



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INCREMENTAR LA
ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL EN LA LIGA
DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS.
2013-2014”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
SOCIAL**

AUTOR

GERSON GUSTAVO MEJILLONES CRUZ

ASESORA

LICENCIADA. AMÉRICA MEZA BAJAÑA

LA LIBERTAD – ECUADOR

OCTUBRE – 2014

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a:

Dios, porque sin Él nada es posible. Su infinito amor y bondad hacia la humanidad hace que desarrollemos nuestras capacidades y logremos alcanzar los objetivos. Él es parte de este trabajo sin duda alguna.

Mis padres: Gustavo Mejillones y María Cruz; a mi querida esposa Patricia Figueroa; a mis hijas Danika, Yelitza y Bianca Mejillones Figueroa. Todos ellos saben que parte del tiempo que me correspondía brindarles, los utilicé en prepararme y culminar mi objetivo, contando siempre con su incondicional apoyo.

Gerson

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento profundo a:

Dios, por darme las fuerzas necesarias cuando más las necesité, al bendecirme con la posibilidad de caminar a su lado.

Los profesores: MSc. Milton Gonzáles y al MSc. Wilson León.

Mi tutora, la MSc. América Meza; quien con su esfuerzo, entrega y dedicación, me guió durante el tiempo que duró este trabajo. Sus conocimientos, orientaciones, motivaciones y paciencia, fueron fundamentales para la elaboración y culminación de mi trabajo de titulación.

La Universidad Estatal Península de Santa Elena, que al acogerme en sus aulas, me dio la oportunidad de buscar el camino hacia la excelencia profesional.

Por último, a todas las personas que de indistinta manera, formaron parte de este objetivo, derivando en la culminación de este trabajo.

Gracias.

Gerson



CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de la Carrera de Comunicación Social, nombrado por la Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Sociales y la Salud, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

CERTIFICO:

Que he analizado el Trabajo de Titulación de Grado presentado por el Sr. **MEJILLONES CRUZ GERSON GUSTAVO**, como requisito previo para optar por el Grado Académico de Licenciado, cuyo Tema es:

“PLAN DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA INCREMENTAR LA ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL EN LA LIGA DEPORTIVA CANTONAL 2013-2014”,

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Considero aprobado en su totalidad.

Tutor: 
Mgs. América Meza Bajaña
C.C. 0912917168

La Libertad, Octubre del 2014



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Libertad, octubre del 2014

Licenciado

Milton González

DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En su despacho.-

De nuestra consideración:

Por medio del presente me permito informar, que una vez culminado la revisión y corrección del trabajo de tesis del egresado; **MEJILONES CRUZ GERSON GUSTAVO**, con el tema:

“PLAN DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA INCREMENTAR LA ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL EN LA LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS, 2014”.

Se procedió a ingresar el documento a través del sistema URKUND, cuyo resultado de informe fue el siguiente:

MARCO TEÓRICO: 3%

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 0%

Adjunto print del informe.

Particular que elevo a su conocimiento para los fines legales y pertinentes.

Sin otro particular por el momento y reiterando mi alta estima y consideración, me suscribo de Ud,

Muy atentamente,

Lcda. América Meza B.

Docente

Adj: Copia del informe del Urkund
Cc: file.

PLAGIUM - Buscar con Go... | plagium: Herramienta de... | urkund - Buscar con Google | int | D11781450 - URKUND TES...

URKUND

Document: **URKUND_TESIS_FINAL_GERSON.docx (D11781450)**
 Submitted: 2014-10-12 09:26 (-05:00)
 Submitted by: ameza@upse.edu.ec
 Receiver: ameza.upse@analysis.orkund.com
 Message: [Show full message](#)

99% of this approx. 13 pages long document consists of text present in 1 sources.

ses de paso es clave en el comportamiento humano, ya que de alguna manera lo mantiene despierto, le da energía, ganas, vigor, lo dirige y lo regula; por lo tanto se lo que gobierna la dirección, intensidad y persistencia de la conducta.

Actualmente, los cuatro componentes fundamentales de la adherencia, asistencia, finalización, duración e

Intensidad se

emplean de forma indistinta en diferentes investigaciones. Por otra parte, los factores que predicen la participación continua y el mantenimiento de la misma en programas de ejercicio son todavía ambiguos.

Esto podría indicar que al no internalizar el valor de los ejercicios podría producir contratiempos motivacionales que, obviamente, no llevan a una adherencia a largo plazo a dicho programa.

Tan pronto la gente sedentaria ha superado la inercia y ha empezado a hacer ejercicio, el siguiente obstáculo a salvar son las tentaciones de abandonar la actividad.

URKUND's archive: UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA / MAR... 99%

que gobierna la dirección, intensidad y persistencia de la conducta".

Actualmente, los cuatro componentes fundamentales de la adherencia; asistencia, finalización, duración e

Intensidad se

emplean de forma indistinta en diferentes investigaciones. Por otra parte, los factores que predicen la participación continua y el mantenimiento de la misma en programas de ejercicio son todavía ambiguos.

Esto podría indicar que al no internalizar el valor de los ejercicios podría producir contratiempos motivacionales que, obviamente, no llevan a una adherencia a largo plazo a dicho programa.

Tan pronto la gente sedentaria ha superado la inercia y ha empezado a hacer ejercicio, el siguiente obstáculo a salvar son las tentaciones de abandonar la actividad.

20:40 13/10/2014

INFORME URKUND ES 3%

PLAGIUM - Buscar con Go... | plagium: Herramienta de... | int | D11781452 - URKUND CONCL...

URKUND

Document: **URKUND_CONCLUSIONES_Y_RECOMENDACIONES_FINAL.docx (D11781452)**
 Submitted: 2014-10-12 09:28 (-05:00)
 Submitted by: ameza@upse.edu.ec
 Receiver: ameza.upse@analysis.orkund.com
 Message: [Show full message](#)

0% of this approx. 1 pages long document consists of text present in 0 sources.

CONCLUSIONES - La Liga Deportiva Cantonal de Playas, una mejor educador como la catedrera para informar sobre las actividades que realiza dentro del ámbito de acción que le corresponde - La población siente que está poco informada con respecto al trabajo que realiza la LDC de Playas, por cuanto no aplica los medios idóneos para hacerlo. - El deporte que más apasiona a los jóvenes es el fútbol, seguido del básquet y ajedrez. - La población encuestada, conoce poco acerca de lo que es un plan de comunicación que ayude con sus bondades, o dinamizar la información respecto a las actividades que realiza la LDCP. - Se tiene preferencia como medio más utilizado para informarse sobre cualquier aspecto entre las jóvenes al Internet en primera instancia, seguido de la televisión, radio y prensa escrita. Caso contrario entre los padres de familia, en donde el Internet es desconocido. RECOMENDACIONES - La LDC de Playas debe utilizar inmediatamente medios modernos para brindar información oportuna y veraz de la programación a realizar. - La población debe ser sujeta a mayor información por parte de la LDC de Playas, utilizando idoneidad que transparente su accionar. - Siendo el fútbol, básquet y el ajedrez los deportes con mayor preferencia, se debe impulsar con mayor interés estas disciplinas para lograr mayor éxito en sus resultados

20:42 13/10/2014

INFORME CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ES 0%

La Libertad, 20 de octubre del 2014

CERTIFICADO

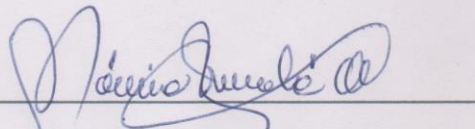
MÓNICA TOMALÁ CHAVARRÍA, Licenciada en Lengua y Literatura Española, Docente en la Carrera de Educación Parvularia de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, certifico que:

He leído, revisado y corregido la redacción en la concordancia, la sintaxis y la ortografía del contenido del trabajo de titulación **"PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INCREMENTAR LA ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL EN LA LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS 2013 - 2014"**. Elaborado por el Autor MEJILLONES CRUZ GERSON GUSTAVO de la Facultad de Ciencias Sociales y la Salud, Escuela de Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Debo indicar, además, que es de exclusiva responsabilidad que el Autor cumpla con las sugerencias y recomendaciones dadas en la corrección de la tesis impresa.

Sin otro particular,

Atentamente,



LICENCIADA MÓNICA TOMALÁ CHAVARRÍA, Mg.
DOCENTE

TRIBUNAL DE GRADO

Lcdo. Guillermo Santa María S. MSc
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DE LA SALUD

Lcdo. Milton González S. Mgs.
DIRECTOR DE LA ESCUELA
DE CIENCIAS SOCIALES

Lcdo. Antonio Vergara MSc
PROFESOR DE ÁREA

Lcda. América Meza, MSc
PROFESORA TUTORA

Ab. Joe

Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

ÍNDICE GENERAL

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	xiii
TABLA DE CONTENIDO	
1. PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INCREMENTAR LA ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL EN LA LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS 2013-2014	1
2. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
2.1 CAUSAS Y CONSECUENCIAS	4
3. PROBLEMA	5
3.1 DELIMITACIÓN	5
3.2 CONTEXTUALIZACIÓN	5
4. JUSTIFICACIÓN	6
5. OBJETIVOS	8
5.1 OBJETIVO GENERAL	8
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
6. HIPÓTESIS	9
7. VARIABLES	9
7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE	9
7.2 VARIABLE DEPENDIENTE	9
8. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	10
CAPÍTULO 1	12
MARCO TEÓRICO	12
ANTECEDENTES	12
PLAN DE COMUNICACIÓN	12
ALCANCES Y LÍMITES DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN	15
COMPONENTES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	16
COMUNICACIÓN CORPORATIVA	16

PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA	18
FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA	18
La percepción	18
Los paradigmas	19
Comunicación de doble vía	19
El público / target.....	19
MARCO TEÓRICO EN EL ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE	19
MARCO REFERENCIAL	24
LOS BENEFICIOS DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA.....	24
LA FALTA DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS JÓVENES DEL CANTÓN PLAYAS.....	25
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DEPORTE	26
MARCO CIENTÍFICO.....	28
PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN	28
FUNCIONALISMO	29
LA ADHERENCIA AL EJERCICIO	32
MARCO CONCEPTUAL	35
LA COMUNICACIÓN	35
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	35
DEPORTE	36
PLAN.....	36
MOTIVACIÓN.....	36
MARCO LEGAL.....	37
CAPÍTULO II	40
METODOLOGÍA	40
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	40
Modalidad de la Investigación	40
Método inductivo	41
Método deductivo	42
TIPOS DE INVESTIGACIÓN	42
Por el nivel de estudio.....	42
Por el lugar	43
Por el propósito	43
POBLACIÓN Y MUESTRA	44

Población.....	44
Muestra.....	45
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	47
Encuesta.....	47
Observación	47
Entrevista	48
PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN.....	48
CAPÍTULO III	49
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	50
ENTREVISTAS A PERSONALIDADES	65
ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
CAPITULO IV	70
LA PROPUESTA	70
1. Título	70
Introducción:.....	70
2. Justificación.....	70
3. Diagnóstico.....	71
4. Fundamentación Teórica de la propuesta	72
Filosófica	72
Pedagógica	72
Psicológica.....	73
Sociológica	73
Educativa.....	74
Legal	74
Objetivos de la Propuesta	75
Objetivo General.....	75
Objetivos Específicos	75
Factibilidad de la propuesta.....	75
OBJETIVOS.....	76
Legal	77
Técnica	78
De Recursos Humanos	78

Política.....	79
7. Descripción de la propuesta	79
Antecedentes breves	79
Aspectos de la propuesta.....	80
Conclusión	80
Recomendaciones.....	82
BIBLIOGRAFÍA.....	83

ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

	Págs.
TABLA 1	50
GRÁFICO 1	50
TABLA 2	51
GRÁFICO 2	51
TABLA 3	52
GRÁFICO 3	52
TABLA 4	53
GRÁFICO 4	53
TABLA 5	54
GRÁFICO 5	54
TABLA 6	55
GRÁFICO 6	55
TABLA 7	56
GRÁFICO 7	56
TABLA 8	57
GRÁFICO 8	57
TABLA 9	58
GRÁFICO 9	58
TABLA 10	59
GRÁFICO 10	59
TABLA 11	60
GRÁFICO 11	60
TABLA 12	61
GRÁFICO 12	61
TABLA 13	62
GRÁFICO 13	62
TABLA 14	63
GRÁFICO 14	63
TABLA 15	64
GRÁFICO 15	64

RESUMEN

El planificar y coordinar la comunicación requiere o se hace necesario un Medio para dar a conocer, expandir y consolidar estas metas y objetivos. Ese medio lo constituye un Plan de comunicación organizacional. Esta investigación tuvo como propósito principal, analizar el por qué no se fomenta la actividad deportiva juvenil, en la Liga Deportiva Cantonal de Playas. Según, los resultados obtenidos en esta investigación, el problema radica en la no existencia de un Plan de comunicación, que facilite el mantener informada a la colectividad de la localidad. Diversos teóricos coinciden en que la falta de actividad física, desmejora la salud, y al contrario, si se la practica aportará, considerablemente, en el bienestar de la persona. “La comunicación es un proceso inherente en todas las actividades que realiza el ser humano. Básicamente, sin ella, un ser humano no puede convivir en una sociedad”.(Bastardas Boada, 2005). El diseño de la investigación utiliza técnicas cuantitativas y cualitativas, manejadas en la recolección de información primaria. En la fase cuantitativa de la investigación, se recurrió a la encuesta como instrumento de recopilación de información, que servirá para obtener fundamentos sobre los niveles de comunicación que existe entre los protagonistas de la práctica deportiva y el ente responsable de masificar e implementar el deporte.

En la investigación cualitativa se desarrollaron diálogos entre jóvenes, padres de familia y autoridades deportivas. La información obtenida servirá para verificar y contrastar los datos obtenidos a través de las encuestas, profundizando en el tema de la incidencia de un Plan de comunicación en la práctica deportiva.

Se considera que este tema desarrollado, es de trascendental importancia, ya que la falta de actividad física en los jóvenes, comprobado, científicamente afectará, considerablemente, su salud al llegar a la edad adulta. Además, la práctica deportiva favorece al cuerpo de diversas maneras. El no tener conocimientos de las funciones que realizan las organizaciones o instituciones como es el caso de la Liga Cantonal, influye en la imagen que los usuarios se forman sobre esta; entre estos beneficiarios de la LDCP en el cantón, podemos mencionar a padres de familia, instituciones educativas (escuelas y colegios), así como, también, los medios de comunicación, entre otros. Los beneficiarios directos serán los jóvenes y la ciudadanía, en general, del cantón Playas. Otro beneficiado será la Institución misma que desde, ahora, contará con herramientas comunicacionales, que los acercará a la ciudadanía y muy, específicamente, a los jóvenes habitantes de este sector.

Palabras clave: Comunicación, jóvenes, práctica, deportes, Plan.

ABSTRACT

The plan and coordinate communication required or necessary means to raise awareness, expand and consolidate these goals and objectives. That means it is a plan of organizational communication. This research had as its main purpose, analyze why youth sport is not promoted in the Sport of Cantonal League beaches. According to the results obtained in this research, the problem lies in the absence of a communication plan that facilitates keeping the community informed of the locality. Various theorists agree that the lack of physical activity, health deterioration, contrary if practiced, will bring considerably in the welfare of the individual. "Communication is a process inherent in all activities of the human being. Basically without it a human being can not live in a society ". (Bastardas Boada, 2005). The research design used quantitative and qualitative techniques, managed on collecting primary information. In the quantitative phase of the research, the survey was used as a tool for gathering information, which will serve for foundations on the levels of communication between those involved in sports and the responsibility of expanding and implementing sports entity.

In qualitative research dialogues between youth, parents and sports authorities were developed. The information obtained will be used to verify and compare the data obtained through surveys, delving into the issue of the impact of a communication plan in sports.

It is considered that this issue developed, is of paramount importance, since the lack of physical activity in young, scientifically proven to significantly affect your health when you reach adulthood. Also promotes sport variously body. Having no knowledge of the functions performed by organizations or institutions such as the cantonal league, influences the image that users form this; among these beneficiaries of OAPA at Canton, we can mention parents, educational institutions (schools and colleges), as well as the media, among others, will directly benefit youth and the general public Canton Playas. Another benefit will be the institution itself, which from now on will have communication tools that bring them closer to the public and very specifically at young people in this sector.

Keywords: Communication, youth, practice, sports, plan.

INTRODUCCIÓN

EL PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INCREMENTAR LA ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL EN LA LIGA CANTONAL DE PLAYAS EN EL AÑO 2013- 2014, se desarrolló dentro del enfoque de la comunicación corporativa teniendo en cuenta que la imagen corporativa es lo que hará que sus públicos la acepten o la rechacen, pues, basados en sus componentes, sean éstos internos o externos, el conglomerado hace su propio análisis y emite criterios que la organización ha proyectado con base a una buena gestión de la comunicación.

La comunicación es el eje principal de todo lo que se quiera dar a conocer. Dentro de este contexto, es necesario considerar elementos que coadyuven a lograr este propósito, también, va a depender de cómo él o los perceptores lo capten, quedando claro y con énfasis que el mensaje, propiamente, dicho deja de pertenecer a la empresa para convertirse en un mensaje de propiedad compartida.

Para reforzar las bases que han llevado a la realización del trabajo de investigación, se tomaron las guías de teóricos como Van Riel (2007), que habla de que la comunicación corporativa es el resultado de las actualizaciones que hace la gerencia, haciendo notables avances desde una comunicación persuasiva, pasando a la comunicación corporativa.

Así también, de Harold Lasswell, que propuso una fórmula que se implementó en 1948, y que hasta, la actualidad, sirve de ejemplo básico para la sociología de la comunicación.

La investigación señala las posturas de diferentes autores significativos que presentan teorías en la tradición pedagógica de la Educación Física, como Cagigal, Grupe, Parlebas y Vivente: Los dos, primero, hacen un análisis de la teoría humanista, mientras que Parlebas aborda la teoría tecnicista- motricista y Vicente y Kirk, la teoría epistemológica y neomarxista, respectivamente.

La presente investigación se la realizó bajo la modalidad de investigación de campo, ya que analizó, sistemáticamente, el problema en el entorno en el que se desarrolla; apoyada y sustentada en una investigación documental, a través de las cuales, se obtuvieron teorías, información y resultado del análisis de las causas que han originado la falta de información y comunicación de las actividades que realiza la Liga Deportiva Cantonal de Playas, con respecto a la ejecución de las diferentes disciplinas deportivas que debería practicar la juventud de la zona.

La muestra que se utilizó en el trabajo fue de 16392 personas, comprendida entre las edades de 10 hasta 19 años de edad; segmento demográfico que incluye deportistas, estudiantes y padres de familia, como potenciales beneficiarios de las actividades que realiza la Liga Deportiva Cantonal en sus distintas disciplinas deportivas. Las técnicas utilizadas en la recolección de datos están acorde con el enfoque teórico conceptual que se ha desarrollado en el proceso del estudio, utilizando la encuesta como instrumento de medición.

El otro método como complemento de investigación fue la entrevista a los dirigentes, entrenadores de la Liga Cantonal.

Una vez, realizada la investigación en el cantón Playas, específicamente, en la Liga cantonal, sobre el tema “PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INCREMENTAR LA ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL, EN LA LIGA DEPORTIVA CANTONAL, se consiguieron resultados importantes en relación a identificar que no existe una buena gestión de la difusión entre la Liga Cantonal del Cantón Playas y la ciudadanía, en general, por tal motivo, se hace imperativo realizar productos comunicacionales que ayuden a mantener informados a la población, es así que, se decidió la creación de un informativo denominado “LA LIGA INFORMA”

1. PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INCREMENTAR LA ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL EN LA LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS 2013-2014

2. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Muchos son los criterios que coinciden sobre la importancia de las organizaciones en los diferentes contextos sociales; donde están llamadas a ser referentes de la cultura que los identifica, caracteriza, diferencia y les da imagen. La comunicación en las organizaciones debe convertirse en una prioridad para las personas que realizan actividades en estos contextos, donde se defienden ideas, desarrollan proyectos, es decir, se genera, crea y produce para cumplir metas y objetivos.

El planificar y coordinar la comunicación requiere o se hace necesario un medio para dar a conocer, expandir y consolidar estas metas y objetivos. Ese medio lo constituye un plan de comunicación organizacional.

Lo expuesto, ha llevado a realizar este trabajo de campo, con la finalidad de mejorar la comunicación que está realizando la Liga Cantonal de Playas con sus usuarios; comunicación entendida como la oportunidad de encuentro con el otro, planteando así, una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social, porque es allí, donde tiene su razón de ser, ya que es a través de ella (comunicación) como las personas logran el entendimiento, la coordinación y cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones.

