

Capítulo IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

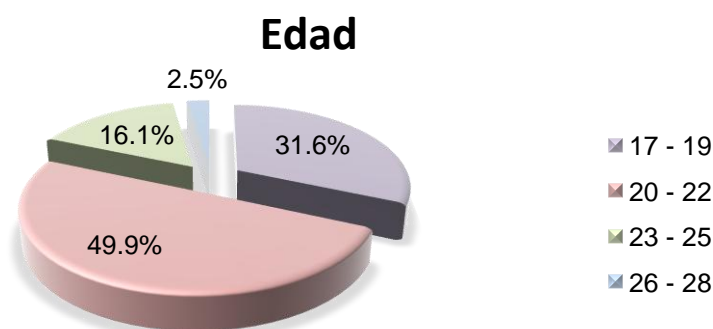
4.1 ANÁLISIS DE VARIABLES

A continuación se presentaran los resultados obtenidos de cada una de las preguntas que conformaron la encuesta que se le aplicó a una muestra representativa de los estudiantes de licenciatura de la Universidad de las Américas Puebla.

4.1.1 DATOS DEMOGRÁFICOS

Los objetos de estudio estuvieron comprendidos por 209 mujeres y 153 hombres. Por otro lado, el 31.6% de los encuestados tenían entre 17 y 19 años, mientras que casi la mitad, el 49.9%, estaba entre el rango de los 20 y 22 años, como se puede apreciar en la Figura 4.1. Además, el 16.1% de los encuestados tenían para el momento entre 23 y 25 años, y el 2.5% restante representa a los estudiantes encuestados entre los 26 y 28 años.

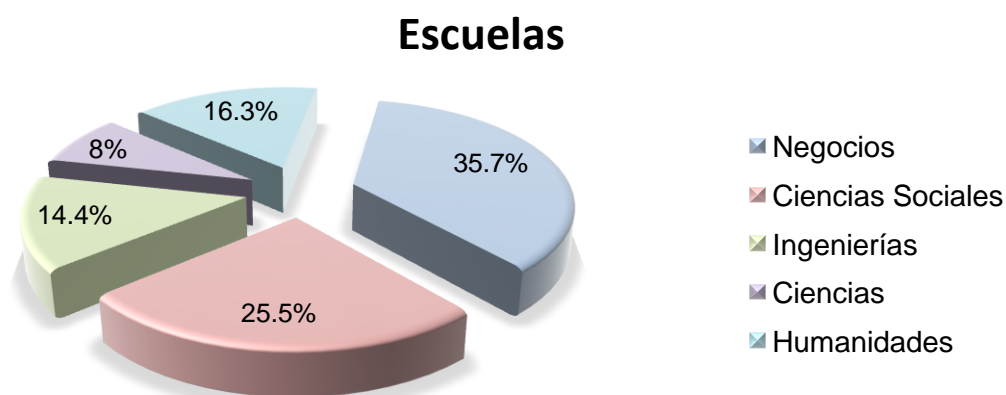
Figura 4.1



De los estudiantes encuestados, el 34.5% se encuentra en los primeros tres semestres de sus carreras, el 36.5% está estudiando entre el cuarto y sexto semestre mientras que el 29% restante corresponde a los estudiantes que están cursando entre

el séptimo y último semestre. Por otro lado al analizar de qué escuelas eran los estudiantes que fueron encuestados, encontramos que el 35.7% son estudiantes de la Escuela de Negocios, el 25.5% de Ciencias Sociales, el 16.3% de Humanidades, el 14.4% de Ingenierías, y el 8% pertenecen a la Escuela de Ciencias, como se puede observar en la figura 4.2.

Figura 4.2



4.1.2 PERCEPCIÓN SOBRE EL FRISBEE

En la primera sección de la encuesta realizada a los estudiantes de la UDLAP, donde se les pregunta: *¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando oyes la palabra frisbee?*, se puede observar que la palabra *frisbee* es altamente relacionada con estar en la playa o jugar con un perro. Estos dos resultados tuvieron un total de 110 repeticiones en las 363 encuestas que se realizaron, lo que representa aproximadamente a un tercio de los encuestados. Éste factor debe ser uno de los puntos principales a atacar por la estrategia que se vaya a planear.

4.1.3 HÁBITOS DEPORTIVOS

Al realizarle la pregunta: *¿Te gusta realizar algún tipo de actividad física?* a los encuestados, se puede observar que, de un total de 363 encuestas aplicadas, 324

afirman que les gusta realizar algún tipo de actividad física. Esto representa al 89.3% de los encuestados, como se puede apreciar en la Tabla 4.1. Por otro lado únicamente el 10.7% del total afirmo no tener un gusto por realizar ningún tipo de actividad física.

