



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA

**“HÁBITOS DEPORTIVOS Y ACTIVIDAD FÍSICA EN JÓVENES DE 20 A 29
AÑOS DE EDAD: PROPUESTA DEL MARKETING DEPORTIVO COMO
HERRAMIENTA EMPLEADA POR EL GOBIERNO FEDERAL PARA HACER
FRENTE AL PROBLEMA DE SOBREPESO Y OBESIDAD”**

T E S I S

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES

PRESENTA
MAURA AZUCENA SÁNCHEZ LÓPEZ

DIRECTOR DE TESIS
L. E. FRANCISCA ADRIANA SÁNCHEZ MEZA

HUAJUAPAN DE LEÓN, OAXACA. OCTUBRE DE 2012

DEDICATORIA

A mi madre por ser mi mayor ejemplo en la vida, a quien le debo todo lo que soy.

A mi padre quien me enseñó que con fortaleza y coraje se alcanzan las metas.

A Maribel, por su apoyo incondicional en cada momento de mi vida, por ser más que mi hermana, mi mejor amiga.

A mi hermano Everardo por apoyarme siempre y ser un ejemplo de constancia y dedicación.

A Yahir y Renata, mis sobrinos, quienes son mi principal motor y a los que quiero profundamente.

A cada uno de los integrantes de la familia López Ortiz quienes siempre han creído en mí, me han dado cariño y palabras de apoyo, especialmente a mi tía Vi.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a:

Mi directora de tesis, la L. E. Francisca Adriana Sánchez Meza por su apoyo, paciencia, confianza y guía para terminar este trabajo, gracias por todo.

La M. E. Yannet Paz Calderón por sus aportaciones en esta investigación.

Mis sinodales: M. A. E. María del Rosario Barradas Martínez, M. M. Perseo Rosales Reyes y Dr. Marco Polo Tello Velasco por sus valiosos comentarios que enriquecieron el contenido de esta tesis.

Mis amigas, compañeras de clases y equipo por su total apoyo y comprensión durante este proceso, gracias Lizbeth, Nallely y Brenda.

Mis amigos y compañeros con quienes también tuve la fortuna de convivir y trabajar durante nuestro desarrollo profesional, Cinthia, Carlos y Maricela.

A todos y cada uno de los profesores que contribuyeron con mi formación profesional y crecimiento personal.

La familia Jacinto Ortiz, principalmente a Juan Carlos por su apoyo y hospitalidad durante mi estancia en la ciudad de Oaxaca, para realizar el trabajo de campo.

Pandora y Zoé por alegrarme cada día con su presencia.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Actividad física, definición de deporte y actividad física.....	13
1.2. Justificación.....	17
1.3. Objetivo general.....	28
1.3.1. Objetivos específicos.....	28
1.4. Hipótesis.....	29
1.5. Metodología.....	30
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	
2.1. Origen del marketing deportivo.....	31
2.2. El deporte como producto.....	34
2.3. Patrocinio deportivo.....	36
2.3.1. Concepto de patrocinio deportivo.....	36
2.3.2. Objetivos del patrocinio deportivo.....	37

2.4. Mezcla de mercadotecnia.....	38
2.4.1. Perfil de consumidor.....	38
2.4.2. La mezcla de mercadotecnia.....	39
2.5. Gasto público en salud.....	42

CAPÍTULO 3. HÁBITOS DEPORTIVOS DE LOS JÓVENES EN MÉXICO

3.1. La población joven en México.....	48
3.2. Práctica deportivas de los jóvenes.....	55
3.3. Perspectivas de la cultura física y deportiva.....	66

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA DE LOS JÓVENES QUE HABITAN EN LA CIUDAD DE OAXACA

4.1. Resultados generales de la encuesta.....	67
4.2. Jóvenes que si realizan algún deporte o actividad física.....	74
4.3. Resultados de los jóvenes que no realizan actividad física o deporte.....	83
4.4. Resultados generales sobre hábitos de alimentación.....	86

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.....	91
5.2. Recomendaciones.....	101

REFERENCIAS

Bibliográficas.....	106
Electrónicas.....	106
Artículos.....	106
Publicaciones.....	108
Notas.....	113
ACRÓNIMOS.....	115

ANEXOS

Anexo 1. Determinación de la muestra.....	117
Anexo 2. Encuesta.....	120
Anexo 3. Intervalos de confianza y tamaño muestral.....	124

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1.1. Obesidad y sobrepeso en personas mayores de 20 años a nivel mundial, 2008.....	4
Gráfico 1.2. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en hombres, 2006.....	6
Gráfico 1.3. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en mujeres, 2006.....	6
Gráfico 1.4. Defunciones en México a causa de diabetes mellitus del año 2000 al 2008.....	20
Gráfico 1.5. Defunciones en México a causa de enfermedades hipertensivas del año 2000 al 2008.....	20
Gráfico 1.6. Población total en México con padecimientos de sobrepeso y obesidad 2000, 2030.....	21
Gráfico 1.7. Porcentaje de población masculina de 20 años y más, por entidad federativa con sobrepeso y obesidad, 2006.....	24
Gráfico 1.8. Porcentaje de población femenina de 20 años y más, por entidad federativa con sobrepeso y obesidad, 2006.....	25
Gráfico 2.9. Presupuesto asignado a la Secretaría de Salud del 2000 al 2011.....	43
Gráfico 2.10. Presupuesto asignado al IMSS del 2002 al 2012.....	44
Gráfico 2.11. Presupuesto asignado al ISSSTE del 2002 al 2011.....	44
Gráfico 2.12. Gasto total atribuible al sobrepeso y obesidad en México	

2000, 2008 y 2017.....	46
Gráfico 3.13. Porcentaje de la población joven por entidad federativa, 2010	50
Gráfico 3.14. Inversión en infraestructura y equipamiento deportivo del 2006 al 2011.....	54
Gráfico 3.15. Porcentaje de la población que realiza alguna actividad física en 1996, 2004 y 2008.....	57
Gráfico 3.16. Jóvenes que practican alguna actividad física, 2005.....	59
Gráfico 3.17. Actividad física de la población de 20 a 29 años de edad en México, 2005.....	60
Gráfico 3.18. Lugares a los que asisten los jóvenes cuando padecen alguna enfermedad, 2005.....	61
Gráfico 3.19. Estado civil de los jóvenes, 2005.....	62
Gráfico 3.20. Deportes más populares en México.....	65
Gráfico 4.21. Distribución de los jóvenes por género, 2012.....	68
Gráfico 4.22. Promedios de edad local y nacional, 2010 y 2012.....	69
Gráfico 4.23. Estado civil de los jóvenes de la Cd. de Oaxaca, 2012.....	70
Gráfico 4.24. Cómo realizan los jóvenes sus actividades cotidianas, 2012....	72
Gráfico 4.25. Distribución de jóvenes que realizan y no realizan algún deporte o actividad física por sexo, 2012.....	74
Gráfico 4.26. Actividad física o deporte que practican los jóvenes, 2012.....	75
Gráfico 4.27. Frecuencia con la que realizan algún deporte o actividad física los jóvenes por género, 2012.....	76

Gráfico 4.28. Tiempo que le dedican al día los jóvenes al realizar alguna actividad física o deporte por género, 2012.....	78
Gráfico 4.29. Lugar donde realizan deporte o actividad física los jóvenes por género, 2012.....	79
Gráfico 4.30. Jóvenes que efectúan un pago mensual para realizar alguna actividad física o deporte, 2012.....	80
Gráfico 4.31. Cantidad que gastan los jóvenes para realizar alguna actividad física o deporte mensualmente por género, 2012.....	81
Gráfico 4.32. Tiempo que los jóvenes tienen realizando alguna actividad física o deporte por género, 2012.....	82
Gráfico 4.33. Razones por las que ejecutan alguna actividad física o deporte, 2012.....	83
Gráfico 4.34. Motivos por los que los jóvenes no hacen ejercicio físico, 2012.....	84
Gráfico 4.35. Motivos por los que los jóvenes harían actividad física o deporte, 2012.....	85
Gráfico 4.36. Actividades que realizan con mayor frecuencia durante su tiempo libre, 2012.....	86
Gráfico 4.37. Frecuencia con la que comen fuera de casa, 2012.....	87
Gráfico 4.38. Frecuencia con la que consumen... 2012.....	89

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
3.1. ¿Consideras adecuado tu peso ideal? (2005).....	58
3.2. Cantidad de jóvenes que consumían los siguientes alimentos diariamente en 2005.....	63

INTRODUCCIÓN

En el mundo se está expandiendo como una gran pandemia el problema de sobrepeso y la obesidad, por tal motivo, la Organización Mundial de Salud (OMS) ha comenzado a tomar medidas para revertir esta tendencia. México es uno de los países más afectados ya que el 70% de la población tiene este padecimiento, según datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) de 2006, organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y la OMS han señalado en sus estudios que México ocupa el segundo lugar a nivel mundial, sólo por debajo de los Estados Unidos.

El sobrepeso y obesidad traen como consecuencia Enfermedades Crónicas No Transmisibles (ECNT), principalmente diabetes mellitus tipo dos e hipertensión arterial, las cuales ocupan los primeros lugares como causas de mortalidad en nuestro país. Atender estas enfermedades representa una gran carga económica para los propios individuos y el sector salud. Las causas que han provocado el sobrepeso y la obesidad son múltiples, pero destacan dos, los malos hábitos en la dieta alimentaria de los mexicanos, así como una alta tendencia al sedentarismo.

En este trabajo se propone el marketing deportivo como una herramienta para que el gobierno federal pueda informar, motivar y persuadir a los jóvenes de

20 a 29 años para que realicen algún deporte o actividad física de manera frecuente.

Campos (1997) define el marketing deportivo en dos vertientes; la primera integra todas las actividades para promover la activación en programas físico – deportivas, venta de productos y asistencia a espectáculos y eventos deportivos. La segunda hace referencia al patrocinio (empresas patrocinadoras y patrocinadas).

El marketing deportivo a su vez emplea el patrocinio, de acuerdo a Senovilla (2000) citado en Gutiérrez (2001), la forma de comunicación empresarial asociada a la actividad deportiva con el objeto de difundir una imagen de marca para obtener notoriedad y un estado de opinión favorable a la misma, dirigida a públicos concurrentes entre la actividad y el patrocinador; para obtener beneficios económicos. El marketing deportivo ha sido de gran utilidad a diversas empresas para lograr los objetivos de su plan de marketing, por tal motivo, es una herramienta de la que puede auxiliarse el gobierno federal para combatir la obesidad y el sobrepeso.

CAPÍTULO 1

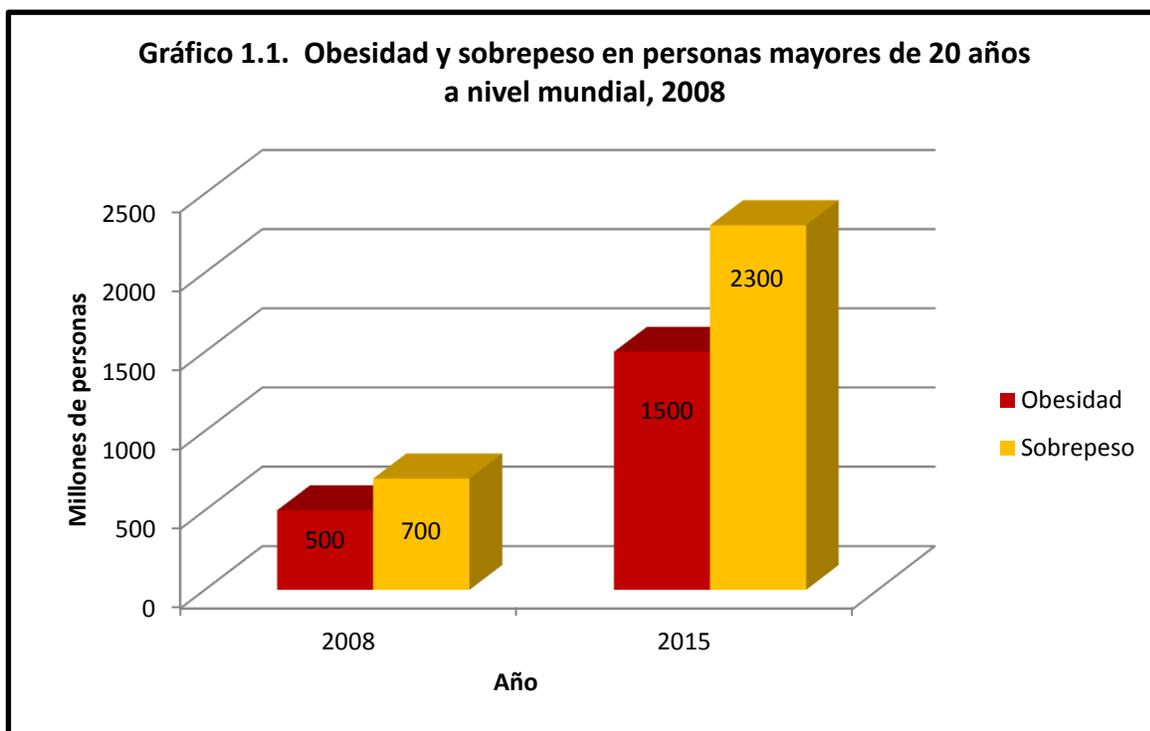
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En las últimas tres décadas, el mundo se está enfrentando a un nuevo problema de salud, el sobrepeso y la obesidad, el cual ha alcanzado el grado de pandemia, por tal razón expertos han realizado muchos estudios científicos.

Los medios de comunicación de manera frecuente actualizan los datos acerca del tema y esto se debe a que ha aumentado considerablemente el número de personas con problemas de sobrepeso y obesidad, afectado a todos los sectores de la población; niños, jóvenes y adultos. Las estadísticas muestran que no sólo es un problema que afecta a los países desarrollados, sino que también se está arraigando en los países en vías de desarrollo como México. Los especialistas en el tema, así como diversas instituciones de salud definen el sobrepeso como un aumento de peso corporal por encima de un patrón dado en relación con la talla. Por otra parte la obesidad es un porcentaje anormalmente elevado de la grasa corporal.

La OMS define el sobrepeso como un Índice de Masa Corporal (IMC)¹ igual o superior a 25, y la obesidad como un IMC igual o superior a 30. De acuerdo a este mismo organismo, en 2008 en el mundo había aproximadamente 1500 millones de adultos (mayores de 20 años) con sobrepeso y más de 500 millones de adultos obesos y en 2010 había al menos 43 millones de menores de 5 años con sobrepeso. Asimismo, se estima que para el año 2015 estas cifras aumentarán a 2300 millones de personas con sobrepeso y 700 millones con obesidad, esta tendencia se observa mejor en el Gráfico 1.1.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Mundial de Salud (OMS), 2008.

¹ El IMC es el peso en kilogramos dividido por el cuadrado de la talla en metros (kg/m^2), es una indicación simple de la relación entre el peso y la talla que se utiliza frecuentemente para identificar el sobrepeso y la obesidad en los adultos, tanto a nivel individual como poblacional.

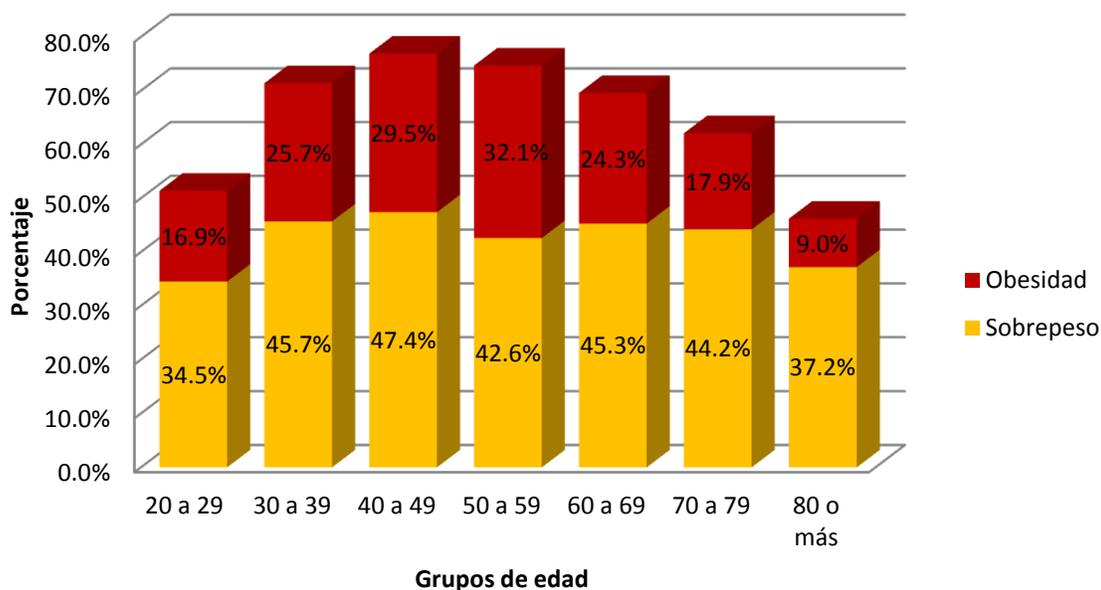
En la proyección de la gráfica 1.1 se puede ver que el crecimiento es realmente alarmante y si los gobiernos de los países más afectados no toman las medidas necesarias ahora, tendrán problemas muy graves para atender a su población, afectando su sistema de salud, así como su economía, al tener un mayor porcentaje de su población con sobrepeso, obesidad y las enfermedades que de ellos se derivan.

De acuerdo a datos de la OMS en 2006, los países que registraban los más altos índices de obesidad y sobrepeso eran Estados Unidos, México, Inglaterra, Chile, Grecia, Canadá y Australia.

Evidentemente México no es la excepción, de acuerdo a la ENSANUT 2006, el sobrepeso y la obesidad afectaban a cerca del 70% de la población entre los 30 y 60 años, afectando en mayor proporción a las mujeres. En tanto que la OCDE, en su publicación Factbook 2008² señala que México se encuentra en un alarmante segundo lugar a nivel mundial, pues el 39.1% del total de la población tiene problemas de sobrepeso y el 30.2% problemas de obesidad, es decir, el 69.3% de la población padece esta enfermedad.

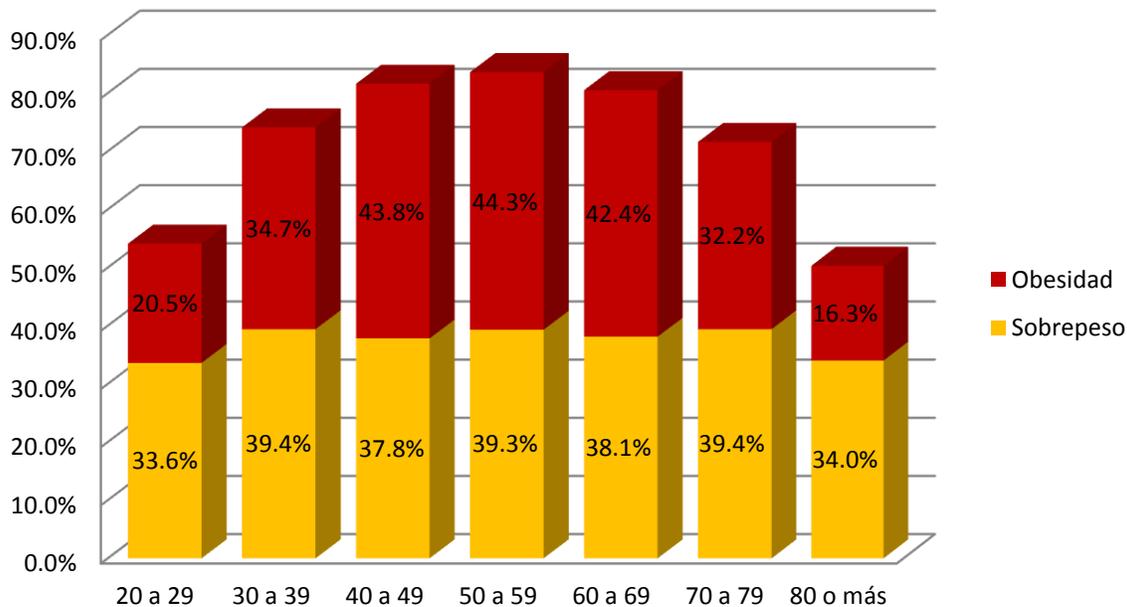
² Proporciona una visión global de los principales indicadores económicos, sociales y ambientales de hoy, en una gama de formatos de fácil utilización.

Gráfico 1.2. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en hombres, 2006



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006.

Gráfico 1.3. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en mujeres, 2006



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006.

En los gráficos 1.2 y 1.3 se aprecia claramente que más del 50% de la población padece obesidad y sobrepeso, a excepción del grupo de mayor edad tanto en hombres como en mujeres (80+), esto se entiende debido a que son personas que tuvieron un estilo de vida distinto al actual.

Asimismo, se observa que el siguiente grupo de edad con menor obesidad y sobrepeso es el de 20 o 29 años, tanto en hombres como en mujeres, ya que no superan el 60% como el resto de los grupos, no obstante, conforme avanzan de edad el riesgo a padecer dicha enfermedad aumenta.

El origen del sobrepeso y la obesidad se debe a distintos factores, entre ellos encontramos que se han modificado las dietas y hábitos alimentarios, todo ello debido al crecimiento económico y urbanización, lo cual ha ocasionado la disminución de las actividades primarias, así como el descenso de la población rural, mayor esperanza de vida, incorporación de la mujer a la fuerza de trabajo, masificación de la producción de alimentos, invención de la refrigeración y conservación industrial de alimentos y abaratamiento de los precios de los alimentos procesados, además, como factor clave, ha disminuido la actividad física de la población³.

³ Acuerdo Nacional de Salud Alimentaria (ANSA), a través de la Secretaría de Salud, 2010.

Fausto, Valdés, Aldrete y López (2006), señalan que existen factores genéticos adaptativos y factores socioculturales de la alimentación causantes de la obesidad de los mexicanos; los primeros consideran la hipótesis del genotipo de ahorro (Neel, 1962), y postula que las poblaciones expuestas a periodos de hambruna, en el cual el organismo se acostumbra a guardar y metabolizar menos nutrientes como una forma de protección y cuando esos grupos logran disponer de alimentos en forma regular, el organismo tiende a almacenar energía en forma de grasa, expresándose finalmente como obesidad. En México, y en la mayoría de los países subdesarrollados, el principal problema de salud del siglo pasado era la desnutrición, esto sustenta tal teoría en cierto grado.

Con respecto a los factores socioculturales, menciona que entre los cambios observados en nuestro país, que pueden tener una connotación negativa en los habitantes, están los asociados con la dieta y la nutrición, ya que se ha observado que en las últimas décadas, la población mexicana está teniendo una modificación en sus patrones de alimentación caracterizada por un consumo creciente de alimentos altos en colesterol, grasas saturadas, azúcares y sodio.

En este trabajo también se hace hincapié en el papel que juega el estilo de vida y la actividad física de las personas y sostiene que hay una tendencia al comportamiento sedentario promovido por la mecanización creciente tanto de los

medios de transporte como de las actividades del tiempo libre o del trabajo, que serían los principales factores asociados a un menor gasto de energía y agrega que existen pocos espacios para la realización de actividad física.

Para el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), la causa de la obesidad se puede entender de manera práctica a través de una operación matemática: si el gasto de energía es menor que el consumo de alimentos, el cual se transforma en energía, el excedente se acumula en el organismo en forma de grasa⁴.

Para la OMS, las causas principales de la obesidad y sobrepeso mundial son:

- El aumento de la ingesta de alimentos hipercalóricos, ricos en grasas y azúcares, pero con escasas vitaminas, minerales y otros micronutrientes.
- La tendencia a la disminución de la actividad física debido a la naturaleza cada vez más sedentaria de muchos trabajos, a los cambios en los medios de transporte y a la urbanización.

Es importante resaltar que el aspecto socioeconómico de las familias es un factor que influye en su alimentación, ya que ante la escasez de dinero, las personas recurren a la compra de alimentos procesados de bajo costo y poco

⁴ Tomado de <http://www.imss.gob.mx/salud/Nutricion/causas.htm>

saludables. Esto también es un reflejo de que existe poca regulación sobre la venta de determinados alimentos, que son llenadores pero no nutritivos.

Sin lugar a dudas, muchas son las causas que han provocado este difícil problema de salud pública en nuestro país, pero se pueden sintetizar a dos: los cambios en los patrones de consumo y la reducción de actividad física. En respuesta al crecimiento de esta pandemia, la OMS promovió la Estrategia Mundial sobre Alimentación Saludable, Actividad Física y Salud para la prevención de enfermedades crónicas, a la cual México se adhirió en 2004.

Derivado de ello, el gobierno federal comenzó a tomar algunas medidas preventivas como el lanzamiento de la Estrategia Nacional "Actívate, Vive Mejor" del Programa Nacional de Cultura Física y Deporte, en 2008, estableciendo como una línea de acción la promoción en el ámbito laboral, con empresas y sindicatos, en todas las instituciones públicas y privadas, para que todos los trabajadores puedan hacer alguna actividad física sistemática en su horario de trabajo. Este programa tiene como objetivo general concientizar al sector laboral del país, acerca de los beneficios de realizar actividad física, recreativa y deportiva, dentro y fuera del área de trabajo, acumulando 30 minutos diarios y va dirigido específicamente al sector productivo del país.

Aparte de las instituciones de gobierno, dicha estrategia también ha sido adoptada por empresas grandes como Soriana, Pepsico, Coca Cola, Cemex, Comercial Mexicana⁵, entre otras, sin embargo, aún no existe evidencia de que se esté realizando en las medianas y pequeñas empresas que son las más numerosas, ya que son las que generan el 72% de los empleos formales en el país junto con las microempresas⁶.

En enero de 2010, la Secretaría de Salud (SS) dio a conocer el Acuerdo Nacional de Salud Alimentaria (ANSA), consensuado y conciliado con el sector público, el privado y el social, en dicho acuerdo participaron expertos y reconocidos investigadores, universidades y agrupaciones de los sectores salud, educativo, social, económico y laboral, con el propósito de desarrollar políticas y acciones para prevenir el sobrepeso y la obesidad en los diversos sectores de sociedad. En niños de 2 a 5 años se pretende revertir el crecimiento, en la población de 5 a 19 años detener el avance y en los adultos desacelerar el crecimiento de la prevalencia de sobrepeso y obesidad. El ANSA consta de 10 objetivos principales:

- Fomentar la actividad física en la población en los entornos escolar, laboral, comunitario y recreativo, con ayuda de los sectores público, privado y social.

⁵ Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE) 2008. *Activación física laboral*. Documento obtenido de <http://www.deporte.org.mx>, el día 23 de agosto de 2010.

⁶ Tomado de http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_cpyme_informacion

- Aumentar la disponibilidad, accesibilidad y consumo de agua potable.
- Disminuir el consumo de grasas y azúcar en bebidas.
- Incrementar el consumo diario de frutas y verduras, leguminosas, cereales de granos enteros y fibra en la dieta, para lo cual será necesario aumentar la disponibilidad y acceso a estos productos y promover su ingestión.
- Mejorar la capacidad de toma de decisiones informadas de la población sobre una dieta correcta a través de un etiquetado útil, de fácil comprensión y del fomento del alfabetismo en nutrición y salud.
- Promover y proteger la lactancia materna exclusiva hasta los seis meses de edad y favorecer la alimentación complementaria adecuada a partir de los seis meses de edad.
- Disminuir el consumo de azúcares y otros edulcorantes calóricos añadidos en los alimentos, entre otros, aumentando la disponibilidad y accesibilidad de alimentos reducidos o sin edulcorantes calóricos añadidos.
- Disminuir el consumo diario de grasas saturadas en la dieta y reducir al mínimo las grasas trans de origen industrial.
- Orientar a la población sobre el control del tamaño de las porciones recomendables de los alimentos, poner a su disposición alimentos procesados que se lo permitan, e incluir tamaños de porciones reducidas en restaurantes y expendios de alimentos.

- Disminuir el consumo diario de sodio, reduciendo la cantidad de sodio adicionado y aumentando la disponibilidad y accesibilidad de productos de bajo contenido o sin sodio.