La LDGP es una institución que funciona desde el 04 de julio de 1990 en General Villamil, cabecera cantonal del cantón Playas. Entidad sin fines de lucro, ajena a toda actividad política o religiosa, con objetivos deportivos, que goza de autonomía administrativa, técnica y económica, que se rige por la Ley de Cultura Física, Deportes y Recreación. Esta no

cuenta con asistencia masiva de jóvenes a los entrenamientos, incluso cuando se realizan convocatorias para selecciones cantonales juveniles en disciplinas deportivas como futbol, básquet, tenis de mesa, atletismo y ajedrez; las cuales cuentan con profesores (contratados para el tiempo de competencia) y horarios a escoger a conveniencia, según la jornada de clases de los estudiantes o jóvenes interesados en la práctica de las disciplinas deportivas mencionadas.

La carencia de hábitos deportivos en los jóvenes es uno de los aspectos a considerar dentro de este análisis, ligado a la responsabilidad familiar y educación primaria, donde se entiende son los contextos en los cuales los chicos deben ser orientados a la práctica del deporte como rutina. Además, si los jóvenes están realizando actividades diferentes a las deportivas (en los horarios destinados para éstas), no tienen planteada una opción oportuna de comunicación entre la Liga Cantonal-padres de familia, y así poder llevar el control de las acciones que desarrollan los jóvenes.

El no tener conocimientos de las funciones que realizan las organizaciones o instituciones como, es el caso, de la Liga Cantonal, influye en la imagen que los usuarios se forman sobre ésta; entre estos beneficiarios de la LDGP en el cantón, podemos mencionar a padres de familia, instituciones educativas (escuelas y colegios), así como, también, los medios de comunicación, entre otros. Debe entenderse que si no se incentiva, no se comunica, no se conocen los logros. Esto trae consecuencias como las actuales (falta de motivación), escasa asistencia de jóvenes a las actividades deportivas que desarrolla la Liga Cantonal y un criterio negativo de los usuarios respecto a la imagen institucional.

Este análisis breve sobre la escasa actividad deportiva de jóvenes en la Liga Cantonal conduce a un problema de comunicación (de manera interna y externa), de esta organización deportiva con sus usuarios en el

cantón Playas, quienes no tienen hábito o no cuentan con los medios idóneos para informarse (entiéndase sintonizar la radio, canal de tv local o acceso a Internet) sobre las acciones que desarrolla la Liga Deportiva Cantonal en sus diferentes disciplinas.

La Institución no elabora ni difunde contenidos comunicacionales de modo consistente, sobre las funciones o actividades que realiza, además, no está empleando las herramientas de comunicación con las que tendría una mejor forma de relacionarse (posicionarse) con sus públicos de manera coherente y planificada.

Para cumplir esta responsabilidad comunicacional, lo recomendable es hacerlo con base a una planificación. La producción de contenidos, como la forma y medios a utilizar para ser expuestos o difundirlos a los públicos, hace imprescindible contar con un(os) profesional(es) experto(s), para elaborar un plan de comunicación organizacional que permita posicionar la imagen de la Liga Cantonal y además, motivar a sus usuarios.

Lo contrario, significaría continuar como hasta ahora, con consecuencias ya conocidas y también, cada vez, más notorias, por el proceso de desarrollo en que el cantón y el país están inmersos. Esto, demanda tomar acciones inmediatas, las mismas, que deben ser evaluadas en un plazo prudencial, para aplicar los correctivos necesarios. Esto, sólo se consigue a través de la planificación.

2.1 CAUSAS Y CONSECUENCIAS

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Presupuesto insuficiente	Falta de instructores-entrenadores
Ausencia de apoyo gubernamental	Debilitamiento de la Institución
Desconocimiento de las convocatorias a las preselecciones de la Liga Deportiva Cantonal	Niños y jóvenes no realizan actividad deportiva
Ausencia de un plan de comunicación en la Liga Deportiva Cantonal	Desconocimiento de información de las actividades deportivas de las Selecciones Cantonales

Elaborado por: Gerson Mejillones Cruz

Preguntas directrices

¿Qué incidencia tiene la falta de presupuesto en la escasa actividad deportiva juvenil en la Liga Deportiva Cantonal de Playas?

¿Tiene influencia la ausencia de apoyo gubernamental en la escasa actividad deportiva juvenil?

¿Qué consecuencias tiene el desconocimiento de las convocatorias a las preselecciones de la Liga Deportiva Cantonal en la escasa actividad deportiva juvenil?

¿Tiene incidencia la ausencia de un plan de comunicación en la Liga Deportiva Cantonal en la escasa actividad deportiva juvenil?

3. PROBLEMA

¿Cómo la falta de un Plan de comunicación está afectando la práctica deportiva de los jóvenes, conformación de selecciones y la imagen institucional de la Liga Cantonal?

3.1 DELIMITACIÓN

La investigación se implementará en el cantón Playas, período 2013-2014 en la Liga Deportiva Cantonal; Institución responsable de formar a niños y jóvenes quienes nos representarán en competencias deportivas provinciales y nacionales.

3.2 CONTEXTUALIZACIÓN

En la actualidad, a pesar, que existe en el cantón Playas la presencia de la radio, un canal de Tv privada, Internet y otras herramientas de difusión, la actividad que realiza la Liga Cantonal es poco conocida o mal difundida. Los problemas de siempre continúan, poca asistencia de jóvenes a las actividades de las disciplinas deportivas que realiza la Liga Cantonal, lo cual deriva en escasos logros deportivos, creando, consecuentemente, una imagen negativa de la institución entre los usuarios internos y externos.

Esta falta de información determina, que existe un latente problema de comunicación.

La investigación se orientará dentro del campo de la comunicación social, en el área de la comunicación organizacional y su influencia en la práctica deportiva de las(os) jóvenes en el cantón Playas en el período 2013-2014

4. JUSTIFICACIÓN

Se ha elegido a la Liga Deportiva Cantonal de Playas porque es la institución responsable de la formación y masificación del deporte en el cantón. La importancia que está teniendo, en estos momentos, la organización de diferentes deportes y la preparación de jóvenes con habilidades para ajustarse a un preseleccionado cantonal o provincial, con visión a obtener logros deportivos, justifica el estudio que está en la propuesta, ya que, al igual que otros cantones o provincias vecinas, cuando se consiga aplicar la comunicación, de manera planificada, en la Liga Cantonal, la comunidad tendrá información disponible de las actividades de la institución y por lógica, más deportistas con condiciones óptimas asistirán a los entrenamientos e integraran las selecciones cantonales.

El tema, plan de comunicación para incrementar la actividad deportiva de las(os) jóvenes en la Liga Deportiva Cantonal de Playas 2013-2014, encuentra su razón en la falta de información: Importante, vital, sobre las tareas que se desarrollan en la Liga Cantonal y su relación con la escasa preparación deportiva de los jóvenes en el cantón; su influencia en el desarrollo físico e intelectual de los niños y adolescentes, quienes hasta, ahora, son los más perjudicados de la información insuficiente que tienen a su alcance.

En la actualidad, las Instituciones privadas o públicas dirigen su mensaje o propuesta de servicio(s) a sus usuarios, implementando estrategias de comunicación, mediante, las cuales tratan de persuadir, atraer e informar a sus públicos sobre las funciones que realizan. En tal sentido, se considera de suma importancia, imprescindible, encontrar el medio para dar a conocer, expandir y consolidar la cultura del deporte en los jóvenes del cantón Playas; se entiende que un plan de comunicación se prioriza

en ese medio idóneo para persuadir, atraer e informar a los públicos o usuarios.

La Ley de comunicación promulgada el 25 de junio del 2013, y cuyo Reglamento general ha sido publicado en el registro oficial N°170 del 27 de enero del 2014, propone considerar la situación de muchas de las instituciones del país y el cantón, en las que aún no se implementa el departamento de Relaciones Públicas o la contratación de un(os) profesional(es) con este perfil académico, quien(es) a través de una planificación basada en la respectiva investigación del contexto pertinente, pondrá en práctica, métodos y herramientas para la comunicación de vanguardia, en la elaboración de contenidos coherentes destinados a los usuarios y población del sector.

Una razón adicional, para demostrar la pertinencia de la elaboración de un plan de comunicación organizacional; es la obligatoriedad que tienen las instituciones públicas o privadas que prestan servicios públicos, manejan recursos públicos o desarrollan actividades de interés público, a la rendición de cuentas, que es un mecanismo de transparencia instituido en la Constitución Ecuatoriana e instrumentado a través del Concejo de Participación Ciudadana y Control Social, proceso que dio inicio en marzo del 2014.

Se trata de aportar a través de la investigación, en la solución de un problema de comunicación que está afectando a la Institución deportiva cantonal desde su inicio; sin duda, la falta de información ha influido en las convocatorias e integración de las selecciones, práctica deportiva de niños y adolescentes y como es lógico, también, en la imagen que tienen los usuarios de la institución. Con esto, concuerdan los profesores Gregorio Montaña (Escuela de Fútbol), Iván Orrala (Escuela de Básquet), Galo Pardo (Presidente actual) y ex deportistas consultados sobre el tema de la comunicación de esta institución deportiva.

La viabilidad de la investigación está dada por la forma en que será ejecutada. Técnica de Información bibliográfica, la cual será el soporte en el marco teórico. La observación directa, entrevistas y aplicación de cuestionarios, se cumplirá en los espacios donde la Liga Cantonal efectúa su actividad; institución escogida para la obtención de la muestra de población, sitios que son de acceso libre y donde se tiene la apertura necesaria que requiere la indagación.

Se puede afirmar que un plan de comunicación, le permitirá a la Liga Cantonal de Playas, mejorar de manera progresiva, esto es, a mediano y largo plazo, la identificación de sus públicos, elaborar contenidos, además de definir los medios y recursos para su difusión y así, lograr (posicionarse) satisfacer las necesidades de sus usuarios, como también, buscar o lograr coherencia en las relaciones entre las políticas públicas, medios y el acceso a la información.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de comunicación para incrementar la actividad deportiva juvenil en las disciplinas que desarrolla la Liga Deportiva Cantonal de Playas

5.2 OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Explicar cómo el desconocimiento de las convocatorias a las preselecciones del cantón, influye en la asistencia de los jóvenes con condiciones físicas para integrarlas.
2. Describir cómo la carencia de logros deportivos incide en la escasa actividad deportiva juvenil en la Liga Deportiva Cantonal.
3. Explicar de qué manera la carencia de logros deportivos y el desconocimiento de las convocatorias, influye en la imagen que se forman los usuarios de la Liga Deportiva Cantonal.

5. HIPÓTESIS

La elaboración de un plan de comunicación mejorara la práctica deportiva juvenil en la Liga Deportiva Cantonal de Playas.

7. VARIABLES

7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Plan de Comunicación.

7.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Práctica Deportiva Juvenil en la Liga Cantona

8. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIONES CONCEPTUALES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
<p>La elaboración de un Plan de Comunicación mejorara la práctica deportiva juvenil en la Liga Deportiva Cantonal de Playas.</p>	<p>V.I: Plan de comunicación</p>	<p>El plan de comunicación es un documento que recoge metas, estrategias, públicos objetivo, mensajes básicos, acciones, cronograma, presupuesto y métodos de evaluación, tanto interna como externa, que se propone realizar una organización. Se trata de un instrumento o herramienta que engloba el programa comunicativo de actuación (a corto, medio y largo plazo), así como las líneas maestras de una gestión informativa y comunicativa específica para la entidad. "el arte de conducir un proceso comunicativo diseñado de acuerdo con un fin ideal y con resultados o productos reales transformadores". (Gallegos: 1999).</p>	<p>Propuesta institucional</p> <p>Programa de gestión informativa</p> <p>Resultados del proceso</p>	<p>Meta Estrategia Público objetivo</p> <p>Medios de comunicación</p> <p>Métodos de evaluación</p>	<p>¿Conoce usted qué es una estrategia de comunicación?</p> <p>¿Conoce usted las actividades que realiza la LDGP?</p> <p>¿Qué medio(s) de comunicación utiliza usted? Prensa escrita TV Radio Internet</p> <p>¿Conoce usted de las convocatorias a las selecciones?</p> <p>¿Tiene usted correo electrónico?</p> <p>¿Conoce usted la ley del deporte?</p> <p>¿Ha conformado usted alguna selección cantonal?</p>	<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Cuestionario</p>

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIONES CONCEPTUALES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La elaboración de un Plan de Comunicación mejorara la práctica deportiva juvenil en la Liga Deportiva Cantonal de Playas.	V.D: Práctica deportiva juvenil	Actividad física que involucra una serie de reglas o normas, se realiza dentro de un área determinada (campo de juego, cancha, pista, etc...); necesaria para el buen desarrollo físico y mental; practicada en la infancia como una forma de juego, debe ser la principal forma de aprender a desarrollar las cualidades motrices, coordinación, equilibrio, además, de hacer del ejercicio físico un constante en su vida cotidiana.	Actividad física	Tipos de actividad física	<p>¿Qué lo motiva a usted a realizar actividad deportiva?</p> <p>¿Qué deportes(s) practica usted? Fútbol Básquet Atletismo Tenis de mesa Otros</p> <p>¿Lugar y hora en qué usted realiza su práctica deportiva?</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES

La escuela clásica, en su estructura básica, enseña cómo se debe manejar en su funcionamiento a determinada institución u organización. Su influencia es tan grande que, en la actualidad, su doctrina resalta de manera impactante. Esta circunstancia, hace que la objetividad sea el principio fundamental de este trabajo investigativo, para llegar al análisis sin miramientos, centrados en la realidad de la localidad.

Para Mayorga (2009); discernir el ansia de entender y conocer a todo tipo de instituciones, las frecuencias de grupos constantes a resaltar, sean éstos de élite o normales y lo llamativo de sus componentes, tanto de estructura como tal, económicos e inclusive psicológicos. De ahí que, es relevante la importancia de contar con bases teóricas para analizar el comportamiento de la Liga Deportiva Cantonal de Playas, dado su bajo protagonismo en la esfera deportiva.

Según, Trelles Rodríguez (2000), los diferentes líderes deben tener un amplio conocimiento sobre el análisis de estructuras y redes de comunicación. Tener las diferentes habilidades de comunicación, que al ser proyectadas a las organizaciones, harán que éstas conozcan a su gente y, por consiguiente, sus necesidades. Esto, hará que exista confianza, llegando incluso a ser aliados, ya que de una u otra forma serán partícipes de la organización.

PLAN DE COMUNICACIÓN

“La comunicación es un proceso inherente en todas las actividades que realiza el ser humano. Básicamente, sin ella, un ser humano no puede convivir en una sociedad”.(Bastardas Boada, 2005).

Las Instituciones, dentro de su núcleo, deben manejarse de manera correcta, es decir, con una comunicación de doble vía, ya que esto, hará que al ambiente organizacional se lo sienta agradable para mantener una relación aceptable.

Además, esto creará cultura, asentará bases firmes para decisiones futuras, cuando las organizaciones decidan conseguir objetivos, previamente, trazados.

En un plan de comunicación, deben tratarse los diferentes puntos claves de toda institución, plenamente, organizada, impulsando procedimientos que lleven un orden sistemático y muy cogido de la mano con sus primordiales objetivos, misión, visión, valores básicos de la institución, etc. Dentro de todo esto, son de mucha importancia los reglamentos internos, que son los idóneos para poner límites a todas las actividades de la organización.

Estas instituciones dentro de su planificación anual, deben incluir un plan de comunicación que conlleve un procedimiento analizado, previamente, que les permita tener criterios propios comunicacionales, los mismos que quedarán instituidos en la misma, imponiendo políticas y estrategias propias. Todo esto, generará cultura, creará imagen y se hará conocer por su prestigio, además, de ser aceptados, tanto por sus públicos internos, como externos.

REALIZACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

Los planes comunicacionales son propuestas propias de cada organización; previamente, analizadas por los encargados del área, llegan con la luz propia de que son aplicables y funcionales; tanto así, que sus resultados no tardarán en dar efecto, favoreciendo a las empresas que lo aplican de una manera rápida, cuantificándolo todo, para después del análisis final, realizar una retroalimentación que pondrá la balanza a favor de los beneficios obtenidos.

Recomendaciones a seguir:

- ✚ La empresa como tal, al iniciar el proceso de su plan comunicacional, debe tener muy claro, cuál es el objetivo deseado que, además, de ser real, debe ser alcanzable, tomando en cuenta que, previamente, ha sembrado cimientos con bases fuertes, que la favorecerá, pues, la inversión será reducida, alcanzando la eficiencia y así obtendrá óptimos resultados.

- ✚ Toda Institución no debe arriesgarse si no conoce a sus clientes. Es primordial el conocimiento previo, lo que le dará la ventaja de tener el poder. Saber cómo piensa el público, como actúa, qué lo motiva, qué reacción tendrá ante determinada propuesta, ante tal o cual estrategia, es una información de enorme valor y esencial para el perfecto desarrollo e implementación de no sólo uno, sino de varios planes comunicacionales.
- ✚ Tener amplia apertura mental ante nuestro cambiante mundo, ya que antes no existían, por ejemplo, las actuales redes sociales, las cuales pueden ser aprovechadas al máximo a muy bajo costo, generando altos resultados lo que culminará en obtener muy claros beneficios.
- ✚ Las organizaciones dentro del contexto cotidiano, deben poseer una visión y misión muy claras, siendo, de vital importancia, una perfecta planificación para que se conozca cuáles son sus objetivos primordiales y hacia dónde se proyecta como organización. Conociéndose, internamente y hacia dónde se quiere ir, se facilitará encontrar lo que se busca dirigiéndose por el camino trazado.
- ✚ Hay que considerar, que no es fácil desempeñarse en la comunicación, ya que es como una maratón, en donde la resistencia, las ganas, el conocimiento y otras habilidades más, son características que harán triunfadora a la organización que, jamás, dejará de ver, siempre, de cerca la meta trazada. La comunicación, siempre, se complicará si no se mantiene la constancia, en donde los resultados no se verán rápidamente; por tanto es necesario tener paciencia, dándole valor agregado para luego, recibir, los beneficios esperados.
- ✚ “Ser originales y creativos sin dejar de ser prácticos”.(Robbins y. J., 2009)
- ✚ Es, enteramente, básico conocer con qué recursos se cuenta al inicio, pues, las estrategias se registrarán en concordancia a éstos, para no regresar a la mitad del camino a reformularla, considerando que el tiempo es el principal regulador de las organizaciones.
- ✚ Se recomienda mantener, siempre, una gama de opciones de estrategias; no descuidar la ejecutada, las de reserva serán tan útiles como la principal, pues no se sabe si hay que aplicarlas, en cualquier momento, ante la

evidencia de que no está aportando lo esperado la que está siendo aplicada. Entonces, es aquí, cuando entra una o más estrategias de la gama que se tiene, rediseñando lo mejor en el menor tiempo, según, las posibilidades del momento.

ALCANCES Y LÍMITES DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

ALCANCES:

- Uno de los principales, como objetivo, es el público externo, sin descuidar al público interno y al mixto.
- El plan de comunicación favorece la dirección a seguir para tomar decisiones, favoreciendo la orientación.
- Sin lugar a dudas, promueve, de una manera total, el uso y manejo de herramientas actualizadas como son las utilizadas en la tecnología.
- Resalta la imagen institucional; claro está, siempre y cuando el mensaje emitido sea el más apropiado del contexto.

LÍMITES:

- Por lo general, por ser algo en donde una vez trazado el programa, se deberá continuar, aun cuando no se logren los efectos, haciendo que esto no avance, por consiguiente, se estanque.
- Las organizaciones, en sus proyectos anuales, derivan un presupuesto para esta área, que se considera no es el apropiado, lo que también, puede llevar a no conseguir los resultados esperados.
- Estos resultados, en el mejor de los casos, se los obtendrá a mediano plazo; lo normal sería a largo plazo, pero como organización la espera será contradictoria.

COMPONENTES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Los componentes de un plan de comunicación son:

- Siempre, tendrán responsables del área; alguien a quien recurrir por determinada causa. Estos a su vez, tendrán las siguientes tareas:
- El equipo se encargará de diseñar las estrategias que consideren las más apropiadas.
- Deberán estar bien informados hasta donde se puede llegar en el ámbito comunicacional. Es posible, que existan motivos que pongan freno y limiten la comunicación.
- Deberán tener claro sobre los problemas comunicacionales existentes.
- Tienen que saber cuáles son los objetivos, metas y propuestas del plan a trazar.
- Saber hacia qué públicos llegarán con la estrategia de comunicación a plantear.
- Diseñar los mensajes de acuerdo a los públicos a los que irán dirigidos.
- Mantener la logística, de acuerdo, al plan comunicacional a seguir.
- Entre las propuestas se incluirán las capacitaciones.
- Supervisar y verificar, periódicamente, como marcha el proyecto.
- Hacer evaluaciones, al comienzo y al final, para sacar conclusiones.
- Medir los resultados finales.
-

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La imagen que emane una comunicación corporativa es lo que hará que sus públicos la acepten o la rechacen, pues, basados en sus componentes sean éstos internos o externos, el conglomerado hace su propio análisis y emite criterios que la organización ha proyectado con base a su comunicación.