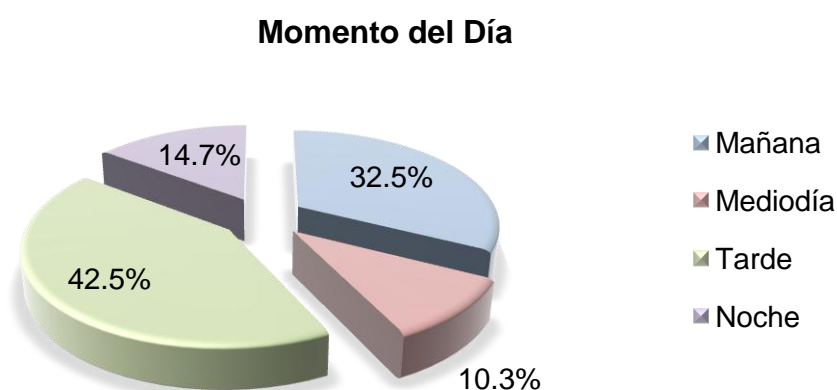
Tabla 4.1

Actividad Física

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	324	89.3	89.3	89.3
no	39	10.7	10.7	100.0
Total	363	100.0	100.0	

Al analizar las respuestas recibidas de la pregunta: *¿En qué momento del día prefieres realizar tus actividades físicas?*, la mayoría de los estudiantes prefieren realizar sus actividades en el horario vespertino ya que el 42.5% de los encuestados prefieren realizar sus actividades en la tarde y el 14.7% prefieren realizarlas en la noche, lo cual quiere decir que casi el 60% de los encuestados optan por realizar sus actividades físicas durante la tarde. Por otro lado el 32.5% favorece realizar las actividades físicas en la mañana y el 10.3% prefiere realizarlas al mediodía como se puede observar en la Figura 4.3.

Figura 4.3



Al realizar la pregunta: *¿Haces algún deporte?*, se obtuvo que el 59.2% de las personas encuestadas (215 personas) realizan actualmente algún deporte, mientras que 148 encuestados, el 40.8%, dijo no estar realizando ningún deporte actualmente, como se puede observar en la Tabla 4.2. Estas cifras, en conjunto con la pregunta *¿Te gusta realizar algún tipo de actividad física?*, presentan al Ultimate Frisbee una oportunidad, ya que el 89% de los encuestados afirman tener un gusto por realizar actividades físicas, pero solo el 59% hace algún deporte actualmente.

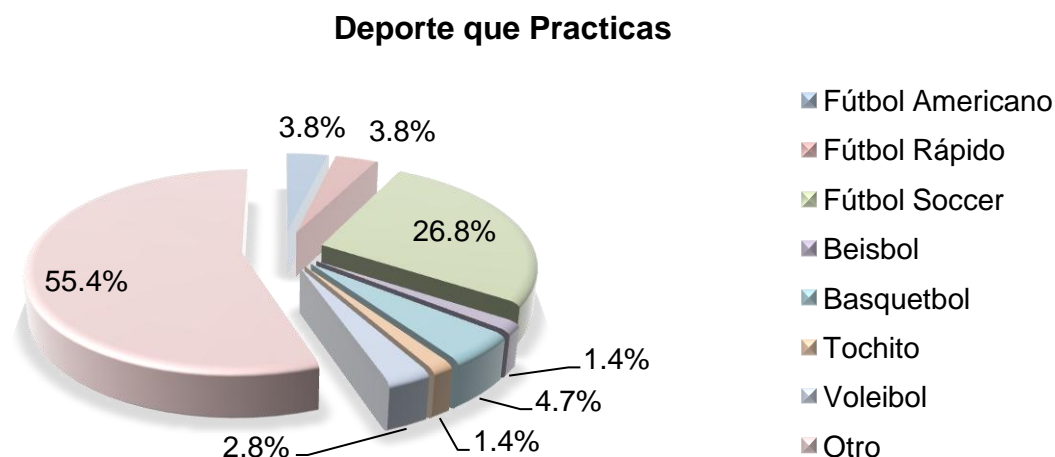
Tabla 4.2

Haces Deporte

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid si	215	59.2	59.2	59.2
no	148	40.8	40.8	100.0
Total	363	100.0	100.0	