El logro de los objetivos será una responsabilidad conjunta y su cumplimiento dependerá de la participación decidida y comprometida de todos los sectores.

Cabe señalar que tanto la Estrategia Nacional “Actívate, Vive Mejor” y el ANSA son medidas implementadas por el gobierno federal dirigidas a promover la actividad física y el deporte, así como invitar a la población a que modifique su dieta rica en grasas y azúcares por una más sana.

1.1.1 Actividad física, definición de deporte y actividad física

La Ley General de Cultura Física y Deporte considera las siguientes definiciones relacionadas con la actividad física:

- Educación Física: Proceso por medio del cual se adquiere, transmite y acrecienta la cultura física.

- Cultura Física: Conjunto de bienes (conocimientos, ideas, valores y elementos materiales) que el hombre ha producido con relación al movimiento y uso de su cuerpo.
- Actividad Física: Actos motores propios del ser humano, realizados como parte de sus actividades cotidianas.
- Recreación Física: Actividad física con fines lúdicos que permiten la utilización positiva del tiempo libre.
- Deporte: Actividad institucionalizada y reglamentada, desarrollada en competiciones que tiene por objeto lograr el máximo rendimiento⁷.

En realidad, la actividad física es un término amplio que abarca actividades que varían en intensidad desde subir las escaleras regularmente, bailar y caminar, hasta correr, montar bicicleta y practicar deportes (OMS)⁸.

Pedroza y Salvador (2003), definen el deporte como todo tipo de actividades físicas, que, mediante una participación organizada o de otro tipo, tenga por finalidad la expresión o la mejora de la condición física o psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones deportivas.

⁷ Artículo 4, fracciones I – V. Ley General de Cultura Física y Deporte.

⁸ Tomado de: <http://www.paho.org/spanish/hpp/hpn/whd2002-physicalact.htm>

Para este trabajo, entendemos por actividad física todos los movimientos que forman parte de la vida diaria, incluyendo el trabajo, la recreación, el ejercicio y las actividades deportivas.

Fox (2006), afirma que ejecutar cualquier actividad física o practicar un deporte en forma, proporciona enormes beneficios para la salud, explica que en numerosos estudios se demuestra que las personas relativamente activas, obtienen las siguientes ventajas:

- Menor riesgo de obesidad.
- Menor riesgo de enfermedades cardíacas.
- Menor riesgo de diabetes tipo 2.
- Menor riesgo de cáncer.
- Músculos y huesos en buen estado.
- Salud mental.

Como se ha expuesto anteriormente, debido a los cambios surgidos en las últimas décadas, la población cuenta con menos tiempo disponible y con insuficientes espacios para hacer ejercicio, sumado a esto, México se encuentra con un grave problema de seguridad pública. Esto provoca que las personas se abstengan de salir de sus hogares por lo menos a caminar de manera libre y continua, ocasionando que el número de personas pasivas aumente y se

conviertan en simples espectadores y consumidores de eventos y productos deportivos, en lugar de practicar alguno de ellos.

Por ello es conveniente promover entre la población la realización de deporte y actividad física y transformarse de deportistas pasivos a deportistas activos y reducir el número de personas con problemas de sobrepeso y obesidad. No es una tarea fácil, sin embargo es una estrategia para poder influir en los hábitos deportivos de la población mexicana.

El gobierno tiene que atender el problema de la obesidad y sobrepeso ya que, la pandemia no sólo afecta al sistema de salud, sino también altera el ámbito socioeconómico del propio individuo y el aspecto macroeconómico, a través de las finanzas públicas, para ello, se requieren acciones a corto y largo plazo. Conscientes de que el sobrepeso y la obesidad es un problema complejo, se plantea la utilización de marketing deportivo como una herramienta que contribuya a su solución en el corto plazo.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Las acciones tomadas por el gobierno federal para combatir el problema de salud pública consideran a toda la población, sin embargo han puesto mayor énfasis en las acciones dirigidas a niños. Esto lo podemos constatar cuando vemos que diversos medios de comunicación informan que se han implementado estrategias en las instituciones educativas de nivel básico (preescolar, primaria y secundaria) en cuanto al expendio de alimentos en las cooperativas escolares, estableciendo lineamientos acerca de los alimentos autorizados para ser vendidos, así como las porciones adecuadas y los criterios nutricionales correspondientes. Estos son coordinados por la SS y la Secretaría de Educación Pública (SEP)⁹.

Para llevar a cabo los "Lineamientos generales para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo escolar de los planteles de educación básica", las empresas dedicadas al procesamiento de alimentos que son vendidos en las escuelas han tenido que modificar las porciones de sus productos para ser ofrecidos en las escuelas, lo cual representa un gran logro. Un ejemplo claro es Grupo Bimbo, que elaboró un portafolio de alimentos denominado "Mi escuela"¹⁰ que incluye presentaciones de sus productos con

⁹ Tomado del Diario Oficial de la Federación (DOF), http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/635/1/images/acuerdolineamientos_sept.pdf

¹⁰ Obtenido de El Universal. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/736624.html>

menos de 140 calorías por producto. Dado que las escuelas representan un gran mercado en cuanto a ventas, otras empresas de alimentos se están apegando a dichos lineamientos para ser autorizadas como proveedoras en las instituciones. A pesar de estas restricciones, es de importancia resaltar que los padres juegan un papel importante, ya que son ellos quienes deciden lo que consumen sus hijos.

Al revisar las medidas implementadas por el gobierno federal, en su iniciativa de resolver el problema de salud que representa el sobrepeso y la obesidad, se observa que no se han propuesto acciones concretas para el segmento de la población de 20 a 29 años.

Especialmente el sector joven de entre 20 y 29 años, es un segmento importante de la población por ser parte fundamental de la Población Económicamente Activa (PEA) y en muchos casos contribuyentes, que en los próximos años serán los responsables de sostener el sistema de pensiones¹¹ de nuestro país. Por ende, este trabajo de investigación, tiene como finalidad contribuir con el cumplimiento del primer objetivo del ANSA, es decir, promover la actividad física y el deporte entre la población de 20 a 29 años de edad en México.

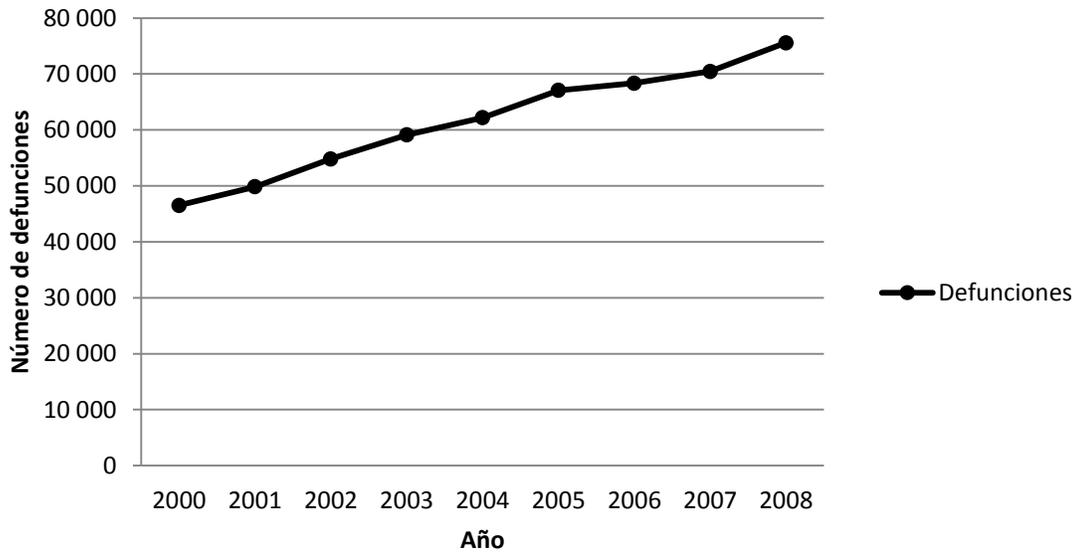
¹¹ Los sistemas de pensiones tienen como propósito que los trabajadores tengan, al momento de retirarse de la vida activa laboral, los recursos monetarios suficientes que les permitan alcanzar cierto nivel de consumo. El retiro puede darse por motivos invalidez, vejez o cesantía en edad avanzada. Los planes de pensiones generalmente también protegen a los dependientes económicos del trabajador en caso de que éste fallezca. Sistemas de pensiones y planes de ahorro y retiro: El caso de México. Morales y Morales (2006).

Es importante tener una población sana, ya que no tenerla afecta las finanzas públicas, por el lado de la recaudación de impuestos y por el aumento del gasto público que implica atender a un mayor número de enfermos.

Sánchez-Castillo, *et al.*, (2004), explica que el número de casos estimado con diabetes tipo 2 e hipertensión arterial que existen actualmente en México es considerable, por lo que no es de extrañar que ocupen hoy en día las primeras causas de mortalidad en nuestro país junto con otras enfermedades cardiovasculares.

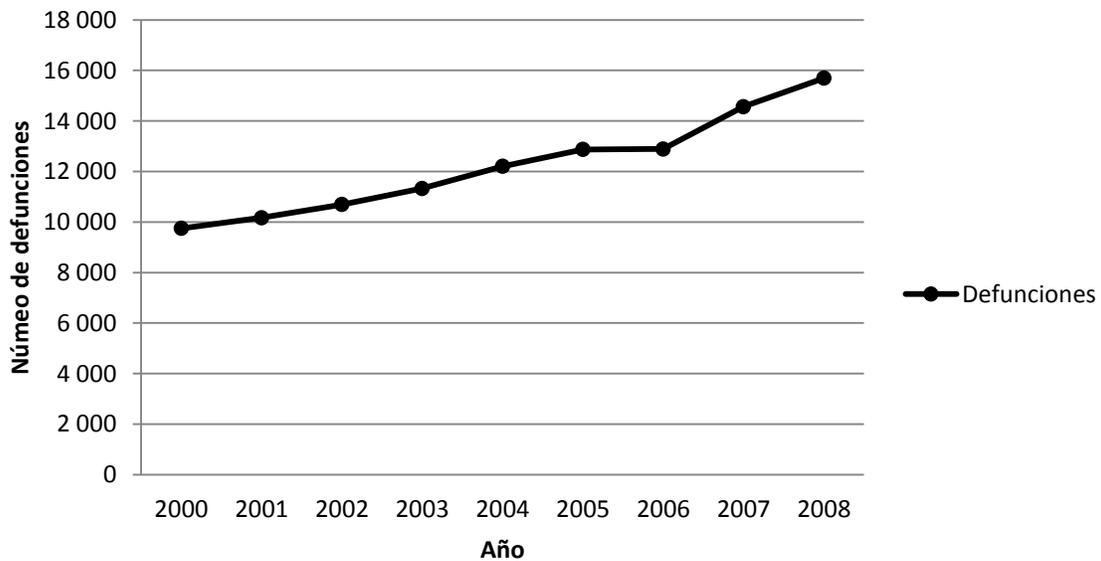
De acuerdo a las estadísticas de la SS, las principales causas de mortalidad en nuestro país son las ECNT, del año 2000 al 2008 la primera causa de defunción en personas mayores de 20 años fue la diabetes mellitus, pasó de 46,525 el año 2000 a 75,572 en 2008. La hipertensión arterial también ha aumentado de 9,747 a 15,694 defunciones. Esta tendencia se observa en los Gráficos 1.4 y 1.5.

Gráfico 1.4. Defunciones en México a causa de diabetes mellitus del año 2000 al 2008



Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Salud.

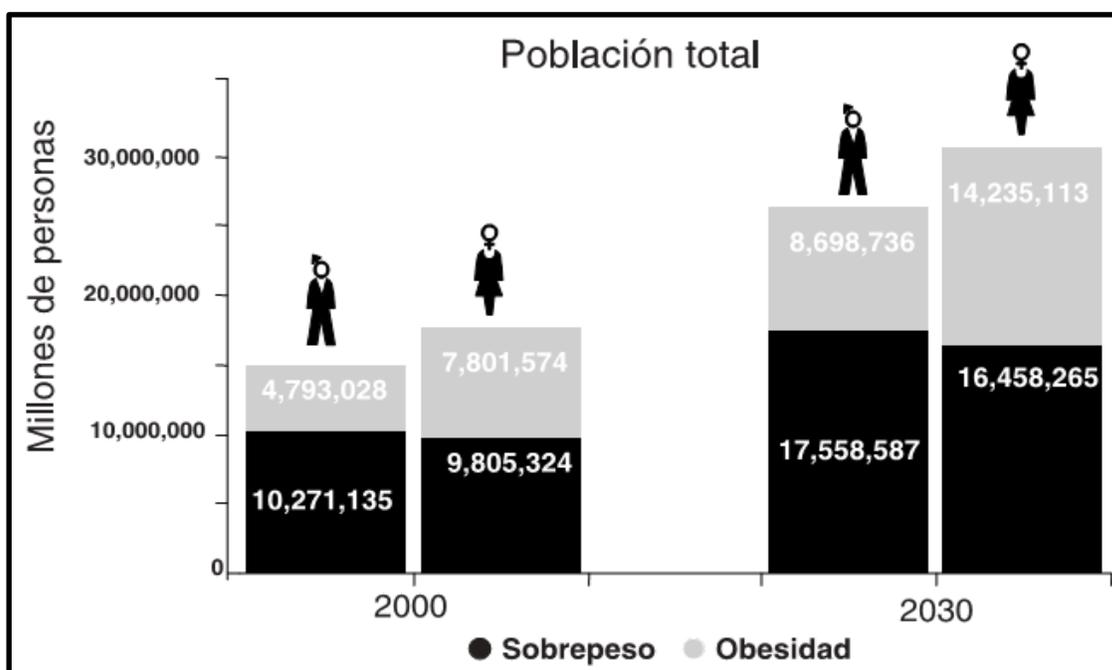
Gráfico 1.5. Defunciones en México a causa de enfermedades hipertensivas del año 2000 al 2008



Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Salud.

En este mismo trabajo Sánchez-Castillo, Pichardo-Ontiveros y López-R (2004), realiza una proyección para el año 2030 y tan solo por el crecimiento de la población y considerando que no hay cambios en los patrones de padecimientos, el aumento en la carga de enfermedad prácticamente se duplica, aunque en términos reales ésta será aún mayor, sin considerar las enfermedades crónicas que se derivan [Ver en el Gráfico 1.6].

Gráfico 1.6. Población total en México con padecimientos de sobrepeso y obesidad 2000, 2030.



Fuente: Tomado de Epidemiología de la obesidad. Sánchez – Castillo, C., *et al.* Gaceta Médica, 2004,

Como se menciona anteriormente, las consecuencias de no tomar las medidas necesarias son realmente graves, implica un costo económico y social. Por

tal motivo, consideramos que el uso de la mercadotecnia deportiva sería una importante herramienta para influir de manera positiva en las decisiones de las personas objetos de estudio para que realicen alguna actividad física que los ayude a tener un peso ideal y así contribuir a bajar la tendencia en el aumento de las estadísticas de este problema de salud.

En 2006, Juan Rivera, director del Centro de Investigación en Nutrición y Salud del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) declaró que en el país, los estados del norte presentan un mayor índice de sobrepeso y obesidad, con una prevalencia mayor al 75%. Encabezan la lista las entidades de Nuevo León, Chihuahua, Sonora, Sinaloa debido a que la población consume en mayor medida productos procesados y comida rápida, sus patrones de alimentación se asemejan a los de Estados Unidos; en el sur predominan Campeche, Yucatán, Quintana Roo y Tabasco, estados donde consumen alimentos con alto contenido en grasas y azúcares, como la carne de puerco y refresco, declaró Blanca Betancourt, antropóloga de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)¹² y los estados con las tasas más bajas son Oaxaca, Guerrero y Chiapas que presentan índices de aproximadamente el 55%¹³.

¹² Tomado de <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/5501.html>

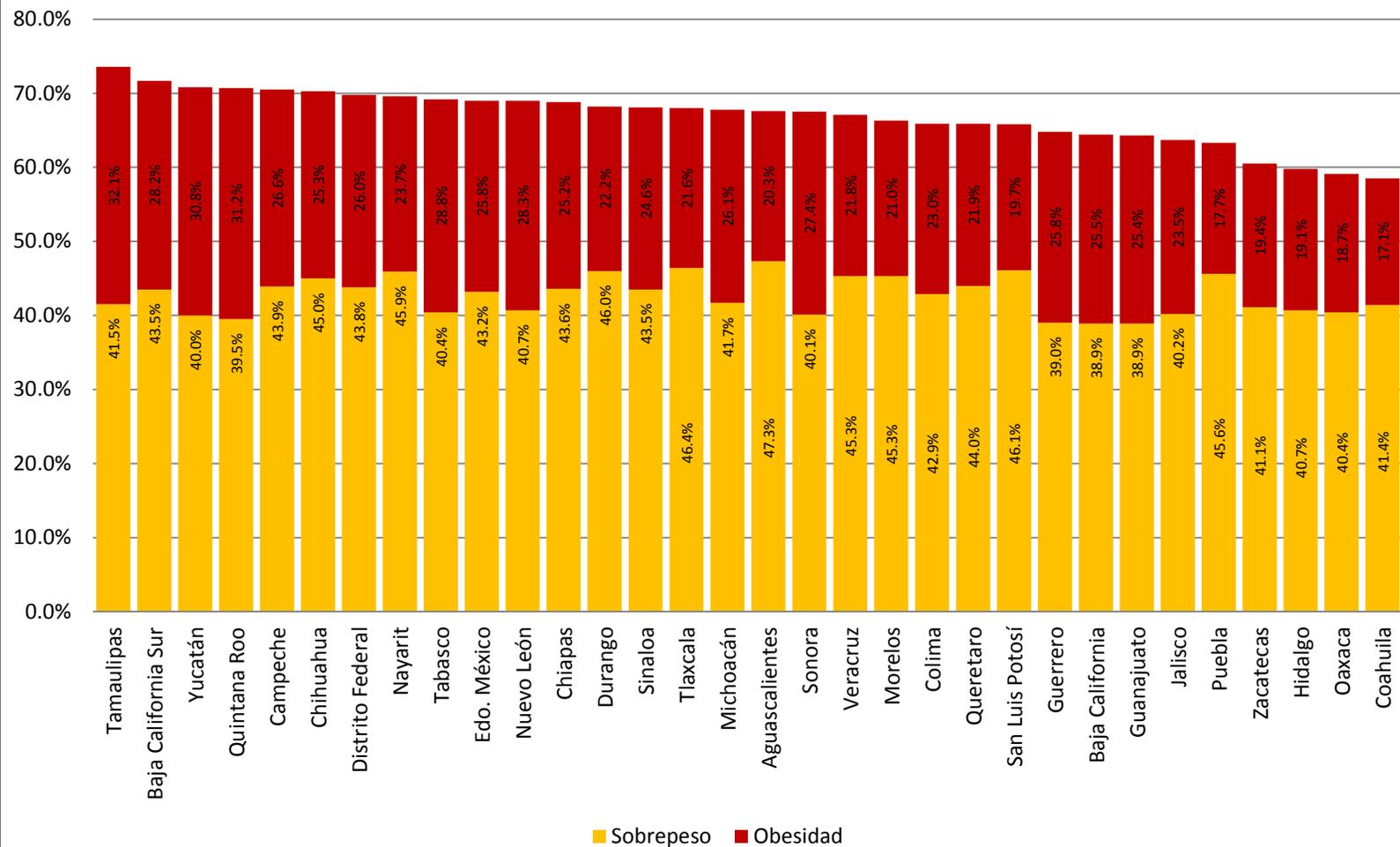
¹³ Tomado de http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=263271

Con relación a la prevalencia de sobrepeso, los hombres son los que más sufren este padecimiento y los estados con el mayor número de personas son: Aguascalientes (47.3%), Tlaxcala (46.4%) y San Luis Potosí (46.1%). En el caso de las mujeres, el Estado de México (43.5%), Hidalgo (41.5%) y Sinaloa (41.3%) tienen los más altos índices [Gráfico 1.7].

Los estados que tienen más personas con obesidad con respecto a los hombres se encuentran en los estados del norte y en la región sur - sureste del país, encabezan la lista Tamaulipas (32.1%), Quintana Roo (31.2%) y Yucatán (30.8%). En México, las mujeres son las que tienen los índices más altos de prevalencia, los estados de Sonora (46.9%), Campeche (45.5%) y Durango (45.3%) ocupan los primeros lugares [Gráfico 1.8].

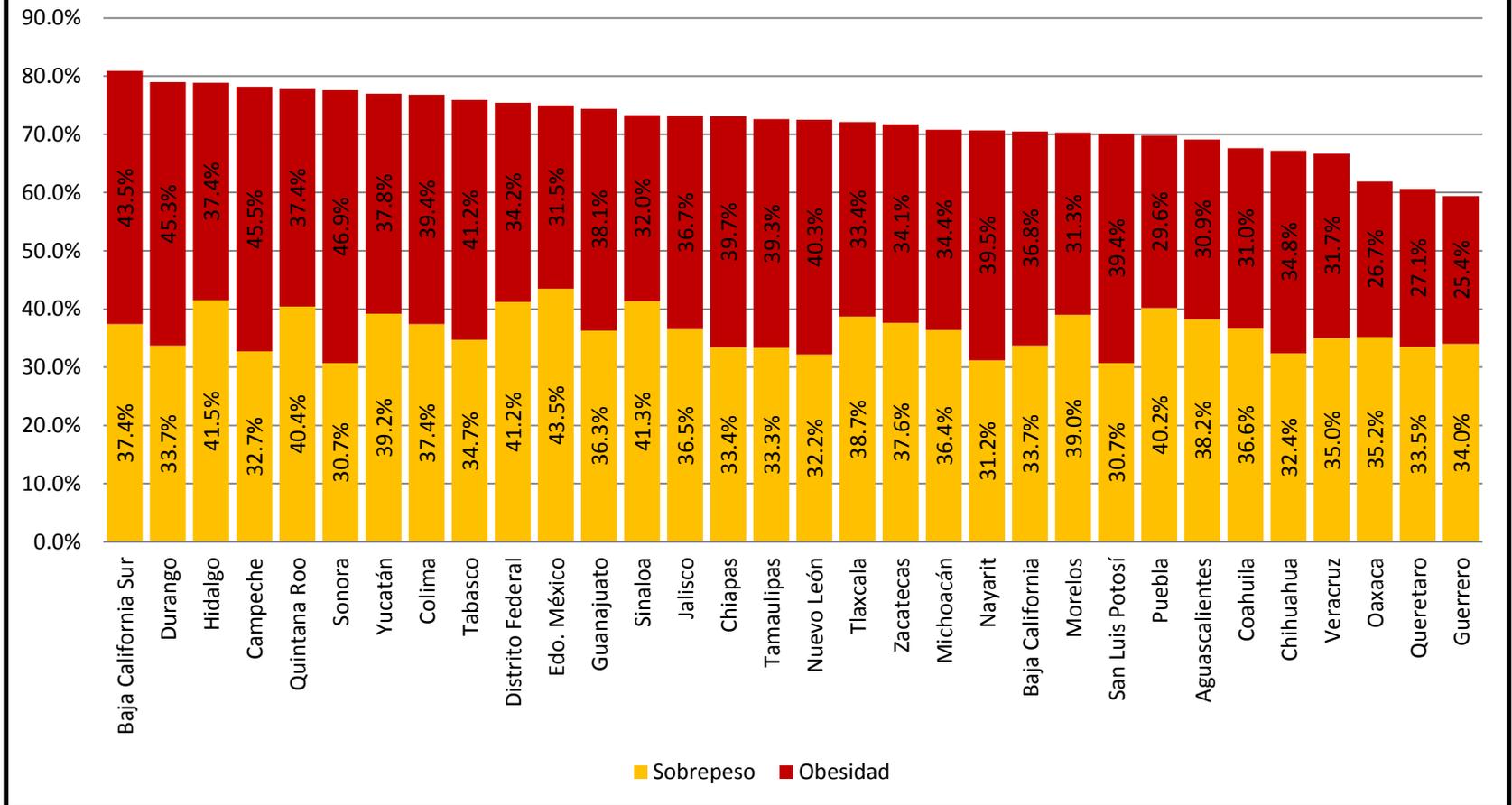
Oaxaca tiene lo más bajos índice de sobrepeso y obesidad en el caso de los hombres a nivel nacional con una prevalencia del 59.1% y respecto a las mujeres es del 61.9%. A pesar de ser menor la tasa de prevalencia no deja de ser preocupante, ya que alrededor de 6 de cada 10 personas mayores de 20 años en el estado sufren de alguno de estos padecimientos y el 30% de la población infantil padecen obesidad, por ello, los Servicios de Salud de Oaxaca (SSO) exhortan a adquirir estilos de vida saludable para evitar complicaciones a la salud, e incluso la muerte. El problema de sobrepeso y obesidad se está presentando en

Gráfico 1.7. Porcentaje de población masculina de 20 años y más, por entidad federativa con sobrepeso y obesidad, 2006



Fuente: Tomado de Diez Problemas de la Población de Jalisco: Una Perspectiva Sociodemográfica, 2010.

Gráfico 1.8. Porcentaje de población femenina de 20 años y más, por entidad federativa con sobrepeso y obesidad, 2006



Fuente: Tomado de Diez Problemas de la Población de Jalisco: Una Perspectiva Sociodemográfica, 2010.

mayor medida en el Istmo de Tehuantepec y en la Cuenca del Papaloapan, donde 7 de cada 10 personas sufren de obesidad según declaración del médico epidemiólogo auxiliar de la Coordinación de Prevención y Atención de la Salud en el IMSS Oaxaca, Miguel Ángel Altuzar Figueroa, en febrero de 2011.

Pese a que no hay datos publicados a nivel estatal y municipal, el panorama también es preocupante. Como medida, el actual gobernador del Estado, Gabino Cué Monteagudo ha dado instrucciones para implementar programas y presupuestos específicos para abatir dicho problema que representan un alto costo económico y social¹⁴.

Se aplicará una encuesta para confirmar, el hábito o cultura de ejercitarse en los jóvenes de 20 a 29 años que habitan en la ciudad de Oaxaca de Juárez ante la limitación de recursos para hacerlo a nivel nacional, únicamente se tomó la capital del Estado de Oaxaca.

Es importante señalar que los resultados obtenidos a nivel local servirán para hacer una herramienta que se emplee a nivel federal, esto es factible debido a que es el reflejo de lo que existe en la capital de un estado que teóricamente

¹⁴ Tomado de http://oaxaca-ya.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4247%3Aesta-aumentando-la-obesidad-en-oaxaca&catid=37%3Aal-minuto&Itemid=2

tiene las tasas más bajas de obesidad y sobrepeso, no obstante, no deja de ser preocupante ya que no es menor al 50%.

La ciudad de Oaxaca de Juárez, no es una gran urbe, por ende, no presenta tantos problemas de densidad de población, ni de seguridad como otras ciudades del país, sin embargo, las personas no realizan más ejercicio que las de otros estados, de aquí que se deduzca, que si en una ciudad como esta existe el problema, en ciudades de igual tamaño y más grandes también esté presente. Aunado a esto, diversas fuentes de información oficiales, como se indicó anteriormente, han señalado que es un problema que ha afectado a todo el país, no excluye zona geográfica, edad ni nivel socioeconómico.

1.3. OBJETIVO GENERAL

Identificar la frecuencia con la que los jóvenes de 20 a 29 años de edad de la ciudad de Oaxaca de Juárez, Oax. realizan alguna actividad física o deporte y la importancia que le atribuyen a ésta.

1.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los índices de prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población a nivel nacional y local.
- Revisión y análisis de las erogaciones del gobierno federal en salud particularmente en la atención de enfermedades imputables al sobrepeso y la obesidad.
- Identificar la frecuencia con la que los jóvenes realizan ejercicio de acuerdo a su género.
- Conocer los motivos que los impulsan a realizar alguna actividad física.
- Analizar las razones por las que no se ejercitan los jóvenes.
- Proponer estrategias publicitarias a fin de informar, persuadir y motivar a los jóvenes a realizar ejercicio.