Además, de planificar y concretar según, sus objetivos, la comunicación corporativa deberá ser dinámica, para de esta forma convertirse en una

herramienta clave de la dirección y orientación, claro está que, siempre, deberá basarse en una periódica retroalimentación.

Todo esto, no tendría efecto sin la percepción que tengan sus públicos, enmarcado, siempre, en una constante retroalimentación que, además, calificará su avance.

Una eficiente comunicación corporativa está fundamentada en dos escenarios principales:

- ✚ Una buena coordinación que integre a todos los implicados en la comunicación proyectada; proponerse estándares de calidad que los haga ser más eficientes y con una pulida política de comunicación, harán de la organización una entidad firme y sólida.
- ✚ Una buena campaña llena de matices y originalidad, en donde queden claro los elementos que se involucran en el análisis de la metodología, desarrollando diversidad de estrategias de comunicación, pasando por la planeación de la implementación del proyecto y calificando el resultado que deja el programa de comunicación corporativa.

La comunicación es el eje principal de todo lo que se quiera dar a conocer, tanto en el ámbito interno como externo, y dependerá de cómo se lo diga para que el mensaje llegue como se lo proponía el emisor. También, va a depender de cómo él o los perceptores lo capten, quedando claro y con énfasis que el mensaje propiamente dicho, deja de pertenecer a la empresa para convertirse en un mensaje de propiedad compartida.

La comunicación abarca amplio espacio y todo en una organización dependerá de la forma en que se comunica. Así, lo entenderán dentro de una empresa los colaboradores, de forma directa, y se entenderá que la organización está comunicando cuando maneja, de determinada manera, sus procesos, sus decisiones, sus objetivos y, en general, todo lo que le atañe; y no solamente dentro de la misma, sino, también, fuera de ella en donde tenga jurisdicción por algún motivo.

PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Para Van Riel (2007), la comunicación corporativa es el resultado de las actualizaciones que hace la gerencia, haciendo notables avances desde una comunicación persuasiva, pasando a la comunicación corporativa que trasciende, directamente, la comunicación neta comercial. Hace entender que el término “corporativa”, no es aplicable, solamente, a la empresa, ya que este término al derivarse de “corpus” que significa cuerpo o unión de partes, en sentido figurado contempla un “relacionado al todo”.

Harold Lasswell, en su teoría de comunicación, propuso una fórmula que se implementó en 1948 y que, hasta la actualidad, sirve de ejemplo básico para la sociología de comunicación. En nuestros días, son renombradas como las 5w y es considerado uno de los paradigmas comunicacionales más relevantes, en donde menciona que la comunicación responde, de manera prioritaria, a seis preguntas: ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Cómo?, y ¿Para qué?

En resumen, la comunicación corporativa brinda respuestas claras a las diferentes preguntas: ¿qué comunicar?, ¿a quién comunicar?, ¿a través de qué comunicar?, ¿cómo comunicar?, ¿para qué comunicar? Y ¿cuándo comunicar? Todas estas respuestas las empresas las emiten, de manera clara, y conscientemente, del tema que están tratando.

FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Entre los diferentes factores que intervienen en la comunicación corporativa, se pueden destacar a los siguientes:

La percepción: Este factor está fuera del manejo directo de la corporación, pues depende única y exclusivamente, de los públicos, de cuya percepción dependerá la comprensión, la interpretación e inclusive la actitud que tomarán después de recibir el mensaje. Como se notará habrá repercusión en la respuesta que se

generó como consecuencia del mensaje, y la forma en que, posteriormente, se trate la retroalimentación.

Los paradigmas: Este factor está, directamente, ligado con la misión y visión de una empresa, ya que al ser considerados como guía de referencia, tienen que ser conocidos por todos los integrantes de la organización, tanto así, que va desde el nivel jerárquico más elevado en donde se toman las decisiones, hasta el colaborador de ínfimo rango, todo ello, para que nadie se quede sin entender de qué se trata el objetivo trazado, las metas propuestas y las tareas que se ejecutan.

Comunicación de doble vía: Es común que a una empresa se la represente como a una pirámide, en donde la cúspide sea el lugar apropiado para el presidente; la base, la parte ancha, es el espacio que corresponde a los colaboradores. Sobre esta va el intervalo que corresponde a la comunicación, que es representada por una pirámide invertida. Esta figura se da porque el presidente debe conocer todo lo concerniente a la empresa, mientras, que el colaborador se enterará, solamente, de la tarea por la que fue contratado. Por este motivo, es importante establecer medios o canales de comunicación de doble vía.

El público / target: Son los públicos o las personas para quienes la empresa dirige los mensajes. Éstos por sus características pueden ser, tanto, internos como externos.

MARCO TEÓRICO EN EL ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE

Una opinión resaltable es la que da Zaragoza (2006), en donde concluye que el preámbulo que origina la naturaleza científica, en concordancia de los conocimientos enlazados con la actividad física y el deporte, depende de principal manera por los temas a continuación:

- 1- Carecer de una meta del propósito del estudio y por consiguiente, el nombre del tema a tratar.

- 2- La pasividad de someterse, subordinándose, claramente, dejando su independencia con relación a las demás ciencias.
- 3- Tener ausencia de una tesis contundente, que sea recibida con agrado por la congregación científica.

En referencia a la diversidad de opiniones, relacionados con el tema de la actividad física, la educación física y el deporte se puede resumir lo expresado por Rodríguez López (2001), quien propone cuatro conceptos en referencia al tema, los cuales representan el eje común :

- 1- Rechazo del status científico: Según, varios autores, la educación no es una ciencia. Pero, hay razones obvias, que dejan en mala posición esta postulación, lo que la fácil de contradecir. Sin pormenorizar, profundamente, se citan diferentes causas opuestas a esta teoría. Una principal sería los móviles de espontaneidad del juego o los primeros pasos en la introducción del deporte o la educación física en escuelas y colegios, que dejarían en mal predicamento a los inmersos en esta postura.
- 2- El reconocimiento precientífico de las diferentes actividades físicas, la educación física como tal y el deporte, en general; que si bien no son considerados como ciencia, están próximos en obtener el status científico.
- 3- La admisión del ambiente científico, que, aunque, en participación mixta con otra ciencias como la medicina, la pedagogía, etc. Y todo esto, sin tener la marca científica independiente.
- 4- El carácter científico de naturaleza independiente: Se ha hecho análisis en donde se comprueba que existe un tipo de desarrollo temporal, en donde se parte de un estado de independencia relativa, hasta obtener la independencia absoluta. El alto porcentaje de aumento de competitividad en la educación física

y el deporte, en general, ha logrado que sean considerados como ciencia.

En la tabla 1 se resumen las posturas de diferentes autores relevantes que presentan teorías en la tradición pedagógica de la educación física.

Tabla 1

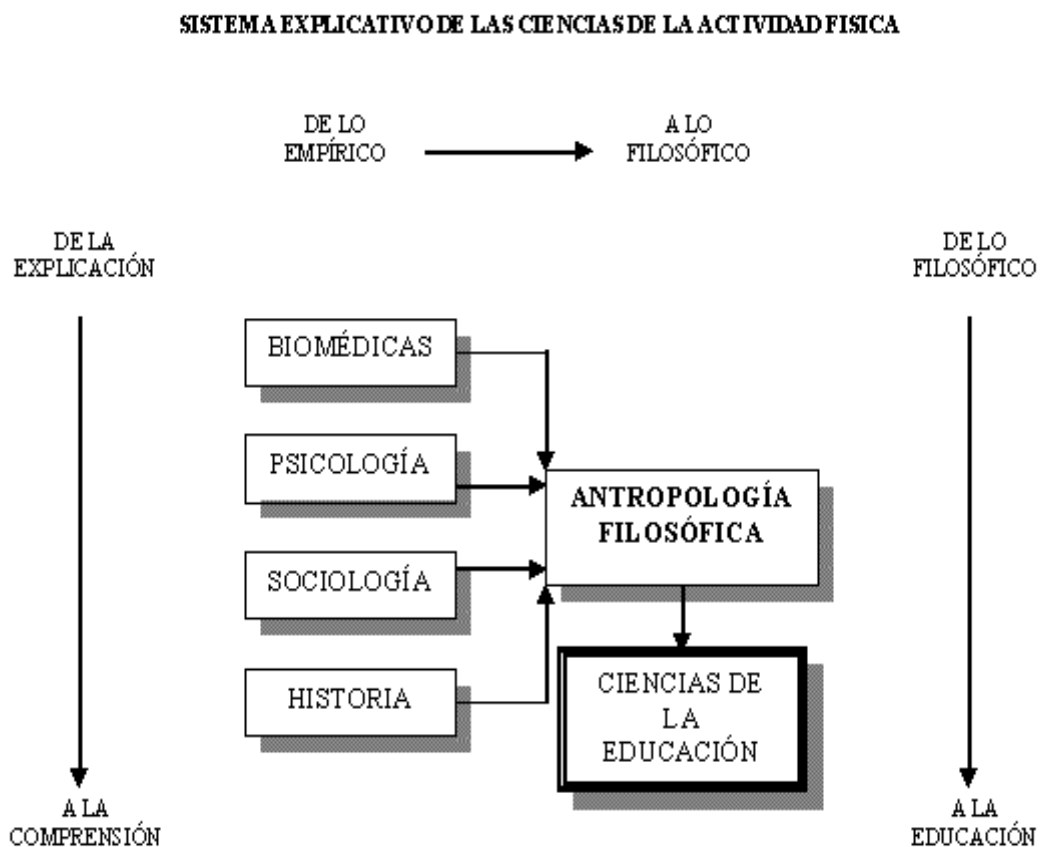
Posturas de diferentes autores significativos que presentan teorías en la tradición pedagógica de la Educación Física.

AUTOR (AÑO)	TEORÍAS REPRESENTADAS POR LOS AUTORES EN LA TRADICIÓN PEDAGÓGICA DE LA EDUCACIÓN FÍSICA	ESTATUS CIENTÍFICO DE LA EDUCACIÓN FÍSICA
Cagigal (1968)	Humanista	SÍ
Grupe (1976)	Humanista	Rechazo de ciencia ¹ “transversal” y de “ciencia del deporte” Afirmación como teoría de la actividad física
Parlebas (1989)	Tecniciista-Motricista	SÍ (aunque sin presentar bastante organización, con subordinación de la Educación Física a otras ciencias y división de la misma)
Vicente (1987)	Epistemológica	Diferentes estatus científicos en las distintas ciencias de la educación física: las CIENCIAS FACTUALES de la educación física SÍ han logrado el estatus, mientras que las CIENCIAS PRÁXICAS de la educación física TODAVÍA NO
Kirk (1990)	Neomarxista	SÍ (debido al hecho de la puesta de la ciencia al servicio del poder)

Fuente: Rodríguez López (2001).

Según, Rodríguez López (2001), todo sistema conformado por varias ciencias, da de antemano una explicación científica íntegra a la actividad de índole física, definiéndose, entre ellas, un tipo de relación detallada, de manera que convenga, tratando de encontrar soportes mutuos, como objetivo para alcanzar el propósito explicativo. Desde este punto de vista, la teoría científica del deporte, tendría como eje principal encontrar el origen del sistema, así como también de los mecanismos y cimientos explicativos. Según, este teórico, el sistema explicativo de las ciencias de la actividad física, sería dado como en la figura 1.

Figura 1



Fuente: Rodríguez López, 2001, p. 19.

El deporte y sus teorías indican que es una rama independiente del reconocimiento científico, cuyo nacimiento no es tan lejano sabiendo que es en el siglo XX, exceptuando la época de surgimiento de los juegos olímpicos de la Grecia clásica, en donde se ejecutaron generalizaciones, de manera rigurosa, en referencia al deporte. Un impulsador importante, en la época actual, fue la restauración de los juegos olímpicos, seguido por el relativo progreso de la actividad deportiva en las diferentes naciones.

Existen muy pocas coincidencias entre la teoría de la educación física y la teoría del deporte. Surge, entonces, la necesidad de una disciplina diferente para el conocimiento científico, que esté en capacidad de dar las respuestas a los problemas sustanciales del deporte, tales como, las tendencias proclives a su evolución y actuación. Es resaltante señalar que los especialistas de la antigua Unión Soviética, tuvieron un desempeño muy importante para el diseño de la teoría del deporte.

MARCO REFERENCIAL

LOS BENEFICIOS DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA.

Entre los diferentes beneficios que brinda la ejecución de alguna actividad deportiva se tiene: Disminuye el riesgo de adquirir enfermedades cardiovasculares y por consiguiente, incrementar el índice de mortalidad por esta causa; muy especialmente, por cardiopatía, en grado similar de otras áreas de riesgo mortal como el tabaquismo.

Tener actividad física, previene en alto grado el desarrollo de la presión arterial, mejora, notablemente, los valores de tensión arterial en los hipertensos, reduce los triglicéridos y disminuye el colesterol HDL; mejora la digestión y por consiguiente, regula el sistema intestinal; reduce el riesgo de padecer diabetes y de padecer ciertos tipos de cáncer, como el del colon; mejora la regulación de la glicemia, controla el peso y apoya a conservar y mejorar la fuerza y la resistencia de los músculos.

Toda actividad física es recomendada para la salud, y si se lo hace de forma leve y moderada, también, se obtendrán beneficios, siendo, ampliamente, benigna para la artrosis. Como se nota, claramente, toda actividad física y sobre todo, de aquellas en las que se debe soportar peso, es de primordial importancia para el desarrollo óseo durante la infancia, siendo esto, el inicio para mantenerse sano para cuando se llegue a la adolescencia y a la adultez.

Además, ayuda a conciliar el sueño, aumenta la imagen personal y sobre todo, hace acercamientos de índole familiar y de amistad, favoreciendo al liberar tensiones, disminuir el estrés; elimina la ansiedad y la depresión, por añadidura desproporciona en aumento el entusiasmo y el optimismo.

Posee beneficios de efecto tranquilizante y antidepresivo, mejora los reflejos y la motricidad y colabora en la sensación de bienestar.

Estimula, considerablemente, la participación e iniciativa, activando las ganas de trabajar en equipo, regula la agresividad, canalizándola de buena forma, ya que es favorecida con el autocontrol haciendo soportables las normas y reglamentos de convivencia, mejorando así, la autoestima.

LA FALTA DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS JÓVENES DEL CANTÓN PLAYAS.

La falta de actividad física en la juventud del cantón Playas, es la principal causa de un estilo de vida sedentaria, que provoca una serie de enfermedades no transmisibles que los está afectando, gravemente, pues, los jóvenes no le dan la importancia que merece la práctica de cualquier actividad deportiva, ya que se vive en una sociedad orientada a una cultura de ocio y tiempo libre.

En la actualidad, el consumo de energía que se lo considera perteneciente al ejercicio físico, se le atribuye de forma casi total, al realizado por las actividades diarias dentro del tiempo libre, pues, en las labores de actividad laboral casi no existe, debido a la automatización de este campo. Por otro lado, el uso de ascensores, diversos medios de transporte e incluso en las compras por pedido llevadas a casa, hacen que el ejercicio no exista.

Las grasas acumuladas en el cuerpo, los cúmulos adiposos y otros, están asociados al tema de ver televisión, por muchas horas en el día; es por esta circunstancia que se concreta la idea de que los niños que pasan muchas horas viendo televisión, con seguridad la obesidad será su compañera diaria conforme vayan creciendo. Por este motivo, se debe promover estilos de vida encaminados a la salud, reduciendo de manera real las horas frente al televisor.

La tendencia del comportamiento de los jóvenes del cantón Playas, es de la generalidad actual, que tiene como base el uso excesivo de instrumentos tecnológicos, que implica dejar a un lado la práctica del deporte como camino para tener una vida mejor en cuanto a distracción, descuidando la salud.

Es preocupante ver la gran cantidad de estudiantes de colegios a la salida de sus labores académicas, que con el afán de distraerse y sin analizarlo, escogen la tecnología ya sea vía celular, Internet, juegos de videos, etc. en lugar de pasar un momento de sano esparcimiento practicando algún deporte, pues, se ve pocos jóvenes practicando deporte en horas de receso o en la culminación de sus clases diarias.

La masificación del estilo de vida sedentario es sólo el resultado del ambiente en que vivimos y que promueve la inactividad. Por ejemplo, el aumento en el uso de transporte motorizado, causa que la población camine menos que en el pasado.

En muchos países y no se diga en el nuestro, la inseguridad de sus calles, acompañados de la falta de lugares para el libre esparcimiento, hacen que la población se quede en casa auto promoviéndose la inactividad física. En muchas escuelas del cantón, la educación física está limitada o reducida a escasamente, cinco horas por semana de ejercicios, pobremente, estructurados.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DEPORTE.

Esta investigación parte de la base de que los medios masivos de comunicación, influyen en el hombre y la sociedad, se tratará de exponer cómo lo hacen con respecto al deporte, que, en estos últimos tiempos, se ha convertido en un fenómeno social de importancia,

Taylor, F. (2002), indica:

Sin los medios de comunicación, el interés público por el deporte internacional no se habría convertido en el fenómeno que es hoy. ¿Qué encontramos cuando examinamos el fútbol, el mayor deporte de espectadores del mundo? Este gran juego fue creado en seis semanas de discusión por oficiales de 12 clubes que se reunieron en Londres en el año 1862...afortunadamente, había un escritor deportivo, que asistía a esas reuniones, sin él y el interés público que él

atrajo mediante sus historias, es dudoso que el fútbol hubiera capturado la imaginación del público, convirtiéndose en el deporte más popular del mundo.

La herramienta comunicacional nunca podrá ser dejada de lado por la organización deportiva, los dirigentes y jugadores, como componente de la labor que realizan; de igual forma, los directivos de federaciones, ligas, clubes e institutos de deporte, deben utilizar la comunicación como componente estratégico para garantizar el éxito corporativo de la institución que presiden.

Los medios de comunicación social - prensa, radio, TV - han jugado un papel, extremadamente, importante en el desarrollo del deporte, popularizándolo. Hay mucho donde elegir. Los criterios de popularidad de las disciplinas, el interés que despierta en la masa de espectadores, son índices importantes para los medios de comunicación al determinar las jerarquías de intereses.

El deporte es un fenómeno social que ha llegado a ser conocido y popularizado por los medios de comunicación; el deporte difundido a través de la televisión, la radio, entre otros, ejerce una influencia trascendente en las diferentes esferas sociales, pero, es necesario canalizar esa información para que se logre que la juventud se interese, verdaderamente, en la práctica de algún deporte.

MARCO CIENTÍFICO

PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN

Un paradigma es un gran patrón teórico que articula métodos que son compartidos por una comunidad sea ésta social o científica; los paradigmas influyen en la percepción que poseen los individuos de la realidad.

Thomas Kuhn (2005), define a los paradigmas como: “conjunto de suposiciones interrelacionadas respecto al mundo social que proporciona un marco filosófico para el estudio organizado de este mundo”.

Una de las principales guías con la que cuentan los estudiosos teóricos de la disciplina de la práctica deportiva, son los paradigmas, ya que de una u otra manera, sacan a relucir la problemática hacia donde se dirigirán todos los análisis. Para los entendidos, un paradigma es un modelo a seguir para llegar a soluciones de ciertas circunstancias científicas, en donde la concreción de la misma será utilizada por la misma comunidad. Todo esto, por éxitos obtenidos en previas experiencias en determinado periodo de tiempo.

Los paradigmas, tienen una característica resaltable como es su origen cambiante; jamás, se extingue; no se acaba, se transforma; pero eso sí, ningún paradigma asegura que durará, eternamente; éstos cambian de acuerdo al momento histórico, la manera de vivir y de analizar de las personas. Estos cambios son lentos, teniendo paso a paso una transición demorada. Lógicamente, habrá quienes no apoyen estos cambios y se mantengan fieles al antiguo paradigma.

Este cambio de perspectiva puede llegar a ser tan fuerte que puede causar que los miembros de una comunidad observen objetos similares con una luz diferente. Desde este punto de vista, se puede analizar lo expresado por Kuhn (2005), que enfatiza que el cambio lento de un paradigma considerado en crisis a otro con

nuevos bríos, con la esperanza que pueda ser el generador de una nueva tradición científica normal, está, remotamente, lejos de ser parte de una acumulación de datos, al que se ha llegado por medio de conexiones o ampliaciones de un antiguo paradigma.

Se considera, más bien, una reestructuración del tema, con nuevas teorías; reestructuración que origina notables cambios en las teorías generales más elementales del campo tratado, así como, también, anexando los métodos aplicables al paradigma. Estos paradigmas de la comunicación, entre muchas variantes, tratan que sea demostrado el papel que desempeñan los medios en la sociedad, por diferentes métodos; pero, muy particularmente, lo hará por el método hipotético deductivo, por ser considerado el más apropiado en la explicación de estos casos.