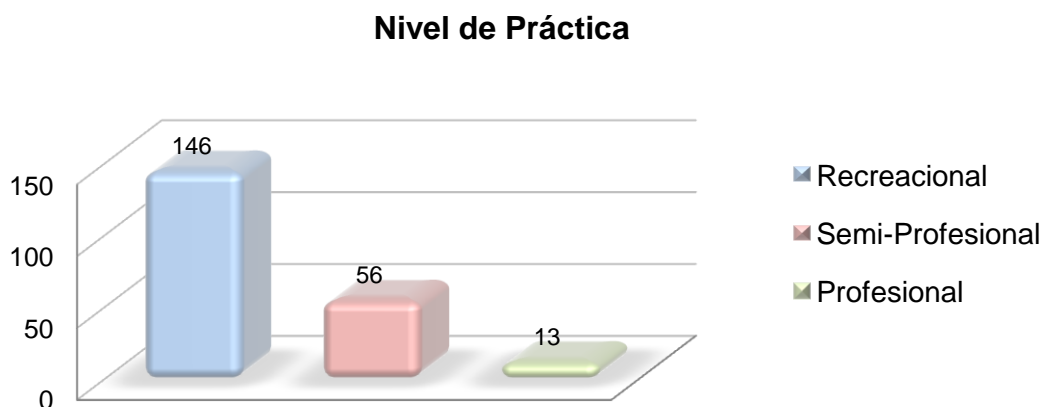
En la pregunta: *¿Qué deporte practicas?*, el 26.8% de los que respondieron esta pregunta juegan fútbol soccer, lo que lo hace el deporte más practicado por los estudiantes, ya que la única categoría más grande que ésta fue la variable Otros, del 55.4%, el cual engloba al resto de los deportes no señalados en la encuesta, por no contar con equipo representativo dentro de la UDLAP. Después del fútbol soccer, el deporte más jugado en la Universidad es el basquetbol con un 4.7% de participación, seguido por el Fútbol Americano y el Fútbol Rápido con un 3.8% de participación para ambos como se puede observar en la Figura 4.4.

Figura 4.4



Analizando los datos obtenidos por la pregunta: *¿A qué nivel practicas deporte?*, se puede observar que 146 de los 215 estudiantes que sí realizan algún deporte, lo practican de forma recreativa, lo que representa al 67.9% del grupo. Además, 56 de ellos, el 26%, practican su deporte de manera semi-profesional, mientras que los 13 estudiantes restantes, quienes representan al 6% de los encuestados, contestaron que su deporte lo practican de manera profesional como se puede observar en la Figura 4.5. Estos datos son favorables para este caso ya que al nivel en que, la mayoría de los encuestados que contestaron esta pregunta, practican algún deporte les da la libertad de probar nuevas ofertas deportivas.

Figura 4.5



Mediante el análisis realizado a las respuestas obtenidas por la pregunta: *¿Donde practicas deporte?*, pudimos observar que el 54% de los encuestados que realizan algún tipo de deporte (116 estudiantes), lo practican dentro de las instalaciones de la Universidad. Al 26.5% de ellos les gusta practicarlos por su propia cuenta, mientras que el 19.5% los realiza en alguna Escuela o Club Deportivo como lo muestra la Figura 4.6. Esta situación es favorable para el desarrollo del deporte dentro de la Universidad ya que a los estudiantes por lo general, les gusta realizar deportes dentro del campus Universitario.

Figura 4.6



En los datos mostrados por la Tabla 4.3, el cual refleja los datos obtenidos por las respuestas de la pregunta: *¿Practicas o practicarías algún otro deporte además del que ya practicas?*, podemos observar que 163, de los 214 estudiantes que contestaron ésta pregunta, dicen que sí practican o practicarían algún otro deporte, lo que corresponde al 76.2% de las respuestas. El otro 23.8% afirma que no jugarían otro deporte del que ya practican actualmente. Esto confirma que existe una oportunidad para posicionar al Ultimate Frisbee como oferta deportiva dentro de la UDLAP.

Tabla 4.3

		Intención de Práctica de Otro Deporte			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	si	163	44.9	76.2	76.2
	no	51	14.0	23.8	100.0
	Total	214	59.0	100.0	
Missing	System	149	41.0		
Total		363	100.0		

En cuanto a la pregunta: *¿Practicarías un deporte nuevo o que no hayas conocido anteriormente?*, la Tabla 4.4 nos indica que el 84.3% de los encuestados admiten que sí lo harían, más un 15.2% no tendrían ninguna intención de practicar un deporte no conocido. Además, dos estudiantes no contestaron la pregunta por no estar decididos. Esta pregunta nos indica que existe una disposición, por parte de los estudiantes, de practicar deportes nuevos o que no hayan conocido anteriormente.