1.4. HIPÓTESIS

- Los jóvenes de 20 a 29 años de edad no hacen ejercicio frecuentemente debido a que no tienen tiempo y no existe infraestructura deportiva suficiente a su alcance.
- La población objeto de estudio que no se ejercita, en su tiempo libre realiza principalmente actividades sedentarias que requieren el mínimo esfuerzo físico.

1.5. METODOLOGÍA

Para desarrollar este trabajo de investigación se utiliza el enfoque mixto, descriptivo y transversal, que incluirá diferentes análisis en distintos niveles, tanto macroeconómico como microeconómico. Por lo tanto, el desarrollo de la investigación, incluye los siguientes pasos:

- Investigación documental sobre el problema de sobrepeso y obesidad, marketing deportivo, gasto público y hábitos deportivos de los mexicanos a través de diversas fuentes biblio - hemerográficas.
- Determinar una muestra representativa de la población de jóvenes de 20 a 29 años de edad de la Ciudad de Oaxaca.
- Elaboración y aplicación de encuestas en la ciudad de Oaxaca a la muestra¹⁵.
- Análisis descriptivo de los resultados obtenidos en la encuesta.

¹⁵ La aplicación de encuestas a la población joven de Oaxaca se realizará con la finalidad de obtener evidencia empírica que refuerce la investigación bibliográfica y estadística. La situación de la juventud oaxaqueña con respecto a la obesidad y sobrepeso, y a la práctica deportiva o actividad física es un caso particular dado el contexto socioeconómico del estado y no pretendemos generalizar tal situación a nivel nacional, pero de este análisis se pueden sacar conclusiones que puedan extrapolarse al plano macrosocial.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Origen del marketing deportivo

A fin de precisar qué es el marketing deportivo partimos del concepto de marketing, Kotler (2003) lo define como la actividad humana que satisface necesidades y deseos del consumidor mediante procesos de intercambio.

Mullin, Hardy y Sutton (2007) parte de la definición de marketing general y señala que el marketing deportivo está compuesto por varias actividades que han sido diseñadas para analizar los deseos y necesidades de los consumidores de deporte¹⁶ y realizarlos a través de procesos de intercambio.

Campos 1997) define el marketing deportivo en dos vertientes, la primera integra todas las actividades para promover la participación en programas de actividad físico – deportivas, venta de productos y asistencia a espectáculos y

¹⁶ El término consumidores deportivos abarca muchas clases de vínculos con el deporte, incluyendo jugar, participar, presenciar, escuchar, leer y, recaudar. Mullin, B., *et. al.* (2007) Marketing deportivo. Editorial Paidotribo. México.

eventos deportivos. La segunda hace referencia al patrocinio (empresas patrocinadoras y patrocinadas).

Para fines de este trabajo, se utilizará el concepto de Campos (1997), marketing para promover la participación en programas de actividad físico-deportiva.

Contrario a lo que se afirma respecto de que el marketing deportivo es un tema relativamente nuevo, Torres (2006) señala lo contrario y menciona un claro ejemplo de patrocinio deportivo por parte de la compañía Kodak que en 1896 comenzó a financiar los juegos olímpicos de la era moderna en Atenas, así como al Comité Olímpico Internacional (COI)¹⁷, lo cual convierte a Kodak en el patrocinador más antiguo con 111 años de colaboración¹⁸.

Gutiérrez (2008) menciona que existen dos pioneros en este tema que son Horst Dassler líder de la marca Adidas que creó la ISL (International Sports Culture and Leisure) que comercializa los mundiales de fútbol, atletismo, baloncesto y

¹⁷ El COI coordina las actividades del Movimiento Olímpico. Además está encargado de supervisar y administrar todo lo concerniente a los Juegos Olímpicos. Es dueña de todos los derechos asociados a los símbolos olímpicos, la bandera, himno, lema, juramento y los juegos. Controla los derechos de transmisión de los juegos, la publicidad y demás actividades de acuerdo a la Carta Olímpica. Además es el organismo internacional encargado de organizar y seleccionar las ciudades que serán sedes de los Juegos Olímpicos cada 4 años. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Comit%C3%A9_Ol%C3%ADmpico_Internacional

¹⁸ Tomado de El Mundo. es, <http://www.elmundo.es/mundodinero/2007/10/13/economia/1192264684.html>

ciclismo, así como Marck McCormack quien comercializa eventos y administra la imagen de grandes estrellas del deporte en Estados Unidos.

Mullin, et. al. (1985) señala que es a partir de 1978 en que el marketing deportivo se comenzó a utilizar con mayor frecuencia, recurriendo a figuras públicas del deporte para promover el consumo de diferentes productos y servicios.

En México, la mercadotecnia deportiva está en desarrollo, Rogelio Roa, director comercial de la empresa DreaMatch Solutions, señala que el concepto es relativamente joven en México y que existen pocas empresas de mercadotecnia que se enfocan a los deportes; por lo mismo hay poca información y cifras exactas de la industria¹⁹.

Con el concepto de marketing deportivo se pretende alcanzar fundamentalmente dos objetivos:

- La promoción de actividades, productos y servicios deportivos dirigidos a consumidores del deporte.

¹⁹ Tomado de El Universal, de <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/42929.html>

- La promoción de productos o servicios no relacionados con el deporte, pero que emplean un evento o a una figura relacionados con el deporte.

2.2. El deporte como producto

El deporte, según Pedroza y Salvador (2003) es todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación organizada o de otro tipo, tenga por finalidad la expresión o la mejora de la condición física o psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones deportivas.

Hoy en día, la industria del deporte es un fenómeno a nivel mundial que causa revuelo en cualquier país y ha cobrado una inmensa importancia debido a sus características, Torres (2006) señala varias, las siguientes son las más relevantes:

- El deporte se ha visto incluido en la historia de la humanidad desde el inicio de ésta, incorporándose con ello inevitablemente en las distintas actividades que ella realiza.
- Las relaciones comerciales que se han formado en torno al deporte y sus instituciones ejercen mayor lealtad entre las personas que cualquier marca o producto, lo cual es aprovechado por las compañías para que su mercado

los identifique con cierto deporte y/o cierta institución u organización deportiva.

- El interés de los distintos gobiernos nacionales por organizar eventos deportivos de carácter internacional se debe al impacto económico que trae consigo, ya que mejora sus finanzas y adquieren mayor prestigio internacional.
- La mercadotecnia ha colaborado con las comunidades, federaciones y organizaciones deportivas para el fomento y la difusión del deporte.
- El deporte, en general, ha ayudado a crecer a la mercadotecnia, y también se ha visto beneficiado por ella, pues esta rama de la administración le ha proporcionado los medios económicos y de difusión necesarios para garantizar su permanencia.

Como se señala, son muchas las ventajas que el deporte tiene por su antigüedad de práctica y combinado con el marketing han adquirido mayor fuerza e influencia, es por ello que diversas organizaciones, ya sean públicas o privadas han hecho uso de ambos como un medio para lograr determinados objetivos. Aunado a lo anterior, es importante señalar que también está en boga la economía del deporte, debido a que esta actividad tiene mucho arraigo,

capacidad de movilización y convocatoria, por lo que trae consigo una gran cantidad de flujos de dinero, es decir un gran impacto económico²⁰.

2.3. Patrocinio deportivo

2.3.1. Concepto de patrocinio deportivo

En la literatura existen diversas definiciones de patrocinio deportivo, a continuación se presentan las más representativas:

- Senovilla (2000) citado en Gutiérrez (2001) lo define como la forma de comunicación empresarial asociada a la actividad deportiva con el objeto de difundir una imagen de marca para obtener notoriedad y un estado de opinión favorable a la misma, dirigida a públicos concurrentes entre la actividad y el patrocinador; para obtener beneficios económicos.
- Campos (1997) menciona que es el marketing para promover la venta a las empresas de los valores comunicativos que el deporte puede transmitir.

²⁰ Arias, F.(2009), define la Economía del Deporte como es una rama de la ciencia económica, que estudia la utilización de recursos escasos por parte de los miembros de una sociedad, para la producción, distribución y consumo, de bienes y servicios deportivos, o relacionados con dicha actividad. Economía y deporte: Analogía entre el sistema económico y el deporte de élite. Revista electrónica del Centro de Investigación de Estudios en Educación Física, Salud, Recreación y Danza, Vol. 1, No. 1. Colegio Universitario de Caracas.

- Méndez (2001) citado en Martínez *et. al* (2005) señala que es un instrumento de comunicación comercial que busca asociar una marca, empresa u organización con un evento atractivo para un público dado.

Las definiciones anteriores versan en el uso del deporte por parte de las empresas como un medio de comunicación para llegar a un mayor público objetivo y obtener beneficios económicos y reconocimiento. Esto es posible gracias a que el deporte es una actividad universal y goza de una enorme popularidad, especialmente algunos deportes como el fútbol, basquetbol, beisbol, entre otros.

2.3.2. Objetivos del patrocinio deportivo

Cuando las empresas hacen uso del patrocinio deportivo como complemento de su plan de mercadotecnia buscan alcanzar determinados objetivos, así como la entidad deportiva que busca ser patrocinada, se destacan las que menciona Gutiérrez, (2001)²¹:

- Objetivos para la empresa patrocinadora:

²¹ Gutiérrez, J. *El patrocinio deportivo: pilares económicos*. Deporte y actividad física para todos, ISSN 1578-0546, No. 2; pp. 79-90. (2001).

- Tener una forma añadida de comunicación empresarial diferente a otras.
 - Aportar notoriedad de marca.
 - Aumento del recuerdo del producto.
 - Mejorar la imagen corporativa.
 - Posicionamiento en el mercado.
 - Predisposición favorable por parte del público.
- Objetivos para la empresa patrocinada:
 - Buscar una fuente de recursos económicos o en especie.
 - Vía de establecimiento de planes de colaboración con entidades (normalmente empresas) estables, organizadas y enraizadas en entornos de interés.

2.4. Mezcla de mercadotecnia

2.4.1. Perfil del consumidor

El diseño de la mezcla de mercadotecnia debe ser acorde con las características y atributos del producto, pero sobre todo debe considerar en todo momento el perfil del consumidor.

- La población a la que se enfoca este trabajo son los jóvenes entre 20 y 29 años de edad que viven en la República Mexicana y que no practican deporte regularmente.
- Son jóvenes que estudian y/o trabajan, principalmente solteros.
- Son consumidores de bienes y servicios deportivos (deportistas pasivos), únicamente espectadores.
- Suelen ser seguidores de personajes e íconos deportivos.
- Navegan de manera intensa en internet y usan constantemente las redes sociales.

2.4.2. La mezcla de mercadotecnia

Para fines de este trabajo se realiza una mezcla de marketing, cuyo producto es la promoción de la actividad, para lo cual es importante definir qué es la mezcla de marketing. De acuerdo a Kotler (2003), la mezcla de mercadotecnia se define como "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto".

La mezcla de marketing considera cuatro aspectos principalmente, producto, precio, plaza (distribución) y promoción, mejor conocidos como las 4 P's.

- El producto es el un conjunto de atributos tangibles o intangibles que una empresa u organización ofrece a su mercado meta.
- El precio, es la cantidad de dinero que se da cambio de un bien o servicio.
- La plaza incluye todas aquellas actividades que la empresa realiza para poner a disposición de su mercado meta el producto que ofrece.
- La promoción integra todas las actividades que tiene como objetivo informar, persuadir y recordar las características y beneficios que el producto ofrece.

En este trabajo de investigación el producto lo constituye "el deporte y la actividad física", para el cual se pretende elaborar una mezcla de mercadotecnia cuyo mercado meta es la población de 20 a 29 años que no realiza actividad física alguna, se pretende que este segmento se ejercite de manera constante y lo convierta en un hábito.

Nuestro producto tiene características especiales, ofrece al consumidor la satisfacción de algunos deseos o necesidades básicas como son la salud, diversión y sociabilidad cuando se realiza de manera grupal. Se trata de un producto intangible, temporal, experimental y subjetivo.²² Atrae de manera diferente a todos los segmentos demográficos por su universalidad.

El precio de nuestro producto "deporte y actividad física" no se contabiliza de manera monetaria, sino por el tiempo que se empleará para realizarlo, el cual dependerá de la disponibilidad de cada persona.

La plaza para nuestro producto "deporte y actividad física", está formada principalmente por la infraestructura deportiva; tales como parques, centros e instalaciones deportivas y las casas de los jóvenes.

En este trabajo de investigación, la promoción constituye la parte más relevante, ya que con ella se intenta, informar, persuadir y motivar al mercado meta sobre la importancia que implica ejercitarse y realizar alguna actividad física.

²² Mullin, B., *et. al.* (2007) Marketing deportivo. Editorial Paidotribo. México, pp. 31

2.5. Gasto público en salud

Una de las funciones del Estado, es promover el desarrollo económico y social de un país. Dicha intervención se manifiesta a través del ejercicio del gasto público. Dentro de los compromisos sociales que atiende el Estado destacan la educación, la salud, la vivienda, la seguridad social y la defensa nacional.

El rubro de la salud es de suma importancia para la sociedad y el propio Estado, ya que una población saludable enfrenta menos dificultades para su desarrollo y le permite incorporarse a una actividad económica.

Particularmente en la última década el gasto público en salud ha aumentado. El entonces Secretario de Salud, José Ángel Córdova Villalobos, informó que el presupuesto para este sector aumentó un 74% de 2006 a 2010. En 2006 fue de 82 mil millones de pesos y para 2011 se han asignado 161 mil millones de pesos²³. Estos incrementos se explican en buena medida por el propio crecimiento demográfico y la reciente reforma a la Ley General de Salud (LGS), que dio origen al Sistema de Protección Social en Salud, a través del Seguro Popular.

²³ Información tomada de: <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/destaca-cordova-aumento-de-presupuesto-para-salud-en-cuatro-anos>

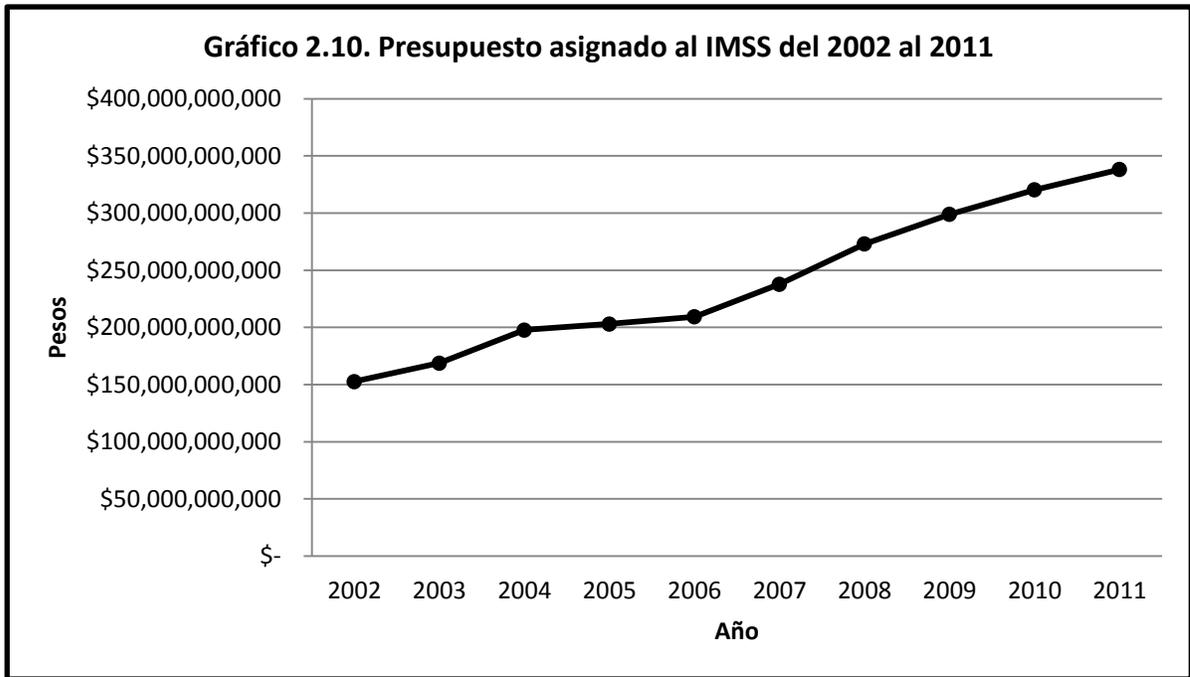
Ibarra (2010) define el gasto público como la cantidad de recursos financieros materiales y humanos que el sector público representado por el gobierno emplea para el cumplimiento de sus funciones, entre las que se encuentran de manera primordial los servicios públicos de la sociedad²⁴.

En los gráficos 2.9, 2.10 y 2.11 se puede observar que el presupuesto asignado a las principales instituciones de salud pública se ha incrementado considerablemente.

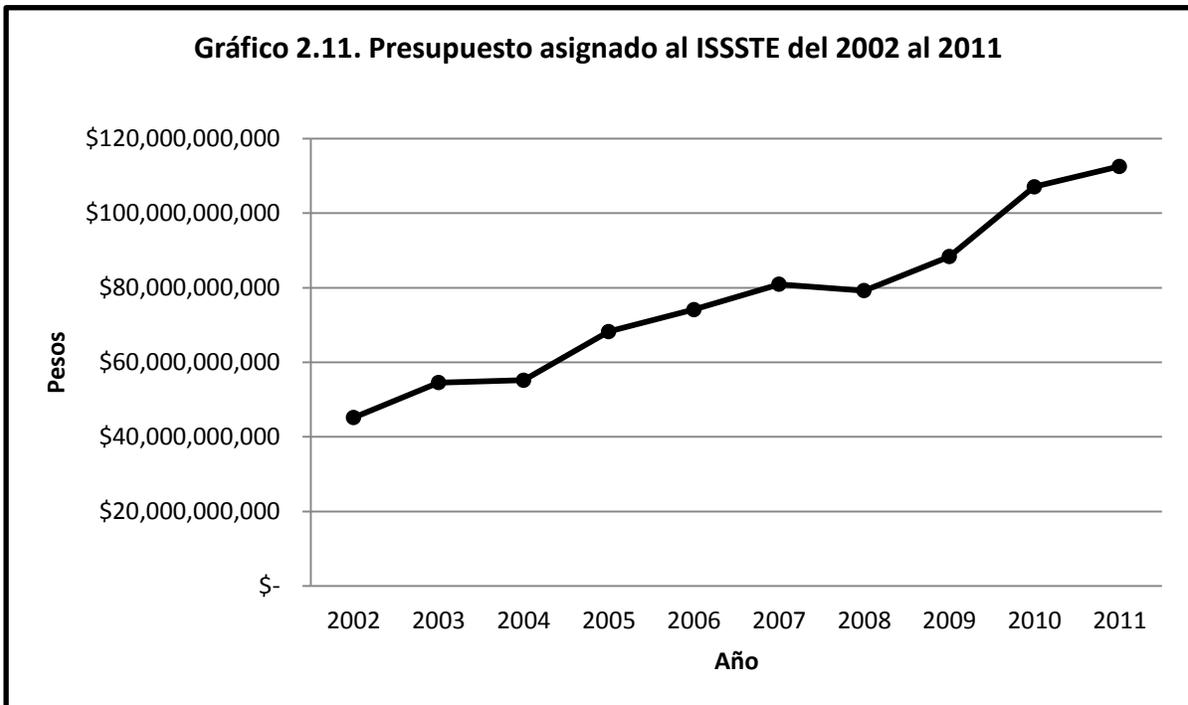


Fuente: Elaboración propia con datos de los Presupuestos de Egresos de la Federación del 2000 al 2011.

²⁴ Ibarra, A. (2010). Introducción a las Finanzas Públicas. Edición electrónica gratuita, ISBN-13: 978-84-693-1877-5.



Fuente: Elaboración propia con datos de los Presupuestos de Egresos de la Federación del 2002 al 20011.



Fuente: Elaboración propia con datos de los Presupuestos de Egresos de la Federación del 2002 al 20011.

El Secretario de Salud señaló que dos elementos claves en dicha estrategia son la creación, por Decreto Presidencial del Consejo Nacional para la Prevención y Control de las Enfermedades Crónicas No Transmisibles (CNPCECNT) en febrero de 2010²⁵ y el incremento de recursos para su prevención²⁶. En 2010 el presupuesto global del sector salud ascendió a 380 mil millones de pesos, y de ellos, 190 mil millones son para el tratamiento de dichos padecimientos²⁷.

El incremento en el presupuesto también se debe a que se cuenta con 852 unidades médicas más, la implementación del Seguro Popular y el Seguro Médico para una Nueva Generación, creación de programas dirigidos a la niñez, aumento de las Caravanas de la Salud en el país, entre otros programas²⁸.

De acuerdo al CNPCECNT, en los últimos años, la mitad del presupuesto de las instituciones públicas de salud se está destinando a la atención de personas que padecen enfermedades imputables al sobrepeso y obesidad²⁹, lo cual cada vez está representando un alto costo económico para la sociedad y el gobierno.

²⁵ Una instancia de coordinación permanente en materia de prevención y control de las enfermedades crónicas no transmisibles de mayor prevalencia en la población mexicana y sus factores de riesgo.

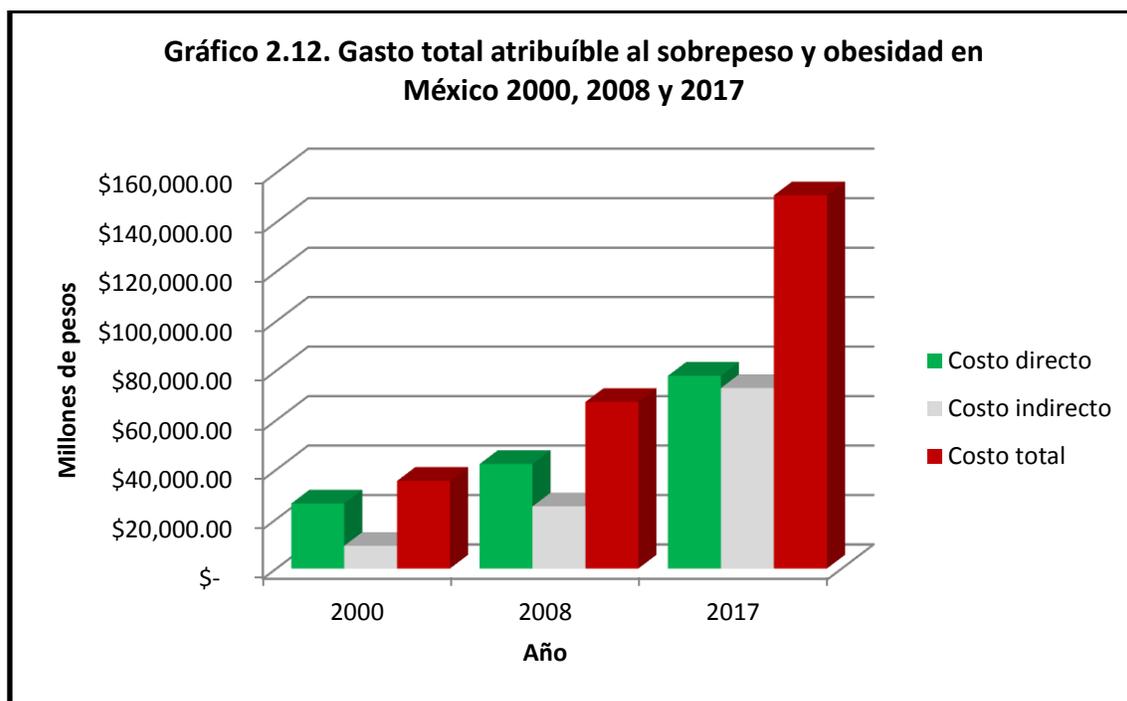
²⁶ Tomado de: <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=141510>

²⁷ Información obtenida de: <http://presidencia.gob.mx/prensa/?contenido=56395>

²⁸ *Ibidem* 4.

²⁹ Tomado de <http://journalmex.wordpress.com/2010/05/12/consejo-nacional-para-la-prevencion-y-control-de-enfermedades-cronicas-no-transmisibles/>

La SS en el ANSA estimó el costo directo que representa la atención médica de las enfermedades causadas por la obesidad y el sobrepeso. El costo se incrementó en un 61% en el periodo 2000-2008 (valor presente), al pasar de 26,283 millones de pesos a por lo menos 42,246 millones de pesos, y una proyección prevé que para el 2017 dicho gasto alcance los 77,919 millones (en pesos de 2008). Durante el mismo período, el costo indirecto por la pérdida de productividad por muerte prematura se incrementó 13.51% al pasar de 9,146 millones de pesos a 25,099 millones de pesos (valor presente). El costo total que representa la atención médica para la atención de enfermedades relacionadas con el sobrepeso y la obesidad durante el mismo período pasó de 35,429 millones de pesos a 67,345 millones de pesos y 150,860 millones de pesos para 2017 ver Gráfico 2.12.



Fuente: Elaboración propia con datos del Acuerdo Nacional de Salud Alimentaria (ANSA), 2010.

De acuerdo con las cifras, el gasto público destinado a la atención de las enfermedades asociadas con el sobrepeso y la obesidad son elevadas y de no revertir la tendencia, se enfrentarían serias dificultades financieras que afectarían la prestación de dichos servicios. La carga de tales costos representa un gran riesgo para la sustentabilidad del sistema de salud pública y el gasto de los hogares.

CAPÍTULO 3

HÁBITOS DEPORTIVOS DE LOS JÓVENES EN MÉXICO

Cabe señalar que no existen estudios oficiales que describan con mayor detalle la práctica deportiva de los jóvenes ni de ningún otro sector de la población, debido a que recientemente la CONADE, institución responsable de la práctica deportiva en el país se ha reestructurado y sólo se pudo contar con información del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ), que en sus investigaciones ha incorporado pocas preguntas acerca del deporte, así como de otras instituciones, sin embargo nos dan un panorama general de lo que sucede en México respecto a este tema.

3.1. La población joven en México

Antes de conocer los hábitos relacionados con la cultura física y deportiva de los jóvenes en México, debemos conocer la importancia que tiene este grupo de la población dentro de nuestra sociedad en la actualidad y cómo se desarrollará en los próximos años.

En las últimas décadas México se ha caracterizado por tener una población joven, pero con el comienzo del siglo XXI se han dado cambios en la demografía, ya que está disminuyendo. En el año 2000 los jóvenes representaban el 34.5% de total de la población y de acuerdo con proyecciones para el año 2020 se estima en 29%, descendiendo hasta el 21.2% en el año 2050³⁰. Según el Censo de Población y Vivienda del 2010, la mitad de la población tiene 26 años o menos y la proporción de jóvenes varía entre el 24.9% y el 29.8% en las distintas entidades federativas, Quintana Roo es la entidad con mayor proporción de personas jóvenes y el Distrito Federal tiene la menor, la Gráfica 3.13 muestra dicha distribución por estados³¹.