Con el paso del tiempo, los paradigmas tratados logran entrar en grave crisis, todo por concebir a la comunicación desde un punto de vista ambiguo, con visión instrumentalista y reduccionista. Estos cambios ocurridos en la comunicación, y muy especialmente, su relación cercana con la información y los medios de despliegue masivo, hicieron caer en notoriedad el hecho que las características de los paradigmas clásicos, no se han adaptado a los cambios propuestos, sin embargo, para entender, claramente, el desarrollo palpable que ha tenido el estudio de la comunicación, se hace imprescindible poner a disposición las propuestas que se presentan según, los distintos paradigmas.

FUNCIONALISMO

A partir de esta corriente, los investigadores buscaban demostrar la función de los medios en la sociedad y las reacciones que podían causar en las personas por considerarlos, potencialmente, persuasivos en la creación y emisión de sus mensajes.

Esta corriente se formó con base a la teoría de la información o matemática para la cual toda transmisión de información es igual a comunicación; la información entonces es vital por ser la encargada de disminuir incertidumbres, transformando al individuo y a la sociedad, entendida esta última desde la sociología como un organismo vivo cuyos elementos institucionalizados cumplen una función determinada destinada a garantizar su equilibrio y supervivencia; es así, que las funciones que cumple cada elemento responden a las necesidades de la estructura; los medios en este contexto tienen la función de mantener el orden social.

Uno de los pensadores de renombre como lo es Harold Lasswell, sicólogo experto en diversos temas, pero de sobremanera en ciencias políticas, inició su estudio sobre el modelo clásico de la comunicación, apoyado en elementos básicos como son el emisor, el mensaje, el receptor y el efecto. Según él, la forma correcta de describir el acto comunicativo es contestándose las siguientes preguntas: ¿quién dice qué?, ¿en qué canal?, ¿a quién? Y ¿con qué efectos?

Lasswell, al describir este modelo, lo convirtió en la forma correcta de entender a la comunicación y claro está que por un largo periodo de tiempo. Tanto fue su impacto que, en la actualidad, una gran parte de medios de masas, aún lo usan para elaborar sus mensajes; en especial en América del Norte.

Por otro lado, Lasswell también enfoca su estudio a las funciones latentes de la comunicación de masas, la transmisión cultural mediante los diversos canales, el entretenimiento e inclusive la educación de la sociedad.

Adicionalmente, la comunicación para este pensador cumple tres funciones en la sociedad: “la vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad o de las partes que la componen; la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno; la transmisión de la herencia social”.(Mattelart, 2011)

Estas funciones se ven avocadas, en definitiva, a la información, proporcionarla, comprenderla y difundirla. Un ejemplo claro de este modelo, se puede evidenciar en los noticieros emitidos por la mayor parte de los medios masivos de comunicación, en donde las noticias que presentan sucesos violentos, crímenes y demás transgresiones contra el orden social, no necesariamente, emiten una opinión que exprese el rechazo de los medios hacia estos hechos.

Sin embargo, el énfasis que se les proporciona a estos sucesos, en especial, en el caso de los medios visuales, genera en la sociedad una significación magnificada acerca de estos eventos desde su entorno, lo que no sólo los consolida como contrarios al sistema establecido, sino, que también son internalizados por los miembros de la sociedad como actos cotidianos bastante recurrentes, cuando en verdad, puede que no sean tan repetitivos como los medios los presentan, pero por el tiempo que se les dedica dentro del noticiero generan esta impresión.

El hecho de que los medios tomen, solamente, una parte de la realidad y la expongan a la sociedad, de la manera, en que mejor les parezca, genera en los sujetos la impresión de que, únicamente, la realidad presentada por éstos es la existente, de manera que, los individuos reproducen lo que perciben a través de los medios a los demás miembros de la sociedad.

Así mismo, los sociólogos Paul Lazarsfeld y Robert Merton, son dos representantes reconocidos por sus aportes a esta línea teórica. Además, de las funciones que propone Lasswell, estos pensadores presentan la función de los medios dirigida al entretenimiento e integran el concepto de las disfunciones. Merton introduce por su parte las funciones latentes provenientes de consecuencias imprevistas, las funciones manifiestas derivadas de consecuencias previstas y las disfunciones entendidas como consecuencias indeseables.

Lazarsfeld, en esta misma línea, presenta como funciones de los medios, el conferir status por tener la capacidad de dar prestigio y realzar la autoridad de un

individuo convirtiéndolo en líder de opinión, e imponer y reafirmar normas sociales, mientras, que a la disfunción la llama narcotizante, pues considera que “los medios provocan en los individuos una confusión entre el saber acerca de un asunto y el hacer algo al respecto, es decir, cuanto más activo es el mensaje que recibe un sujeto, éste se vuelve más pasivo”.(Mattelart, 2011)

De acuerdo a las características que le dan forma a este enfoque, queda claro el motivo por el que no es la corriente más apropiada para enmarcar este estudio, su análisis es, especialmente, cuantitativo y empírico, dejando de lado casi por completo tanto al contexto socio-cultural como a la subjetividad de los participantes en la comunicación; la sociedad comprendida más como un ente que como un lugar de encuentros e interrelaciones hace que los pensadores de esta línea teórica determinen como disfuncional cualquier alteración del orden pre-establecido sobrevalorando el poder de persuasión de los medios y su impacto en la sociedad.

LA ADHERENCIA AL EJERCICIO

De acuerdo a De Andrade E. (2006), “Incorporar la actividad física en el estilo de vida de las personas, y consolidar la adherencia a la misma, puede facilitar la promoción de la salud hasta límites insospechados”.

Variedades de trabajos han demostrado que la mayoría de personas, físicamente, activas, tienden a comprometerse a seguir reglas saludables, muy por el contrario, de personas dedicadas a una vida sedentaria.

Un elemento determinante para alcanzar comprometerse a una rutina de ejercicios, es sin duda alguna, la motivación, que dicho sea de paso, es clave en el comportamiento humano, ya que de alguna manera lo mantiene despierto, le da energía, ganas, vigor, lo dirige y lo regula; por lo tanto, se lo puede considerar,

según Moreno, C. (2007), como un ente psicológico que gobierna la dirección, intensidad y persistencia de la conducta.

Actualmente, los cuatro componentes fundamentales de la adherencia; asistencia, finalización, duración e intensidad se emplean de forma indistinta en diferentes investigaciones. Por otra parte, los factores que predicen la participación continua y el mantenimiento de la misma en programas de ejercicio son todavía ambiguos.

Esto podría indicar que el no internalizar el valor de los ejercicios podría producir contratiempos motivacionales que, obviamente, no llevan a una adherencia a largo plazo a dicho programa. Tan pronto, la gente sedentaria ha superado la inercia y ha empezado a hacer ejercicio, el siguiente obstáculo a salvar son las tentaciones de abandonar la actividad.

Para Márquez, Vives, y Garcés, (2010), “es evidente que para muchos es más fácil iniciar un programa que seguir con él y en este sentido, el ejercicio físico es como seguir una dieta o dejar de fumar; las personas intentan cambiar un hábito que afecta, negativamente, a su salud y que está influido por muy distintos factores, tanto de índole personal, como ambiental o programático”.

La relevancia de dirigir nuestra atención a la elaboración de programas específicos de adherencia a la práctica de actividad física y deportiva se basa, fundamentalmente, en cuatro apreciaciones:

- 1.-Las tasas de abandono en la práctica de actividad física y deportiva. A pesar de las posibles ventajas psicológicas que se pueden obtener a partir de la práctica regular del ejercicio (alivio de la tensión, mejora de los síntomas depresivos, reducción del riesgo de diversas enfermedades, mejor control del peso o incremento de la autoestima y la auto eficacia, por ejemplo) las estadísticas indican que, aproximadamente, la mitad de la gente que se inicia en la actividad, acaba dejándola durante los primeros seis meses, siendo estas conclusiones

similares tanto en estudios realizados con niños, hombres y mujeres jóvenes y de mediana edad o con ancianos.

2. La escasez de programas de adherencia existentes, en la actualidad. Los estudios y revisiones existentes hasta ahora, más bien de corte descriptivo, no han sido capaces de explicar y predecir el fenómeno, hasta el punto de diseñar intervenciones sistemáticas que ayuden a cambiar patrones de comportamiento de distintas capas de la población y, por tanto, a obtener resultados en cuanto a salud se refiere.

3. El papel de las expectativas para la obtención de beneficios en la salud. Mientras, que los aspectos objetivos de la salud y los sentimientos de bienestar pueden ser facilitados por la realización de ejercicio, la decisión de iniciarse y mantenerse en un determinado programa depende, y se ve influida, por las expectativas de obtener esos posibles beneficios sobre la salud, que actuarían como motivadores extrínsecos e intrínsecos, y a la vez como resultado deseado.

4. La importancia de la adherencia en la efectividad de las intervenciones médicas. Actualmente, se están iniciando programas de intervención médicos que contemplan la práctica de actividad física como uno de los aspectos que el paciente debe asumir; problemas de tipo cardiovascular, diabetes, síntomas depresivos, inestabilidad emocional, etc., son algunas de las enfermedades que, últimamente, en la mayoría de los casos llevan prescrita, junto al tratamiento médico, la realización moderada de ejercicio físico.

Localizar los motivos por los cuales una persona llega a ser, físicamente, activa y consolidar a lo largo del tiempo esos motivos, como los impulsores del cambio de conducta que la práctica de actividad física conlleva; es un requisito necesario para llevar a cabo intervenciones efectivas como las señaladas.

MARCO CONCEPTUAL

LA COMUNICACIÓN

Según, Fonseca, M. (2007), Comunicar es "llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes".

Chiavenat (2006) opina que la comunicación, no es otra cosa que, el intercambio de datos con información entre las personas. Esto significaría que el mensaje o la información se vuelven comunes. Esto constituye, entonces, uno de los procesos principales de la vida que experimentan las personas y toda organización social.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Se considera que los primeros momentos de una comunicación entre humanos, con seguridad, fueron la de los signos y señales utilizados en la prehistoria. Entonces, se puede decir con notoriedad, que los medios comunicativos siempre están evolucionando. Cabe resaltar, que la aparición de la escritura es considerada como el hito inicial de la historia.

A partir de ese momento, los cambios económicos y sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura y su mecanización (impresión -siglo XV-) hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad (primera mitad del siglo XX) y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones (revolución científico - técnica o tercera revolución industrial -desde la segunda mitad del siglo XX-), cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización.

DEPORTE

De acuerdo a la Ley del Deporte, Educación Física y Recreación. 2010, “El Deporte es toda actividad física e intelectual caracterizada por el afán competitivo de comprobación o desafío, dentro de disciplinas y normas preestablecidas constantes en los reglamentos de las organizaciones nacionales y/o internacionales correspondientes, orientadas a generar valores morales, cívicos y sociales y desarrollar fortalezas y habilidades susceptibles de potenciación”.

El deporte es toda actividad física normada por una serie de reglas y que se realiza con fines competitivos. El deporte debe ser considerado como un entretenimiento, tanto para quienes lo practican como para los espectadores. Hoy en día la práctica deportiva es considerada fundamental para mantener una buena calidad de vida.

PLAN

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan, también, es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

MOTIVACIÓN

Desde el campo de la psicología y de la filosofía, una motivación se basa en aquellas cosas que impulsan a un individuo a llevar a cabo ciertas acciones y a mantener firme su conducta hasta lograr cumplir todos los objetivos planteados. La noción, además, está asociada a la voluntad y al interés. En otras palabras, puede definirse a la motivación como la voluntad que estimula a hacer un esfuerzo con el propósito de alcanzar ciertas metas.

MARCO LEGAL.

La presente investigación tiene su marco legal fundamentado en la Constitución de la República del Ecuador, Ley del deporte, educación física y recreación, Ley Orgánica de Comunicación, Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017; lo que permitirá establecer el marco de acción general para las estrategias presentadas.

A continuación, se resume la normativa correspondiente:

La Constitución de la República del Ecuador en el Capítulo II referente al Buen Vivir, Art. 24 establece que: “Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre”.

En esta parte de la ley se induce al derecho de los ciudadanos a practicar el deporte en forma libre, para ello, existen las Instituciones de carácter público y privado.

De igual forma, en el Capítulo Tercero sobre los Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria, en la sección segunda referente a los jóvenes, Sección segunda, el Art. 39 manifiesta: “El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público.

Los jóvenes son considerados, parte esencial, dentro de las políticas y programas institucionales, en la que el deporte no es la excepción. La Liga Deportiva Cantonal es la más indicada para el cumplimiento de las políticas deportivas que se implementan en el país, y, particularmente, a nivel local o cantonal.

El Art. 381 del Capítulo del Régimen del Buen Vivir, establece: “El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad. El Estado garantizará los recursos y la infraestructura necesaria para estas actividades. Los recursos se sujetarán al control estatal, rendición de cuentas y deberán distribuirse de forma equitativa”.

El proyecto trata de implementar la protección estipulada en la normativa en razón de que hace falta promocionar la serie de auspicios que realiza el Estado ecuatoriano a través de sus Ministerios y Organismos competentes del deporte.

La Ley del Deporte, Educación Física y Recreación, expedida en el 2010, expresa en su Art. 9: “De los derechos de las y los deportistas de nivel formativo y de alto rendimiento.- En esta Ley prevalece el interés prioritario de las y los deportistas, siendo sus derechos los siguientes:

- a) Recibir los beneficios que esta Ley prevé, de manera personal, en caso de no poder afiliarse a una organización deportiva;
- b) Ser, obligatoriamente, afiliado a la seguridad social; así como contar con seguro de salud, vida y contra accidentes, si participa en el deporte profesional;
- c) Los deportistas de nivel formativo gozarán obligatoriamente de un seguro de salud, vida y accidentes que cubra el período que comienza 30 días antes y termina 30 días después de las competencias oficiales nacionales y/o internacionales en las que participen;
- d) Acceder a preparación técnica de alto nivel, incluyendo dotación para entrenamientos, competencias y asesoría jurídica, de acuerdo al análisis técnico correspondiente;

- e) Acceder a los servicios gratuitos de salud integral y educación formal que garanticen su bienestar;
- f) Gozar de libre tránsito, a nivel nacional, entre cualquier organismo del sistema deportivo. Las y los deportistas podrán afiliarse en la Federación Deportiva Provincial de su lugar de domicilio o residencia; y, en la Federación Ecuatoriana que corresponda al deporte que practica, de acuerdo al reglamento que esta Ley prevea, para tal efecto;
- g) Acceder de acuerdo a su condición socioeconómica a los planes y proyectos de vivienda del Ministerio Sectorial competente, y demás beneficios; y,
- h) Acceder a los programas de becas y estímulos económicos con base a los resultados obtenidos”.

El éxito alcanzado por muchos deportistas, se torna como ejemplo de superación, sin embargo, a veces por desconocimiento de la ley, no se busca el apoyo gubernamental o en su defecto se debe a la falta de comunicación y publicidad de las bondades de la ley del deporte, de donde existen programas que estimulan a los deportistas de escasos recursos, tal como sucede en el cantón Playas y su entorno.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación estudia la incidencia de un plan de comunicación en la práctica deportiva de la juventud del cantón Playas, así como la relación existente entre la comunidad deportiva y la institución que la regula, en este caso la Liga Deportiva Cantonal de Playas.

El diseño de la investigación utiliza técnicas cuantitativas y cualitativas, manejadas en la recolección de información primaria. En la fase cuantitativa de la investigación, se recurrió a la encuesta como instrumento de recopilación de información, que servirá para obtener fundamentos sobre los niveles de comunicación que existe entre los protagonistas de la práctica deportiva y el ente responsable de masificar e implementar el deporte.

En la investigación cualitativa, se desarrollaron diálogos entre jóvenes, padres de familia y autoridades deportivas. La información obtenida servirá para verificar y contrastar los datos obtenidos a través de las encuestas, profundizando en el tema de la incidencia de un plan de comunicación en la práctica deportiva.

Esta mezcla de técnicas cuantitativas y cualitativas permitirá analizar la información a través de la elaboración de gráficos y tablas desarrollados con la ayuda de Excel, a fin de entregar resultados que sean confiables y fáciles de comprensión para quienes revisen o deseen profundizar más sobre el tema.

Modalidad de la Investigación

La presente investigación se la realizará bajo la modalidad de investigación de campo, ya que analizará, sistemáticamente, el problema en el entorno en el que se desarrolla; apoyada y sustentada en una investigación documental, a través de las cuales se obtendrá teorías, información y resultado del análisis de las causas

que han originado la falta de información y comunicación de las actividades que realiza la Liga Deportiva Cantonal de Playas, con respecto a la ejecución de las diferentes disciplinas deportivas que debería practicar la juventud de la zona.

La investigación de campo, se caracteriza porque las situaciones que estudia surgen de la realidad y la información se obtiene, directamente, del lugar donde existe el problema, en este caso, el cantón Playas. Por otra parte, la investigación documental, permitirá analizar el problema a fin de ampliar y profundizar los conocimientos de su naturaleza con apoyo, principalmente, en fuentes bibliográficas, investigaciones previas, medios digitales y teorías referentes al tema.

El trabajo se realizará con la combinación de la investigación de campo y documental; la primera permitirá un mayor acercamiento a la realidad al ubicarse en el sitio donde se plantea el problema y la segunda fortalecerá el desarrollo del tema, ya que del análisis de textos y referencias bibliográficas digitales, se obtiene información relevante para fortalecer el trabajo investigativo.

Método inductivo

Esta investigación analiza el problema particular que ocurre en el cantón Playas, acerca de la incidencia de un plan de comunicación en la práctica deportiva de la juventud; mediante el método inductivo se procederá a generalizar la situación conflicto, partiendo desde lo particular, es decir, escalar, lógicamente, a través del conocimiento científico, por medio de la observación de las causas y motivaciones individuales para lograr obtener conclusiones conceptuales válidas, que permitan determinar los efectos que provoca la escasa o nula comunicación de los planes y actividades ligadas a la práctica deportiva que realiza la Liga Deportiva Cantonal y determinar soluciones viables a través del empleo de los medios de comunicación locales y herramientas adecuadas para corregir el problema planteado.

Con base a los postulados de este método, debe llevarse a cabo una etapa de observación y registro de los hechos, para luego, proceder al análisis de lo

observado, estableciéndose como consecuencia definiciones claras de cada uno de los conceptos analizados. Posteriormente, se realizará la clasificación de los datos obtenidos para, finalmente, formular proposiciones científicas o enunciados universales, inferidos del proceso de investigación realizado.

Método deductivo

El método deductivo, accede a conclusiones particulares a partir de la definición de los resultados estadísticos generales, alcanzados con las diferentes herramientas e instrumentos empleados durante la investigación.

Conforme el método deductivo, se comenzará con el planteamiento del problema relacionado a la falta de comunicación de las actividades que realiza la Liga Deportiva Cantonal de Playas y que afectan la práctica de las diferentes disciplinas deportivas en el segmento de la juventud, donde, de los supuestos deben incorporarse sólo las características más importantes de los fenómenos, con coherencia, y se continúa con el proceso de deducción lógica, partiendo siempre de los supuestos iniciales.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación se puede clasificar de diversas maneras y enfoques; para el presente estudio, los tipos de investigación empleados son:

Por el nivel de estudio

La investigación es descriptiva, porque se trabaja sobre realidades de hecho, tanto en el campo social como en el deportivo, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta de lo que ocurre en el cantón Playas sobre el tema tratado. Es un estudio descriptivo porque se relacionan las variables y se mide cada una de ellas, independientemente, para así, describir lo que se investiga.

El estudio descriptivo permitirá desarrollar una fiel representación del fenómeno estudiado a partir de sus características, midiendo las variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes del grupo que será estudiado, en este caso, la juventud y niñez comprendida entre las edades de 10 y 24 años del cantón Playas. El énfasis de este estudio se centra en la realidad vivida, describiendo todos sus componentes principales.

Por el lugar

La investigación es de campo, porque el estudio se realizó en el lugar que se producen los hechos, es decir, en el cantón Playas; además, porque se toma contacto directo con la realidad estudiada para obtener información conforme a los objetivos propuestos, y porque se apoya en datos provenientes de los instrumentos de investigación empleados, como son: las encuestas y la observación directa.

Es una investigación documental ya que se obtiene información de libros, revistas, biografías, informes, entre otros. La investigación documental se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos como fuentes de información y utilizada para realizar el marco teórico y plantear el problema de investigación.

Por el propósito

Es una investigación aplicada, porque este trabajo se encuentra, estrechamente, vinculado con la investigación básica, ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos. Busca confrontar la teoría con la realidad. Con este tipo de investigación se buscarán soluciones viables al problema de la falta de comunicación de las actividades deportivas, a través del diseño de programas comunicacionales que, por medio de una difusión adecuada, permitan conocer la programación de la Liga Deportiva Cantonal de Playas, que motiven la práctica deportiva entre el segmento de la población escogida, que incidan, positivamente, entre los jóvenes.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

En esta parte del proyecto de investigación, se deben consignar las características de la población o grupo de estudio, estableciendo sus generalidades o particularidades, a partir de la cual, se determina si se involucra a toda la población o se toma una muestra representativa de la misma.