Tabla 4.4

		Intención Práctica Nuevo Deporte			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	si	306	84.3	84.8	84.8
	no	55	15.2	15.2	100.0
	Total	361	99.4	100.0	
Missing	System	2	.6		
Total		363	100.0		

4.1.4 ULTIMATE FRISBEE

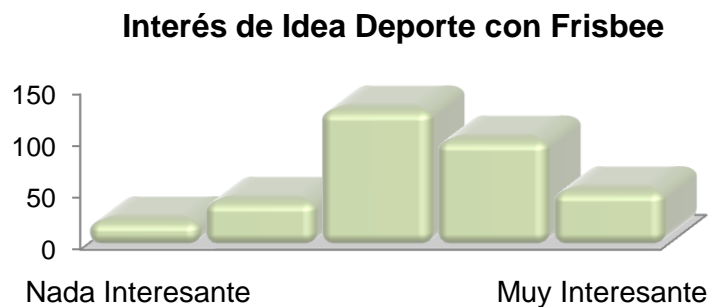
Por medio de la pregunta: *¿Conoces el deporte Ultimate Frisbee?*, se puede observar la gran diferencia que existe sobre el conocimiento que se tiene acerca del deporte Ultimate Frisbee, ya que el 71.9% de los encuestados admite no saber de qué se trata este deporte, mientras que sólo el 27.8% de los encuestados lo conoce como lo reflejan las cifras de la Tabla 4.5. Estas cifras, aunque parezcan negativas, pueden llegar a ser favorables al momento de crear oportunidades para dar a conocer el deporte y lograr nuestro objetivo principal de aumentar el número de practicantes.

Tabla 4.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	si	101	27.8	27.9	27.9
	no	261	71.9	72.1	100.0
	Total	362	99.7	100.0	
Missing	System	1	.3		
Total		363	100.0		

Las respuestas que se obtuvieron para la pregunta: *¿Qué tan interesante es la idea de jugar un deporte con un frisbee?*, presentaron un sesgo hacia el lado positivo, sin embargo la categoría más escogida fue la de indiferente como lo muestra la Figura 4.7. Esto señala que, a pesar de la perspectiva que se tiene del frisbee, los encuestados demostraron interés en el deporte una vez que entendieron en qué consistía éste.

Figura 4.7



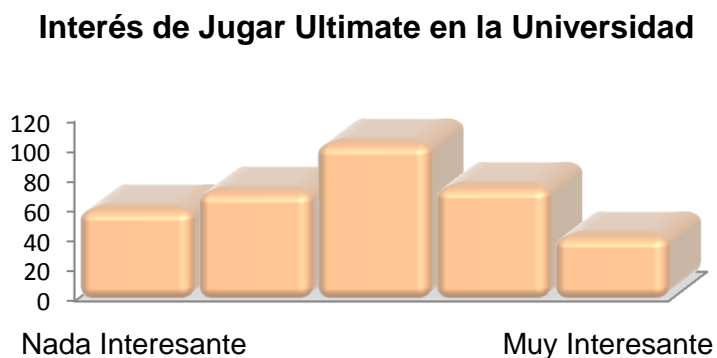
En la pregunta: *¿Que tan interesante se te hace que en la UDLAP se juegue Ultimate Frisbee?*, los datos muestran un sesgo notable hacia el lado positivo, sin embargo el valor que más respuestas obtuvo fue el neutral, como se puede observar en la Figura 4.8. Estos resultados son alentadores ya que, después de haber entendido el deporte, el público encuestado mostró interés en que se practique éste en la Universidad de las Américas Puebla.