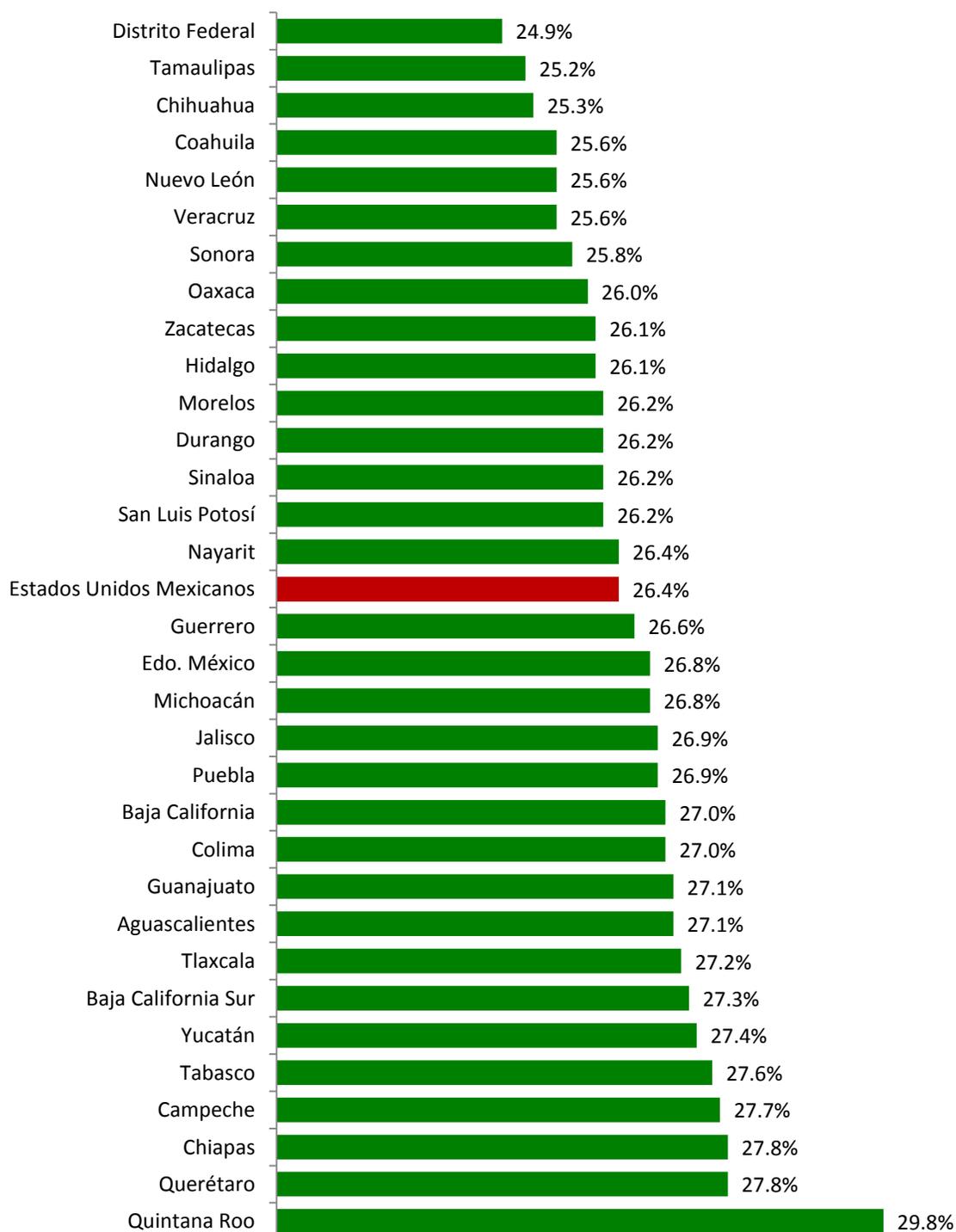
Este sector desempeña un papel trascendental en la sociedad, por ende, requiere de un ambiente que les brinde las oportunidades necesarias para transitar a la edad adulta sin dificultades y así puedan contribuir con el desarrollo social y económico del país.

Dentro de esas oportunidades se encuentra la salud, que constituye una parte fundamental para el desarrollo humano de los jóvenes. Según la Encuesta Nacional de Juventud 2005 (ENJ), 87% de los jóvenes considera que su estado de

³⁰ Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, *Juventud y Deporte* [Actualización: 20 de abril de 2006]. Documento obtenido de www.diputados.gob.mx/cesop/

³¹ Tomado de <http://www.conapo.gob.mx>

3.13. Porcentaje de la población joven por entidad federativa, 2010



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI, 2010.

salud es bueno, 11% lo considera regular y solamente 1% piensa que es malo o muy malo. En la actualidad, los problemas de salud que más aquejan a los jóvenes son los relacionados con la obesidad y el sobrepeso, esto derivado de los cambios en el estilo de vida relacionados con la alimentación y la escasa cultura física y deportiva.

El realizar ejercicio es importante para cada individuo y la sociedad; mejora la salud, ayuda a que los jóvenes no caigan en problemas de adicciones, además de ser una forma sana de recreación y entretenimiento tanto individual como colectivo. No obstante, en nuestro país no existe la cultura, dado que la mayoría de las personas se limitan a ser sólo aficionados y espectadores de deportes. Esta escasa cultura obedece a factores individuales e institucionales.

Por esta razón a principios del año 2000 cuando se comenzaron a sentar las bases necesarias para crear conciencia en la sociedad de la importancia de hacer ejercicio, reestructurando las instituciones y definiendo los retos por alcanzar.

Las entidades públicas encargadas de fomentar una cultura física y deportiva no estaban bien organizadas, por ende, no le habían dado la difusión con la dimensión que se requiere, y así lo declaró en 2001 la propia CONADE al inicio

del gobierno del presidente Vicente Fox, al señalar los problemas por superar, los cuales eran:

- Falta de planeación integral.
- Falta de profesionalización de las federaciones deportivas nacionales.
- Carencia de instalaciones, organización y recursos financieros.
- Excesivo gasto administrativo.
- Carencia de un marco normativo adecuado que garantice la participación de los organismos públicos y privados en el fomento y desarrollo del deporte³².

Establecer un marco normativo para regular el fomento de la cultura física y deportiva fue una de las primeras medidas que se tomaron para contrarrestar los problemas en dicha materia, así, el 24 de febrero de 2003 se decretó la Ley General de Cultura Física y Deporte (LGCFD), cuyas principales finalidades son³³:

- Fomentar el óptimo, equitativo y ordenado desarrollo de la cultura física y el deporte en todas sus manifestaciones y expresiones.

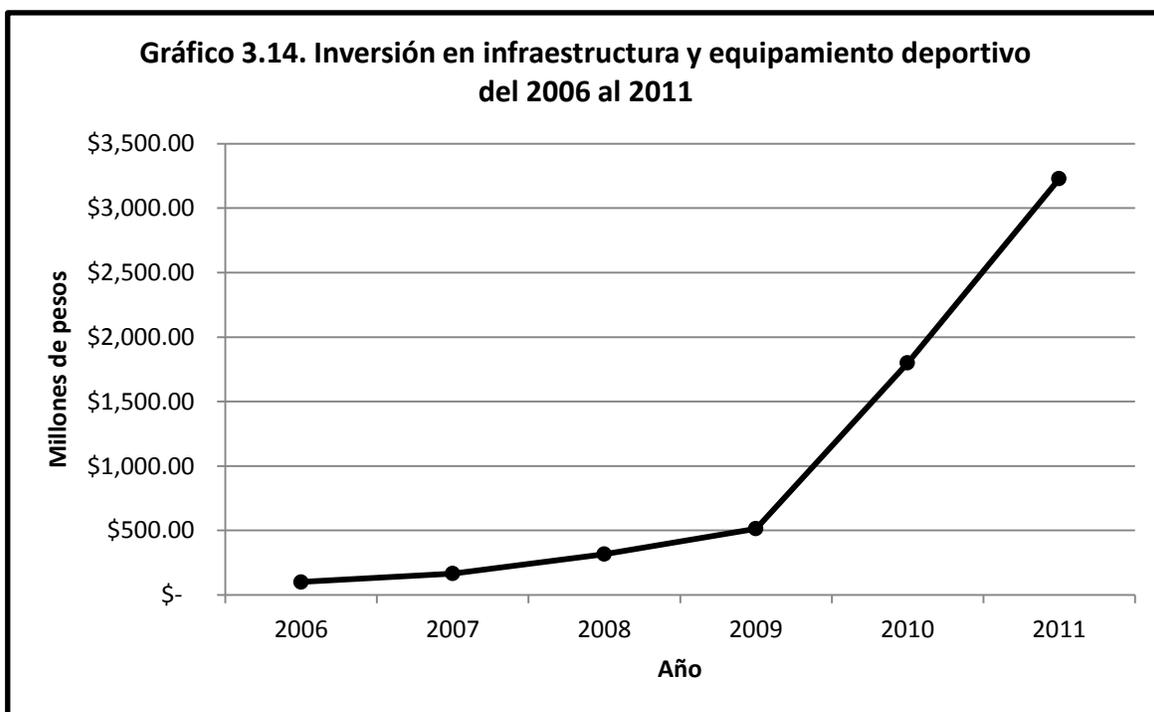
³² CONADE, *Programa Nacional de Cultura física y deporte, 2001-2006*, Noviembre de 2001. Tomado de <http://dgpp.sep.gob.mx/planeacion/pdf%20inf/CONADE.pdf>

³³ Artículo 4, fracciones I - V. Ley General de Cultura Física y Deporte. Tomado de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/258.pdf>

- Elevar, por medio de la cultura física y el deporte, el nivel de vida social y cultural de los habitantes en las Entidades Federativas, Distrito Federal y Municipios.
- Fomentar la creación, conservación, mejoramiento, protección, difusión, promoción, investigación y aprovechamiento de los recursos humanos, materiales y financieros destinados a la cultura física y el deporte.
- Fomentar el desarrollo de la cultura física y el deporte, como medio importante en la preservación de la salud y prevención de enfermedades.

Al inicio del sexenio del presidente Felipe Calderón, en 2007, en su Plan Nacional de Desarrollo (PND), nuevamente se detectó la pobre cultura física y deportiva a nivel federal, así como los problemas de salud causados por el sedentarismo que afectaban ya a gran parte de la población. Para atender la problemática se determinó contar con la participación amplia, activa y coordinada de los tres órdenes de gobierno, de la sociedad civil y de la iniciativa privada para lograr un mayor impacto³⁴. Asimismo, la inversión en infraestructura y equipamiento deportivo aumenta considerablemente respecto a años anteriores, en la gráfica 3.14 se observa este incremento significativo.

³⁴ Ibídem pág. 47



Fuente: Elaboración propia con datos de los Informes de Gobierno del presidente Felipe Calderón de 2007 a 2011.

En 2006 la inversión fue de \$100.3 millones de pesos y para el inicio del siguiente periodo presidencial hubo un aumento de casi el 65%, pasando a \$165.5 millones de pesos, esta inversión fue creciendo considerablemente hasta llegar a ser de \$3,228.2 millones de pesos en el año 2011. Es importante señalar que una parte considerable de este dinero se destinó a la organización de los Juegos Panamericanos 2011 en la ciudad de Guadalajara, así como a la construcción, remodelación, rehabilitación, ampliación, adecuación y equipamiento de diversas instalaciones deportivas a nivel estatal y municipal en otros estados, con el objetivo de llevar la práctica deportiva a la población en general.

Es a partir de este sexenio donde se han tomado medidas para abordar el problema de sobrepeso y obesidad prevalente en todos los sectores de la población, y se han creado programas dirigidos a los diferentes grupos de edad de la población, principalmente a niños y adultos, los cuales se mencionan en el capítulo uno de este trabajo de investigación, sin embargo, aún se requiere de mayores esfuerzos para fomentar esta cultura en los mexicanos.

3.2. Práctica deportiva de los jóvenes

Existe poca información sobre los hábitos deportivos de los jóvenes mexicanos, los datos más recientes son de 1996 de acuerdo al INEGI, sólo el 15.2% de la población de 15 años y más realizaba alguna actividad física o deporte de los cuales el 73% son hombres y el 27% mujeres³⁵. Este estudio también reveló que existe una relación positiva entre el nivel de ingresos y la práctica del deporte, es decir, que las personas que tienen mayores ingresos tienden a practicar más deporte.

³⁵ *Ibíd.*, Pág. 48.

En 2008, Consulta Mitofsky³⁶ realizó un estudio en el país cara a cara, acerca de los "Hábitos de alimentación y ejercicio" de la población, se entrevistaron a personas mayores de 18 años, encontrando los siguientes resultados³⁷:

- De 2004 a 2008 disminuyó la población que realiza ejercicio pasando del 42% al 39%.
- De quienes declararon hacer ejercicio con regularidad 54.1% son solteros y el resto casados.
- Con respecto a la alimentación, 15% del total declaró comer más de 4 días fuera de casa, esta práctica se realiza en mayor medida en área urbanas que rurales y constituye uno de los principales aspectos del cambio en el estilo de vida, ya que cambian la comida casera por comida rápida alta en grasas, harinas y azúcares, tal como se ilustra en el gráfico 3.15.

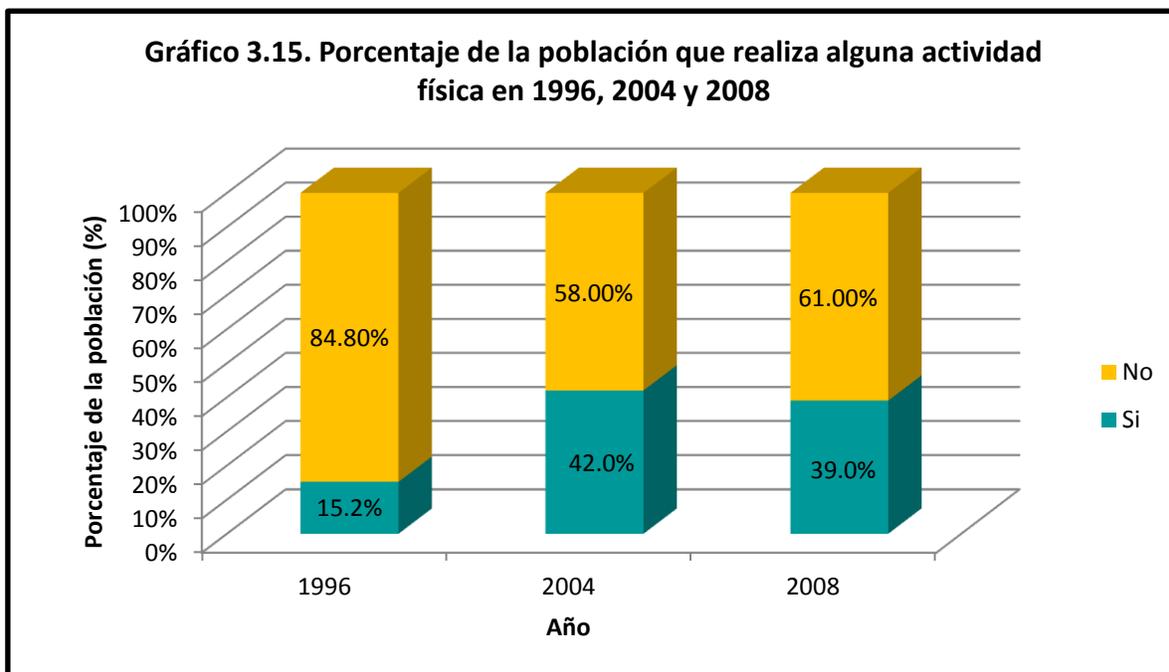
El IMJ³⁸ en mayo de 2006 dio a conocer los resultados de la ENJ 2005 donde se les preguntó a los jóvenes acerca de su salud y la práctica deportiva, los resultados encontrados fueron los siguientes³⁹:

³⁶ Empresa líder en México en el campo de la investigación de la opinión pública.

³⁷ Encuesta de Consulta Mitofsky, *Hábitos de Alimentación y Ejercicio*. Junio 2008. Tomado de: <http://consulta.mx/web/index.php/estudios/mexico-opina/300-habitos-de-alimentacion-y-ejercicio>.

³⁸ El Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ) considera dentro de la población juvenil a las personas entre 12 y 29 años de edad.

³⁹ Instituto Mexicano de la Juventud, Dirección de Investigación y Estudios sobre Juventud. *Perspectiva de la Juventud en México*. Enero 2008. Tomado de <http://cendoc.imjuventud.gob.mx/>



Fuente: Elaboración propia con datos del Programa Nacional de Cultura física y deporte, 2001-2006 y de la encuesta Hábitos de alimentación y ejercicio de Consulta Mitofsky de Junio de 2008.

Nota: En el año de 1996 se contemplan personas de 15 años y más y en los datos de 2004 y 2008 personas con 18 años y más.

En cuanto a salud se les preguntó: ¿Consideras adecuado tu peso actual? Los hombres contestaron que si estaban conformes con su peso en comparación con las mujeres en ambos grupos de edad.

La tabla 3.1 muestra a mayor edad la inconformidad respecto al peso es mayor, en el caso de las mujeres de 20 a 24 años el 66.7% está conforme con su peso, pero ésta disminuye en el grupo de 25 a 29 años a un 58.5%, y lo mismo sucede en el caso de los hombres, es decir, existe una correlación positiva entre la conformidad del peso y la edad.

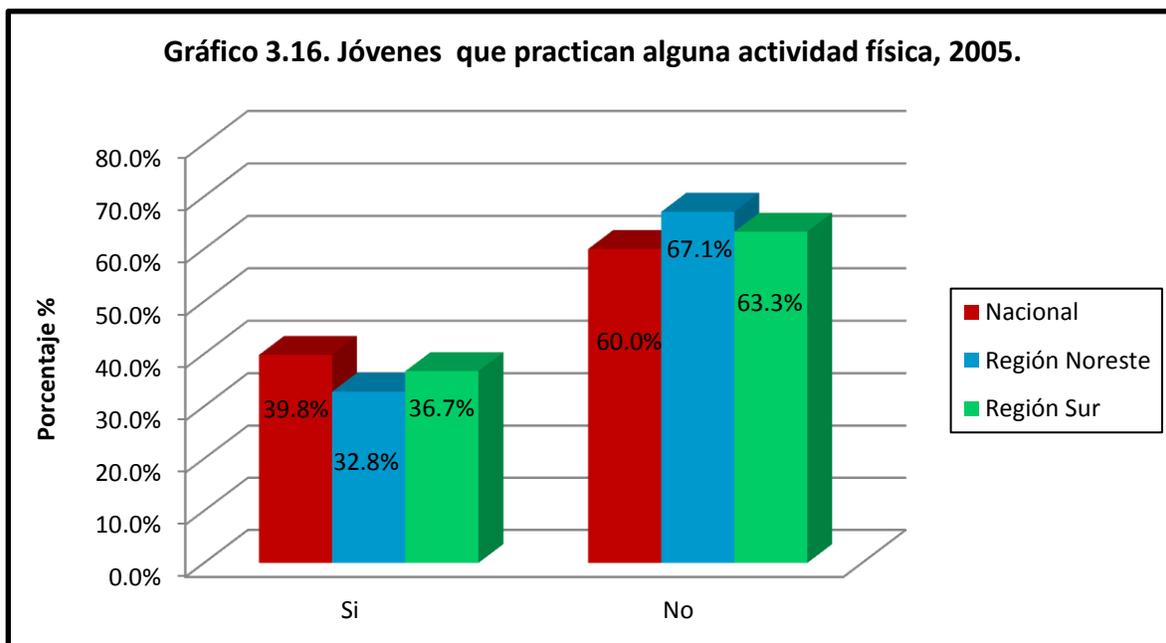
TABLA 3.1 ¿Consideras adecuado tu peso actual? (2005)

Sexo	Grupos de edad	Si	No	Más o menos
Hombres	20-24	77.7%	17.7%	4.6%
	25-29	74.5%	22.4%	3.0%
Mujeres	20-24	66.7%	30.2%	3.0%
	25-29	58.5%	35.7%	5.4%

Fuente: Tomado de la Encuesta Nacional de Juventud 2005.

- Con lo que respecta a la práctica de ejercicio, de los jóvenes encuestados, 60% no realiza ejercicio y el resto sí, es decir, que en 2005, 40% de los jóvenes se ejercitaba. La gráfica 3.16 describe que existen diferencias de hábitos deportivos entre la región noreste y sur del país, en la primera, se realiza menor actividad física que la media nacional por los cambios en los patrones de recreación, transporte y trabajo, que han ido limitando la actividad física de los adolescentes⁴⁰ (en Noroeste 32.8% de los jóvenes realizan ejercicio y en el Sur 36.7%). Esta misma fuente revela que la población juvenil que dijo ejercitarse, lo realiza de una a tres veces por semana, lo que significa que no es un hábito constante.

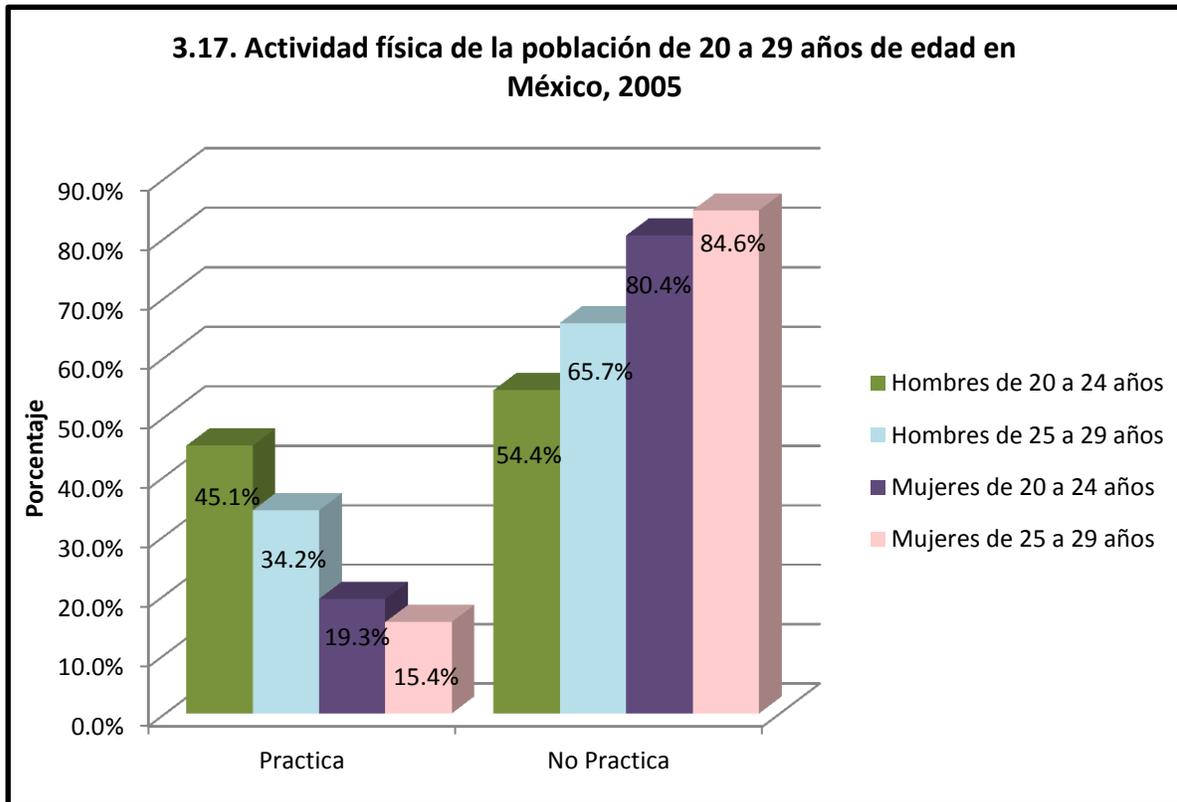
⁴⁰ Tomado de <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/5501.html>



Fuente: Tomado de la Encuesta Nacional de Juventud 2005.

Nota: Para el IMJ se consideran jóvenes los que tienen entre 12 y 29 años de edad.

También en 2005 el Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia (CeNSIA), realizó un estudio sobre la actividad física en adolescentes y jóvenes y observó que en los grupos de edad de 20 a 24 y de 25 a 29 años tanto en hombres como en mujeres ésta va disminuyendo conforme incrementan su edad. El promedio de práctica de los hombres es de 39.7% y el de mujeres es de 17.4%. Asimismo, la tasa de inactividad física supera el 50% en ambos grupos de edad hasta llegar casi al 85%, lo que demuestra la poca práctica existente y cómo ésta se va perdiendo, la gráfica 3.17 muestra esta distribución.



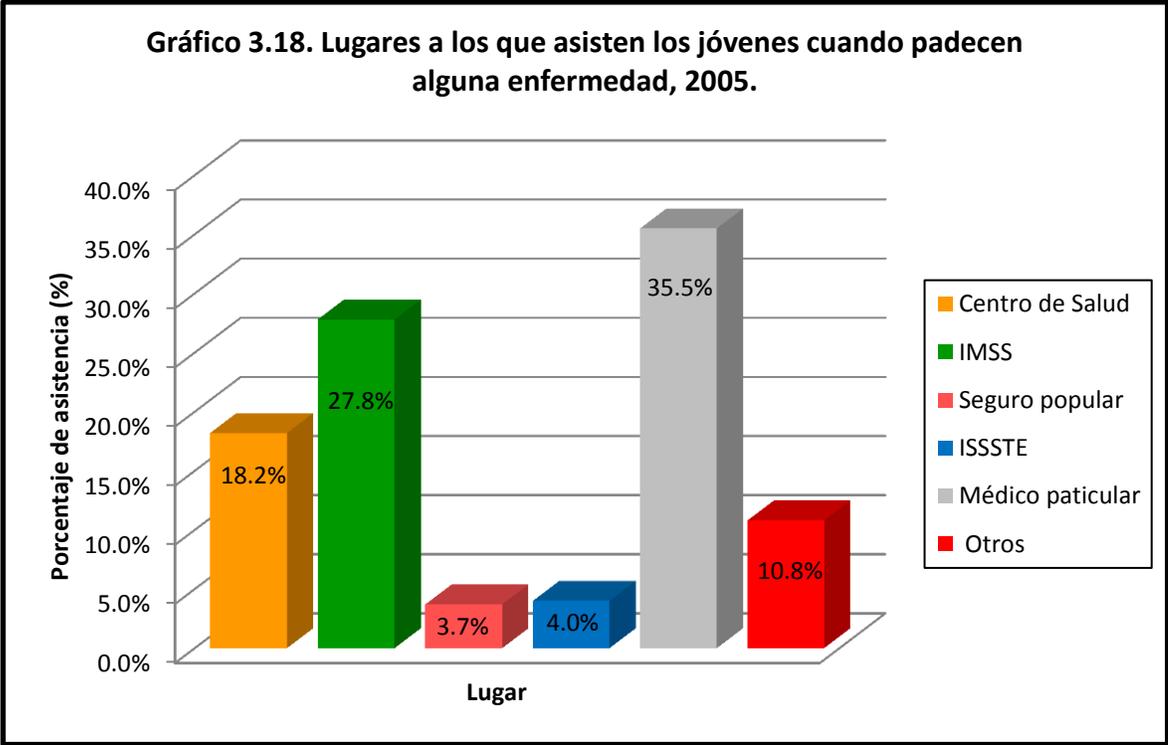
Fuente: Elaboración propia con datos del Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia (CeNSIA), 2005.

Nota: No suma el 100% por los jóvenes que no contestaron.

Para el gobierno es importante saber dónde se atienden los jóvenes cuando tienen problemas de salud, por ello, el IMJ se dio a la tarea de preguntar a qué instituciones de salud acuden. Más de la tercera parte de la población joven acude con un médico particular (35.5%) y esto se debe a que los jóvenes mayores de 18 años que no estudian y ya trabajan no cuentan con algún seguro que les permita tener acceso gratuito a alguna de las instituciones públicas y son realmente pocos los que reciben ese beneficio en sus trabajos. Aunado a eso, la mayoría de estos jóvenes prefieren el médico particular porque consideran que los hospitales

públicos no ofrecen un servicio apropiado. Al IMSS acuden jóvenes estudiantes principalmente (27.8%) y al centro de salud asisten en su mayoría jóvenes de localidades pequeñas y con menos recursos económicos (18.2%) [Gráfico 3.18].