La población es un conjunto de todos los elementos que se están estudiando, que tiene características comunes y de quienes se obtendrá información importante para el desarrollo de la investigación, con el fin de emitir conclusiones válidas sobre la incidencia de un plan de comunicación en la práctica deportiva de los adolescentes del cantón Playas.

La población en el que está direccionado el trabajo de investigación es de 16392 personas, comprendida entre las edades de 10 hasta 19 años de edad; segmento demográfico que incluye deportistas, estudiantes y padres de familia, como potenciales beneficiarios de las actividades que realiza la Liga Deportiva Cantonal en sus distintas disciplinas deportivas. (Ver Cuadro No. 2)

Cuadro No. 2

POBLACIÓN CONSIDERADA EN LA INVESTIGACIÓN

Segmento de Población	Total
De 10 a 14 años	4450
De 15 a 19 años	3962
Padres de familia	7980
TOTAL	16392

Fuente: INEC-2010

Elaborado por: Gerson Mejillones

Muestra

La muestra es el subconjunto representativo de elementos de una población. Para ello, es importante, considerar ciertos factores como el tamaño y representatividad, por lo que la cantidad de la muestra debe ser proporcional al tamaño de la población.

Para obtener la muestra del trabajo de investigación, se considera la población de 16392 personas y aplicamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{e^2 (N - 1) + 1}$$

Donde:

N= tamaño de la población.

e= error admisible 5 %.

n= tamaño de la muestra.

Reemplazando los valores respectivos se tiene:

$$n = \frac{16392}{(0.05)^2 (16392 - 1) + 1} = \frac{16392}{0.0025 (16392 - 1) + 1}$$

16392

$$n = \frac{16392}{41,9775} = 390.49$$

41,9775

$$n = 391$$

Para determinar la proporcionalidad en la población y aplicar el número adecuado y pertinente, procedemos a calcular el índice de la frecuencia de la muestra, entre la muestra y la población:

$$f = n/N$$

$$f = 391/16392$$

$$f = 0,0238530$$

Cuadro No. 3

POBLACIÓN CONSIDERADA EN LA INVESTIGACIÓN

Segmento de Población	Total	Factor	Frecuencia
De 10 a 14 años	4450	0.0238530	106
De 15 a 19 años	3962	0.0238530	95
Padres de familia	7980	0.0238530	190
TOTAL	16392		391

Fuente: INEC-2010

Elaborado por: Gerson Mejillones

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas utilizadas en la recolección de datos están acorde con el enfoque teórico conceptual que se ha desarrollado en el proceso del estudio.

La encuesta

Para la encuesta se diseñó un cuestionario de preguntas para cada grupo de la muestra, el mismo que servirá para la recopilación de datos de la investigación.

Al establecer contactos con un número limitado del segmento de población, padres de familia y directivos de la Liga Deportiva Cantonal del cantón Playas, se podrá conocer la opinión de los encuestados acerca de la incidencia de un plan de comunicación en la práctica deportiva y los motivos que causan la falta de aplicación de mecanismos de información para conocer sobre la actividad deportiva que ejecuta la Liga Deportiva Cantonal de Playas.

El tipo de encuesta que se ha aplicado para los adolescentes, padres de familia y directivos, se diseñó de acuerdo a la escala de Lickert, con preguntas cerradas referentes al objeto de la investigación y otras con alternativas para que el encuestado señale las que considere pertinentes.

Observación

La observación consistió en percibir, directamente, los hechos, sin ninguna clase de intermediación, lo que permitió tomar información necesaria sobre el comportamiento del segmento de la población, considerada en diferentes momentos y circunstancias para su posterior análisis e interpretación; a su vez, se facilitó la emisión de conclusiones y recomendaciones en función de los resultados.

Entrevista

La entrevista supone en su aplicación una población no homogénea en sus características y una posibilidad de acceso diferente. Permite la recolección de información, mediante un diálogo entre las dos partes, el entrevistador y entrevistado. En esta interacción mutua, se realizan una serie de preguntas con el fin de descubrir o entender ciertas posturas o pautas ante una cuestión o problema específico. Este diálogo puede efectuarse de forma estandarizada o libre, en ambos casos, se requiere elaborar un formulario que va a guiar la conversación.

La entrevista es considerada como una de las herramientas más flexibles, ya que puede adaptarse a diferentes situaciones, tiempos o personas, su único fin es aclarar dudas, conocer teorías o criterios que sirvan de aporte para el planteamiento de soluciones sobre el tema que se investiga.

Para obtener algún resultado de manera clara y precisa, es necesario aplicar algún tipo de instrumento de investigación, éstos poseen una serie de características para lograr el objetivo planteado o para llegar a la información solicitada. Por ello, se consideró pertinente entrevistar al presidente de la Liga Deportiva Cantonal de Playas y a dos instructores de las disciplinas deportivas, por considerar importantes sus criterios y experiencias, y cuyas respuestas permitirán tener una idea más clara sobre la problemática en estudio.

PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN

El procedimiento de investigación se llevó con base a la siguiente secuencia:

- En primera instancia se procede a determinar la problemática que existe en el escenario o campo, que para el caso particular es sobre la práctica deportiva que está bajo la responsabilidad de la Liga Deportiva Cantonal de Playas. De ahí, se deduce que existe una problemática que se pretende

resolver: ¿Cuál es la incidencia de un plan de comunicación para incrementar la actividad deportiva en los jóvenes del Cantón Playas?

- Para ello, es necesario, identificar las variables que inciden en la problemática y se determinó que son: Variable independiente -Plan de Comunicación- y la Variable dependiente -Práctica deportiva juvenil del cantón Playas.
- Luego se determinó la matriz operacional que se convierte en la guía general del trabajo de investigación, en donde se visualiza las hipótesis, variables, dimensiones, indicadores, ítems e instrumentos.
- Además, se determina un presupuesto que considera los gastos en que se incurrirá en todo el proceso de investigación.
- El sumario que se plantea es la base fundamental, por el cual se desarrolla la tesis y se consideran 4 capítulos.
- Las herramientas y técnicas que se utilizan, así como los métodos están considerados dentro del capítulo II, mientras que la propuesta está en el capítulo IV.
- El marco teórico y el análisis de los resultados son considerados en el capítulo I y III respectivamente, utilizando los textos de autores que tratan con profundidad las bases teóricas sobre los planes de comunicación. Por el lado del análisis de resultados, se utilizaron gráficos y tablas que permiten y facilitan comprender los criterios y resultados de las respuestas de las encuestas y entrevistas aplicadas.

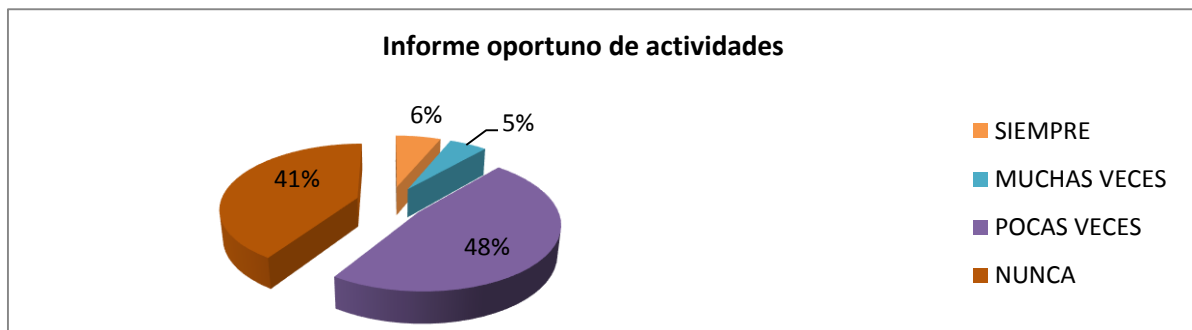
CAPÍTULO III
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS
ENCUESTA APLICADA A PADRES DE FAMILIA

TABLA 1

¿Informa la LDCP, oportunamente, a la comunidad sobre las actividades que realiza?

1	ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
	SIEMPRE	12	6,28
	MUCHAS VECES	10	5,24
	POCAS VECES	91	47,64
	NUNCA	78	40,84
	TOTAL	191	100,00

GRÁFICO 1



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 48% considera que, pocas veces, se informa, oportunamente, sobre las actividades que realiza la Liga Deportiva Cantonal de Playas, mientras, que un importante 41% dice que nunca se les informa. Esto dice mucho, de la necesidad de un plan comunicacional.

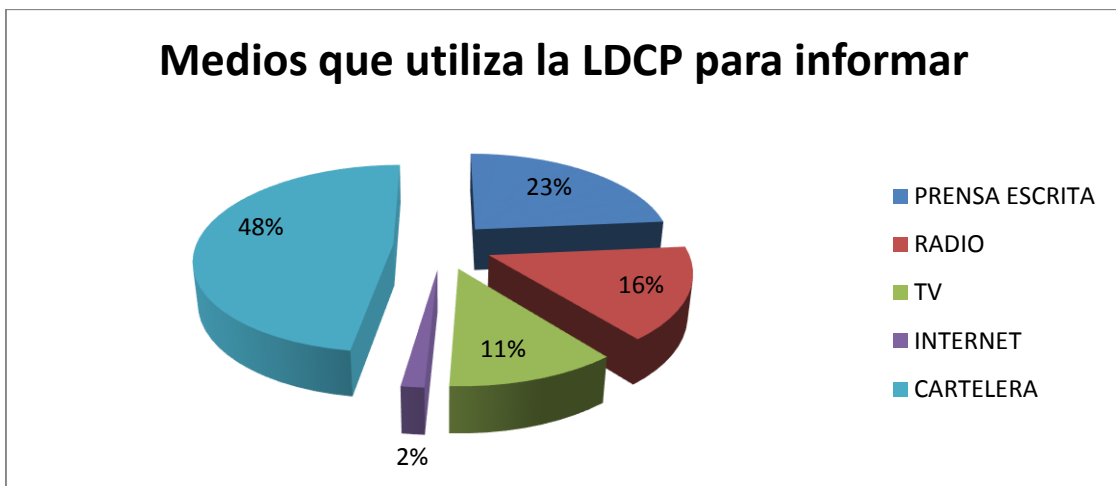
TABLA 2

¿Qué Medio de comunicación utiliza la LDCP para hacer conocer información a sus usuarios?

	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
2	PRENSA ESCRITA	45	23,56
	RADIO	30	15,71
	TV	22	11,52
	INTERNET	3	1,57
	CARTELERA	91	47,64
	TOTAL	191	100,00

GRÁFICO 2

0



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

La cartelera con un 48%, es el medio que prevalece en la Liga Deportiva Cantonal de Playas para informar a la ciudadanía sobre las actividades y eventos que realiza en la comunidad. Se nota, claramente, que no hay acceso a la tecnología, pues, un deficiente 2% dice que se informa por el Internet.

TABLA 3

¿Considera usted que el dar a conocer la visión y misión de la LDCP es?

	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
3	MUY IMPORTANTE	43	22,51
	IMPORTANTE	89	46,60
	POCO IMPORTANTE	47	24,61
	NADA IMPORTANTE	12	6,28
	TOTAL	191	100,00

GRÁFICO 3



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

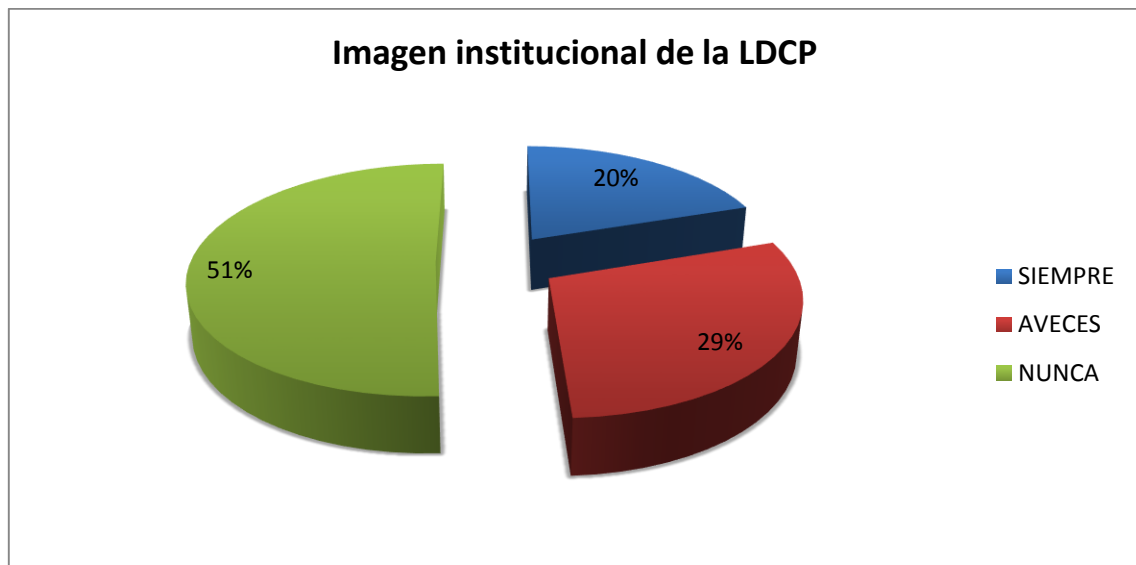
Las personas encuestadas consideran que es importante que se conozca la visión y misión de la Liga Cantonal de Playas, pues, el 47% respondieron por esta alternativa, mientras, que el 22% piensa que es muy importante.

TABLA 4

¿La LDCP se preocupa por su imagen institucional?

	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
4	SIEMPRE	38	19,90
	AVECES	56	29,32
	NUNCA	97	50,78
	TOTAL	191	100,00

GRÁFICO 4



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

Según, los resultados obtenidos, el 51% de los encuestados considera que la Liga Cantonal nunca se ha preocupado de su imagen institucional, mientras, que el 29% manifiesta que, a veces, se ha preocupado de la situación planteada.

TABLA 5

¿Cuenta la LDGP con un Plan de Comunicación en el que se sustenta su accionar?

	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
5	SI	70	36,65
	NO	121	63,35
	TOTAL	191	100,00

GRÁFICO 5



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

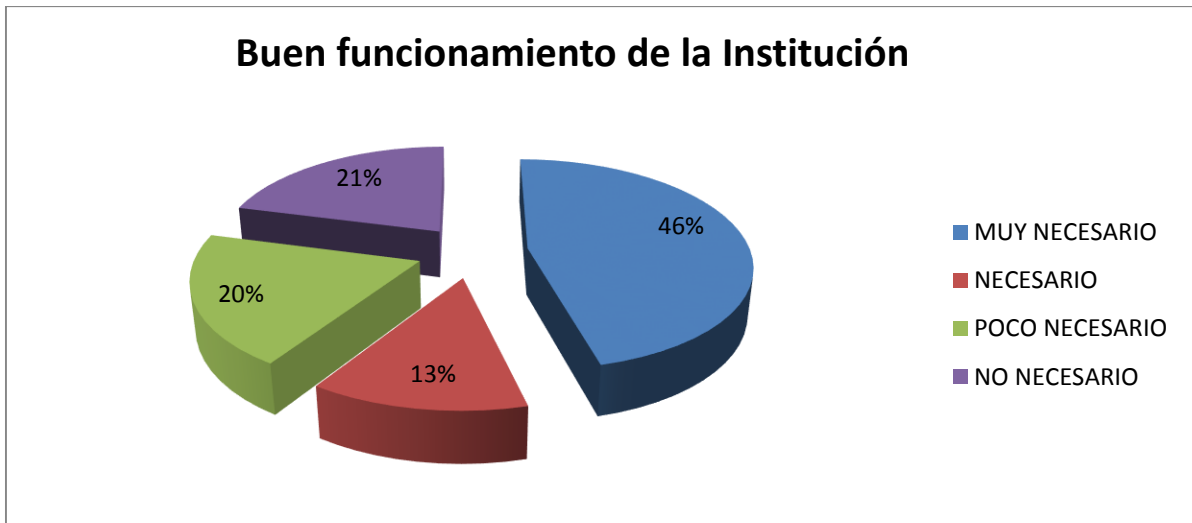
Según, el criterio de las personas encuestadas, el 63% opina que la Liga cantonal no dispone de un plan de comunicación que permita saber de su accionar y por ende conocer que hace por la práctica deportiva en la comunidad.

TABLA 6

¿Cómo considera usted la implementación de este instrumento de trabajo para el buen funcionamiento de la Institución?

	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
6	MUY NECESARIO	88	46,07
	NECESARIO	25	13,09
	POCO NECESARIO	38	19,90
	NO NECESARIO	40	20,94
	TOTAL	191	100,00

GRÁFICO 6



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

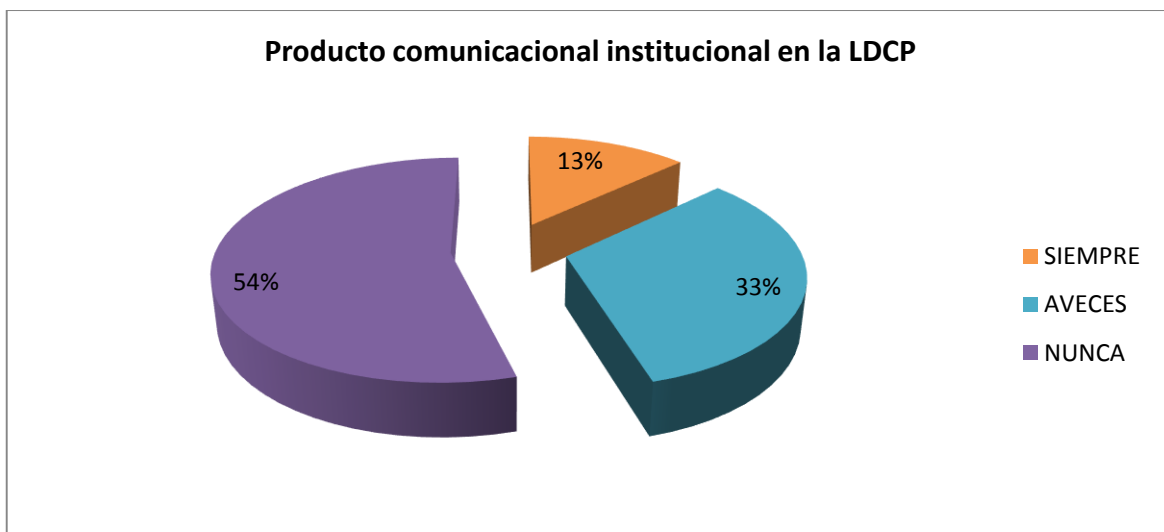
Los padres de familia encuestados consideran muy necesarios la implementación de un plan de comunicación para el buen funcionamiento de la Liga cantonal, pues, un 46% optaron por esta alternativa.

TABLA 7

¿Realiza la LDCP, algún producto comunicacional institucional?

	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
7	SIEMPRE	25	13,09
	A VECES	62	32,46
	NUNCA	104	54,45
	TOTAL	191	100,00

GRÁFICO 7



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

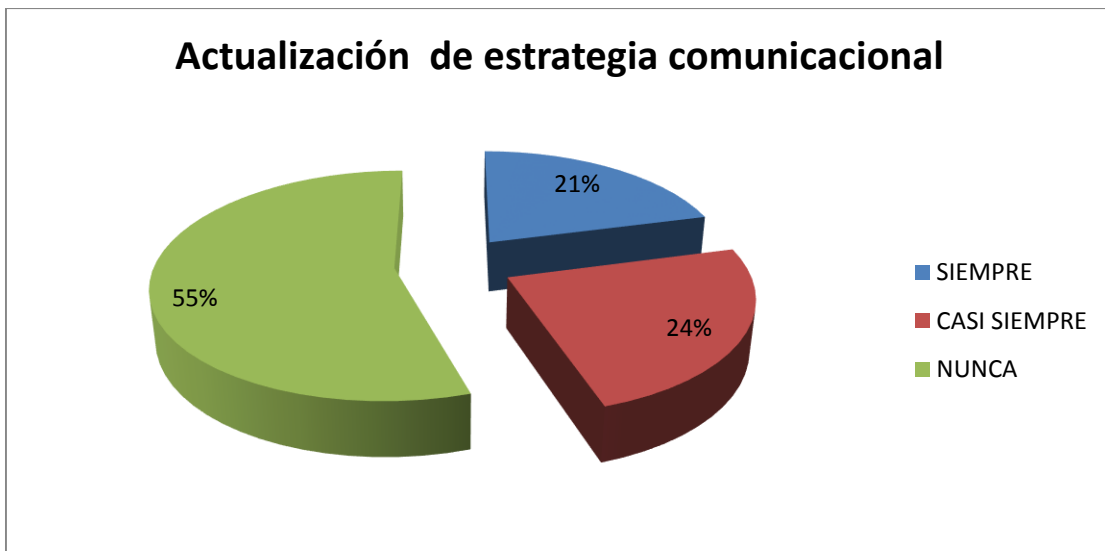
De acuerdo, al criterio de los encuestados, el 54% indica que la Liga cantonal de Playas, nunca ha realizado un producto comunicacional para hacer conocer las actividades que ejecuta.

