

competente para el desarrollo de sus actividades en sus diferentes ámbitos. El conocer las necesidades, la percepción y la satisfacción de los profesionales, permitirá a las universidades que ofertan la educación continua a planificar y proponer los programas de educación continua que estipulen las diferentes actividades que deben organizarse para satisfacer las necesidades de los profesionistas. Por lo tanto, el objetivo de nuestro estudio es conocer la satisfacción de los usuarios del área de educación continua de la Facultad de Organización Deportiva de la Universidad Autónoma de Nuevo León, se aplicó una encuesta de satisfacción a 70 usuarios de los diferentes cursos, diplomados y certificaciones que se ofertan, una vez terminado el servicio educativo ofrecido. Los resultados más significativos muestran que un 38% de los usuarios se enteró de los cursos que oferta el área de educación continua por medio de la página web de la UANL, mientras que un 12% por medios impresos, respecto a la satisfacción y organización de los cursos ofrecidos un 59% respondió que le parece excelente; mientras que un 36% respondieron como buenos, por lo que observamos que en general el usuario se encuentra satisfecho, aunque hay aspectos que mejorar para seguir ofertando cursos de calidad. En relación a que otras temáticas de interés les gustaría que ofertara el área de educación continua, los usuarios respondieron que les interesa áreas relacionadas a la nutrición, vendajes, gestión deportiva y del área del fitness, el spinning. Como conclusión los profesionales del ámbito deportivo tienen un interés creciente por la capacitación y actualización constante, por lo que las universidades están en una posición clave para adaptar los recientes avances tecnológicos a la solución de problemas y necesidades de la sociedad, se sugiere, por tanto, la creación y seguimiento de sistemas de educación continua. Solo así es posible asegurar un aprendizaje sistemático, con una secuencia progresiva, orientada a el desarrollo de las competencias requeridas para realizar las funciones, obligaciones y responsabilidades de cada ámbito profesional, en lo particular en nuestro caso profesionales del área de la educación física, deporte, recreación y ciencias aplicadas.

SOMATOTIPO DE ATLETAS DE FUERZA Y RESISTENCIA DEL EQUIPO DE ATLETISMO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN.

Ricardo López García, Nancy Banda-Sauceda, Germán Hernández-Cruz, y Blanca Rangel Colmenero

Facultad de Organización Deportiva, Universidad Autónoma de Nuevo León

La evaluación de la composición corporal ha tomado cada vez más importancia por la necesidad de cubrir con mayor exactitud todas las características del atleta con un mayor apoyo y sustento científico para recomendar tanto el tipo de entrenamiento como el consumo de nutrientes. La cineantropometría se de gran utilidad cada en la actualidad ya que su uso nos ayuda a tener el tamaño, forma, proporcionalidad, composición y maduración del cuerpo del atleta en donde todo esto puede variar en relación del crecimiento, tipo de actividad y estado nutricional, hoy en día se considera un factor importante a considerar en el rendimiento final del deportista. Por lo tanto nuestro objetivo de este estudio fue determinar las diferencias del somatotipo de los atletas de fuerza y resistencia del equipo representativo de la UANL. El tipo de investigación contempla un diseño no experimental, descriptivo y transversal. La población estuvo constituida por 10 atletas de la disciplina de fuerza (edad 20 años) y 10 atletas de la disciplina de resistencia (edad 21.6 años), que pertenecen al equipo de atletismo de la Universidad Autónoma de Nuevo León, utilizando para medir el somatotipo y composición corporal se utilizó el protocolo descrito por la Sociedad Internacional para el avance de la kineantropometría (ISAK). Todos los participantes se les entregó un consentimiento informado, garantizando la confidencialidad de los datos. El procedimiento se realizó a primera hora de la mañana en ayunas, donde se tomaron las mediciones de la estatura a través de un tallímetro, el peso con la báscula Tanita BC-553, los pliegues con el plicómetro Slim Guide donde se midió (Biceps, tríceps, escapula, cresta-iliaca, espina-iliaca, abdominal, femoral y