Figura 4.8



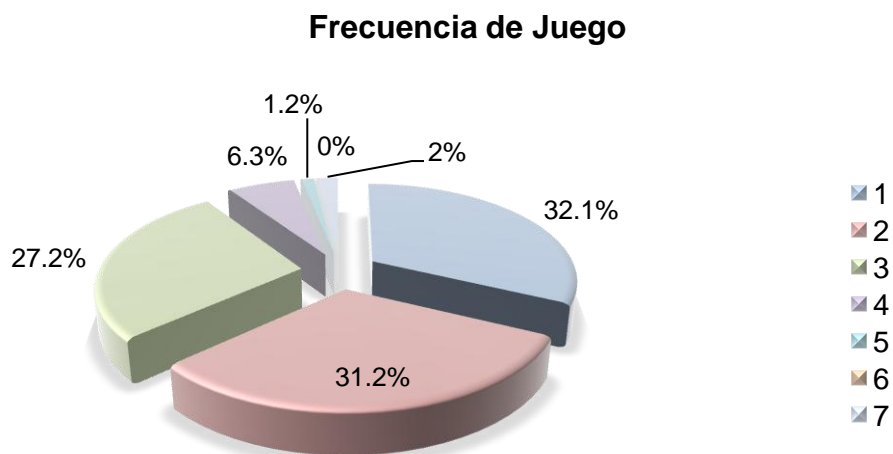
En las respuestas obtenidas por la pregunta: *¿Qué tan interesado estarías en jugar Ultimate Frisbee dentro de la Universidad?*, existe una distribución más equitativa de las respuestas, lo que quiere decir que la mayor cantidad de respuestas obtenidas se encuentran ubicadas en el área central de la gráfica, como se puede observar en la Figura 4.9. Después de analizar estas respuestas, encontramos una disyuntiva entre el interés hacia el juego, el cual es mayormente positivo, y el interés que tiene la gente por jugarlo, el cual es neutro.

Figura 4.9



Al analizar los resultados obtenidos por la pregunta: *De estar interesado en jugar, ¿con qué frecuencia jugarías Ultimate Frisbee?*, se muestra que el 32% de los encuestados preferiría jugar Ultimate Frisbee una vez por semana, dos días a la semana obtuvo el 31.2% de las respuestas y tres días obtuvo el 27.2%, como se puede observar en la Figura 4.10. Estas tres variables en conjunto representan más del 90% de las respuestas obtenidas. Estas cifras ayudarán a delimitar el tiempo ofertado para la práctica del deporte.

Figura 4.10

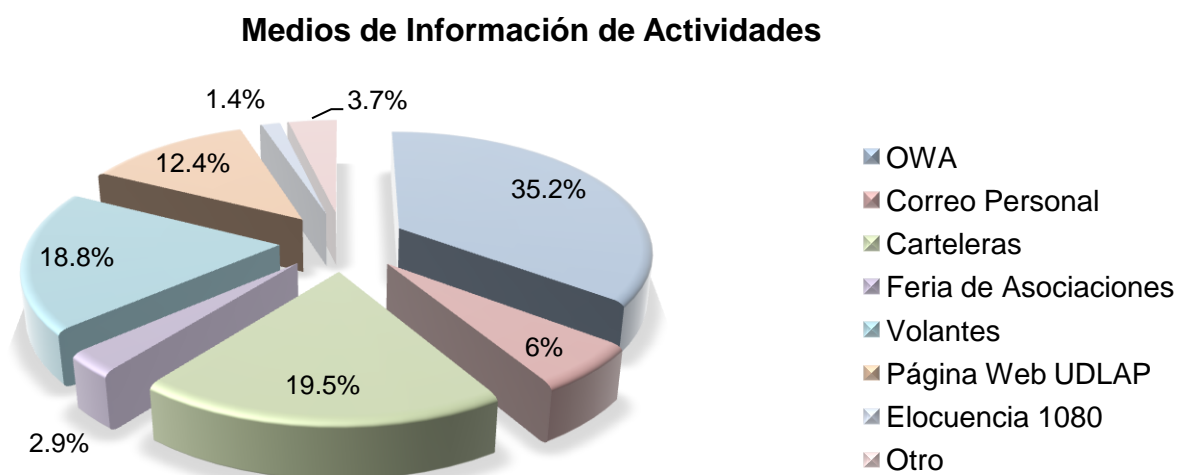


Al estudiar los datos arrojados por la pregunta: *¿A qué nivel te gustaría jugar Ultimate Frisbee?*, que el 75.8% de los encuestados preferiría jugar Ultimate Frisbee de manera recreativa, mientras que el 24.2% restante de los encuestados se mostraron interesados en practicarlo de manera competitiva. Esta información sirve como apoyo para definir la manera adecuada de ofrecer el Ultimate Frisbee como alternativa deportiva para los estudiantes de la UDLAP.