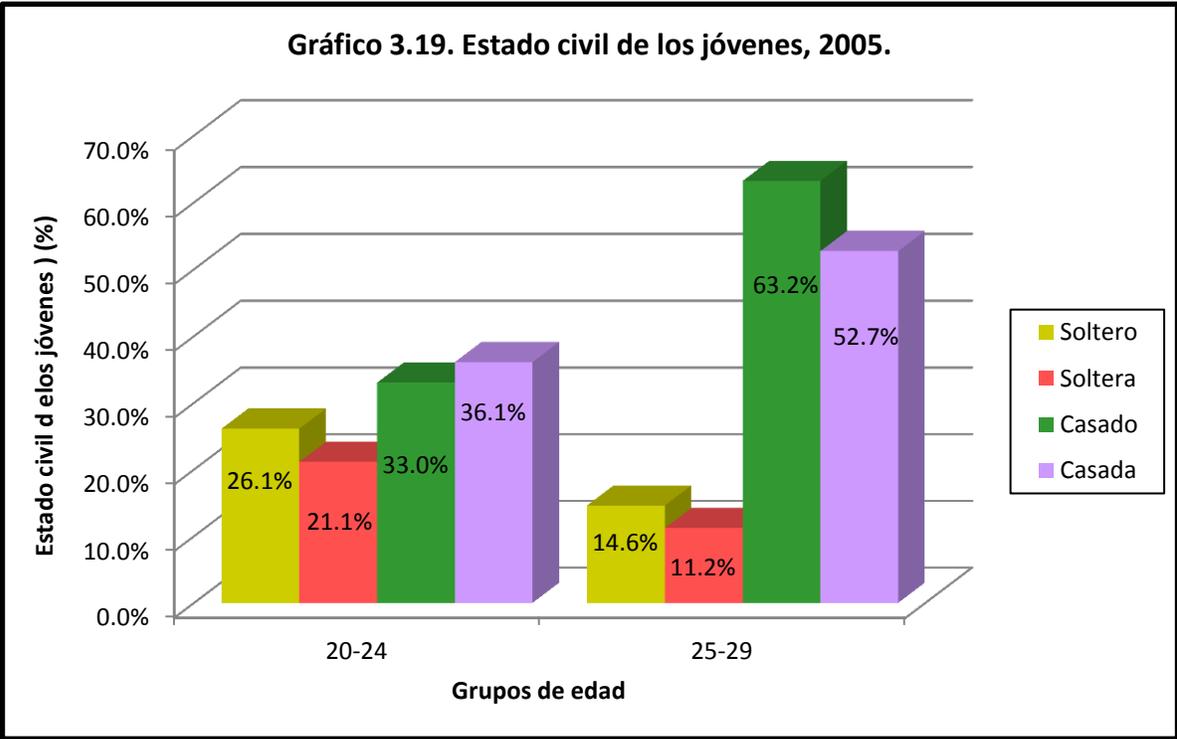
Al gobierno federal le interesa conocer esto, porque las enfermedades causadas por el sobrepeso y obesidad van en aumento y se han convertido en las principales causas de mortalidad en el país, esto hace que se requiera de una fuerte inversión para atenderlas y así poder reducir la cantidad de personas que tienen estos padecimientos.



Fuente: Tomado de la Encuesta Nacional de Juventud 2005.

Nota: Para el IMJ se consideran jóvenes los que tienen entre 12 y 29 años de edad.

El estado civil juega un papel muy importante en la práctica deportiva, ya que los jóvenes solteros tienden más a ejercitarse, en cambio cuando están casados las responsabilidades son mayores y se dedican más a su trabajo, disminuyendo el tiempo destinado para hacer ejercicio. [Gráfico 3.19].



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional de Juventud 2005.

Los jóvenes en el rango de edad de 20 a 24 años, 26.1% son hombres solteros y 21.1% son mujeres solteras. En el grupo de 25 a 29 años prevalecen los jóvenes casados, siendo el 63% hombres y el 52.7% mujeres.

En 2006 el IMJ señaló que uno de los problemas de salud que atañe a la juventud son los relacionados con la obesidad, por ello consideró importante conocer qué alimentos consumen diariamente. Los resultados dieron a conocer que 37% come fruta, 36% verduras, 26% consume cereales y 46% lácteos (éstos alimentos en las proporciones adecuadas componen una dieta balanceada). No obstante, alimentos con altos contenidos de harina y grasas saturadas como el pan son consumidos por el 39% de los jóvenes, 19% consume dulce salados, 21% golosinas, 18% come tubérculos y 36% toma refresco todos los días.

Los jóvenes tienden a consumir alimentos menos sanos debido a que se encuentran en una etapa donde comienza a cambiar su estilo de vida, estudian o trabajan y tienen menos tiempo para prepararse alimentos nutritivos y recurren a la comida rápida [Tabla 3.2].

Tabla 3.2. Cantidad de jóvenes que consumían los siguientes alimentos diariamente en 2005

Frutas, verduras y lácteos		Alimentos con harinas y grasas	
Frutas	37%	Pan	39%
Verduras	36%	Dulces salados	19%
Cereales	26%	Golosinas dulces	21%
Lácteos	46%	Tubérculos	18%
		Refresco	36%

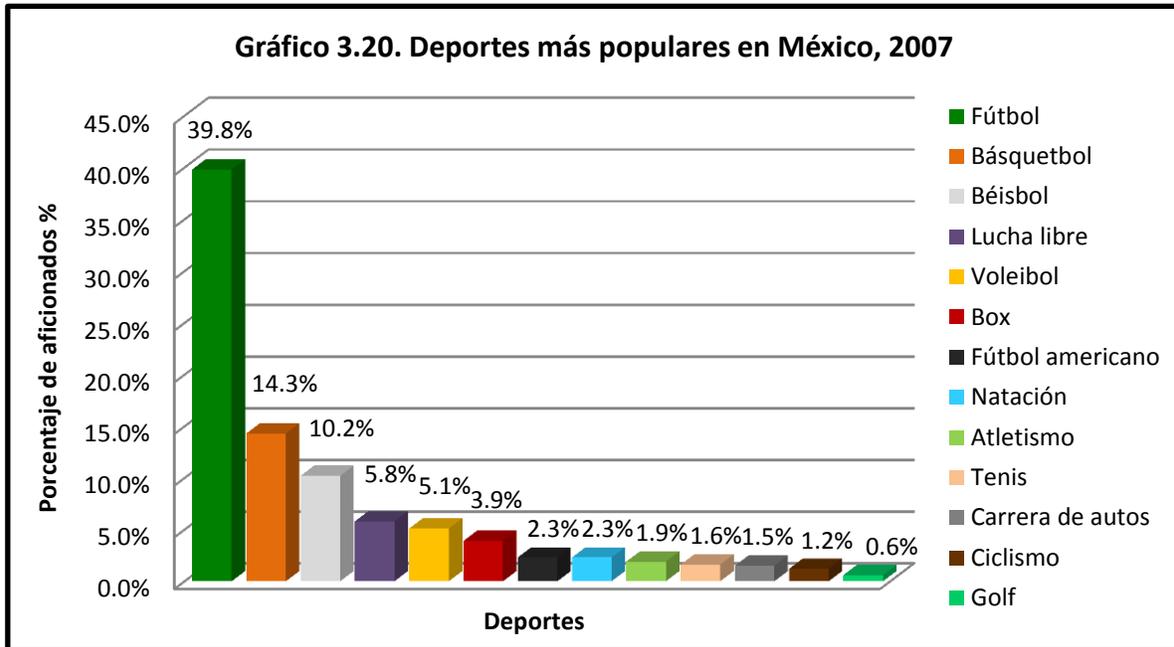
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional de Juventud 2005.

Respecto a la afición o ser seguidores de alguna actividad, en marzo de 2007 Consulta Mitofsky realizó un estudio a nivel nacional para conocer los deportes a los que son aficionados los mexicanos, según esta investigación, el 50.7% de la población mexicana es aficionada a algún deporte. Del total de hombres encuestados, el 70.9% dijo ser aficionado y sólo el 29.9% de las mujeres mencionó tener un deporte favorito. Al 55.7% de los jóvenes que tienen entre 18 y 29 años les gusta algún deporte, siendo los hombres y estudiantes los grupos donde hay más aficionados⁴¹.

En México los deportes más populares por gusto son: el fútbol con 39.8%, básquetbol y béisbol con 14.3% y 10.2% respectivamente, la lucha libre con el 5.8%, voleibol con una 5.1%. Con una menor afición y por debajo del 5% se encuentran deportes como el box, fútbol americano, natación, atletismo, tenis y otros [Gráfico 3.20].

La inclinación por estos deportes también se puede explicar por la cantidad de eventos que se organizan, publicidad y promociones que se realizan para que la gente asista o vea su deporte favorito a través de los diversos medios de comunicación, donde el fútbol encabeza la lista a nivel nacional y mundial.

⁴¹ Encuesta de Consulta Mitofsky. *La Afición al Béisbol en México*. Mayo de 2007.
Tomado de http://consulta.mx/web/images/mexicoopinapdf/20070322_NA_DeportesBeisbol.pdf



Fuente: Elaboración propia con datos Consulta Mitofsky. *La Afición al Béisbol en México*. Marzo 2007.

Pese al esfuerzo que se ha hecho por aumentar el presupuesto en infraestructura y equipamiento para fomentar la cultura física y deportiva, la poca disposición de la mayoría de la población han contribuido al aumento de sobrepeso y obesidad, ya que existe una gran diferencia entre el porcentaje de personas que son aficionadas a algún deporte y los que realmente tienen el hábito de ejercitarse.

3. 3. Perspectivas de la cultura física y deportiva

A partir de la inversión y los esfuerzos por implementar la cultura del deporte, se espera que para el año 2030 los mexicanos tengan el hábito de la actividad física y el deporte con el propósito de preservar la salud. Para este objetivo se han tomado las medidas para convertir a los deportistas pasivos en deportistas activos.

CAPÍTULO 4

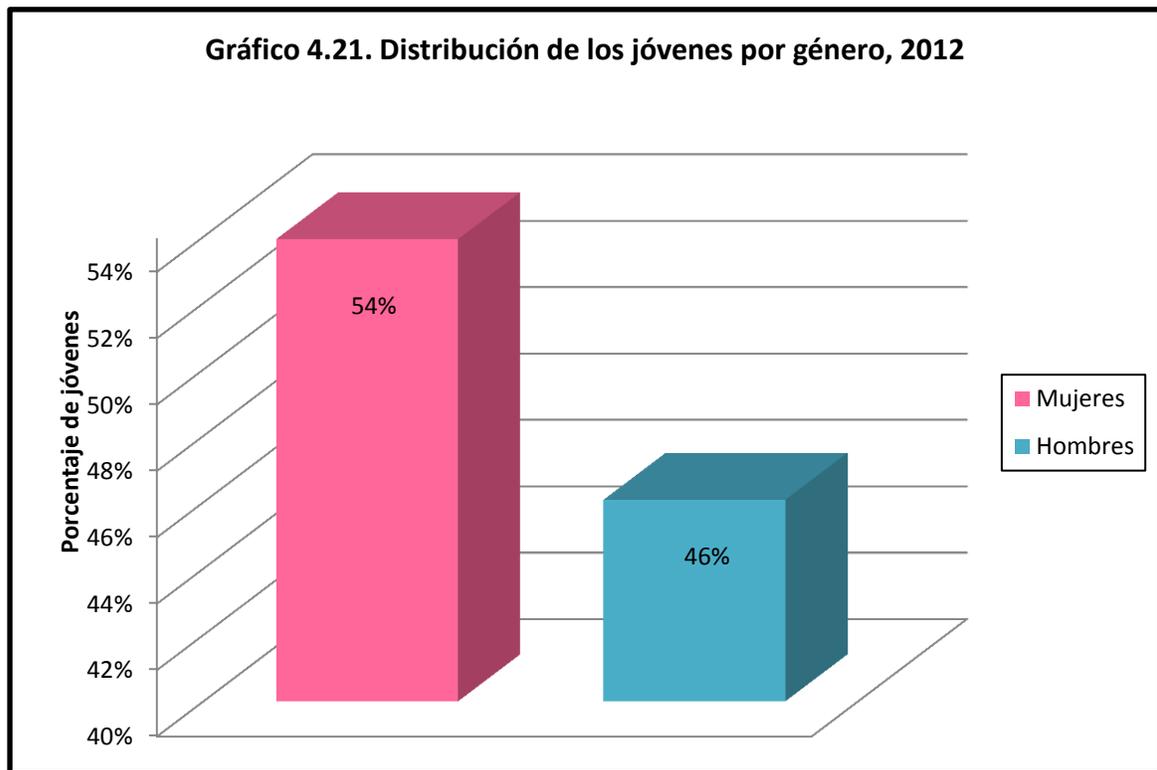
ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA DE LOS JÓVENES QUE HABITAN EN LA CIUDAD DE OAXACA

Para conocer la frecuencia con la que los jóvenes que radican en la ciudad de Oaxaca de Juárez, Oax., realizan alguna actividad física o deporte se tomó una muestra representativa de la población objeto de estudio, jóvenes de 20 a 29 años de edad, los datos se obtuvieron del INEGI de 2010. La población de este rango de edad en la ciudad asciende a 49,428 personas y se utilizó el método de muestreo probabilístico para muestras finitas, dando como resultado un total de 382 encuestas a aplicar a hombres y mujeres de entre 20 y 29 años de edad⁴². La investigación de campo se llevó a cabo durante el mes de mayo de 2012.

4.1. Resultados generales de la encuesta

En una muestra de 382 elementos, 206 de los encuestados fueron mujeres y 176 hombres, representando 54% y 46% respectivamente, de acuerdo a la proporción obtenida al determinar el tamaño de la muestra. Ver gráfico 4.21.

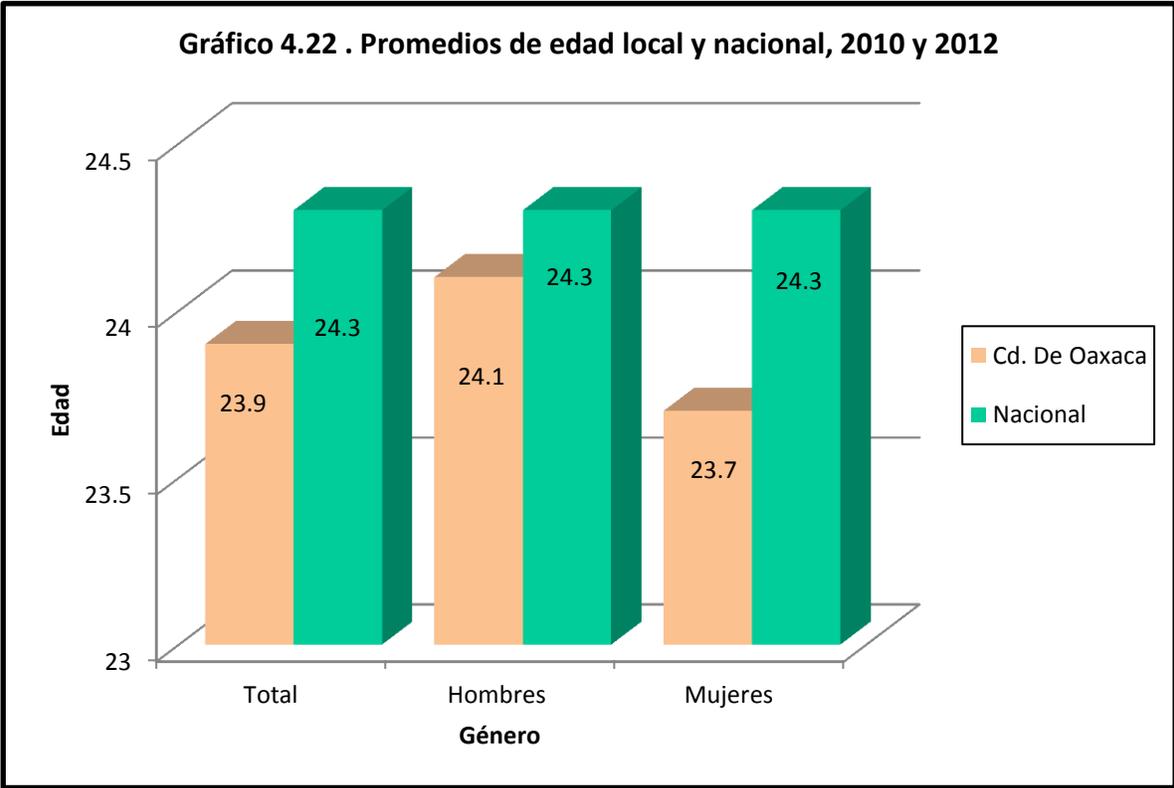
⁴² La información sobre el proceso de determinación de la muestra, así como la estratificación por género se explica con mayor detalle en el Anexo 2.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Los jóvenes encuestados que predominaron fueron los que pertenecen al grupo de edad de 20 a 24 años, ya que gran parte de ellos son estudiantes y después de salir de la escuela, asisten con mayor frecuencia a los lugares como el Llano, el Zócalo capitalino y Plaza del Valle, sitios donde se aplicaron las encuestas por la gran concentración de personas que hay diariamente. Los jóvenes del grupo de edad de 25 a 29 años fueron menos porque muchos de ellos se encontraban trabajando en los horarios en los que se realizó el trabajo de campo.

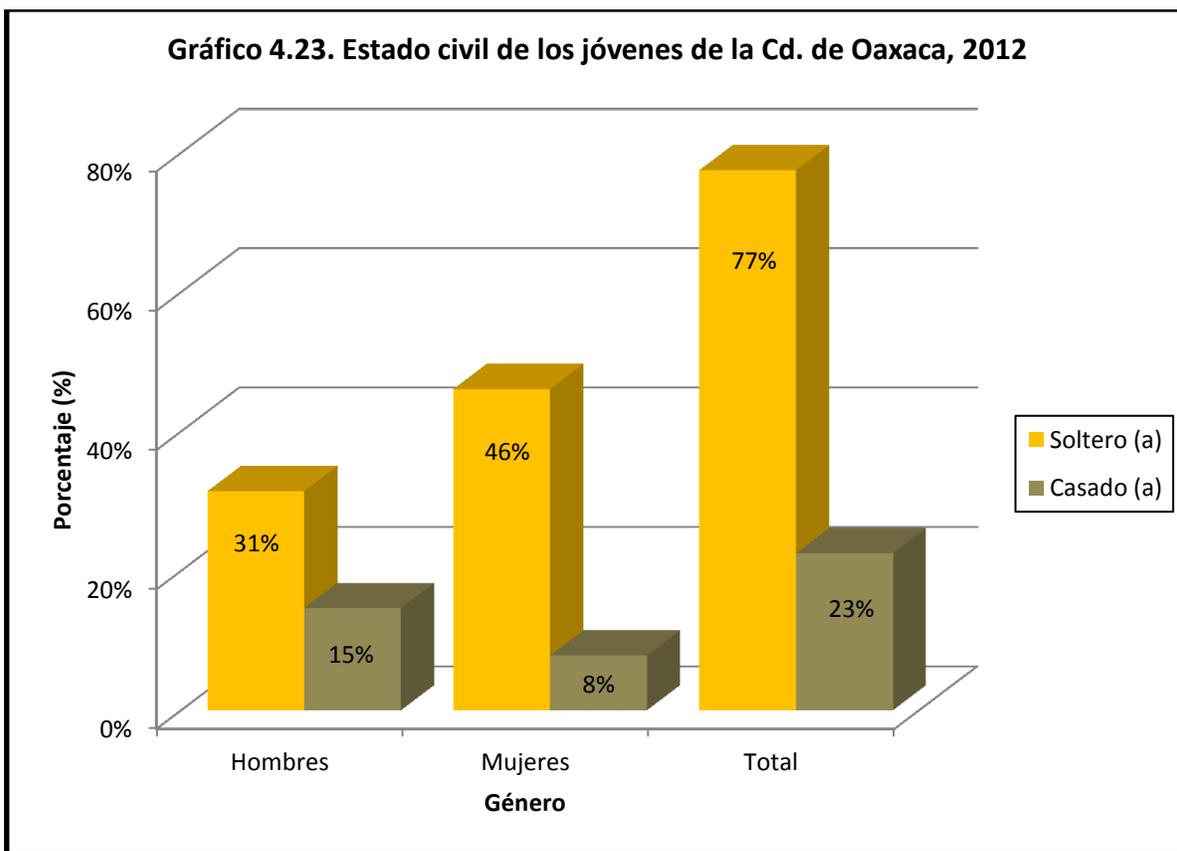
Asimismo, es importante mencionar que el promedio de edad de los encuestados es de 23.9 años; el de las mujeres 23.7 y el de los hombres 24.1 años, mientras que de acuerdo al INEGI la media nacional de estos grupos de edad es de 24.3 años [Ver gráfico 4.22].



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta y del INEGI 2010.

En la gráfica anterior se observa que es poca la diferencia entre la edad promedio de los jóvenes de la ciudad de Oaxaca y la media a nivel nacional, con lo cual podemos decir que es viable generalizar un instrumento de comunicación para los jóvenes de todo el país.

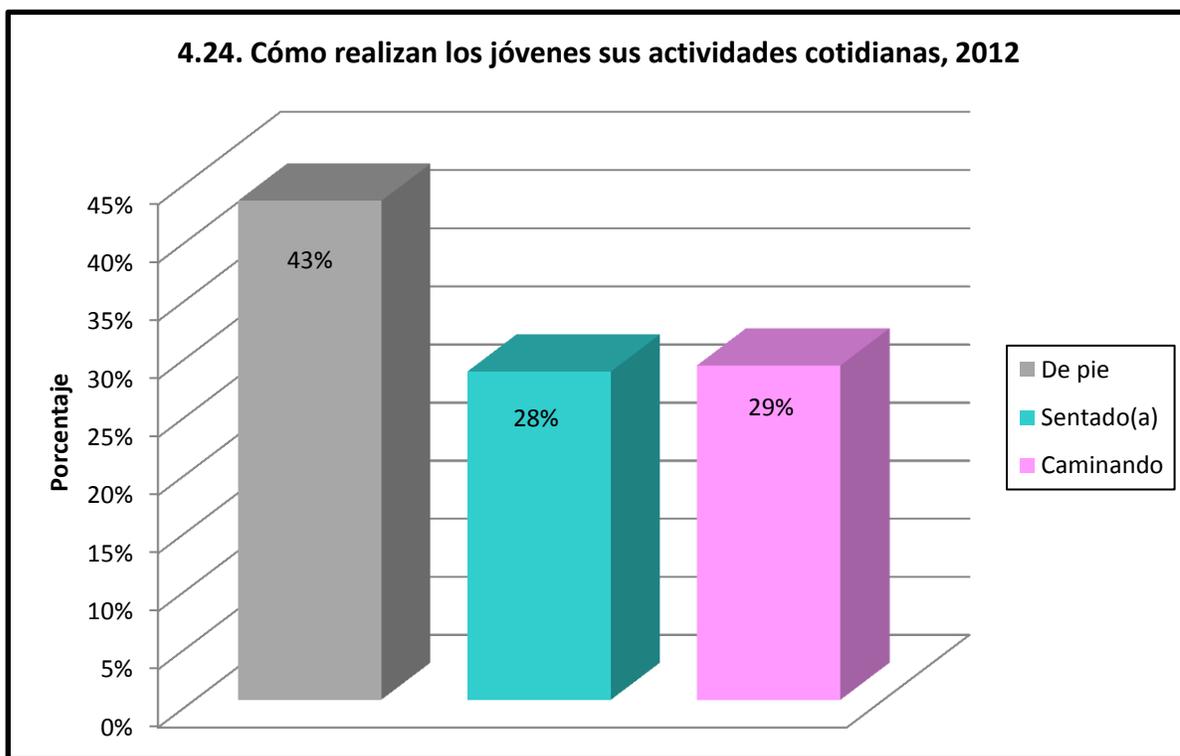
Con respecto al estado civil de los jóvenes en la ciudad de Oaxaca, la encuesta reveló que el 77% de ellos son solteros (as) y el resto casados (as). Esta variable es muy significativa porque existe una relación entre el estado civil y el tiempo que le destinan a la práctica de ejercicio, es decir, mientras son solteros (as) tienden a dedicarle más tiempo a esta actividad, cuando son casados la frecuencia disminuye, la gráfica 4.23 muestra cómo se distribuye esta variable.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

En torno a la actividad de los jóvenes, es importante conocer a qué se dedican, porque dicha actividad nos indica qué cantidad de actividad física realizan durante el día, si permanecen en constante movimiento o realizan actividades más estáticas, la encuesta reveló que predominan los estudiantes con 43.5%, le siguen los empleados de gobierno con un 27% y los que trabajan en una empresa privada con 15.2%, las amas de casa 2.6%, 2.1% de los encuestados es auto empleado en diversas actividades, mientras que el 1.6% se encontraba desempleado al momento de la encuesta.

Es importante saber cómo realizan sus actividades este grupo de la población porque eso nos da una idea de la movilidad física que tienen durante el día. Para comenzar indagar en torno a su estilo de vida, la primera pregunta que se planteó fue ¿Cómo realizan la mayor parte de sus actividades cotidianas? El 46% respondió que realiza sus labores de pie, el 28% sentado y el resto caminando, el gráfico 4.24 muestra dicha información.

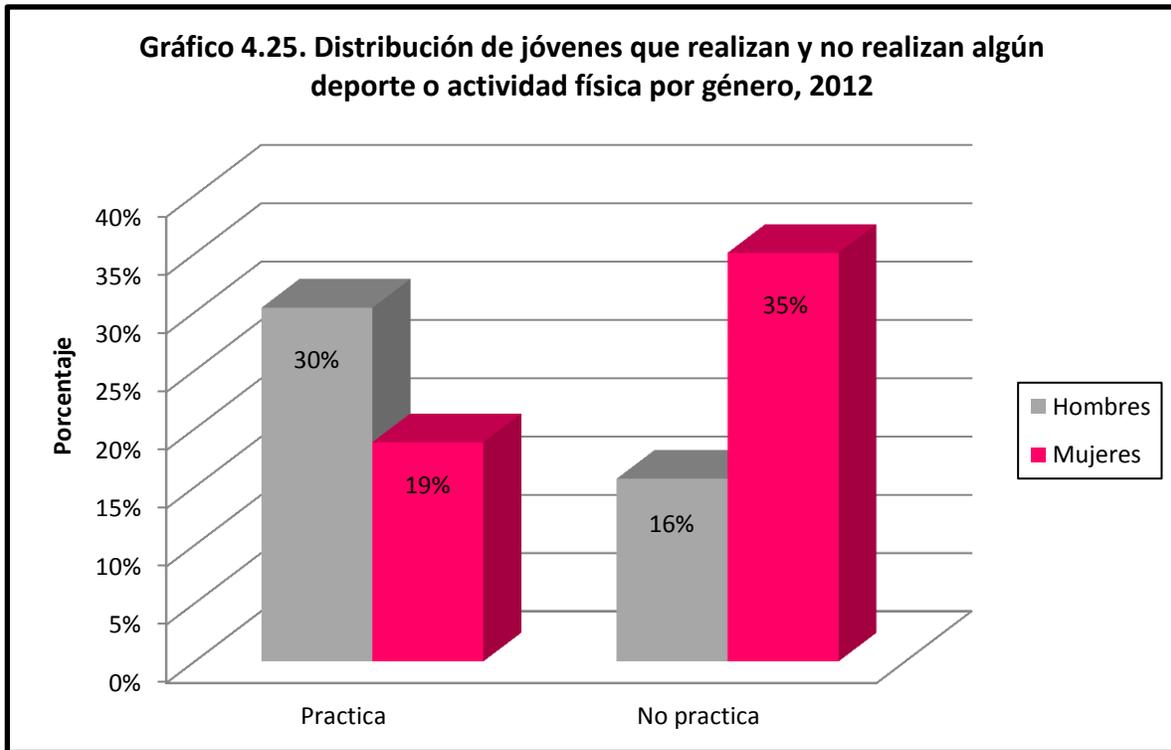


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

A la pregunta que se considera de mayor importancia para los fines de esta investigación sobre si realizan alguna actividad física o deporte, la gráfica 4.25 muestra que el 49% respondió que sí se ejercita y el 51% indicó que no realizan actividad física o deportiva alguna, es decir, únicamente la mitad de los jóvenes hacen ejercicio, este porcentaje es mayor a la media nacional señalado por Consulta Mitofsky en 2008 donde daba a conocer que sólo el 39% de la población mayor de 18 años realizaba ejercicio, aquí es importante destacar que esta proporción puede estar sesgada debido a que se consideran a todas las personas mayores de 18 años, las cuales realizan en menor grado de actividades físicas, ya

que a mayor edad menos actividad física. También es mayor a la media encontrada por CeNSIA en 2005, donde sólo el 28.5% de los jóvenes entre 20 y 29 años se ejercitan en México.