pantorrilla), para las circunferencias se utilizó una cinta métrica donde se midió (Brazo relajado, brazo contraído, abdomen, glúteos y pantorrilla) y para los diámetros se utilizó un antropómetro Tommy 3, donde se midió (humeral y femoral), todas las mediciones se hicieron por duplicado. Una vez obtenido los valores de las mediciones, se utilizó un programa de antropometría utilizando el método somatotípico de Heath-Carter. Los cuales indican el fenotipo del individuo: endomórfico, mesomórfico y ectomórfico. En los resultados obtenidos indica que el atleta aeróbico se clasifican como mesomórfico balanceado con una clasificación de (2.3, 3.9, 2.7) y en los resultados de los atletas anaeróbicos alcanzaron una clasificación de meso-ectomórfico (1.7, 4.2, 2.7). La comparación de los atletas que se evaluaron con respecto al de otras investigaciones realizadas demuestra que el fenotipo de cada disciplina son semejantes a la de nuestros valores, lo que demuestra que el aspecto nutricional en el deporte es de fundamental valor.

ACTITUD DE LOS AFICIONADOS RESPECTO A UN PLAN DE MERCADOTECNIA DE PATROCINIO. CASO EQUIPO PROFESIONAL DE FUTBOL

Omar Escamilla Almaguer, Rosa Elena Medina,
y Zapopan Martín Muela Meza

Facultad de Organización Deportiva, Universidad
Autónoma de Nuevo León

El fútbol es un deporte en donde los patrocinadores prefieren invertir en un evento como el mundial de fútbol soccer que en los juegos olímpicos, la empresa alemana ADIDAS de artículos e indumentaria deportiva incrementó sus ventas en un 24% en el primer semestre del 2012 gracias al patrocinio de los Juegos Olímpicos de Londres 2012, sin embargo la empresa reconoce que los retornos financieros de su asociación con los juegos olímpicos no se acercan a los que genera el fútbol, ADIDAS patrocina a los dos torneos más importantes de este deporte que son la Copa del Mundo y la Eurocopa. El propósito de esta investigación es determinar si las marcas patrocinadoras por formar parte de un equipo profesional de fútbol influyen en las actitudes de los

aficionados respecto al plan de mercadotecnia de patrocinios del equipo. El presente trabajo de investigación conlleva a la determinación de los siguientes objetivos marcados dentro del desarrollo del trabajo: • Identificar en los aficionados su sentido de pertenencia hacia el club de fútbol Tigres. • Analizar el reconocimiento de las marcas patrocinadoras por el aficionado en diversos medios. • Evaluar el efecto del patrocinio en las intenciones de compra de las marcas patrocinadoras relacionadas con su implicación en el equipo Justificación: Los patrocinadores tendrán la oportunidad de conocer las diferentes reacciones ante el impacto que tienen sus marcas en los aficionados y el público asistente al estadio. Se determinará la reacción que hay en el comportamiento del consumidor de los aficionados de un club profesional de fútbol ante la constante y cada vez mayor participación de las marcas patrocinadoras como estrategia de mercadotecnia. El departamento de mercadotecnia del club de fútbol Tigres podrá conocer la efectividad de su plan de mercadotecnia de patrocinios con sus aficionados.

EVALUACIÓN DE LA ACTIVIDAD DOCENTE DE LOS PROFESORES DE PRIMER SEMESTRE DE LA FOD

Alejandra Guadalupe González Gallegos¹, Abril
Cantú-Berrueto¹, Alma Lozano¹, Beatriz Acosta
Uribe², y José Leandro Tristán Rodríguez¹,

¹Facultad de Organización Deportiva, Universidad
Autónoma de Nuevo León

²Universidad de Papaloapan, Campus Tuxtepec

La educación superior está en constante cambio por las demandas sociales. Por tal motivo, es necesario contar con un profesorado preparado y dispuesto a asumir los nuevos retos. Así como implementar la evaluación permanente de la práctica docente que permita guiar la toma de decisiones para mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje. El objetivo del presente estudio fue analizar y valorar la planificación, desarrollo y resultados de la actividad docente del profesorado por parte de los alumnos de la Facultad de Organización Deportiva de primer