TABLA 8

¿Con qué frecuencia se actualiza la estrategia comunicacional?

	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
8	SIEMPRE	40	20,94
	CASI SIEMPRE	46	24,08
	NUNCA	105	54,97
	TOTAL	191	100,00

GRÁFICO 8



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

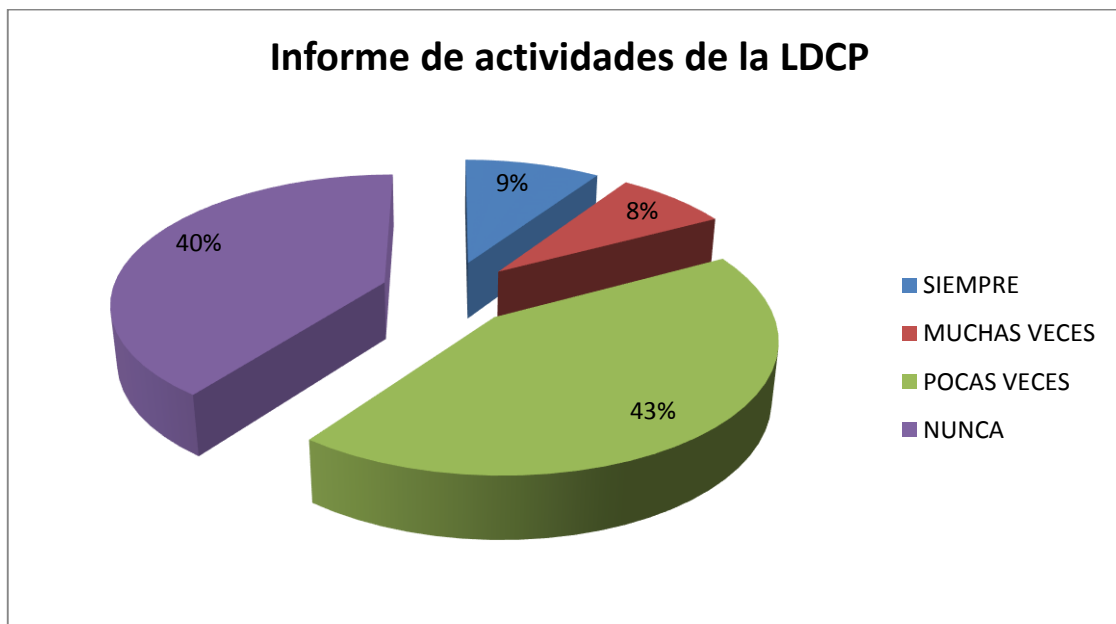
La respuesta de las personas consultadas tiene relación con la anterior, ya que manifiestan que nunca se actualizan las estrategias comunicacionales en el interior de la Liga cantonal, en razón, de que el 55% respondió por esta opción.

TABLA 9

¿Cree usted que la LDGP, informa, oportunamente, a la comunidad sobre las actividades que realiza?

	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
9	SIEMPRE	18	9,42
	MUCHAS VECES	15	7,85
	POCAS VECES	82	42,94
	NUNCA	76	39,79
	TOTAL	191	100,00

GRÁFICO 9



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

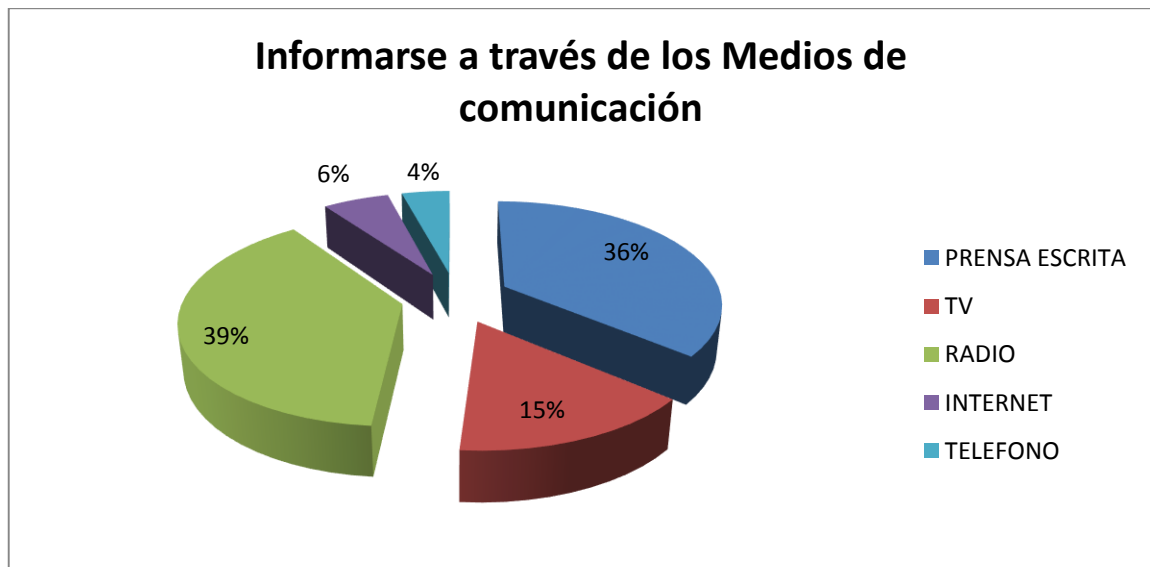
Según, los resultados de la encuesta aplicada, la Liga Cantonal de Playas, pocas veces, informa sobre las actividades que realiza en torno a eventos y competencia deportiva que están bajo su responsabilidad y en apoyo a esa corriente el 40% opina que nunca las informa.

TABLA 10

¿Qué Medio(s) de comunicación utiliza usted para informarse?

	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
10	PRENSA ESCRITA	69	36,13
	TV	29	15,18
	RADIO	74	38,74
	INTERNET	11	5,76
	TELEFONO	8	4,19
	TOTAL	191	100,00

GRAFICO 10



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Gerson Mejillones

Según, los padres de familia, el medio que más utilizan para informarse de lo que acontece en el diario vivir es la Radio, seguidos de la Prensa escrita y la Televisión, lo que da una pauta de lo que la Institución debería tomar como estrategia para informar sobre las labores que planifica.

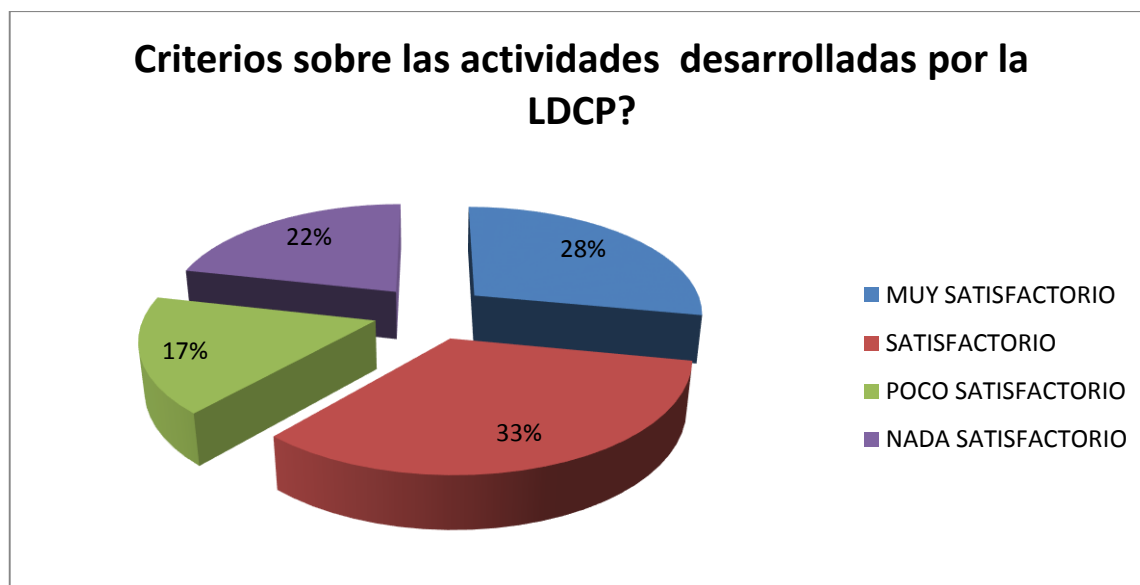
ENCUESTA REALIZADA A LOS JÓVENES DEPORTISTAS

TABLA 11

¿Qué criterio tiene usted sobre las actividades desarrolladas por la LDCP?

11	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
	MUY SATISFACTORIO	56	28,00
	SATISFACTORIO	67	33,50
	POCO SATISFACTORIO	34	17,00
	NADA SATISFACTORIO	43	21,50
TOTAL		200	100,00

GRÁFICO 11



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

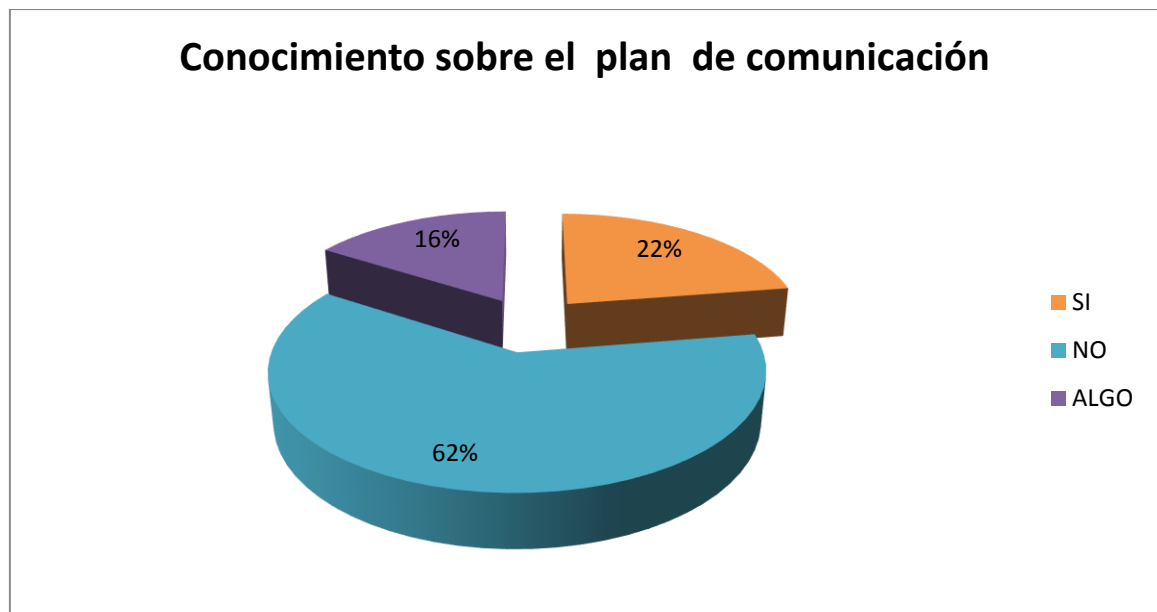
Los jóvenes encuestados consideran satisfactorio las actividades que realiza la Liga Deportiva Cantonal, en virtud de que el 33% eligió esa opción, lo que motiva a la Institución a seguir trabajando en pos del deporte local.

TABLA 12

¿Conoce usted qué es un plan de comunicación?

12	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
	SI	45	22,50
NO	123	61,50	
ALGO	32	16,00	
TOTAL	200	100,00	

GRÁFICO 12



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

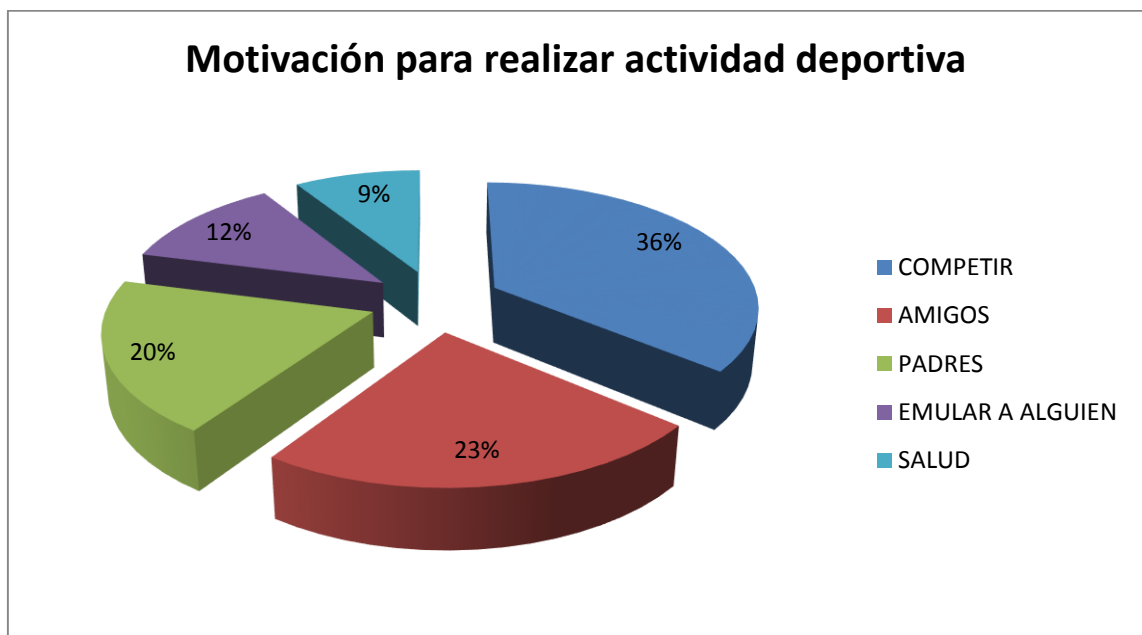
La mayoría de jóvenes manifiestan no tener conocimiento sobre lo que es un plan de comunicación, pues, el 62% optó por esa opción propuesta en el estudio de campo.

TABLA 13

¿Qué lo motiva a usted a realizar actividad deportiva?

13	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
	COMPETIR	72	36,00
	AMIGOS	47	23,50
	PADRES	39	19,50
	EMULAR A ALGUIEN	24	12,00
	SALUD	18	9,00
TOTAL	200	100,00	

GRÁFICO 13



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

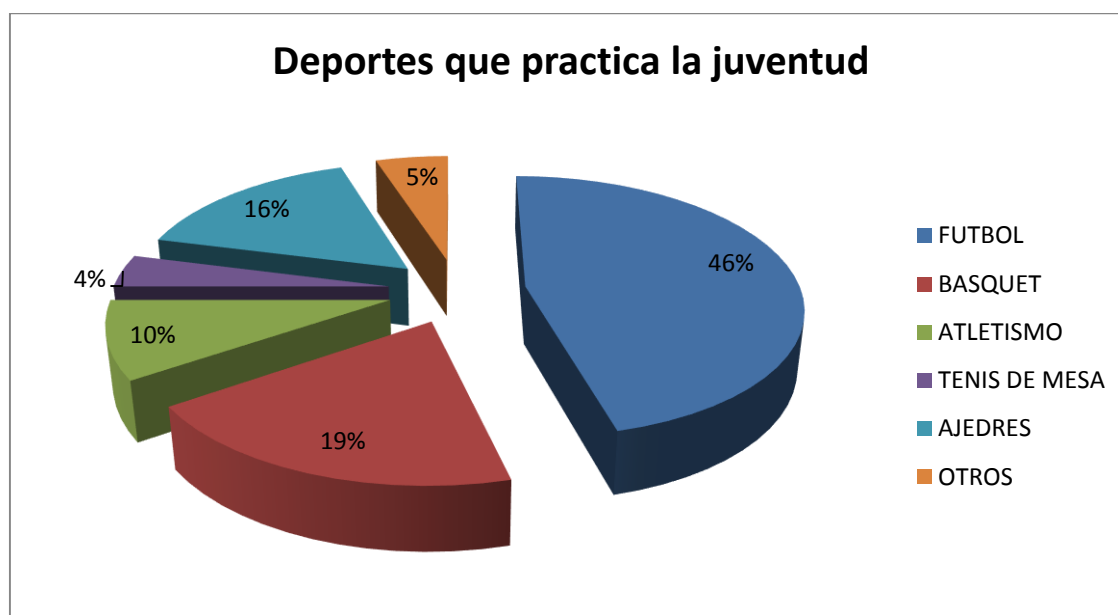
Según, las respuestas de los jóvenes, el 36% considera que la motivación para realizar una actividad deportiva es la competencia, seguida de la influencia de los amigos.

TABLA 14

¿Qué deporte practica usted?

14	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
	FÚTBOL	92	46,00
	BÁSQUET	39	19,50
	ATLETISMO	19	9,50
	TENIS DE MESA	8	4,00
	AJEDREZ	32	16,00
	OTROS	10	5,00
	TOTAL	200	100,00

GRÁFICO 14



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Gerson Mejillones

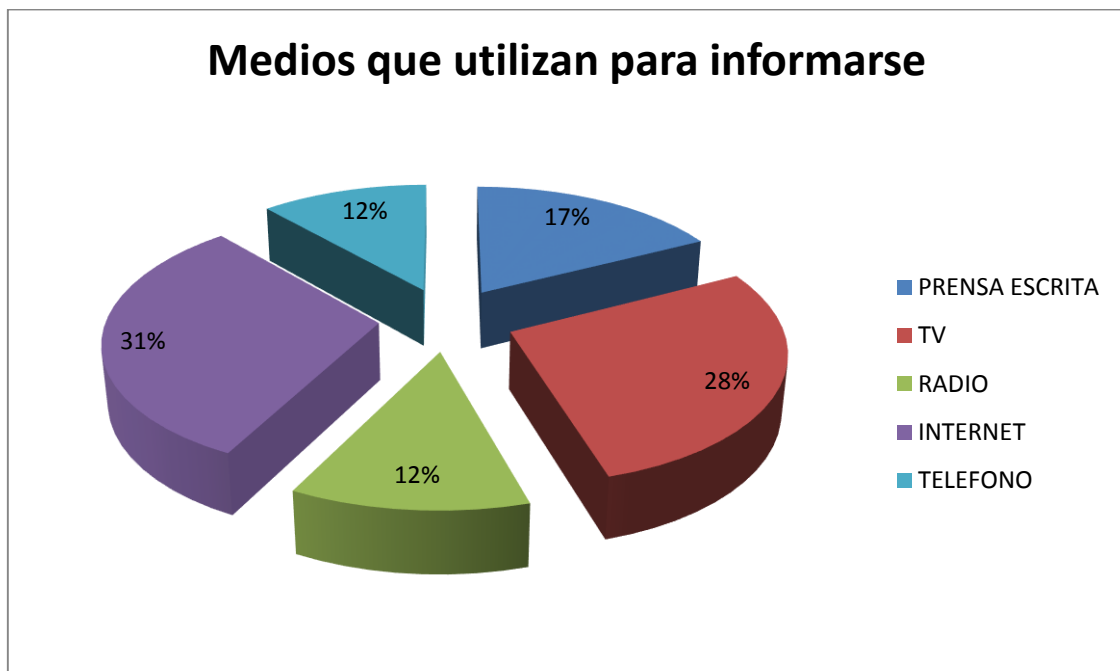
El fútbol sigue siendo el deporte que más se practica en el entorno, pues el 46% de los jóvenes encuestados respondieron por esa opción, seguido del básquet y el ajedrez, por lo que, corresponde a la Liga Cantonal incentivar el trabajo en estas disciplinas.

TABLA 15

¿Qué medio(s) de comunicación utiliza usted para informarse?

	ALTERNATIVAS	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
15	PRENSA ESCRITA	35	17,50
	TV	56	28,00
	RADIO	24	12,00
	INTERNET	62	31,00
	TELEFONO	23	11,50
	TOTAL	200	100,00

GRÁFICO 15



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gerson Mejillones

Al Cumplir las tendencias, los jóvenes manifiestan que el medio que más utilizan para informarse de alguna actividad que les interese es el Internet, seguido de la televisión y la prensa escrita.

ENTREVISTAS A PERSONALIDADES

Se consideró pertinente realizar dos entrevistas; una dirigida al Presidente de la Liga Cantonal de Playas, Señor Galo Pardo y otra al profesor-entrenador Segundo Valdiviezo.

Al señor PRESIDENTE DE LA LIGA CANTONAL DE PLAYAS

1.- ¿Dentro de la institución existe planificación de comunicación?

Realmente, dentro de la Liga Cantonal, no existe, aunque, considero que es importante llevar a cabo algún tipo de planificación y así conseguir nuevos triunfos en el deporte y sus variadas disciplinas.

2.- ¿La Liga Cantonal tiene presupuesto para programas de comunicación?