Tal como se mencionó en el capítulo anterior, de acuerdo con la ENJ 2005, a nivel nacional el 39.8% la población de 12 a 29 años de edad se ejercitaba; y a nivel regional (sur) el 36.7%. A partir de nuestra encuesta se puede observar que el 49% realiza ejercicio, lo que significa que el porcentaje es más alto respecto a la media nacional. Entre los que se ejercitan predominan los hombres quienes representan el 30% y las mujeres sólo el 19%. Asimismo, de los jóvenes que no se ejercitan el 35% son mujeres y el 16% son hombres, esta falta de ejercicio por parte de las mujeres, refleja porque las estadísticas a nivel nacional indican que padecen mayor obesidad que los hombres y a la vez coincide con el desacuerdo que tienen respecto a su peso.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

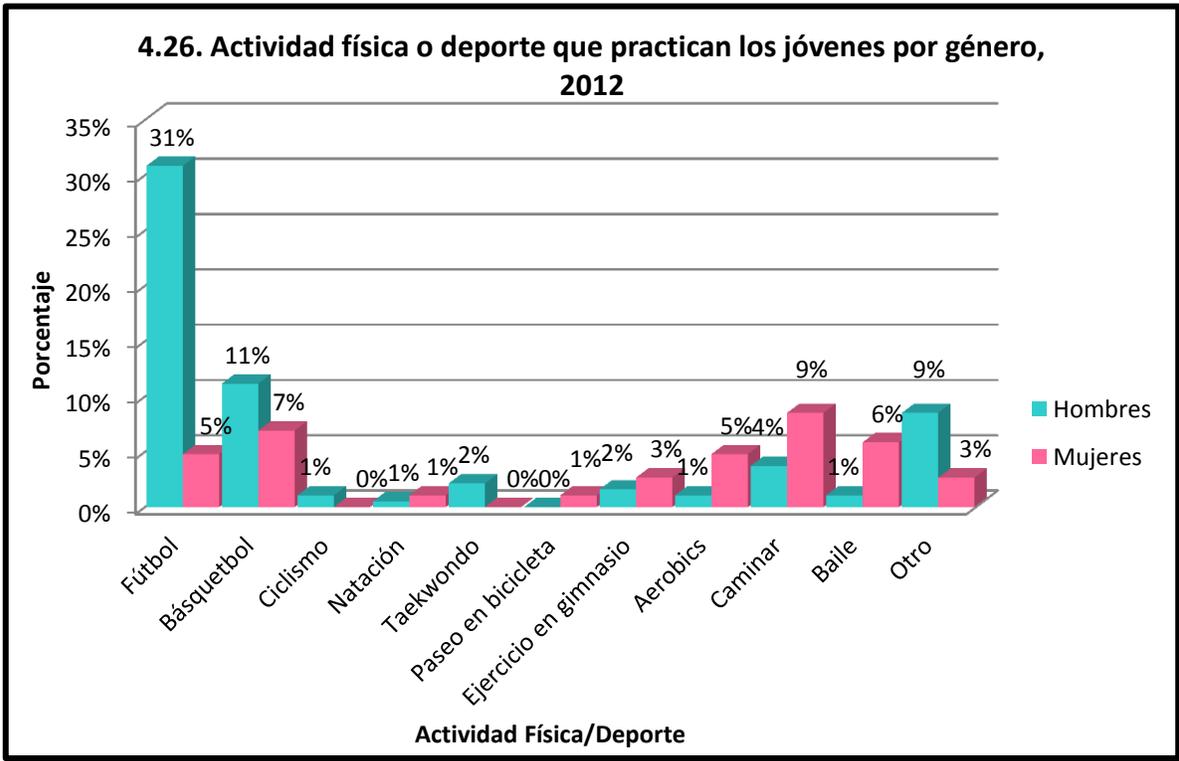
4.2. Jóvenes que si realizan algún deporte o actividad física⁴³

En relación a los jóvenes que si se ejercitan, exploramos qué deportes o actividades físicas realizan, entre los hombres destaca el fútbol y básquetbol con el 31% y 11% respectivamente, como parte de otras actividades mencionaron al béisbol, voleibol y atletismo. La información que se obtuvo en la encuesta coincide con los datos a nivel nacional donde el fútbol ocupa también el primer lugar en la preferencia de las personas mayores de 18 años y es el deporte más popular en

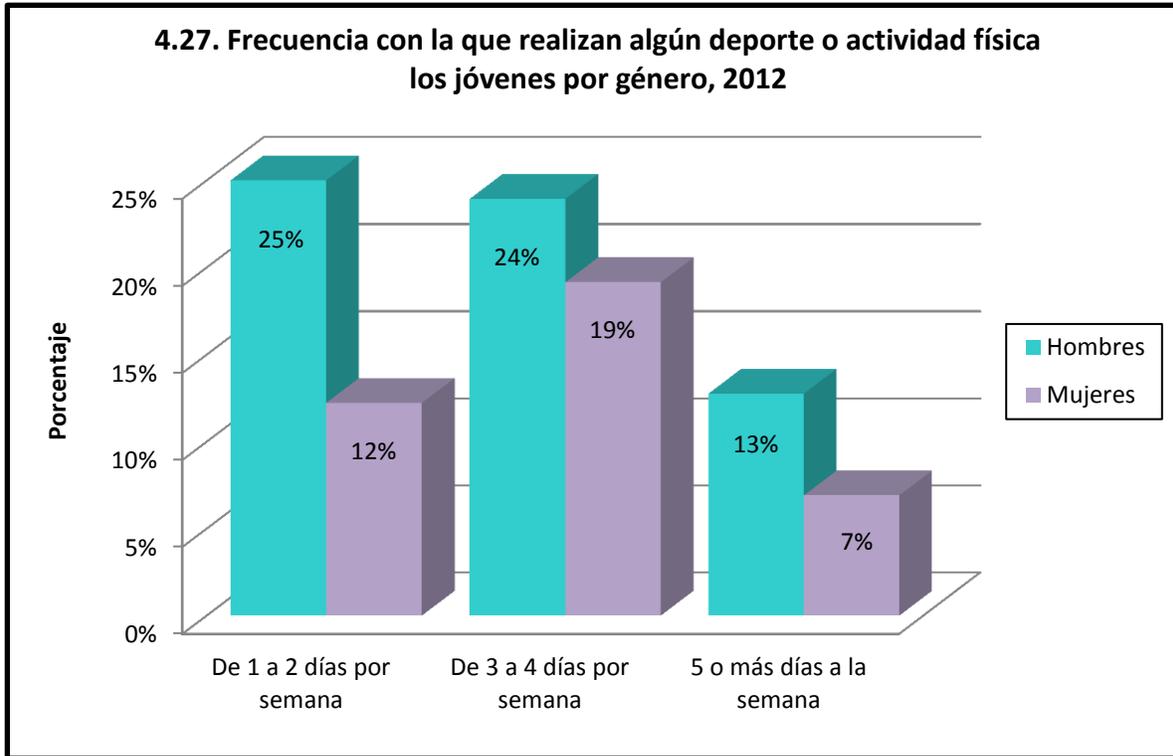
⁴³ Es importante indicar que en este apartado, el 49% de los jóvenes que mencionaron hacer ejercicio, se convierten en el 100% para el análisis.

todos los grupos sociales, le siguen el básquetbol y caminata en el caso de los hombres con 11% y 4% respectivamente, cabe mencionar que estos deportes son practicados más por los estudiantes, ya que en sus centros educativos cuentan con instalaciones de fútbol y básquetbol principalmente.

Respecto a las actividades físicas que practican las mujeres éstas son más variadas, caminar ocupa el primer sitio (9%), le siguen el básquetbol (7%), el baile (6%), los aerobics (5%), el fútbol (5%) y el ejercicio en gimnasio (3%). Como se puede apreciar, las mujeres eligen practicar ejercicios menos comunes y más *ad hoc* con sus habilidades físicas, practican al aire libre o bien en lugares especiales donde tienen que realizar un pago por ello [Ver gráfico 4.26].



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

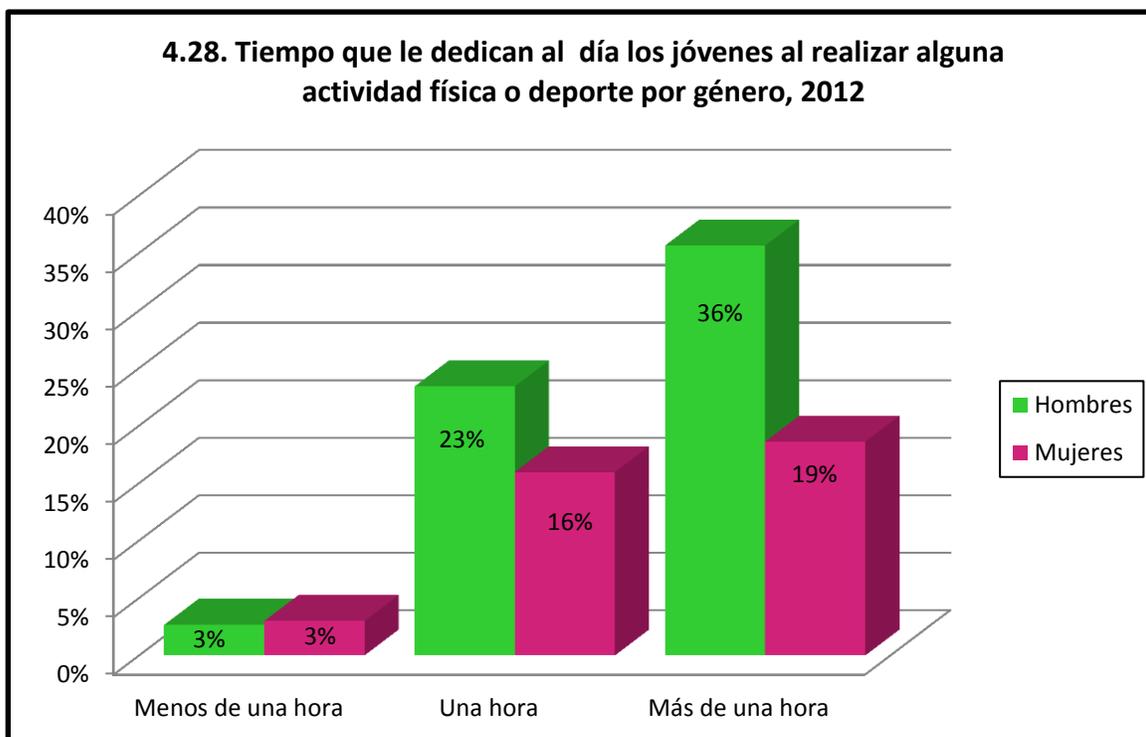
A continuación se describe la frecuencia con la que se ejercitan, los resultados revelan que el 37% lo hacen de una a dos veces por semana, el 43% de tres a cuatro veces por semana y sólo el 20% más de cinco veces a la semana, el promedio de la muestra es de 3 días tanto en hombres como mujeres, y coincide con lo encontrado por el IMJ en su ENJ de 2005, donde encontró que la media nacional es de 3 días, de acuerdo a los intervalos de confianza determinados en el Anexo 3.

En el desarrollo de la investigación se observó que a pesar de que en la encuesta predominó la población femenil, es la población varonil quien más actividad física o deporte realiza y con mayor frecuencia.

En el gráfico anterior [4.27] se presenta la frecuencia con la que hacen actividad física por género. El 25% de los hombres hace ejercicio de uno a dos días frente al 12% en el caso de las mujeres, por otra parte, 13% de los varones se ejercita durante más de cinco días, mientras que del total de las mujeres, sólo el 7% tiene un hábito constante.

Ante la pregunta de ¿Cuánto tiempo se ejercita al día? 55% de los jóvenes señalaron que cuando practican lo hacen más de una hora; el 39% por un lapso de una hora y el 6% menos de una hora. Nuevamente se observa que son las mujeres quienes menos días y menos horas al día le dedican al ejercicio [Ver Gráfico 4.28].

Hasta ahora se observa que las mujeres son las que menos se ejercitan, esta es una de las razones que explican el por qué el problema de obesidad predomina en el género femenino, no sólo en este grupo de edad, sino en todos a nivel nacional.

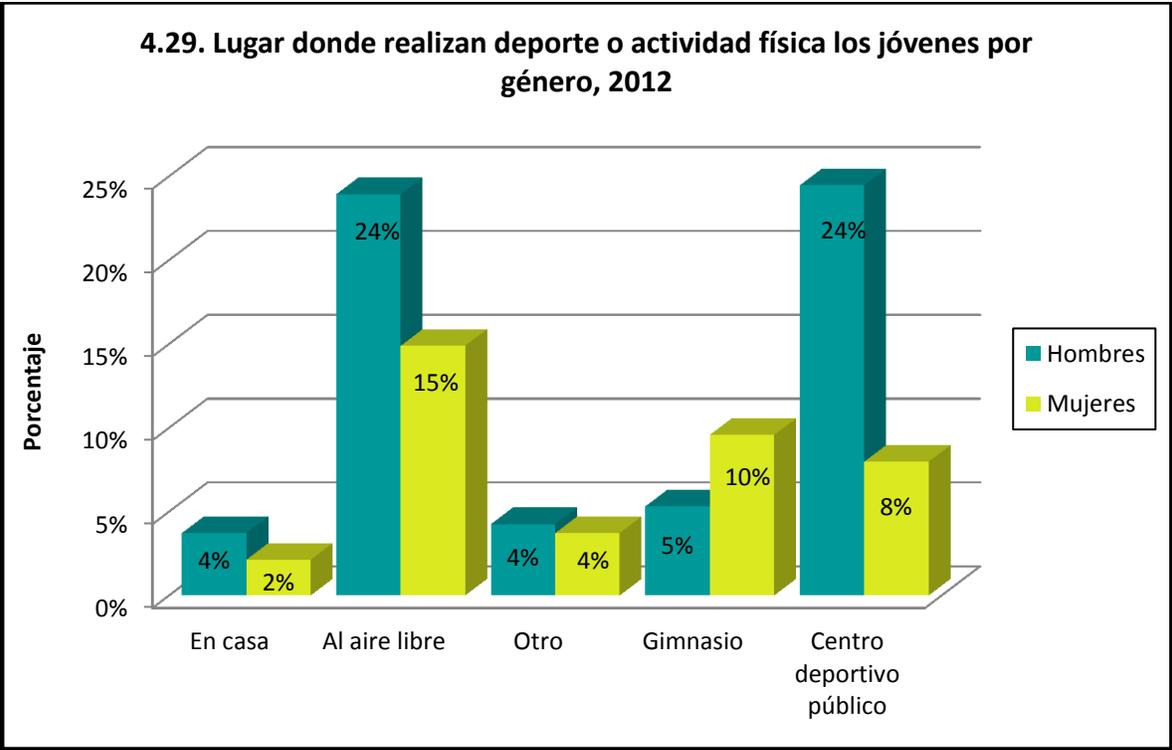


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Otro punto importante es conocer dónde se ejercitan los jóvenes, si recurren a espacios públicos o pagan para acceder a algún centro deportivo privado. Los resultados obtenidos revelaron que los jóvenes de la ciudad de Oaxaca hacen ejercicio principalmente en lugares públicos pues el 39% lo realiza al aire libre, 32% en un centro deportivo público, el 15% acude a un gimnasio privado, el 6% se ejercita en su casa y el 8% en la escuela, academia o salón de baile.

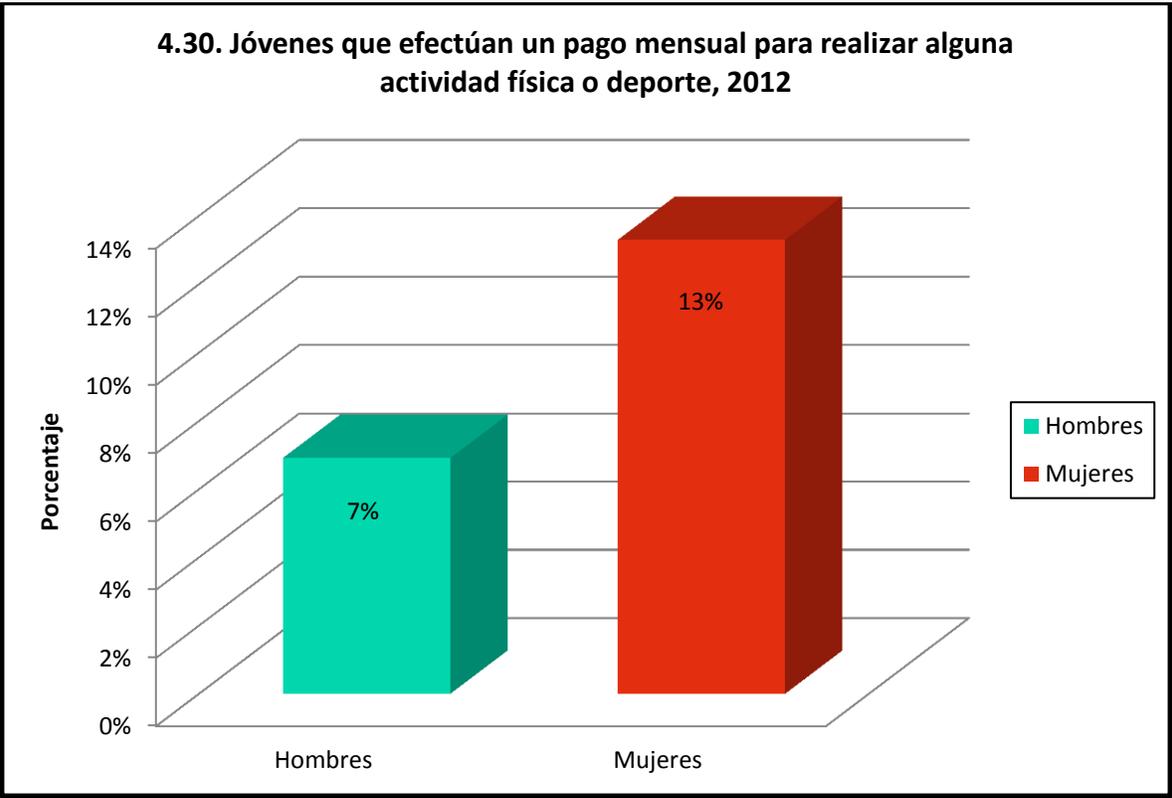
De manera segmentada, el 24% de los hombres hacen ejercicio al aire libre y en centros deportivos públicos, mientras que el 15% de las mujeres se ejercitan

al aire libre y el 10% acuden con más frecuencia a un gimnasio privado. Es interesante ver que tanto los hombres como las mujeres no optan mucho por realizar ejercicio en casa, en el caso de las mujeres esto se debe a que se inclinan por realizar actividades en un gimnasio privado o bien en lugares especiales donde imparten clases de baile, zumba, aerobics entre otras actividades similares. De acuerdo a las actividades deportivas de los varones, éstas pueden practicarse fácilmente en un centro deportivo público porque existen las instalaciones para su práctica [Ver gráfica 4.29].



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

En relación al gasto que hacen los jóvenes para practicar ejercicio en un lugar privado, se obtuvo que el 20% realiza un pago mensual, de los cuales 13% son mujeres y 7% son hombres. Las mujeres están más dispuestas a pagar para hacer actividades de su agrado con instructores especializados, con los propósitos de mejorar su salud y verse bien principalmente [Ver el gráfico 4.30].

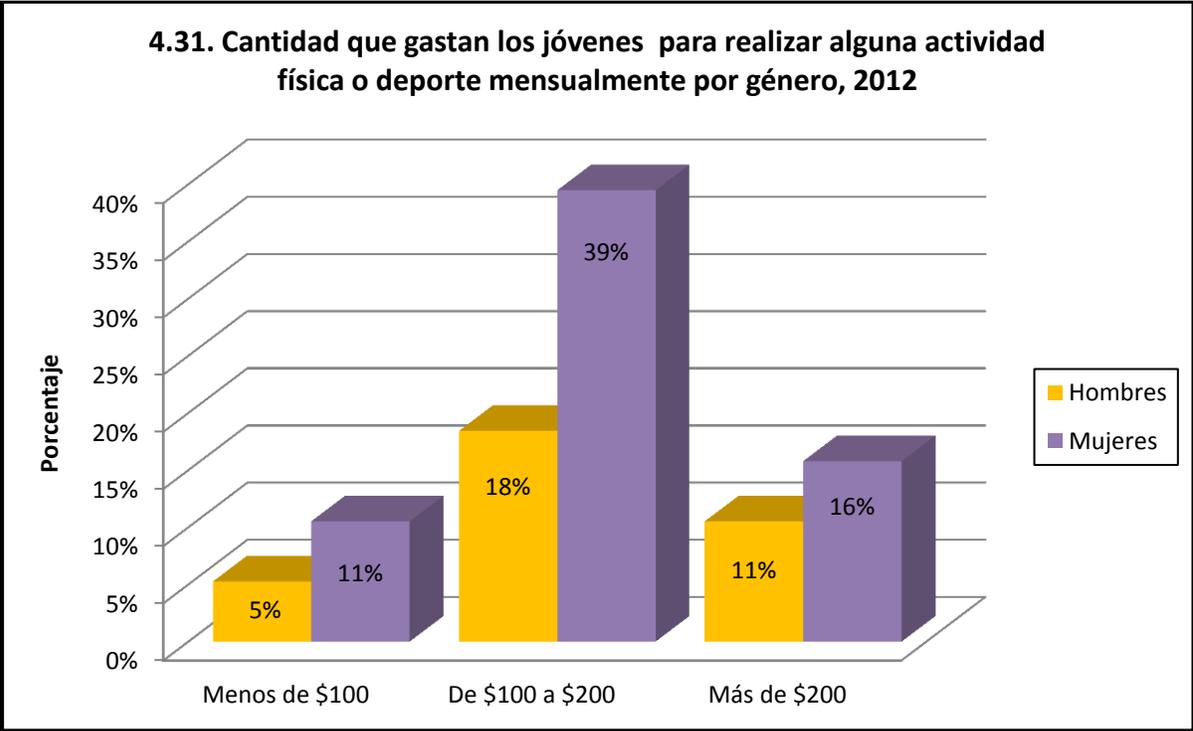


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

La gráfica 4.31⁴⁴ muestra el pago que realizan de manera mensual los jóvenes para practicar determinada actividad física en lugares especializados, el 16% paga menos de \$100 pesos al mes, 58% paga hasta \$200 pesos y el resto

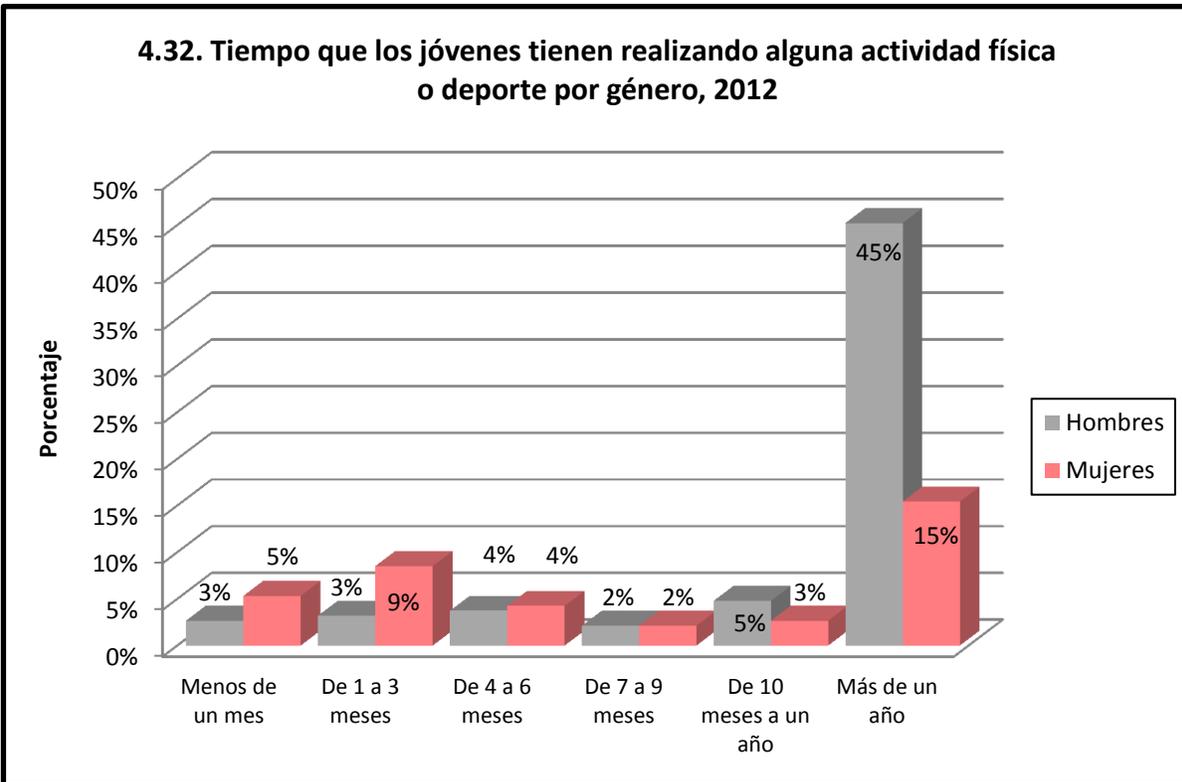
⁴⁴ El 20% de los jóvenes que indicó realizar un pago para ejercitarse se convierte en el 100% para el análisis.

más de \$200, en todos los rangos de gasto, las mujeres son las que más pagan en comparación con los hombres.



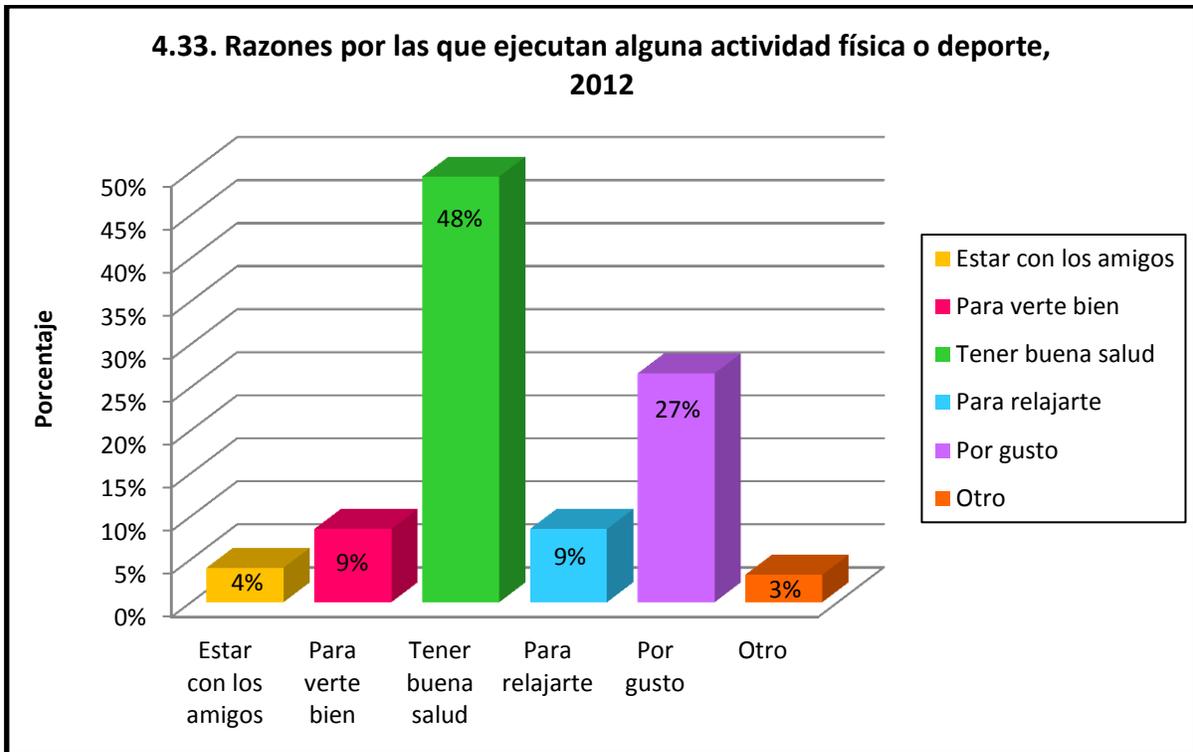
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

El gráfico 4.32 nos muestra la antigüedad con la que se ejercitan los jóvenes de la ciudad de Oaxaca, nuevamente se observa que los varones llevan la delantera en este aspecto, ya que son quienes tienen mayor tiempo practicando, el 45% tiene más de un año con este hábito contra sólo el 15% de las mujeres. En total, el 60% de los jóvenes que si se ejercitan lo han practicado de manera continua, mientras que 40% lleva practicando durante menos de un año.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Al preguntarle a los jóvenes sobre las razones que los motivan a ejercitarse el 48% respondió que lo hace para tener buena salud, al 29% les gusta ejercitarse y el 9% dijo que para verse bien. Es importante conocer sus motivaciones para realizar una propuesta que impulse a más jóvenes a hacer del ejercicio un estilo de vida. En la gráfica 4.33 se muestra la distribución de este aspecto.