4.1.5 SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

Los resultados arrojados por la pregunta: *¿Cómo te enteras sobre las actividades llevadas a cabo por las asociaciones estudiantiles de la Universidad?*, mostraron que el 35.24% de los encuestados reciben información sobre las actividades realizadas por las Asociaciones Estudiantiles de la UDLAP por medio del correo electrónico institucional, Outlook Web Acces (OWA). Además de éste, como muestra la Figura 4.11, se puede observar que tanto las carteleras ubicadas dentro del campus, como volantes y la página web de la UDLAP ocupan un 40.78% de las respuestas. Esto indica que los medios antes mencionados tienen que ser tomados en consideración cuando se realice la estrategia de comunicación para la promoción del Ultimate Frisbee en la UDLAP.

Figura 4.11



Al preguntarle a los encuestados: *¿Participas en las actividades realizadas por las Asociaciones Estudiantiles de la Universidad?*, encontramos respuestas muy similares. La diferencia de porcentajes de respuesta entre las dos opciones fue del 13% en favor a la no participación en tales actividades, como es mostrado en la Tabla 4.6. Esto nos indica que, a pesar de que la mayoría de los estudiantes no asiste a tales actividades, existe un gran grupo que participa en los eventos de las Asociaciones Estudiantiles de la UDLAP.

Tabla 4.6

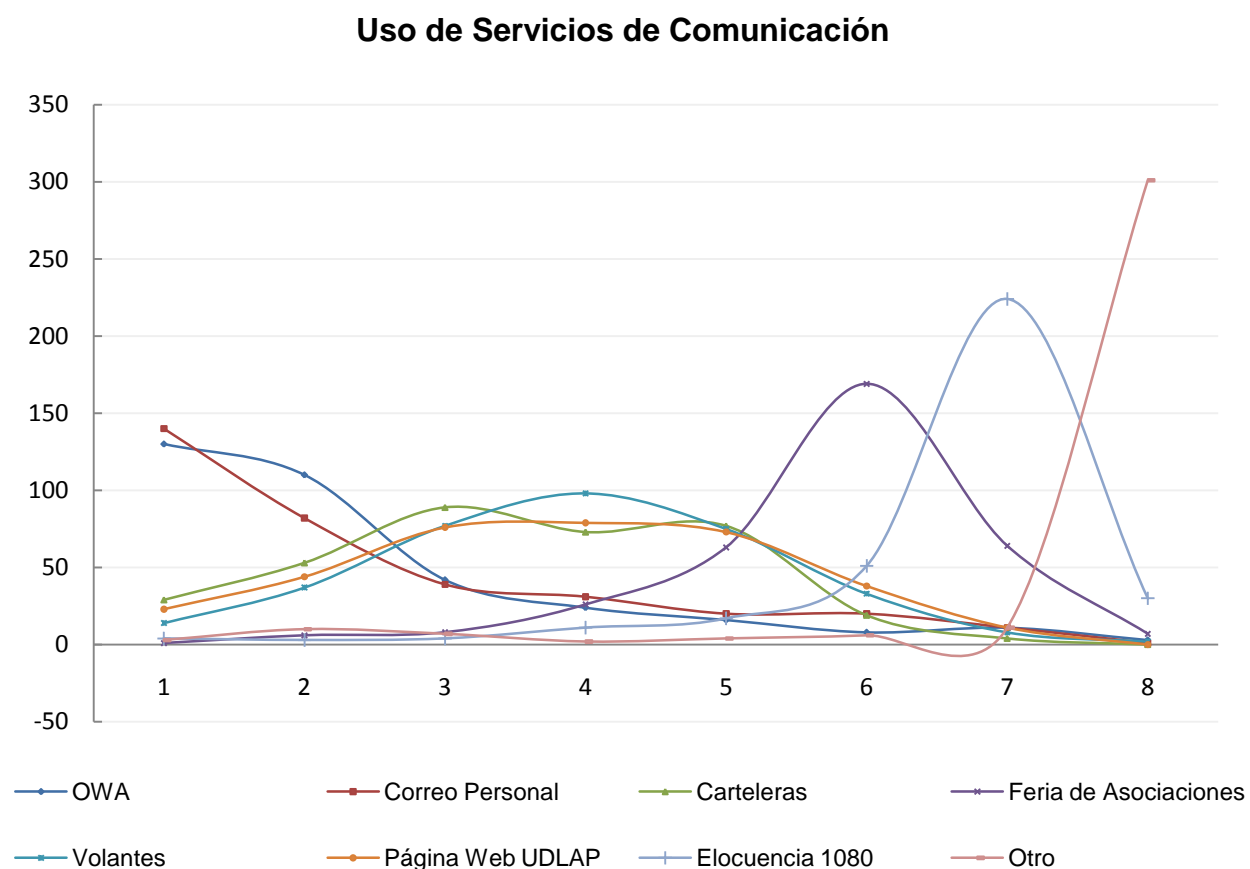
Participación Asociaciones Estudiantiles					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	si	154	42.4	42.5	42.5
	no	208	57.3	57.5	100.0
	Total	362	99.7	100.0	
Missing	System	1	.3		
Total		363	100.0		

