña se elaborará para los Talleres Recreativos de la UDLA-P
- El estudio se realizará dentro de la UDLAP que se encuentra en Cholula, Puebla.
- Las encuestas del estudio serán dirigidas a una muestra representativa de los estudiantes.
- Los responsables de los Talleres Recreativos decidirán si pondrán en marcha este estudio una vez terminado.

1.6 Limitaciones

- No se elaborará una campaña para otro tipo de talleres
- No se harán entrevistas fuera de la UDLA, la cual se encuentra en la ciudad de Cholula, Puebla.
- Las encuestas solo se harán a estudiantes que se encuentren inscritas en el semestre de primavera 2004.

1.7 Organización de la información

El capítulo 1 contiene el planteamiento del problema del estudio, el objetivo general, los objetivos específicos, la justificación, los alcances y las limitaciones; así como la capitulación de la investigación.

El capítulo 2 abarca el marco teórico, el cual contiene el modelo que se llevará a cabo el plan para la elaboración de la campaña de promoción, así como la información que se tomó en cuenta para poder aplicar el estudio referente a la estrategia de promoción de los talleres recreativos, en la Universidad de las Américas Puebla.

La metodología se presenta en el capítulo 3, en el cual se describen las herramientas para poder cumplir los objetivos establecidos. En este caso, se realizará un estudio explicativo, el cual servirá como estudio para diagnosticar la situación actual de los Talleres Recreativos en cuanto su demanda y con base a esos resultados, elaborar la estrategia de promoción.

Dentro del capítulo 4 se encuentran una descripción detallada, acerca de lo que son los Talleres Recreativos, y de esta forma dar a conocer más acerca de lo que son así como las características de cada uno de ellos.

En el capítulo 5 se encuentran los resultados de la investigación, con respecto a la metodología establecida y aplicada.

En el capítulo 6 se elaborará una propuesta de campaña de promoción de los Talleres Recreativos en la Universidad de las Américas Puebla, la cual contendrá los elementos que se utilizarán, para que las personas responsables de los Talleres Recreativos en caso de que lo consideren pertinente, apliquen los resultados y propuesta de este estudio.

El capítulo 7 contiene las conclusiones y recomendaciones del estudio realizado.