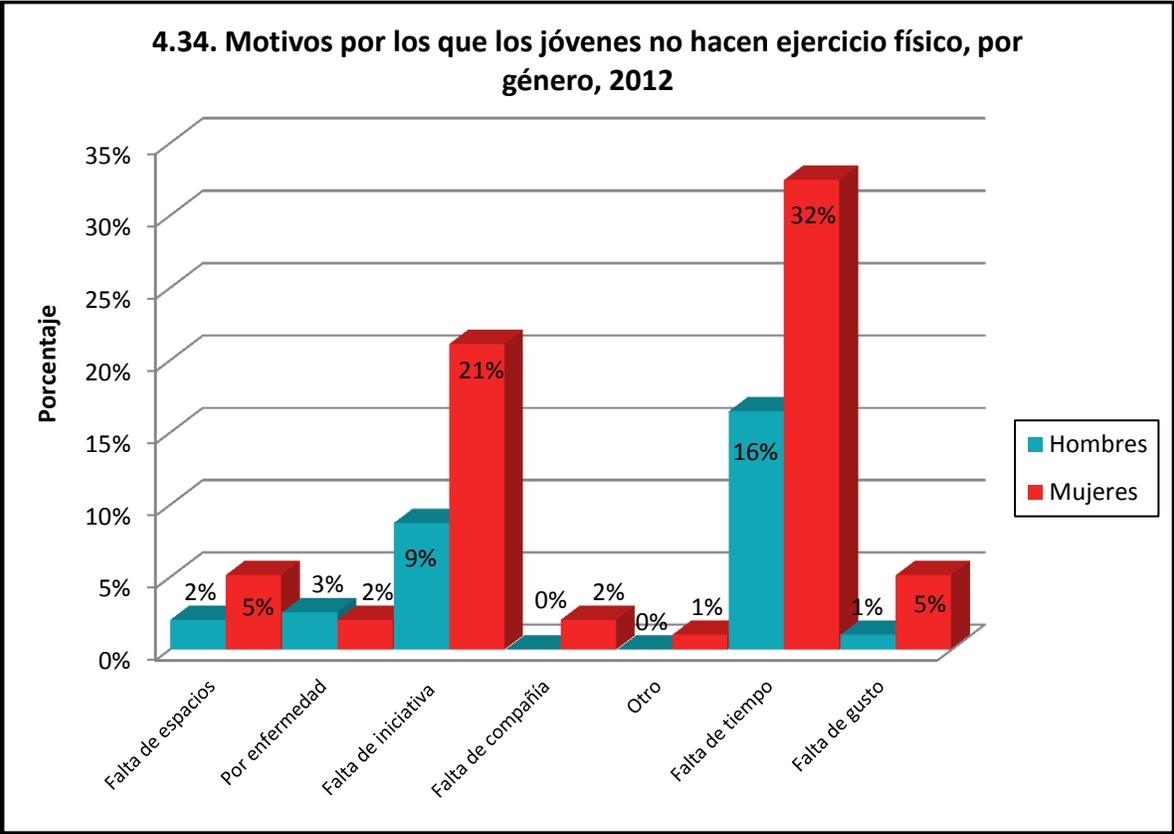
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

4.3. Resultados de los jóvenes que no realizan actividad física o deporte⁴⁵

Con relación a los jóvenes que no realizan ninguna actividad física, se les preguntó por qué no se ejercitan, el gráfico 4.34 muestra que tanto los hombres como mujeres mencionaron como principal razón la falta de tiempo por cargas de trabajo pesadas en cuanto a tareas, (16% hombres y 32% mujeres); falta de iniciativa debido a que no les gusta e interesa (mujeres con un 21% y los varones

⁴⁵ Es importante indicar que en este apartado, el 51% de los jóvenes que mencionaron no hacer ejercicio, se convierten en el 100% para el análisis.

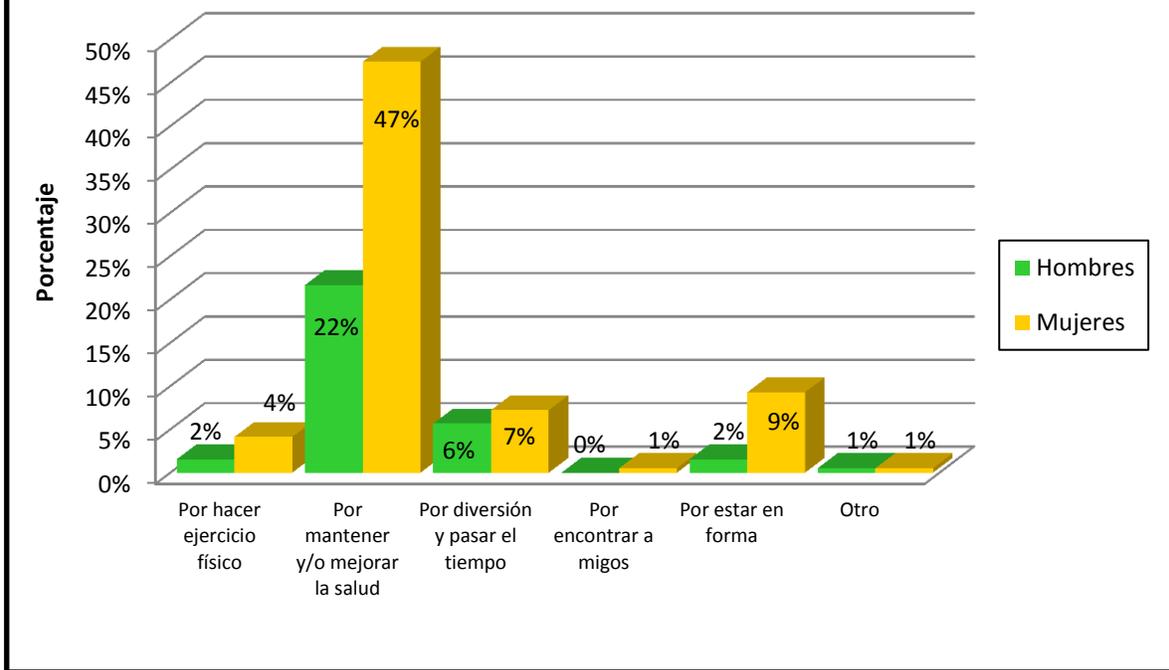
con 9%), insuficientes espacios e infraestructura a su alcance, así como por prescripción médica y por falta de compañía.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

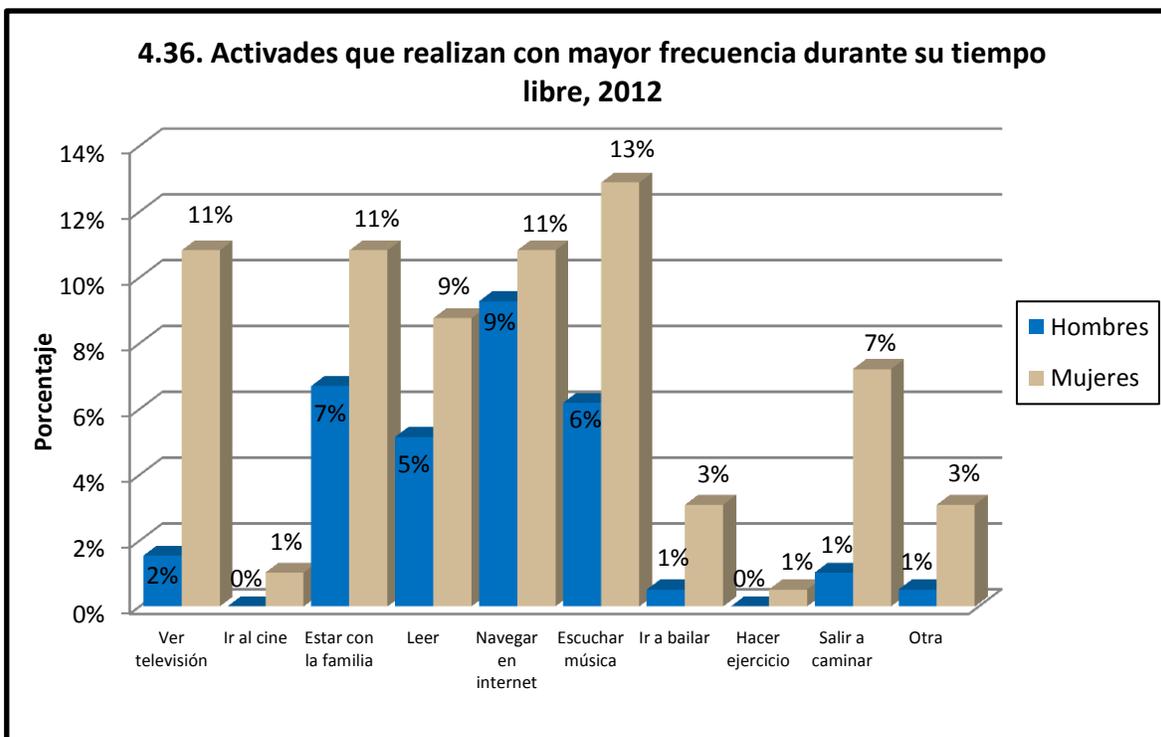
Asimismo, les preguntamos sobre qué los motivaría a hacer actividades físicas, el 69%, de los encuestados respondió que lo harían para mantener o mejorar su salud, donde el 47% corresponde a mujeres y el 22% a los hombres. En el caso de las mujeres, mencionaron como segundo motivo el estar en forma con un 9%, en tanto que 6% de los hombres eligieron como su segunda motivación el hacerlo por diversión y pasar el tiempo [Ver gráfico 4.35].

4.35. Motivos por los que los jóvenes harían actividad física o deporte, 2012



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Es importante conocer el tipo de actividades que realizan los jóvenes durante su tiempo libre, ya que ello nos da una idea general de su estilo de vida. En la gráfica 4.36 se observa que el 20% de los jóvenes que no hacen ejercicio escuchan música (mujeres 13% y hombres 7%), el 20% navega en internet (mujeres 11% y hombres 9%), el 18% opta por estar con su familia (mujeres 11% y hombres 7%), el 14% lee (9% mujeres y 5% hombres), mientras que 13% ve la televisión (11% mujeres y 2% de hombres).



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Como se puede ver, el 83% de los jóvenes realiza actividades que requieren poco o nulo esfuerzo físico, y quienes hacen menor esfuerzo son las mujeres en contraste con el 17% de los jóvenes de este grupo que realizan actividades menos sedentarias.

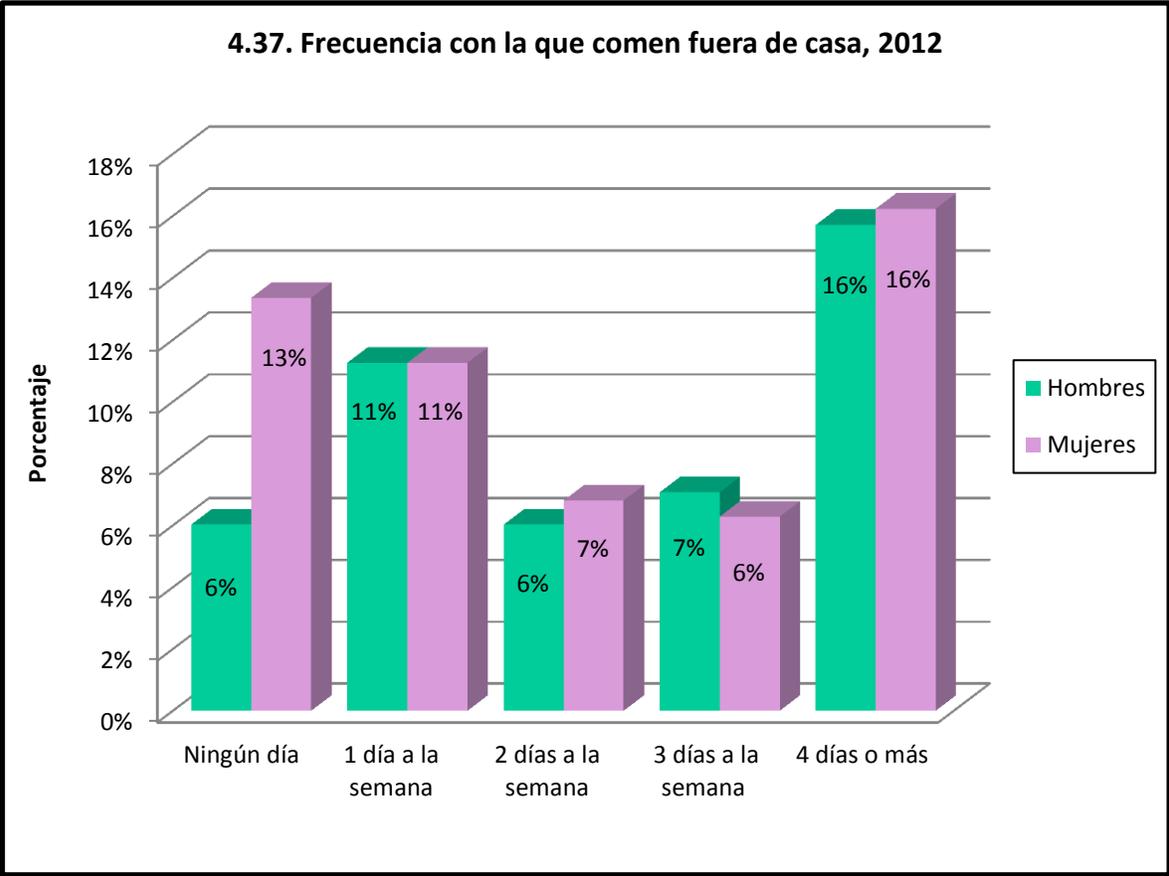
4.4. Resultados generales sobre hábitos de alimentación⁴⁶

Con el propósito de enriquecer este trabajo, además de indagar sobre los hábitos deportivos, investigamos de manera general cuáles son los hábitos

⁴⁶ Cabe señalar que en este apartado se considera al total de la muestra, 382 elementos.

alimenticios de los jóvenes, ya que éstos son unos de los factores clave que contribuyen al aumento del sobrepeso y obesidad.

La primera pregunta que se planteó a este respecto, fue la frecuencia con la que comen fuera de casa, el gráfico 4.37 muestra que el 81% come por lo menos una vez fuera de casa y el 32% come más de 4 veces a la semana (las mujeres y los varones con la misma frecuencia, 16%).



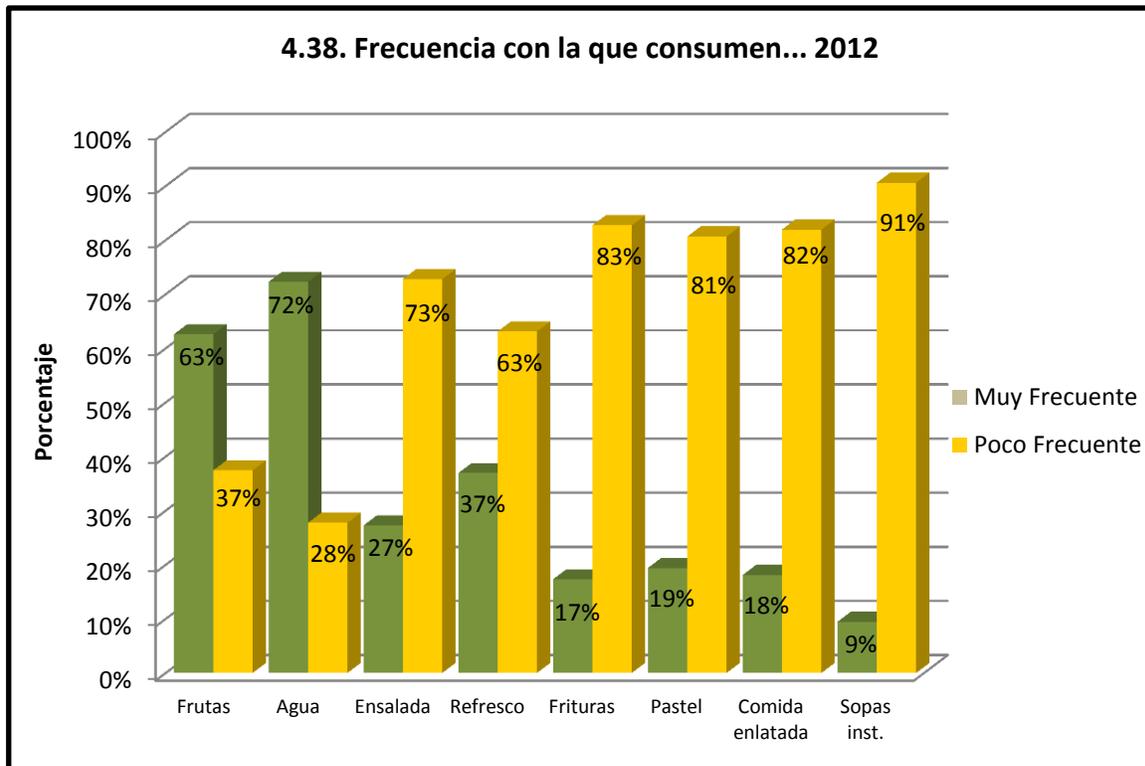
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

La mayoría de los jóvenes que se encuentran en esta situación son estudiantes, por ende, tienden a comer en la escuela o en lugares cercanos, también encontramos a estudiantes que son de diferentes partes del estado y no tienen otra opción más que comer fuera de casa, es importante mencionar que difícilmente estos jóvenes tienen la costumbre de prepararse sus propios alimentos. Del total de encuestados, el 19% tiene la costumbre y posibilidad de comer en su hogar todos los días, de acuerdo a los intervalos de confianza determinados en el Anexo 3, los días que los jóvenes comen fuera de casa están entre (1.9 y 2.1) días, menor a la media nacional determinadas por Consulta Mitofsky en su encuesta sobre hábitos alimenticios.

La segunda pregunta consistió en averiguar la frecuencia con la que consumen determinados alimentos, en la gráfica 4.38 se aprecia la distribución que describe el consumo de diversos alimentos.

El 63% de los encuestados consume frutas; el 72% agua, estos porcentajes se deben en gran medida a que el clima de la ciudad es caluroso, y más aún en primavera, época en la que se aplicaron las encuestas y el consumo de agua aumenta. De acuerdo con la ENJ 2005, en México solo el 37% de los jóvenes consumía fruta al día y para los encuestados en Oaxaca se encontró que el consumo de fruta es del 63%, es decir, mayor a la media nacional.

En lo que respecta al consumo de verduras y ensaladas, a nivel nacional, el 36% de los jóvenes consumía verduras o ensaladas y en Oaxaca el 27% las consume.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Respecto al consumo per cápita de refresco, a nivel nacional es de aproximadamente medio litro al día de acuerdo con datos de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) en 2010⁴⁷. Cabe señalar que este resultado se refiere al total de la población y no a un segmento en particular, pero no se excluye a los jóvenes de seguir esta tendencia. De acuerdo con nuestra encuesta,

⁴⁷ Revista del Consumidor en línea. *El refresco: una bomba de azúcar*. Marzo 12, 2010. Artículo tomado de: <http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=8978>

en Oaxaca, sólo el 37% toma refresco muy frecuentemente, este resultado es contrastante con el consumo nacional.

En el caso de frituras, pastel, comida enlatada, sopas instantáneas y otros alimentos con altos contenidos de harinas y grasas saturadas, el consumo a nivel nacional es alto, señalaron especialistas del IMSS⁴⁸ y de acuerdo a la investigación realizada en la ciudad de Oaxaca, los jóvenes consumen este tipo de alimentos en menor proporción y frecuencia (frituras 17%, pastel 19%, comida enlatada 18% y sopas instantáneas con el 9%).

⁴⁸ Artículo tomado de: <http://diabetesstop.wordpress.com/2008/04/03/obesidad-por-consumo-de-harinas-refinadas/>

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Después de analizar los resultados de la encuesta, podemos decir que se cumplieron los objetivos establecidos al inicio de esta investigación y los resultados obtenidos coinciden con las hipótesis planteadas. A pesar de la gran información con la que cuenta la mayoría de la población en torno al tema de sobrepeso y obesidad y sus consecuencias, se encontró que ejercitarse forma parte del estilo del 49% y sólo el 20% la realiza con mayor frecuencia. Se observó que quienes hacen mayor actividad física son los hombres, las mujeres por su parte, se ejercitan en menor grado, presentan mayores niveles de obesidad y por ende, tienden a registrar mayor inconformidad con relación a su peso.

Respecto a los jóvenes que no hacen ejercicio señalaron que son múltiples los factores que propician que no se ejerciten de manera continua; insuficientes espacios, falta de tiempo e iniciativa. Asimismo, mencionaron que durante su tiempo libre realizan actividades sedentarias, como navegar en internet, escuchar música y ver televisión principalmente.

A partir del planteamiento teórico y la investigación de campo se concluye que los jóvenes de la ciudad de Oaxaca tienen un estilo de vida que se caracteriza por realizar poca actividad deportiva. Con los resultados obtenidos en la encuesta se comprueban las hipótesis:

- Los jóvenes de 20 a 29 años de edad no hacen ejercicio frecuentemente debido a que no tienen tiempo y no existe infraestructura deportiva suficiente a su alcance.
- La población objeto de estudio que no se ejercita, en su tiempo libre realiza principalmente actividades sedentarias que requieren el mínimo esfuerzo físico.

Con lo que respecta al cumplimiento de los objetivos planteados, éstos se desglosan a continuación, así como los resultados obtenidos.

Sin lugar a dudas los problemas de sobrepeso y la obesidad ya constituyen una pandemia que afecta a muchos países, donde México ocupa el segundo lugar, sólo por debajo de Estados Unidos, pues el 70% de la población sufre alguno de estos padecimientos, afectando principalmente a las mujeres en todos los rangos de edad.

La mujeres presentan los mayores índices de obesidad, en contra parte los hombres prevalece un mayor índice de sobrepeso. Esto se debe al estilo de vida cada vez más sedentario de la mujer, el cual está causando trastornos en su aspecto físico, también se ve más afectada por las presiones y estrés que vive en su trabajo y hogar, provocando que sufra periodos de ansiedad y depresión y a su vez, consuma más alimentos de los que requiere, comentó la psicóloga Guadalupe Camacho, especialista del Instituto Nacional de Nutrición (INN)⁴⁹. Por otra parte, los hombres hacen un mayor gasto durante sus actividades laborales, más aún si se trata de campesinos u obreros.

Los jóvenes entre 20 y 29 años integran un grupo de la población que en comparación con otros está menos afectado, pero sigue siendo preocupante porque el 51.4% de los hombres y el 54.1% de las mujeres presenta problemas de sobrepeso u obesidad, aunado a esto, la práctica deportiva disminuye conforme aumenta la edad.

Las entidades en el norte con población más afectadas por el sobrepeso y obesidad son Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila, Chihuahua y Nuevo León y en el sur – sureste Quintana Roo y Campeche. En el norte se debe a que en el norte del país los habitantes tienen hábitos alimenticios similares

⁴⁹ Tomado de <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/5501.html>

a los de Estados Unidos; y en los estados del sur – sureste tienden a consumir alimentos ricos en grasas y azúcares. Oaxaca se encuentra entre los estados con un menor índice de sobrepeso y obesidad, no obstante, el 60.8% de su población tiene este tipo de problemas, sobresalen la región del Istmo de Tehuantepec y la Cuenca del Papaloapan. Dentro de los principales factores que causan sobrepeso y obesidad están una alta dieta en grasas, azúcares y harinas, así como los bajos niveles de actividad física.

En relación al gasto público en salud, se encontró que de 2006 al 2010 aumentó un 74%, debido al crecimiento poblacional y a la reforma en la LGS para ampliar los servicios de salud. La SS, el IMSS e ISSSTE fueron las principales instituciones de salud beneficiadas.

En el periodo 2000 – 2008, la SS estimó que el costo total imputable a las ECNT pasó de 35,429 millones de pesos a 67,345 millones de pesos y proyectó que para el año 2017 sea de 150,860 millones de pesos (incluye costo directo por atención médica, así como un costo indirecto por la pérdida de productividad por muerte prematura).

En 2010 se creó el CNPCECNT debido al incremento de la población que padece sobrepeso y obesidad, en ese año, el presupuesto asignado al sector salud fue 380 mil millones de pesos, de los cuales, el 50% fue asignado al tratamiento de las enfermedades derivadas del sobrepeso y obesidad.

De acuerdo a las estimaciones de Sánchez - Castillo, *et al.* (2004), considerando solamente el crecimiento de la población y sin tomar en cuenta los cambios en los patrones de padecimientos para el año 2030 la población con sobrepeso y obesidad seguirá aumentado. De no intensificar las medidas necesarias para contrarrestar dicha tendencia, los costos económicos y sociales para los individuos, la sociedad y el gobierno federal serán muy altos en los próximos años.

De acuerdo al trabajo de campo, se encontró que del 49% de los jóvenes que se ejercitan, 30% son hombres y el resto mujeres. A nivel nacional la práctica deportiva es de 28.5%, según datos de la CeSIA en 2005.

La frecuencia con la que hacen ejercicio varía según el género, de acuerdo con los intervalos de confianza localizados la media es de 3 días a la semana, la

cual coincide con la media poblacional encontrada por el IMJ en 2005. Respecto al tiempo que le dedican al día, 55% de los encuestados afirmó practicar durante más de una hora, nuevamente los varones sobresalen en este aspecto; además éstos han sido más constantes en cuanto al tiempo que llevan practicando, ya que 45% tiene más de año haciendo actividades físicas, frente al 15% de las mujeres con el mismo lapso de tiempo.

Con esta investigación identificamos que los hombres se ejercitan más que las mujeres, esto explica el por qué los problemas de obesidad prevalecen en las mujeres, fenómeno que de acuerdo a la ENSANUT 2006 se registra en todos los grupos de edad, sino en los demás considerados en la. Según la investigación documental, este problema es multifactorial; la urbanización, la incorporación de la mujer al trabajo, la producción en serie de alimentos procesados y la disminución de la actividad física. En el caso específico de las mujeres, éstas trabajan y/o estudian, por ende, su estilo de vida ha variado en comparación con décadas pasadas, y ahora tienden a realizar mayores actividades sedentarias correspondientes a su desempeño laboral y/o académico, trayendo como consecuencia el aumento de peso.

Entre las principales motivaciones que tienen los jóvenes para ejercitarse destacan por gozar de buena salud (48%) y por gusto (27%), lo cual nos indica

que si hay jóvenes quienes están conscientes de la importancia que tiene el realizar ejercicio y hacerlo parte de su estilo de vida para su bienestar físico y mental.

Las actividades que practican los jóvenes son diversas, van desde el fútbol hasta el baile de salón, y el gusto por éstas varía según el género.

Se encontró que el 31% de los hombres practica el fútbol; el 9% de mujeres prefieren caminar, el 7% jugar básquetbol y el 6% bailar y el 5% hacer aerobics. El lugar donde se ejercitan se relaciona directamente con la actividad. El 24% de los varones acude a centros deportivos públicos, en tanto que otro 24% practica en espacios abiertos improvisados. El 15% de las mujeres se ejercitan al aire libre y el 10% acude a un gimnasio. Son las mujeres quienes en mayor proporción acuden a gimnasios privados.

De los jóvenes que acuden a gimnasios privados el 57% gastan entre \$100.00 y \$200.00 mensualmente. Cabe señalar que el pago implica contar con espacios acondicionados e instructores que los guíen adecuadamente.