En cuanto a las preferencias de uso de los servicios de comunicación interna de la UDLAP, en donde los encuestados ordenaron del 1 al 8 los servicios de comunicación interna de la Universidad de acuerdo al uso que le dan, se encontraron tres grupos de respuestas. El primer grupo consta de los dos tipos de correo electrónico, OWA y personal. Este grupo fue elegido como su primera opción por 270 de los estudiantes que respondieron el cuestionario. Además, como se puede apreciar en la Figura 4.12, estos dos medios tienen la mayoría de sus respuestas en los dos primeros lugares.

Se puede observar en los resultados un segundo grupo, el cual tiene una distribución semejante de valores obtenidos entre sí. Este grupo está conformado por las carteleras internas, los volantes ofrecidos y la Página Web de la UDLAP, cuya frecuencia de respuestas es mayor en los valores 3, 4 y 5, respectivamente.

En el tercer grupo se encuentra la Feria de Asociaciones, Elocuencia 1080 y la opción de Otro, los cuales ocupan los últimos tres lugares, respectivamente. Esto hace que sus curvas presenten un sesgo a la derecha, como se puede ver en la Figura 4.12., lo cual quiere decir que se encuentra entre las últimas opciones de uso de comunicación de los estudiantes.

Figura 4.12



4.2 CORRELACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis anterior, se realizará a continuación un análisis de correlación entre las variables que puedan estar relacionadas entre sí.

El primer análisis de correlación que se llevó a cabo fue entre las variables *¿Haces algún deporte?* y *¿Qué tan interesado estarías en jugar Ultimate Frisbee dentro de la Universidad?*. En éste, se puede observar que no existe una correlación significativa entre las variables ya que el índice de correlación de Pearson presenta un valor de -0.074, como se muestra en la Tabla 4.7. Esto nos indica que no existe una relación en el hecho de jugar algún deporte y el interés de jugar Ultimate Frisbee dentro de la Universidad de las Américas Puebla.

Tabla 4.7

		haces_dep4	jug_dent_udla13
haces_dep4	Pearson Correlation	1	-.074
	Sig. (1-tailed)		.080
	N	363	363
jug_dent_udla13	Pearson Correlation	-.074	1
	Sig. (1-tailed)	.080	
	N	363	363

En el segundo análisis de correlación que se llevó a cabo, se analizaron las variables: *¿Que tan interesante te parece la idea de jugar un deporte con un frisbee?*, *¿Que tan interesante se te hace que en la UDLAP se juegue Ultimate Frisbee?* y *¿Qué tan interesado estarías en jugar Ultimate Frisbee dentro de la Universidad?*. El análisis muestra una fuerte relación entre las variables, lo cual se puede observar en la Tabla 4.8, ya que todos los valores de correlación de Pearson son mayores a 0.5. Sin embargo, ninguna de estas variables muestra tener una correlación significativa con la variable *¿Conoces el Ultimate Frisbee?*. Esto se ve reflejado en los valores absolutos, menores a 0.5 obtenidos por esta variable, lo que significa que el conocimiento del Ultimate Frisbee no influye sobre el interés que se tenga del deporte.

Tabla 4.8

Correlación 2

		cono_ultfris1 0	int_dep_frisbee11	udla_ultfris12	jug_dent_udla13
cono_ultfris10	Pearson Correlation	1	-.126**	-.141**	-.065
	Sig. (1-tailed)		.008	.004	.110
	N	362	362	362	362
int_dep_frisbee11	Pearson Correlation	-.126**	1	.726**	.751**
	Sig. (1-tailed)	.008		.000	.000
	N	362	363	363	363
udla_ultfris12	Pearson Correlation	-.141**	.726**	1	.678**
	Sig. (1-tailed)	.004	.000		.000
	N	362	363	363	363
jug_dent_udla13	Pearson Correlation	-.065	.751**	.678**	1
	Sig. (1-tailed)	.110	.000	.000	
	N	362	363	363	363

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Otro análisis de correlación que se llevó a cabo fue sobre los datos obtenidos acerca del uso de los medios de comunicación internos de la Universidad. En éste, se encontró que no existe relación significativa entre la forma en que se enteran de las actividades llevadas a cabo por las Asociaciones Estudiantiles de la Universidad y los medios que más utilizan, como se puede observar en el Anexo 2. Esto nos muestra que los medios que se utilizan para informar sobre las actividades llevadas a cabo por las Asociaciones Estudiantiles de la Universidad no son los más utilizados, cotidianamente, por nuestro público meta.