El presupuesto es algo nuevo, dentro de la liga, por cuanto, no hay alguien que se encargue de la parte administrativa y pueda gestionar recursos.

3.- ¿Cómo se ha realizado la comunicación en la Liga Cantonal?

Al ser realistas, la comunicación de actividades de la Liga Cantonal de Playas, se lo hace apenas utilizando papelógrafos, murales, pancartas y distribuyendo, en forma personal, volantes.

4.- ¿Utiliza usted medios de comunicación local para hacer conocer su programación?

En contadas ocasiones se recurre a la radio local, solicitando se comunique la apertura de campeonatos y aprovechando invitaciones de la gerente de la radio para ocasiones especiales, tales como inicio de torneos locales y regionales.

5.- ¿Cuáles son los proyectos a corto y mediano plazo que se tiene para la Liga Cantonal de Playas?

Mejorar la organización de torneos ya sea de fútbol, básquet y atletismo en todas las categorías, pero haciendo una buena gestión de comunicación, utilizando los

medios que estén al alcance y que tengan preferencia los ciudadanos, tales como: televisión, redes sociales y la radio.

Al señor PROFESOR-TÉCNICO de fútbol

1.- ¿Usted planifica las actividades deportivas para participar en torneos?

Si, efectivamente, se realiza una planificación en lo que respecta a entrenamientos diarios en las diferentes categorías de fútbol.

2.- ¿Conoce usted qué medios utilizan los jóvenes para conocer las actividades deportivas que realiza la Liga Deportiva Cantonal?

Conozco que actualmente, uno de los medios que más utilizan los jóvenes es el Internet, seguido de la Radio y de alguna forma de la Prensa escrita.

3.- ¿Considera que es necesaria la contratación de un profesional de la comunicación para planificar las actividades en la Institución?

Considero que es muy importante contar con un profesional de la comunicación que conozca a profundidad las estrategias de comunicación y así poder llegar a la población en lo que se refiere a la organización de nuevas temporadas de entrenamientos, certámenes, giras y apertura de nuevas disciplinas deportivas.

4.- ¿Cuáles son los mecanismos de comunicación que se utilizan con los jóvenes deportistas?

Generalmente, se utiliza la vía de los teléfonos convencionales o celulares y conozco que, también, se utiliza el Internet mediante las redes sociales o correos electrónicos.

5.- ¿Cree usted que existe mucho entusiasmo en los jóvenes de participar en campeonatos locales y regionales como, por ejemplo, del Diario El Universo?

Pues, sí existe ese entusiasmo y de hecho hay antecedentes de que se ha logrado buenos resultados y algunos campeonatos que han servido de vitrina para muchos jóvenes de la localidad, por ello, se requiere de mayor difusión de

las actividades y participaciones de los jóvenes en las diferentes categorías y disciplinas

ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

Existe un marcado criterio de que se necesitan programas prácticos de comunicación con estrategias que cuenten con la participación de profesionales de la comunicación.

Además, hay conciencia que los medios modernos que utilizan, especialmente, los jóvenes, tienen mucho que ver con la tecnología y hacia allá debe apuntarse cuando se requiera llegar con informativos de la institución.

La desinformación es imperante en la población, de forma general, puesto que, la Liga Cantonal usa todavía mecanismos ya obsoletos para promocionar las múltiples actividades que ejecuta durante todo el año.

Los logros alcanzados en los diferentes torneos locales y regionales, motivan a la práctica deportiva desde el punto de vista competitivo, y, así, de alguna manera, Se debe hacer que estos jóvenes puedan obtener el profesionalismo en el deporte con marcado éxito.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La Liga Deportiva Cantonal de Playas, usa medios caducos como la cartelera para informar sobre las actividades que realiza dentro del ámbito de acción que le corresponde.
- La población siente que está poco informada con respecto al trabajo que realiza la LDC de Playas, por cuanto, no aplica los medios idóneos para hacerlo.
- El deporte que más apasiona a los jóvenes es el fútbol, seguido del básquet y ajedrez.
- La población encuestada, conoce poco acerca de lo que es un plan de comunicación que ayude con sus bondades, a dinamizar la información respecto a las actividades que realiza la LDCP.
- Se tiene preferencia como medio más utilizado para informarse sobre cualquier aspecto entre los jóvenes al Internet en primera instancia, seguido de la Televisión, Radio y Prensa escrita. Caso contrario es el de los padres de familia, para quienes, el internet es desconocido.

RECOMENDACIONES

- La LDC de Playas debe utilizar, inmediatamente, medios modernos para brindar información oportuna y veraz de la programación a realizar.
- La población debe ser sujeta a mayor información, por parte, de la LDC de Playas, utilizando idoneidad que transparente su accionar.
- Al ser el fútbol, básquet y el ajedrez los deportes con mayor preferencia, se debe impulsar con mayor interés estas disciplinas para lograr mayor éxito en sus resultados.
- Hay que impulsar la implementación de un Plan de comunicación, por parte de, la LDC de Playas, en razón, del poco conocimiento de la

población, del beneficio que llegaría tanto a la institución como a los deportistas.

- De acuerdo a los resultados obtenidos, al implementarse un Plan de comunicación que es prioritario, debe tomarse en cuenta que el Internet es el medio más utilizado por los jóvenes para informarse sobre cualquier asunto, como también el desconocimiento de los padres en utilizar este ámbito tecnológico para mantenerse informado.

CAPITULO IV LA PROPUESTA

1. Título

Creación de un informativo impreso con el título “LA LIGA INFORMA” y subtítulo con el nombre de LIGA DEPORTIVA CANTONAL; como estrategia comunicacional para los habitantes del cantón Playas.

Introducción

Una vez realizada la investigación en el cantón Playas, específicamente, en la Liga cantonal, sobre el tema “PLAN DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA INCREMENTAR LA ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL, EN LA LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS, 2014”, se consiguieron resultados importantes en relación a identificar que no existe una buena gestión de la difusión entre la Liga Cantonal del Cantón Playas y la ciudadanía, en general, por tal motivo, se hace imperativo realizar productos comunicacionales que ayuden a mantener informados a la población, es así que se decidió la creación de un informativo denominado “LA LIGA INFORMA”.

2. Justificación

La propuesta denominada “LA LIGA INFORMA”, será un informativo cuyo fin es fortalecer la difusión de las actividades realizadas por La Liga Cantonal del cantón Playas, el mismo que abordará contenidos de los trabajos y actividades realizadas por esta entidad, y cuya circulación será mensual.

Con la creación del informativo “LA LIGA INFORMA” y subtítulo Liga Deportiva Cantonal de Playas, se logrará incrementar la actividad deportiva en los habitantes del cantón.

El informativo, será de utilidad importante tanto para la Liga Cantonal y la ciudadanía en general, ya que a través de esta vía se ejecutará un plan de comunicación mediante el cual se informará de las actividades que emprende la institución, a fin de dar a conocer el trabajo que se realiza a nivel deportivo en las distintas disciplinas que se imparte a los jóvenes del cantón Playas.

El objetivo de la propuesta del informativo denominado “LA LIGA INFORMA” es lograr un cambio situacional, respecto a la información que proporcionaría la Liga Cantonal y que permita establecer las buenas relaciones entre la institución y los habitantes del sector, cuyo fin es fortalecer la actividad deportiva juvenil en el cantón. También, contiene lo necesario y requerido para ser ejecutado oportunamente.

El trabajo es oportuno, debido a que, es conveniente para la institución, mantener una efectiva difusión de sus actividades para impulsar la actividad deportiva en los jóvenes de la zona.

3. Diagnóstico

Una vez culminado el proceso de investigación en la Liga Cantonal del cantón Playas, los resultados apuntan a que se debe de implementar un plan de comunicación organizacional, para que los habitantes de este sector conozcan los trabajos que se están realizando en beneficio de ellos.

Por tal razón, se elaborará el informativo que permitirá el desarrollo organizacional de la institución y que se denomina “LA LIGA INFORMA”. El proyecto hará que los habitantes de este cantón cuenten con una oportuna, pertinente y efectiva información sobre las actividades que realiza La Liga Cantonal, ya que en la actualidad, esta organización no cuenta con un medio de comunicación propio, que facilite la difusión de sus trabajos emprendidos.

Algo que se logró identificar en el proceso de la investigación, es la falta de un departamento de comunicación, área que es necesaria en toda entidad, para poder canalizar la gestión de la información.

En base al trabajo realizado a través de encuestas y entrevistas, se logró conocer que la institución necesita de forma imperativa un Plan de Comunicación que permita difundir las actividades que realiza.

4. Fundamentación Teórica de la Propuesta

Abraham Nosnik (2000), sugiere un modelo de comunicación organizacional que comprende varios niveles y culmina con lo que él llama comunicación productiva (Su punto de partida es el señalamiento acerca de que la información que fluye en la empresa es poder, “la información es poder”; se ha traducido, en más de una ocasión, en la frase que justifica el centralizar la toma de decisiones y manejar de forma autoritaria la difusión de la información por parte del líder. Dentro de esta línea, la creación de un informativo impreso, pondrá en práctica la interacción entre las autoridades de la Liga Cantonal de Playas con la comunidad, haciendo fluir la comunicación en doble vía.

Filosófica

El pensador Platón indicó, que la comunicación es como un hecho social que se desarrolla al mismo tiempo como la especie humana. Dentro de este contexto, se puede afirmar, entonces, que la interacción social es constante y permanente, que la información debe fluir. Por esta razón, es imprescindible que se cristalice el proyecto denominado “LA LIGA INFORMA”, a efectos de que vaya dirigido a incrementar la actividad deportiva en el cantón Playas.

Pedagógica

En el proceso de comunicación, esta debe ser eficaz, a efectos de lograr intercambios productivos. Una comunicación interpersonal, se convierte en un proceso, en el cual se integran muchas capacidades de respuesta, entre ellas:

verbales, no verbales, perceptivas, cognitivas, etc., las mismas que pueden ser aprendidas y/ o modificadas mediante la enseñanza. Es así, que la comunicación para que pueda convertirse en elemento dinamizador y generador de procesos de innovación, es importante que ésta exista y sea difundida.

Dentro de este contexto, es importante que se implemente el informativo “LA LIGA INFORMA”, para que se logre educar y a la vez, comunicar a la comunidad de Playas, basado en las actividades que la organización ejecuta.

Psicológica

Los teóricos conductistas, brindaron en su época y su momento valiosos aportes a la Educación. Muchos de sus estudios, aún en nuestros días, cobran vigor, entre ellos tenemos a: Piaget, Bandura, Bruner y otros. Ellos se preocuparon por la conducta del hombre y cómo influye en el aprendizaje. En relación con el aprendizaje, dichas teorías tienen en cuenta el proceso implicado en la adquisición de los conocimientos y las interacciones que se producen entre los diferentes elementos del entorno.

Con la creación del informativo “LA LIGA INFORMA”, será posible conocer la reacción de los ciudadanos referente a la efectiva difusión de las actividades que realiza la Liga Cantonal, ya que se reflejará en los habitantes su comportamiento en relación a incrementar la actividad deportiva, sobre todo en el área juvenil.

Sociológica

El lenguaje desde una representación sociolingüística no sólo es un propósito, sino que, gracias, a los filósofos, quienes invaden desde una apariencia de la corrección en la utilización de su habla, también, intervienen en la sociología de la comunicación, esto lo afirma: Maximiliano Fernández, (2010), en su artículo denominado “Tradición y estudios actuales de la sociología de la comunicación.

Dentro de esta línea de pensamiento, se puede afirmar que la información que difundirá la Liga Cantonal cumplirá con la ciudadanía en mantenerla enterada sobre las actividades que realizan, es decir, que la institución, entre otras cosas, mantendrá una buena comunicación con los habitantes, lo cual, llenará esas expectativas y harán de ellos, agentes de transformación y mediadores de lo que se requiera en su entorno.

Educativa

Una sociedad informada es una población protegida, dijo Ortiza; en esta línea todos los ciudadanos tienen derecho a transmitir, intercambiar y producir información veraz, siempre y cuando, tengan una responsabilidad; además, pueden acceder a la información, libremente, en entidades públicas, con el único fin de conocer lo que está sucediendo en beneficio de todos. El informativo "LA LIGA INFORMA", se encuadra y cumple con la tarea de informar, orientar y educar a los moradores del Cantón Playas.

Legal

La Constitución del Ecuador en la Sección TERCERA; Comunicación e Información, en el Art. 16, establece que todos los ciudadanos tienen derecho a una comunicación libre en cualquier ámbito y a la vez hacer parte de ella, también permite tener el acceso a las nuevas tecnologías y de cierta forma mantenerse informados, asimismo, se deben vincular con las personas que tienen capacidades especiales. (Constitución, 2008)

La propuesta de la creación del informativo: LA LIGA INFORMA, hace énfasis en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, Capítulo II; Derechos a la comunicación; en las secciones I y III, los cuales recalcan sobre el derecho a la libertad de expresión donde la comunidad tiene la potestad de expresarse y opinar, libremente, en el Medio que se desee, teniendo presente la responsabilidad que se adquiere, además, recalca el derecho a la participación ciudadana, de organizarse libremente, a fin de incidir en la gestión de los Medios

públicos y vigilar el pleno cumplimiento del derecho a la comunicación.(LOC, 2013).

En base a estos artículos, se cumple el propósito del proyecto, que es el de mantener informados, a los habitantes del cantón Playas., sobre los trabajos que realiza la Liga Cantonal a través del informativo “LA LIGA INFORMA”.

Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Creación de un informativo que tendrá como título “LA LIGA INFORMA” y subtulado con el nombre La Liga Deportiva Cantonal de Playas.

Objetivos Específicos

- Identificar y jerarquizar las actividades que se van a dar a conocer a los habitantes del cantón Playas.
- Recopilar información necesaria para diseñar el Plan de Comunicación Organizacional que se visualizará a través del informativo LA LIGA INFORMA.
- Elaborar el Plan de comunicación organizacional.

Factibilidad de la propuesta

Financiera

El siguiente cuadro, desglosa los valores económicos que se deben invertir para la aplicación del plan de comunicación.

CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
1	Cámara Fotográfica	\$ 400
1	Computadora	\$ 900
1	Escritorio	\$ 100
1	Silla	\$ 30
1	Grabadora de audio	\$100
1	Modem	\$ 29
1	Impresora	\$200
100	Hojas de papel couche	\$100
	TOTAL	\$ 1.859

Este financiamiento se lo cumplirá a través del presupuesto anual que recibe La Liga Cantonal. De esta forma, se cristalizará el proyecto que es de vital importancia para la organización. Además, se podrá difundir por los medios de comunicación de Playas, al igual que por las redes sociales.

Misión.-Mantener informada a la ciudadanía del cantón Playas a través del informativo “LA LIGA INFORMA” el cual incluirá las actividades realizadas.

Visión.-En un plazo de 3 años trascender de la zona objeto de estudio a toda la provincia del Guayas.

OBJETIVOS

- Incrementar las actividades deportivas en el cantón Playas.
- Fomentar los valores morales que rigen un boletín informativo, como medio responsable, objetivo, honesto y serio.
- Impulsar una comunicación efectiva entre la Liga Cantonal y la ciudadanía.

Legal

La propuesta se sustenta dentro del marco constitucional:

Art. 16, estipula que los ciudadanos tienen la potestad de mantener una comunicación, al igual que la oportunidad de acceder a la información y ser protagonista de las nuevas tecnologías, con el fin de ser los responsables de sus actos y que además, existe un privilegio para las personas con discapacidades en realizar lo mismo.

El Art.18, manifiesta que los ciudadanos tienen la procedencia de mantenerse comunicados y difundir cualquier tema de interés personal, manejando la responsabilidad sobre el tema tratado, además, tienen derecho a acceder de manera libre a la información que emiten las entidades públicas como privadas manejadas por el Estado.

Art. 19, es necesario que los medios de comunicación deben brindar el espacio que se requiere para emitir información de los contenidos informativos, educativos y culturales, por lo cual, es importante que los gobiernos locales accedan a este espacio para difundir sus actividades que ejercen en beneficio de una comunidad.

Se hace énfasis en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador; Capítulo II; Derechos a la comunicación en las secciones I y III que da a conocer lo siguiente:

En la sección I menciona sobre el derecho a la libertad de expresión, donde la ciudadanía tiene derecho de hablar de varios temas de manera organizada quedando en responsabilidad personal sobre lo que han opinado; también, en la sección III, sobre los derechos a la participación la ciudadanía, está en la potestad de participar en las reuniones con la intención de incidir en la gestión de los medios de comunicación con el fin de que se establezca una efectiva comunicación. (LOC, 2013)

Técnica

La técnica a utilizar es a través de las destrezas de redacción, diagramación y capacitaciones que se realicen al personal encargado del proyecto, para que mantengan informados a la población de las actividades realizadas,

El seguimiento del proyecto será responsabilidad de la Liga Cantonal de Playas.

De Recursos Humanos

Este proyecto contará con el personal conformado por los funcionarios de la Liga Cantonal. Para este fin, se propondrá capacitaciones en temas de comunicación social, en las áreas de difusión que a continuación se detalla: Diagramación, también llamada maquetación que ayuda a organizar en un espacio, contenidos escritos en medios impresos; Relaciones Públicas, acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en las mismas acciones presentes y futuras.

N°	Participantes	Cargo
1	Gerson Mejillones	Coordinador
2	Persona contratada	Capacitador
3	Empleados de la Liga Cantonal	Integrantes
4	Jóvenes del cantón Playas	Capacitados

Política

El informativo, producto del plan de comunicación, denominado “LA LIGA INFORMA” se manejará de forma responsable, dentro de la ética profesional y valores que demuestren la objetividad de los contenidos.

7. Descripción de la propuesta

El informativo “LA LIGA INFORMA”, tiene como propósito incrementar la actividad deportiva en los habitantes del cantón Playas. Se aspira que a través de esta propuesta la ciudadanía conozca los trabajos realizados por la entidad.

Antecedentes breves

Según, Google Académico, un informativo es una publicación distribuida de forma regular, generalmente, centrada en un tema principal que es del interés de sus suscriptores. Muchos boletines son publicados por clubes, sociedades, asociaciones y negocios, particularmente, compañías para proporcionar información de interés a sus miembros o empleados. Algunos boletines informativos son creados con ánimo de lucro y se venden, directamente, a sus suscriptores.

La actividad periodística, echa mano, también, de otros medios que le permiten llegar con mayor eficacia a los públicos meta, con el propósito de hacer conocer y generar expectativa y opinión sobre determinados hechos o propósitos.

El boletín nace en el año 2008 como una publicación que pretende informar actividades del proyecto institucional

Aspectos de la propuesta

El informativo “LA LIGA INFORMA” será elaborado en tres hojas formato A4, distribuido en 12 carillas que tendrán la portada, contraportada y en la parte interna con colores, distinguidas por secciones con base a los trabajos que se realizan, Además, tendrán sus respectivos márgenes cuidando la estética del trabajo, donde se utilizará letra arial 12 simple en su redacción; en sus titulares se utilizará arial 14 simple y para la respectiva portada su utilizarán indiferentemente las letras cooperblack, Berlin Sans FB Demi y Bernard MT Condensed.

A continuación se detalla la estructura del informativo “LA LIGA INFORMA”

- Portada
- Comunidad
- Cultura
- Convenios
- Deportes
- Contraportada

Portada.- Se resaltará el nombre del boletín en conjunto con la entidad que la emite, además, llevará los títulos de las noticias más importantes que se realizaron en cada mes, precedido de sus respectivas fotografías y pie de foto, acompañado del número de la página donde se amplía la información; de igual manera, pero con dimensiones más pequeñas se ubicarán las noticias restantes.

Comunidad.- En esta área se presentarán las noticias más importantes que La Liga Cantonal realiza en beneficio de la población, recalcando que irán con su respectiva fotografía y su pie de foto.

Cultura.- En el ámbito cultural se informará a la comunidad todos los aspectos relacionados con la interacción social de la zona.

Convenios.- En esta parte, el boletín informará todo lo concerniente a los convenios y compromisos que adquiere la Liga Cantonal con la comunidad y con las diferentes Instituciones gubernamentales y no gubernamentales que se encuentran en la comunidad, sean estas nacionales e internacionales.

Deportes.- Esta es la sección más importante de la Liga Cantonal, ya que es la parte medular del boletín informativo

Contraportada.- Similar a la portada, con la diferencia de que en ella se colocarán los datos principales de la Liga Cantonal.

Impacto

El impacto que se quiere alcanzar en base al informativo denominado “LA LIGA INFORMA” y subtítulo como LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS, son los siguientes:

- El informativo “LA LIGA INFORMA” brindará información a los habitantes del cantón Playas, sobre las actividades que realiza la liga cantonal.
- La Liga Cantonal alcanzará el acercamiento hacia la ciudadanía con el fin de incrementar la actividad deportiva en el cantón Playas.
- Incrementar la actividad deportiva juvenil en el cantón Playas.