Cabe señalar que de la población que se ejercita, únicamente el 6% lo realiza en su casa, lo que nos indica que consideran que en su hogar no tienen las condiciones para realizar dicha actividad, hay distractores, no tienen la motivación o simplemente prefieren realizar otras actividades, por este motivo es importante que los jóvenes cuenten con más infraestructura deportiva a su alcance, si bien la falta de ésta no representa un motivo determinante para no ejercitarse, si juega un papel importante para impulsar la activación física.

Identificar los motivos por los cuáles hay jóvenes que no se ejercitan es sin duda un objetivo primordial, ya que esto nos permitirá realizar recomendaciones para una propuesta de marketing que tenga como objetivos informar, motivar y persuadir a los jóvenes que no se ejercitan tomen la iniciativa y adquieran el hábito.

Del total de los encuestados se encontró que el 51% no se ejercita y prevalecen las mujeres con 35% y hombres con 16%. Cabe señalar que las mujeres en su tiempo libre prefieren realizar actividades que requieren poco o nulo esfuerzo físico como navegar en internet (20%), escuchar música (19%) o ver televisión (13%).

El 69% de los encuestados que no hacen ejercicio reportó que las razones son la falta de tiempo e iniciativa y que harían actividad física para mejorar su salud. Es interesante ver cómo este grupo está consciente de la importancia de hacer ejercicio de manera cotidiana, sin embargo, no se han la iniciativa ni el tiempo para comenzar.

Después de analizar la información encontrada en el trabajo de campo, se concluye que el problema es mayor en las mujeres, la cual las expone a que sean más propensas a sufrir alguna de las ECNT como la diabetes e hipertensión, las cuales representan un alto costo para los propios pacientes y al gobierno federal.

También encontramos que en torno a los hábitos de alimentación se encontró que a nivel nacional distan de ser sanos y de acuerdo con la encuesta se encontró que en Oaxaca, los jóvenes tienen la necesidad de comer fuera de casa más de 4 veces a la semana y su dieta está integrada por alimentos con altos contenido calóricos como sopas, quesadillas, gorditas, tacos, tortas y tamales, y es habitual ver en las calles la venta de este tipo de antojitos casi en cada esquina. Hay puestos afuera de los centros de trabajo, escuelas, de hospitales y en todos los lugares.

Otro dato importante que se encontró en la investigación es la relación entre la edad y la práctica deportiva. A menor edad hay una mayor disposición a practicar actividades físicas y conforme aumentan la edad y las responsabilidades disminuye el tiempo dedicado a éstas. También, se encontró que el estado civil incide en la práctica deportiva, los jóvenes solteros suelen ejercitarse más que los casados porque disponen de mayor tiempo libre y tienen menos responsabilidades.

Otra variable significativa es el ingreso, de acuerdo a un estudio del INEGI de 1996, las personas que tienen más ingresos tienden a practicar más deporte. En la investigación realizada se identificó que el 20% de jóvenes que realiza ejercicio paga por dicha actividad.

En todas las entidades federativas se registran altos índices de sobrepeso y obesidad y una disminución de la actividad física. La media poblacional de jóvenes en el país es de 26.4%, por tal razón las propuestas de este trabajo de investigación son factibles de aplicarse al ámbito nacional dado que los resultados locales obtenidos no se ajenos a la problemática de nuestro país.

5.2. Recomendaciones

Tal como lo demuestran las estadísticas, los porcentajes de la población que padece sobrepeso y obesidad, las enfermedades asociadas, las defunciones y el incremento del presupuesto para atender y prevenir dichos padecimientos, van en aumento, lo que significa que el estilo de vida que tiene la mayoría de la población en México, está generando problemas de salud, económicos y sociales.

Es evidente que hasta ahora los esfuerzos realizados por el gobierno federal a través del sector salud para prevenir y atender estas enfermedades son insuficientes. Se observa que a pesar de la información con la que cuenta la mayoría de la población sobre un estilo de vida saludable que implica una alimentación sana y actividad física frecuente, aún no han tomado consciencia al no incluir la práctica del ejercicio regular como parte de sus hábitos. Ante ese escenario, se propone el uso del marketing deportivo a fin de promover las actividades físicas sobre todo entre quienes no realizan ningún tipo de ejercicio.

Las propuestas del presente trabajo van dirigidas al gobierno federal para que se apoye en la publicidad como una herramienta de comunicación que tiene como objetivos principales informar, motivar y persuadir a la población de 20 a 29

años a realizar ejercicio de manera constante, llamativa y diferente. La mezcla de mercadotecnia que en este caso está integrada por el producto, que es la invitación a realizar actividad física los costos del producto son todos aquellos que erogará el gobierno federal tanto directos e indirectos por concepto de construcción de infraestructura, pagos a personal, gastos publicitarios, entre otros, a cambio de esta inversión, se espera que obtenga beneficios que impacten de manera directa a la sociedad y a la finanzas públicas en un corto y largo plazo.

En este caso la mezcla de mercadotecnia incluye el producto, plaza y promoción. El producto es la invitación a realizar actividad física, la plaza la conforman la infraestructura deportiva y lugares de espaciamiento; en tanto que la promoción incluye la publicidad que será la principal herramienta que propone este trabajo. Con ello se busca que haya un beneficio directo para la sociedad en el corto y largo plazo y una disminución en el rubro del gasto en salud pública (por los costos atribuibles a las ECNT) que se refleje en las finanzas gubernamentales.

La publicidad y promoción constituyen la parte central de este trabajo y se hacen las siguientes propuestas.

- Recurrir a deportistas reconocidos en México y en el extranjero para realizar spots invitando a los jóvenes a ejercitarse y difundiéndolos en la televisión, salas de cine e internet. Los jóvenes son admiradores de grandes deportistas de talla internacional y nacional, usan como principales medios de información internet y televisión por su alto impacto, por ende, la exposición de este tipo de anuncios tendrían un alto alcance. Los anuncios estarían de manera constante en internet durante un año en los portales de dependencias gubernamentales, empresas privadas y de los propios deportistas. En la televisión pasarían principalmente a medio día y por la tarde, en horarios en los que los jóvenes ven más televisión.
- Invitar a deportistas mexicanos a que realicen diversas rutinas de ejercicios y suban los videos a las redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube para que sean descargados. Se propone esta medida debido a que en la investigación documental y de campo identificamos que los jóvenes pasan gran parte de su tiempo navegando. Hoy en día las redes sociales tienen un enorme alcance, millones de mexicanos, principalmente los jóvenes pasan gran parte de su tiempo en ellas y han

hecho de esta forma de comunicación parte de su estilo de vida. Debido a que es un medio que tiene enorme alcance, se estima que el mensaje llegue a una gran cantidad de jóvenes que integran el mercado meta.

- Utilizar espacios televisivos para transmitir programas en donde artistas y/o instructores certificados ejecuten diferentes rutinas de ejercicios en dos horarios matutino y vespertino. Los jóvenes en su tiempo libre tienden a ver la televisión, por ende, es importante motivar el ejercicio dentro del hogar y se evita que tengan que realizar un pago en algún centro deportivo especializado o gimnasio.
- Transmitir spots de radio con fines informativos, sobre el hábito de ejercitarse y tener una alimentación sana, en horarios dirigidos al público joven. En la investigación se detectó que los jóvenes gustan de escuchar música, desde su computadora y en menor medida en la radio, no obstante se busca tener impacto en aquellos jóvenes cuyas localidades se encuentran apartadas de las grandes ciudades.
- Realizar eventos masivos de manera periódica en los que figuras públicas (deportistas y artistas) realicen ejercicio con los jóvenes, encabezando rutinas colectivas, paseos en bicicleta, etc. tal como se hace en la ciudad de México.

- Implementar en municipios y delegaciones programas de actividad física gratuita o a bajo costo en horarios apropiados dirigidas principalmente a las mujeres, como zumba, aerobics, body combat, bodypump entre otros, ya que son ellas quienes tienen más altos índices de obesidad. De acuerdo con la investigación, son las mujeres quienes suelen realizar y pagar por este tipo de actividades.
- Dotar parques y áreas verdes con aparatos para realizar ejercicio, así como rescatar espacios públicos abandonados y acondicionarlos tal como se hace en algunas otras ciudades. Se ha observado que estas medidas tienen un impacto positivo en las personas cuando se encuentran en estos espacios, ya que se ven motivadas a activarse sin costo alguno.
- Buscar empresas patrocinadoras que apoyen los eventos masivos con artículos promocionales como playeras, shorts, gorras, recipientes para agua, cuerdas para brincar, balones, etc. Principalmente a grandes empresas que practican la responsabilidad social.

Es importante señalar que estas medidas no son la panacea para revertir en su totalidad el problema del sobrepeso y obesidad en México, toda vez que son múltiples los factores que lo propician, sin embargo, son una contribución al alcance de los gobiernos de los diferentes niveles para insistir en la necesidad de un cambio en el estilo de vida.

REFERENCIAS

Referencias bibliográficas

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Kotler, P. (2003) *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación. México.

Ley General de Cultura Física y Deporte.

Mullin, B., Hardy, S. y Sutton, W. (2007) *Marketing deportivo*. Editorial Paidotribo. México.

Referencias electrónicas

Artículos

Alonso, R. (2011, 11 de enero). *Industria integrará nuevos productos a escuelas*.

El Universal. Artículo recuperado de

<http://www.eluniversal.com.mx/notas/736624.html> el día 16 de enero de 2011.

Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE, 2008). *Activación física laboral*. Documento obtenido de <http://www.deporte.org.mx>, el día 23 de agosto de 2010.

Fox, K. (2006). *Los beneficios de la actividad física*. Artículo obtenido el día 25 de enero de 2010 desde <http://www.eufic.org/article/es/salud-estilo-de-vida/actividad-fisica/artid/beneficios-actividad-fisica/>

Gutiérrez, J. (2001). *El patrocinio deportivo: pilares económicos*. Deporte y actividad física para todos, ISSN 1578-0546, No. 2; pp. 79-90

Kodak dejará de patrocinar los Juegos Olímpicos tras 111 años de colaboración. (2007, 13 de octubre). El Mundo.es. Artículo obtenido de <http://www.elmundo.es/mundodinero/2007/10/13/economia/1192264684.html>, el día 8 de diciembre de 2010.

Morales A. y Morales J. A. *Sistemas de pensiones y planes de ahorro y retiro: El caso de México*. Artículo recuperado de http://oncetv-ipn.net/dialogos/e_SistemasDePensionesDic06.pdf, el día 28 de febrero de 2011.

Organización Mundial de Salud (OMS). *Obesidad y sobrepeso*. Artículo obtenido de <http://www.who.int/es>, el día 5 de septiembre de 2010.

Organización Panamericana de la Salud (OPS). *¿Qué es la actividad física?* Artículo extraído de <http://www.paho.org> el día 20 de enero de 2010.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). *México: 1er. Lugar en Sobrepeso y 2do. Lugar en Obesidad*. Artículo extraído de <http://www.oecd.org>, el día 6 de septiembre de 2010.

Revista del Consumidor en línea (2010, Marzo 12). *El refresco: una bomba de azúcar*. Artículo tomado de:

<http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=8978>

Ullúa, A. (2007, 26 de septiembre). *Mercadeo deportivo*. El Universal. Artículo de <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/42929.html>, el día 21 de septiembre de 2010.

Publicaciones

Arias, F. (2009) *Economía y deporte: Analogía entre el sistema económico y el deporte de élite*. Revista electrónica del Centro de Investigación de Estudios en Educación Física, Salud, Recreación y Danza, Vol. 1, No. 1. Colegio Universitario de Caracas. Artículo en <http://www.actividadfisicayciencias.com/economia%20y%20deporte.pdf>

Campos, C. (1997). Resumen del libro: *Marketing y patrocinio deportivo*. Universidad de Extremadura. ISBN: 84-86052-31-9. España. Extraído de <http://www.cafyd.com/libroCC.pdf>, el día 17 de octubre de 2010.

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (2006, Abril 20). *Juventud y Deporte*. Documento obtenido de www.diputados.gob.mx/cesop/

Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (2001, Noviembre). *Programa Nacional de Cultura física y deporte, 2001-2006*. Tomado de <http://dgpp.sep.gob.mx/planeacion/pdf%20inf/CONADE.pdf>

Consulta Mitofsky, (Mayo, 2017). *Encuesta de La Afición al Béisbol en México*.

Tomado de http://consulta.mx/web/images/mexicoopinapdf/20070322_NA_DeportesBeisbol.pdf

Consulta Mitofsky (Junio, 2008). *Hábitos de Alimentación y Ejercicio*. Tomado de:

<http://consulta.mx/web/index.php/estudios/mexico-opina/300-habitos-de-alimentacion-y-ejercicio>.

Diario Oficial de la Federación (DOF). *ACUERDO mediante el cual se establecen los lineamientos generales para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo escolar de los planteles de educación básica*. Obtenido de <http://www.sep.gob.mx> el día 12 de enero de 2010.

Fausto, J., Valdés, R. M., Aldrete, M. y López M. C. (2006), *Antecedentes históricos sociales de la obesidad en México*. Investigación en Salud, de la Universidad de Guadalajara, ISSN (Versión impresa): 1405-7980, Vol. VIII, No. 002; pp. 91-94. (2006).

Gutiérrez Montaña Nelson Eduardo. *Marketing deportivo*. Tesis, Universidad del Rosario, Bogotá D. C. 2008.

Ibarra, A. (2010). *Introducción a las Finanzas Públicas*. Edición electrónica gratuita, ISBN-13: 978-84-693-1877-5.

Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ). *Encuesta Nacional de Juventud 2005*.

Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ, Enero 2008). *Perspectiva de la Juventud en México*. Tomado de <http://cendoc.imjuventud.gob.mx/>

Instituto Nacional de Salud Pública (INSP). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) 2006.*

Martínez, V., et. al. *Análisis del patrocinio y mecenazgo desde la perspectiva de la comunicación estratégica.* Revista Académica del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, ISSN 1669- 4015, Año I, No. 2. (2005).

Pedroza R. y Salvador J. A. *El impacto del deporte en la economía: problemas de medición.* Revista Asturiana de Economía, de la Universidad de Valladolid, No. 26; pp. 61-84. (2003).

Presidencia de la República (2007). *Primer Informe de Gobierno.* Documento obtenido de: <http://primer.informe.gob.mx/>

Presidencia de la República (2008). *Segundo Informe de Gobierno.* Documento obtenido de: <http://segundo.informe.gob.mx/>

Presidencia de la República (2009). *Tercer Informe de Gobierno.* Documento obtenido de: <http://tercer.informe.gob.mx/>

Presidencia de la República (2011). *Quinto Informe de Gobierno.* Documento obtenido de: <http://quinto.informe.gob.mx/>

Sánchez-Castillo, C., Pichardo-Ontiveros, E. y López-R., P. (2004). *Epidemiología de la obesidad.* Gaceta Médica de México, Vol. 140, Suplemento No. 2. s6 - s20 (2004).

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2000.* Documento obtenido de

http://www.apartados.hacienda.gob.mx/presupuesto/temas/pef/2000/index_plano.htm, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2001*. Documento obtenido de <http://www.apartados.hacienda.gob.mx/presupuesto/temas/pef/2001/menu.html>, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2002*. Documento obtenido de <http://www.apartados.hacienda.gob.mx/presupuesto/temas/pef/2002/index.html>, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2003*. Documento obtenido de http://www.apartados.hacienda.gob.mx/presupuesto/temas/pef/2003/por_tomos/index.html, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2004*. Documento obtenido de http://www.shcp.gob.mx/EGRESOS/PEF/pef/pef_04/index.html, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2005*. Documento obtenido de http://www.shcp.gob.mx/EGRESOS/PEF/pef/pef_05/index.html, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2006*. Documento obtenido de http://www.shcp.gob.mx/EGRESOS/PEF/pef/pef_06/index.html, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2007*. Documento obtenido de http://www.shcp.gob.mx/EGRESOS/PEF/pef/pef_07/index.html, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2008*. Documento obtenido de http://www.shcp.gob.mx/EGRESOS/PEF/pef/pef_08/index.html, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2009*. Documento obtenido de http://www.shcp.gob.mx/EGRESOS/PEF/pef/pef_09/index.html, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2010*. Documento obtenido de http://www.shcp.gob.mx/EGRESOS/PEF/pef/pef_2010/index.html, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). *Presupuesto de Egresos de la Federación 2011*. Documento obtenido de

http://www.shcp.gob.mx/EGRESOS/PEF/pef/pef_2011/index.html, el día 4 de febrero de 2011.

Secretaría de Salud (SS). (2010). *Acuerdo Nacional de Salud Alimentaria*. Documento extraído del portal de internet <http://portal.salud.gob.mx>, el día 24 de agosto de 2010.

Secretaría de Salud (SS). *Principales causas de mortalidad general*. Estadísticas obtenidas de <http://www.sinais.salud.gob.mx/mortalidad/index.html> el día 14 de enero de 2010.

Torres, E. *Sports Marketing ¿Realmente nuevo?* Datos, diagnóstico, tendencias. Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión, Pública, A. C. No. 1, (segunda época), año 11, pp. 7-9. (2004).

Notas

http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_nota=263271

http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_cpyme_informacion

http://oaxacaya.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4247%3Aesta-aumentando-la-obesidad-en-oaxaca&catid=37%3Aal-minuto&Itemid=2

<http://presidencia.gob.mx/prensa/?contenido=56395>

<http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=141510>

<http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/destaca-cordova-aumento-de-presupuesto-para-salud-en-cuatro-anos>

<http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/5501.html>

Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). (2008) *Causas de obesidad*. Obtenido de <http://www.imss.gob.mx/>, el día 12 de enero de 2010.

ACRÓNIMOS

ANSA	Acuerdo Nacional de Salud Alimentaria
CeNSIA	Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia
CNPCECNT	Consejo Nacional para la Prevención y Control de las Enfermedades Crónicas No Transmisibles
COI	Comité Olímpico Internacional
ECNT	Enfermedades Crónicas No Transmisibles
ENJ	Encuesta Nacional de Juventud
ENSANUT	Encuesta Nacional de Salud y Nutrición
IMC	Índice de Masa Corporal
IMJ	Instituto Mexicano de la Juventud
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social
INEGI	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
INN	Instituto Nacional de Nutrición
INSP	Instituto Nacional de Salud Pública
ISL	International Sports Culture and Leisure
ISSSTE	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
LGCFD	Ley General de Cultura Física y Deporte
LGS	Ley General de Salud

OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OMS	Organización Mundial de la Salud
PEA	Población Económicamente Activa
PND	Plan Nacional de Desarrollo
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
SEP	Secretaría de Educación Pública
SS	Secretaría de Salud
SSO	Servicios de Salud de Oaxaca
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México

ANEXO 1

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

En esta investigación, el universo considerado es el total de jóvenes de 20 a 29 años de edad residentes en la ciudad de Oaxaca de Juárez, Oaxaca y asciende a 49,428 personas. Para determinar la muestra estadística, la información se obtuvo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) del Censo de Población y Vivienda de 2010.

Se empleó el método de muestreo probabilístico para poblaciones finitas. Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la técnica de muestreo aleatorio simple, la fórmula a emplear es la siguiente (Bush & Ortinau, 2003):

$$n = \frac{p * q * Z^2 * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

p = Probabilidad de éxito.

q = Probabilidad de fracaso.

Z² = Valor en tablas

N = Tamaño de la población.

E² = Error.

Aplicando la fórmula se obtuvieron **382** encuestas a aplicar, considerando un nivel de confianza del 95%, una proporción de 0.5 y un valor estadístico en tablas de 1.96.

Para tener una muestra representativa y proporcional entre hombres y mujeres, se utilizó el factor de proporcionalidad, usando la siguiente fórmula:

Factor de proporcionalidad: $\sum fh = \frac{n}{N}$

Donde:

fh = Factor de proporcionalidad.

N = Tamaño de la población.

n = tamaño de la muestra.

Estrato	Total	fh=Proporción calculada	Encuestas a aplicar
Mujeres	26 441	0.00773	204
Hombres	22 987	0.00773	178

Se aplicaron 204 encuestas a mujeres y 178 a hombres jóvenes de entre 20 y 29 años de edad, las cuales fueron seleccionados de manera aleatoria en los principales puntos de concentración en la capital del estado de Oaxaca.

FICHA TÉCNICA

Universo	Jóvenes entre 20 a 29 años, hombres y mujeres que viven en la ciudad de Oaxaca.
Tamaño muestral	49,428 personas.
Error muestral	Error +/- 5%, con un nivel de confianza del 95%.
Probabilidad a favor	$p = 0.5$ y $q = 0.5$
Procedimiento de muestreo	Muestreo probabilístico para poblaciones finitas con asignación proporcional por género. Aplicación de encuestas en los principales lugares de concentración de la ciudad: Plaza del Valle, Zócalo capitalino y el Llano.
Trabajo de campo	Mayo 2012

ANEXO 2

ENCUESTA PARA JÓVENES DE LA CIUDAD DE OAXACA DE JUÁREZ, OAX., PARA IDENTIFICAR LA FRECUENCIA CON LA QUE REALIZAN ALGUNA ACTIVIDAD FÍSICA O DEPORTE

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer tus hábitos deportivos y de alimentación, la información proporcionada será usada exclusivamente para fines académicos y es totalmente confidencial. Por favor, coloca tu respuesta en la línea que se encuentra a la derecha de cada pregunta. *¡Gracias por tu ayuda!*

Edad: 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29
Género: Femenino (F) Masculino (M)
Estado civil Soltero(a) Casado (a)
Ocupación: _____

1. ¿Cómo realizas la mayor parte de tus actividades?

- a) De pie b) Sentado(a) c) Caminando

2. ¿Actualmente realizas alguna actividad física o deporte de manera frecuente?

- a) No b) Si

Si contestaste NO a la pregunta anterior, pasa a la pregunta 11.

3. ¿Qué actividad o deporte realizas?

- a) Fútbol
- b) Básquetbol
- c) Ciclismo
- d) Natación
- e) Taekwondo
- f) Paseo en bicicleta

- g) Gimnasio
- h) Aerobics
- i) Caminar
- j) Baile
- k) Otro: _____

4. ¿Con qué frecuencia realizas dicha actividad?

- a) De 1 a 2 días por semana
- b) De 3 a 4 días por semana
- c) Más de 5 días a la semana

5. ¿Cuánto tiempo le dedicas al día?

- a) Menos de una hora
- b) Una hora
- c) Más de una hora

6. ¿En dónde o en qué lugar realizas esta actividad?

- a) En casa
- b) Al aire libre
- c) Otro: _____
- d) En un gimnasio
- e) En un centro deportivo público

7. ¿Realizas algún pago para realizar esta actividad?

- a) Si
- b) No

Si contestaste NO a la pregunta anterior, pasa a la pregunta 9.

8. ¿En caso de realizar un pago, a cuánto asciende mensualmente?

- a) De \$ 50 a \$100
- b) De \$100 a \$200
- c) Más de \$200

9. ¿Cuánto tiempo tienes realizando esta actividad?

- a) Menos de un mes
- b) De 1 a 3 meses
- c) De 4 a 6 meses
- d) De 7 a 9 meses
- e) De 10 meses a 1 año
- f) Más de un año

10. ¿Cuál es el principal motivo por el cual haces ejercicio?

- a) Estar con amigos
- b) Para verte bien
- c) Tener buena salud
- d) Para relajarte
- e) Por gusto
- f) Otro: _____

Si realizas alguna actividad física o deporte, pasa a la pregunta 14.

11. ¿Cuál es el principal motivo por el que no realizas alguna actividad física o deporte?

- a) Falta de espacios
- b) Por enfermedad
- c) Falta de iniciativa o interés
- d) Falta de compañía
- e) Falta de tiempo
- f) Falta de gusto
- g) Otro: _____

12. ¿Por qué motivo realizarías alguna actividad física o deporte?

- a) Por hacer ejercicio físico
- b) Por mantener y/o mejorar la salud
- c) Por diversión y pasar el tiempo
- d) Por encontrar amigos
- e) Por estar en forma
- f) Otro: _____

13. ¿Qué actividad realizas con mayor frecuencia en tu tiempo libre?

- a) Ver televisión
- b) Ir al cine
- c) Estar con la familia
- d) Leer
- e) Navegar en internet
- f) Escuchar música
- g) Ir a bailar
- h) Hacer ejercicio
- i) Salir a caminar
- j) Otra: _____

14. Normalmente, ¿cuántos días a la semana acostumbras comer fuera de casa?

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| a) Ningún día | b) 1 día a la semana | c) 2 días a la semana |
| d) 3 días a la semana | e) 4 días o más | |

15. ¿Qué tan frecuente dirías que consumes...?

	Muy frecuente	Poco frecuente
a) Frutas	_____	_____
b) Agua embotellada	_____	_____
c) Ensaladas	_____	_____
d) Refrescos	_____	_____
e) Frituras	_____	_____
f) Pasteles y postres	_____	_____
g) Comida enlatada	_____	_____
h) Sopas instantáneas	_____	_____

ANEXO 3

INTERVALOS DE CONFIANZA Y TAMAÑO MUESTRAL

Se trata de un procedimiento estadístico que nos permite decidir si los datos muestrales son consistentes o no con algún valor que hemos fijado para la media de una población normalmente distribuida⁵⁰.

A continuación se realiza el cálculo de los intervalos de confianza para probar si el promedio de días que realizan ejercicio los jóvenes de 20 a 29 años que habitan en la ciudad de Oaxaca de Juárez, Oaxaca coincide con la media poblacional en México.

Datos de la muestra

$$\bar{x} = 3$$

$$s = 3$$

$$n = 188$$

$$Z_{\alpha/2} = 1.96$$

⁵⁰ Lincoln L. Chao. *Estadística para las ciencias administrativas*, Tercera edición, McGraw Hill, pág. 227.

Donde:

μ = Media

s = Desviación estándar

n = Jóvenes de 20 a 29 años que hacen ejercicio

$Z_{\alpha/2}$ = Valor correspondiente en la tabla de distribución normal para una confianza $1 - \alpha = 95\%$

Desarrollo:

$$\left(\mu - Z_{\alpha/2} * \frac{s}{\sqrt{n}}, \mu + Z_{\alpha/2} * \frac{s}{\sqrt{n}} \right);$$

$$\left(3 - 1.96 * \frac{3}{\sqrt{188}}, 3 + 1.96 * \frac{3}{\sqrt{188}} \right) = (3 - 0.43, 3 + 0.43); \text{ Por lo tanto:}$$

El intervalo de confianza es de (2.57, 3.43), lo cual coincide con la media poblacional que encontró el IMJ en su ENJ 2005 en la que los jóvenes que se ejercitan lo realizan en un promedio 3 días a la semana, similar a la media encontrada en el trabajo de campo, en la ciudad de Oaxaca.

Cálculo de los intervalos de confianza para los días que comen fuera de casa los jóvenes:

Datos de la muestra

$$\bar{x} = 2$$

$$s = 1$$

$$n = 382$$

$$Z_{\alpha/2} = 1.96$$

Donde:

μ = Media

s = Desviación estándar

n = Jóvenes de 20 a 29 años que habitan en la ciudad de Oaxaca de Juárez.

$Z_{\alpha/2}$ = Valor correspondiente en la tabla de distribución normal para una confianza $1 - \alpha = 95\%$

Desarrollo:

$$\left(\mu - Z_{\alpha/2} * \frac{s}{\sqrt{n}}, \mu + Z_{\alpha/2} * \frac{s}{\sqrt{n}} \right)$$

$$\left(2 - 1.96 * \frac{1}{\sqrt{382}}, 2 + 1.96 * \frac{1}{\sqrt{382}} \right) = (2 - 0.1, 2 + 0.1); \text{ Por lo tanto:}$$

El intervalo de confianza es de (1.99, 2.1), el cual es menor con la media poblacional que encontró Consulta Mitofsky en 2008 sobre los hábitos alimenticios de los mexicanos mayores de 18 años, ya que ésta fue de 4 días a la semana en promedio. La diferencia se debe a que en las grandes ciudades las personas tienden a comer fuera de casa en mayor medida por la distancia entre su escuela y/o trabajo y su hogar.