4.3 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Después de realizar el análisis de los resultados, se observó que la mayoría de los estudiantes de la UDLAP asocian al frisbee con un perro o con la playa. Esta situación presenta un factor muy importante al comenzar a planear la estrategia, ya que el enfoque de la misma deberá centrarse en cambiar tales paradigmas. Es por esto que los esfuerzos de comunicación deberán estar enfocados hacia el cambio de perspectiva que tienen los estudiantes sobre el frisbee e invitarlos a practicar este deporte.

El contenido y la forma de transmitir el mensaje deberá estar dirigido a estudiantes de licenciatura de la UDLAP, de sexo masculino y femenino, que estén principalmente, dentro del rango de edad de 17 a 22 años. Esta categoría conforma casi el 80% de la muestra.

Una gran parte de los esfuerzos de comunicación destinados para este proyecto serán destinados para el marketing directo. Para este tipo de promoción, lo principal será crear presencia del Ultimate Frisbee en todo el campus universitario. Esto se logrará a través de una presencia constante de personas lanzando frisbees en las áreas comunes del campus de la Universidad. Estos esfuerzos se realizarán con el propósito de incrementar la familiaridad de nuestro público meta con el objeto de juego.

Como ayuda para los esfuerzos de marketing directo se buscará organizar partidos de exhibición, con equipos de la región, dentro de la UDLAP. Estos deberán adaptarse a un horario y fecha en las cuales el mayor número de estudiantes se encuentre en condiciones de presenciar las exhibiciones. Para lograr que el Ultimate Frisbee tenga presencia en otro ámbito, fuera del universitario, es importante la organización de eventos sociales en los que el tema central sea el frisbee.

Otra parte de los esfuerzos de comunicación empleados para este proyecto deberán ser destinados hacia la publicidad impresa. Los medios principales que se propone utilizar para dar a conocer el deporte dentro de la UDLAP serán las carteleras de la Universidad, el periódico universitario Catarina y la distribución de volantes previamente autorizados, dentro del campus Universitario.

Las carteleras Universitarias pueden ser de gran ayuda para informarle a la comunidad estudiantil sobre el lugar y horarios en los que se juega Ultimate Frisbee dentro de la Universidad. Esto es porque éste es un medio estático, duradero y de mucha exposición hacia la comunidad en diversas áreas del campus. Por otro lado, la distribución de volantes y las publicaciones en la Catarina, además de reforzar la información publicada en las carteleras, será uno de los medios más importantes para dar a conocer información de los eventos más destacados del deporte en la región.

Otro medio en el cual se deberán realizar esfuerzos de comunicación es el internet, principalmente en Redes Sociales, la página web de la Universidad y el correo OWA. El uso de las redes sociales ayudará a mostrarle el deporte a nuestro público meta, en su mismo hogar o lugar de trabajo, sin el requerimiento de mayores esfuerzos de promoción, además de crear convocatoria para las actividades que se quieren realizar. También, el uso de estas redes sociales proporcionará ayuda para acceder a otros usuarios que compartan características similares, entre las cuales puede estar el gusto por el Ultimate Frisbee.

En la página web de la Universidad solo se realizarán anuncios sobre los eventos de mayor relevancia para el deporte en el país e impulsar a los estudiantes a tener una percepción del Ultimate Frisbee como deporte consagrado. Esto es por ser un medio difícil de lograr periodicidad y constancia de exposiciones, pero que genera una gran cantidad de impactos en los estudiantes,

Los correos electrónicos nos ayudarán a publicar un e-Newsletter mensual, durante los periodos escolares. Se consideran estos, ya que proporcionan el espacio para dar información más detallada sobre el deporte, las actividades y eventos que se organicen.

Como último recurso para la estrategia de comunicación se utilizarán las ventas personales. Estos esfuerzos serán realizados por los mismos jugadores de Ultimate Frisbee de la Universidad, quienes fungirán como embajadores del deporte, motivando a las personas con la que se relacione a que conozca y practique este deporte.