Conclusiones

El trabajo está basado en la investigación realizada en la Liga Cantonal del cantón Playas, cuyos resultados fueron analizados, visualizándose una insuficiente efectividad en la gestión de la información.

Como consecuencia, se determinó la elaboración de un plan de comunicación organizacional, cuya ejecución se hará a través de un informativo denominado "LA LIGA INFORMA". Con esto, se aspira a que se incremente la actividad deportiva juvenil en la Liga Deportiva Cantonal de Playas.

Recomendaciones

Debido a que, no existía una buena difusión de las actividades realizadas en la Liga Deportiva Cantonal de Playas, se recomienda la ejecución de un plan de comunicación cristalizado a través de un informativo denominado "LA LIGA INFORMA".

Se recomienda que el informativo, sea de circulación mensual, ya que la información debe actualizarse de forma permanente y continua.

Es importante que se realice la comprobación de feedback, a efectos de realizar las correcciones, en caso de que existan, de forma adecuada y oportuna.

BIBLIOGRAFÍA

- Bastardas Boada, A. (2005). *La comunicación contemporánea*. Madrid: Universidad de Barcelona.
- Casimiro Andujar, A. J. (2000). Autoconcepto del joven en función de su nivel de condición física y de sus hábitos de vida. *http://www.efdeportes.com/Revista Digital*, 1-2.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: McGraw-Hill Interamericana,.
- De Andrade, A., Salguero, A., & González, R. y. (2006). Motivos de Participación en la Actividad Física por Adultos en Brasil. *Perceptual and Motor Skills*, 358-367.
- Ecuador, A. N. (20 de Junio de 2014). *LEY DEL DEPORTE, EDUCACIÓN FÍSICA Y RECREACIÓN 2010*. Obtenido de www.deporte.gob.ec: <https://www.google.com.ec>
- Fonseca, M. (2007). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Pearson Educación.
- González González, A., Rubio Herrera, M., & Marañés Pallardo, J. (2007). Hábitos dietéticos y actividad física en el tiempo libre en sujetos con exceso ponderal. *ResearchGate*, 241-248.
- Kuhn, T. (2005). *La Estructura de las Revoluciones Científicas*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Lagardera, F. (2003). Desarrollo sostenible en el deporte, el turismo y la educación física. *Apuntes de Educación Física y Deportes*, 67-70-79.
- Losada Diaz, J. C. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. BARCELONA: ARIEL.

- Márquez, S., & Salguero, A. M. (2004). Adherencia al ejercicio físico: Determinantes, modelos y estrategias de mantenimiento. *REVISTA INTERNACIONAL DE CIENCIAS DEL DEPORTE*, 93-112.
- Márquez, S., Vives, L., & Garcés de los Fayos, E. (2010). Adherencia y abandono en la actividad física y deportiva. *Actividad Física y Salud*, 225.239.
- Martín Tamayo, C., Becerra, R., Reiga, A., & Hernández, I. (2003). Relaciones de la condición física y la composición corporal con la autopercepción de salud. *RICYDE*, 305-318.
- Mattelart, M. y. (2011). *Historia de las teorías de la comunicación*. México: Paidós Comunicación.
- Mayorga, J. (2009). DESCUBRIENDO EL LADO OSCURO DE LA GESTIÓN: LOS CRITICAL MANAGEMENT STUDIES O UNA NUEVA FORMA DE ABORDAR LOS FENÓMENOS ORGANIZACIONALES. *FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS: INVESTIGACIÓN Y REFLEXIÓN*, s.n.
- Moragas. (2000). *Semiótica y comunicación de masas* . Barcelona: Editorial Peninsula.
- Moreno, J., & Cervelló, E. G. (2007). Analizando la motivación en el deporte: un estudio a través de la teoría de la autodeterminación. *Apuntes de Psicología*, 35-51.
- Nataly, P. G. (2011). *INVESTIGACIÓN ACCIÓN*. s.l.: Ed. RIJABAL EDITORES.
- Ocampo, M. (2011). *Cominicación Empresarial: Humanizar la comunicación la mejor apuesta de la organización*. Bogota-colombia: Universidad de la Sabana.
- Ordaz Zubia, V., & Saldaña García, G. (2006). *ANÁLISIS Y CRÍTICA DE LA METODOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DE PLANES REGIONALES EN EL ESTADO DE GUANAJUATO*. Recuperado el 15 de 05 de 2014, de eumed.net: <http://www.eumed.net>

- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *administración*. Recuperado el 02 de 06 de 2014, de 2013: <http://administracion2013b.blogspot.com/>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- Rodriguez Lopez, J. (2001). *Deporte y Ciencia. Teoría de la actividad física*. Barcelona: Inde.
- SENPLADES. (2009). *PLan Nacional del Buen Vivir*. Quito : SENPLADES.
- Soria Romo, R. (2008). *Comunicación organizacional: un modelo aplicable a la microempresa*. Recuperado el 08 de 05 de 2014, de dianet.unirioja.
- Taylor, F. (2000). *Principios de la administración científica* . Mexico: Herrera Hermanos.
- Trelles Rodriguez, I. (2000). *"Comunicación Organizacional"*. (F. Varela, Ed.) La Habana: Selección de lecturas.
- Van Riel, C. (2007). *Comunicación Corporativa*. Madrid: Prentice Hall.
- Zaragoza, J., Serra, J., Cevallos, O., Generelo, E., Serrano, E., & Julian, J. (2006). Los factores ambientales y su influencia en los patrones de actividad física en adolescentes. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 1-14.

ANEXOS



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Lunes 16 de junio de 2014

Sr Galo Pardo Macías

Presidente de La LDCP

De mi consideración

Me dirijo a Usted con el objetivo de solicitar la validación del cuestionario de preguntas, cuyo propósito, es el de contribuir a incrementar la población deportiva, en las actividades que desarrolla la institución que usted preside, por medio de nuestra propuesta de un Plan de Comunicación Para La LDCP.

En la espera de una respuesta favorable a la petición, me despido de Usted con mi consideración más distinguida.

Atentamente

Gerson Mejillones Cruz

C.I. 0910461912



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN							
TÍTULO DEL TRABAJO			"PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INCREMENTAR LA ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL EN LA LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS. 2013-2014"				
INSTRUCTIVO			encuestas				
	CONGRUENCIA (Con el título del trabajo)		CLARIDAD		TENDENCIOSIDAD (Las preguntas están libres de otros factores que influyan en la respuesta)		Observaciones
Ítem	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
Total							
%							

Evaluado por:	Apellido Nombre	Cédula de Ciudadanía	Fecha	Firma
	Profesión	Cargo:	Teléfono	

Agradecido por su colaboración.

Gerson Mejillones Cruz
0910461912



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**FICHA TECNICA DE LA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA
DATOS DEL VALIDADOR**

Evaluador	Apellido Nombre	Cédula de Ciudadanía	Fecha	Firma
	Profesión	Cargo	Teléfono	

FICHA TECNICA DE LA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

MS: Muy Satisfactorio (10 %) S: Satisfactorio (9 %) PS: Poco Satisfactorio (8 %) M: Mejorable (7 %)

No.	Criterios de validación (Contenido / estructura)	MS	S	PS	M
1	El tema de la propuesta con sus componentes				
2	Justificación de la propuesta				
3	Formulación del Diagnóstico				
4	Fundamentación Teórica de la propuesta				
5	Formulación de objetivos de la Propuesta				
6	Factibilidad / descripción de la Propuesta				
7	Existe sustentabilidad en la propuesta				
8	El contenido de la propuesta es pertinente para el mejoramiento de la temática.				
9	Existe coherencia en la estructura de la propuesta				
10	La aplicabilidad de la propuesta dará cumplimiento a los objetivos propuestos.				
SUBTOTAL					

VALIDACION DE LA PROPUESTA /100 %
----------------------------	--------------

Agradecido por su colaboración.

Gerson Mejillones Cruz
0910461912

Institución

1. ¿Informa la LDCP oportunamente a la comunidad sobre las actividades que realiza?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Muchas veces	<input type="checkbox"/>
Pocas veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

2- ¿Qué medio de comunicación utiliza la LDCP para hacer conocer información a sus usuarios?

	Siempre	A veces	Nunca
Prensa escrita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cartelera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Considera usted que el dar a conocer la visión y misión de la LDCP es?

Muy Importante	<input type="checkbox"/>
Importante	<input type="checkbox"/>
Poco Importante	<input type="checkbox"/>
Nada Importante	<input type="checkbox"/>

Elaborado por:

4.- ¿La LDCP se preocupa por su imagen institucional?

Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

5.¿Cuenta la LDCP con un Plan de Comunicación en el que se sustenta su accionar?

Sí

No

6.¿Cómo considera usted la implementación de este instrumento de trabajo para el buen funcionamiento de la Institución?

Muy Necesario	<input type="checkbox"/>
Necesario	<input type="checkbox"/>
Poco Necesario	<input type="checkbox"/>
No Necesario	<input type="checkbox"/>

7.- ¿Realiza la LDCP, algún producto comunicacional institucional?

Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

¿Con qué frecuencia se actualiza la estrategia comunicacional?

Mensual Trimestral Semestral Anual

Elaborado por:

Barrio.....

.Fecha.....

Sexo: Masculino

Femenino

Edad

1.- ¿Cree usted que la LDGP, informa oportunamente a la comunidad sobre las actividades que realiza?

Siempre

Muchas veces

Pocas veces

Nunca

2.- ¿Qué medio(s) de comunicación utiliza usted para informarse?

Prensa escrita

TV

Radio

Internet

Teléfono

3.- ¿Qué criterio tiene usted sobre las actividades desarrolladas por la LDGP?

Muy Satisfactorio

Satisfactorio

Poco Satisfactorio

Nada Satisfactorio

4.- ¿Conoce usted qué es un plan de comunicación?

Si

No

Algo

Elaborado por:

Disciplina:

Fecha:

Sexo: Masculino

Femenino

Edad

1.- ¿Qué lo motiva a usted a realizar actividad deportiva?

Competir Amigos Padres Emular a alguien Salud

2.- ¿Qué deportes(s) practica usted?

Fútbol Básquet Atletismo Tenis de mesa Ajedrez Otros

3.- ¿Qué medio(s) de comunicación utiliza usted para informarse?

Prensa escrita Tv Radio Internet Teléfono

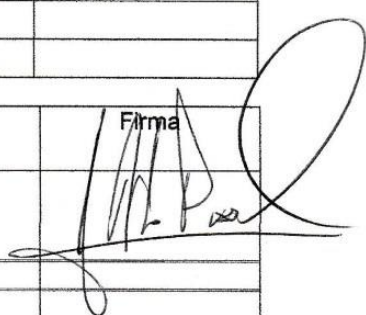
Elaborado por:



**UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN							
TÍTULO DEL TRABAJO			"PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INCREMENTAR LA ACTIVIDAD DEPORTIVA JUVENIL EN LA LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS. 2013-2014"				
INSTRUCTIVO			encuestas				
Ítem	CONGRUENCIA (Con el título del trabajo)		CLARIDAD		TENDENCIOSIDAD (Las preguntas están libres de otros factores que influyan en la respuesta)		Observaciones
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	SI		SI				
2	SI		SI				
3	SI		SI				
4	SI		SI				
5	SI		SI				
6	SI		SI				
7	SI		SI				
8	SI		SI				
9	SI		SI				
10	SI		SI				
11	SI		SI				
12	SI		SI				
13	SI		SI				
14	SI		SI				
15	SI		SI				
Total							
%							

Evaluado por:	Apellido Nombre	Cédula de Ciudadanía	Fecha	Firma 
	Pardo Macías Galo	0906326418	17/05/2014	
	Profesión	Cargo:	Teléfono	
	Tecnólogo Eléctrico	Presidente LDCP	0985714837	

Agradecido por su colaboración.

Gerson Mejillones Cruz
0910461912



**UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**FICHA TECNICA DE LA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA
DATOS DEL VALIDADOR**

Evaluador	Apellido Nombre	Cédula de Ciudadanía	Fecha	Firma
	Pardo Macías Galo	0906326418	07/10/2014	
	Profesión	Cargo	Teléfono	
	Tecnólogo Eléctrico	Presidente LDGP	0985714837	

FICHA TECNICA DE LA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

MS: Muy Satisfactorio (10 %) S: Satisfactorio (9 %) PS: Poco Satisfactorio (8 %) M: Mejorable (7 %)

No.	Criterios de validación (Contenido / estructura)	MS	S	PS	M
1	El tema de la propuesta con sus componentes		9		
2	Justificación de la propuesta		9		
3	Formulación del Diagnóstico		9		
4	Fundamentación Teórica de la propuesta		9		
5	Formulación de objetivos de la Propuesta		9		
6	Factibilidad / descripción de la Propuesta		9		
7	Existe sustentabilidad en la propuesta		9		
8	El contenido de la propuesta es pertinente para el mejoramiento de la temática.		9		
9	Existe coherencia en la estructura de la propuesta		9		
10	La aplicabilidad de la propuesta dará cumplimiento a los objetivos propuestos.		9		
SUBTOTAL					

VALIDACION DE LA PROPUESTA90..... /100 %
-----------------------------------	---------------------

Agradecido por su colaboración.

Gerson Mejillones Cruz
0910461912



Gral. Villamil

LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS

Trabajamos permanentemente por la actividad deportiva estamos presente en 9 disciplinas, nuestra meta es mantener a toda la comunidad en la practica diaria .

Constantemente estamos buscando los recursos necesarios para conseguir nuestras metas una de ellas contar a corto plazo con la nueva estructura de nuestro estadio .

Los colaboradores de la institucion padres de familia estamos comprometidos para generar actividad deportiva nuestro canton es la compuesto por gente enamorada de la actividad deportiva ,por ello ,y para ello es que nos esforzamos cada dia

Galo Pardo Macias
Presidente



LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS
I.d.c.playas@hotmail.com

La LIGA INFORMA



INFORMATIVO MENSUAL DE DISTRIBUCIÓN GRATUITA
DICIEMBRE 15 .2014

PARTICIPACION DESTACADA DE: SELECCION SUB-14 FÚTBOL

Pag. 2

FIGURAS SOBRESALIENTES DEL DEPORTE EN GRAL VILLAMIL

PLAYAS DESTACA EN INTERCANTONAL DE BASKET

Pag. 3

ACTIVIDADES DE LA LIGA EN IMAGENES

COMUNIDAD BAILOTERAPIA

Pag. 6

Selección Sub 14 destacó en campeonato inter-cantonal 4to lugar



El profe. Valdiviezo, Becerra, Gregory Mancilla, Roberto Cepeda, Llerena, Galo Pardo en compañía de la presidenta de la Aso. Guayas, Pierina Correa.

La selección de fútbol categoría sub-14 logró obtener el cuarto lugar tras vencer a su similar () por 2goles a 1 .

Bajo la dirección técnica de los Profesore Segundo y Juan Valdiviezo , este grupo de chicos entrenaron durante dos meses en las instalaciones del estadio municipal Jaime Roldos Aguilera, y en la etapa final en la cancha sintetica del colegio Rashid Torbay en horarios nocturnos para no interrumpir las actividades de estudios de los seleccionados.

Respaldados por la Liga Cantonal a través de su presidente.Galo Pardo se llegó a instancias finales obteniendo un honroso cuarto lugar para nuestro cantón

EL gato campeón

La gloria del Reef Classic Guayas Turístico, primera etapa del Circuito Latinoamericano de Surf, se quedó en casa. El local de las derechas de Engabao, Jonathan "El Gato" Chila, fue el mejor de todos y con su afilado backside, reinó en las derechas para llevarse un emotivo título frente al público que lo vio crecer.

Dominic Barona también hizo valer su condición de local y venció entre las damas. Los peruanos Joaquin del Castillo, Piccolo Clemente y Sebastián Gómez ganaron en Pro Junior, Longboard y Stand Up Paddle Surfing respectivamente .



FIGURAS SOBRESALIENTES DEL

En Playas: 'Pandilla', vuela alto

JONATHAN MOSQUERA CAMACHO



Me dicen así porque siempre ando con todos mis amigos; somos pura unión", indica este joven, quien desde hace cinco años sabe pedalear en el espacio insólito que conecta los suelaos sangrantes con el podio ganador.

Sus primeras pinuetas

Para huir de la marginalidad, como si fuera una pinueta

más que le exige la vida. Este joven afroecuatoriano de 20 años de edad ha ganado segundos y terceros lugares en torneos internacionales de BMX estilo libre disputados en Colombia, Perú, Chile y México. Por ello, si esta disciplina tuviera en Ecuador la misma importancia deportiva que inspira el fútbol, el playense Jonathan Mosquera Camacho quizás tendría el perfil mediático de un Antonio Valencia, un Jefferson Montero o un Cristian Noboa. Pero no es así.

Así que este ciclista extremo no se encuentra fichado por algún club del exterior, ni recibiendo como sueldo decenas de miles de dólares, ni convocando a multitudes que lleguen a despedirlo o recibirlo en el aeropuerto. Quizás también tendría un sobrenombre más chic; como la Turbina o el Zar (motes de Montero y Noboa), y no aquel apodo de masa suburbana que lo identifica desde hace cinco años: Pandilla.

DEPORTE EN Gral. VILLAMIL

JONATHAN "EL GATO CHILA" GANÓ EL REEF CLASSIC GUAYAS



Jonathan en plena actividad durante el evento del Reef Classics que tuvo como escenario la comuna de Engabao. La gloria del Reef Classic Guayas Turístico, primera etapa del Circuito Latinoamericano de Surf, se quedó en casa. El local de las derechas de Engabao, Jonathan "El Gato" Chila, fue el mejor de todos y con su afilado backside, reinó en las derechas para llevarse un emotivo título frente al público que lo vio crecer.

Dominic Barona también hizo valer su condición de local y venció entre las damas. Los peruanos Joaquín del Castillo, Piccolo Clemente y Sebastián Gámez ganaron en Pro Junior, Longboard y Stand Up Paddle Surfing respectivamente. "Con humildad y el entrenamiento todos podemos llegar a donde queremos", dijo un poco emocionado un Jonathan Chila muy alentado por los locales al salir del agua. El surfista al que los pescadores de Engabao vieron crecer agregó: "De aquí para adelante seguiré concentrado en el campeonato de Montañita. Estoy contento de haber ganado esta primera parada del circuito latinoamericano, el Reef Classic Guayas Turístico, y arriba Ecuador, ¡vamos adelante!".

SELECCIÓN DE AJEDREZ



Un grupo de seleccionados en categorías infantiles juveniles participaron en campeonato inter cantonal que se efectuó en la modalidad de circuito en representación de nuestra Liga Cantonal. Con la finalidad de alcanzar un buen sítial en dicho evento se contrató a profesores para entrenar a los seleccionados, mencionar que las otras representaciones tienen mucha experiencia en este deporte.

A pesar de ser debutantes en esta campo la actuación del grupo fue significativa, esperamos continuar trabajando con estos chicos para fortalecer sus conocimientos adquiridos en esta primera participación.

Unas de las destacados en esta disciplina es la seleccionada Mercedes Cruz N. quien por su accionar sorprendió a los espectadores y jueces por lo que ha sido considerada como preseleccionada de la provincia.

Este grupo también muestra desempeño sobresalientes de los seleccionados, tenemos que trabajar mucho más tiempo para que las próximas participaciones alcancemos un mejor sítial a punto el técnico

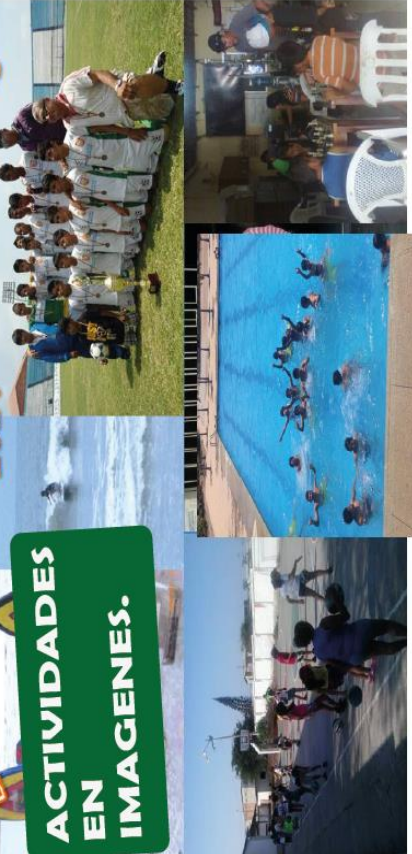


Las selecciones femenina y masculina de las categorías Sub-14 en la disciplina de basquetbol tuvieron una destacada participación en el campeonato organizado por la liga cantonal de Milagro. El reconocimiento del público que asistió al evento para nuestras selecciones no se hicieron esperar, buen futuro deportivo se le augura a estos chicos que se entregaron por completo en el difícil escenario perteneciente al ente cantonal milagreño



LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE PLAYAS 2014

ACTIVIDADES EN IMAGENES.



Buscanos también en Facebook
l.d.c.playas@hotmail.com