



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**TEMA: ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES  
PÚBLICAS EN LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DE LOS RÍOS  
Y EL ACERCAMIENTO A LAS COMUNIDADES RURALES  
DE BABAHOYO**

**PROPUESTA: PLAN ESTRATÉGICO DE DIFUSIÓN DE LAS  
DIFERENTES DISCIPLINAS DEPORTIVAS EN  
COMUNIDADES RURALES.**

Tesis de grado que se presenta como requisito para optar por  
el título de Licenciado en Comunicación Social.

**Autor: Manuel Carlos Nivela Maldonado**

**Tutor: MSC. Fernando Rendón Alvarado**

**Guayaquil-Ecuador**

**2015**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

### **CERTIFICO**

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciado

Manuel Carlos Nivela Maldonado

C.I. 1204654873



**Tutor**

MSC. Fernando Rendón Alvarado

Guayaquil, 2015

## **CERTIFICACIÓN DEL LECTOR - REVISOR**

Por medio del presente tengo a bien **CERTIFICAR**: Que he revisado la redacción, estilo y ortografía de la tesis de grado elaborada por Manuel Carlos Nivelá Maldonado con C.I.: 1204654873, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**.

TEMA DE TESIS: “Análisis de la gestión de las Relaciones Públicas en la Federación Deportiva de los Ríos y el acercamiento a las comunidades rurales de Babahoyo”.

.

Trabajo de investigación que ha sido escrito de acuerdo a las normas ortográficas y de sintaxis vigentes.



Ab. Janeth Montoya

Docente FACSO

Año 2015

## FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

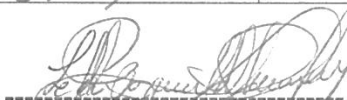
SECRETARIAACTA DE SUSTENTACIÓN

En Guayaquil, a los veintiocho días del mes de Diciembre del 2015, siendo las 09h30, se constituye en Coordinación Académica del edificio de la Facultad de Comunicación Social, el Director del Departamento de Titulación, Eco Eduardo Romero Pincay, y los señores miembros del Tribunal **Lcda. PERLA ADRIAN**, **Lcda. PAQUITA SALCEDO**, **Lcdo. LIVINSTONG ALVAREZ**, Nombrados por el Sr. Decano de la Facultad de Comunicación Social, Lcdo. Kléber Loo Valdivieso, con el objeto de que el Sr. **NIVELA MALDONADO MANUEL CARLOS** Carrera de **COMUNICACIÓN SOCIAL**, (Tutor. **FERNANDO RENDÓN**) Sustente y defienda su trabajo de Titulación: **ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DE LOS RÍOS Y EL ACERCAMIENTO A LAS COMUNIDADES 5 RURALES DE BABAHYO**. Una vez constituido el tribunal, se lleva a efecto la exposición, para lo cual previamente el Director del Departamento de Titulación, le hace conocer el tiempo reglamentario de 30 minutos y la disponibilidad de contestar alguna pregunta propuesta por cualquiera de los señores miembros del tribunal. Habiéndose desarrollado la defensa dentro el tiempo fijado, el Tribunal de sustentación aprueba el trabajo de titulación con las siguientes calificaciones:

| Miembros del Tribunal           | Calificación<br>Número | Calificación<br>Letras |
|---------------------------------|------------------------|------------------------|
| <b>Lcda. PERLA ADRIAN</b>       | 8                      | Ocho                   |
| <b>Lcda. PAQUITA SALCEDO</b>    | 8                      | Ocho                   |
| <b>Lcdo. LIVINSTONG ALVAREZ</b> | 8                      | Ocho                   |
| Promedio                        | 8                      | Ocho                   |
| Equivalente a:                  | BUENO                  |                        |



Lcda. PERLA ADRIAN



Lcda. PAQUITA SALCEDO



Lcdo. LIVINSTONG ALVAREZ

Con el presente Acto Académico se da por concluida la Sustentación, Guayaquil, 28 de Diciembre del 2015, firmando para constancia de lo expuesto Ab. Xavier González Cobo, Secretario, que lo certifica.

  
Secretario(a) que certifica  
Ab. Xavier González Cobo  
SECRETARIO FACSO



## **ACTA DE RESPONSABILIDAD**

El egresado de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, el señor Manuel Carlos Nivela Maldonado, deja constancia escrita de ser el autor responsable de la tesis presentada, por lo cual firma:



Manuel Carlos Nivela Maldonado  
C.I.: 1204654873

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación me corresponde exclusivamente a mí; y al patrimonio intelectual de la misma Universidad de Guayaquil.



Manuel Carlos Nivela Maldonado  
C.I.: 1204654873

## **AGRADECIMIENTO**

La concepción de este proyecto está dedicada a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para familia en general.

A mí tutor la MSC. Fernando Rendón por ser pilar fundamental para afianzar este sueño, quien me ha orientado en todo momento en la realización de este proyecto y cuyas aportaciones ayudaron a convertirme en una gran persona y profesional en un futuro no muy lejano.

.

¡MUCHAS GRACIAS!

## **RECONOCIMIENTO**

Primero a Dios quien ha estado siempre en cada momento de mi vida levantándome de cada caída para guiarme por mejores senderos, sin el nada de esto tendría sentido.

A mi madre, que ha sacrificado mucho por hacerme mejor persona brindándome su apoyo incondicional en todo momento, que me ha inculcado valores para ser una persona de bien.

A mis amigos y compañeros de FACSO, gratas personas que conocí a lo largo de esta carrera y que estuvieron brindando ese apoyo y sobre todo confiaron que lograría hacer esto posible.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|                                               |                               |
|-----------------------------------------------|-------------------------------|
| APROBACIÓN DEL TUTOR .....                    | II                            |
| CERTIFICACIÓN DE LA GRAMATÓLOGA.....          | III                           |
| ACTA DE RESPONSABILIDAD .....                 | III                           |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....                  | IV                            |
| AGRADECIMIENTO.....                           | V                             |
| RECONOCIMIENTO .....                          | VI                            |
| ÍNDICE DE CONTENIDO .....                     | VII                           |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS.....                       | IX                            |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                       | X                             |
| RESUMEN.....                                  | XI                            |
| INTRODUCCIÓN.....                             | 1                             |
| CAPÍTULO I .....                              | 3                             |
| 1. EL PROBLEMA .....                          | 3                             |
| 1.1. El Tema .....                            | 3                             |
| 1.2. Ubicación del Problema.....              | ¡Error! Marcador no definido. |
| 1.3 Situación Conflicto.....                  | 4                             |
| 1.4 Delimitación del Problema .....           | ¡Error! Marcador no definido. |
| 1.5 Formulación del problema .....            | 5                             |
| 1.6 Evaluación del Problema.....              | 5                             |
| 1.7 Objetivos .....                           | 6                             |
| 1.7.1 Objetivo General.....                   | 6                             |
| 1.7.2 Objetivos Específicos .....             | 6                             |
| 1.8 Justificación.....                        | 6                             |
| 1.9 Hipótesis.....                            | 7                             |
| 1.10 Operacionalización de las Variables..... | 7                             |
| CAPÍTULO II .....                             | 8                             |
| 2. Marco Teórico .....                        | 8                             |

|                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.1. Antecedentes de la Investigación .....                         | 8   |
| 2.2 Antecedente Histórico .....                                     | 8   |
| 2.3 Marco Teórico Referencial .....                                 | 10  |
| 2.4 Marco Legal.....                                                | 22  |
| 2.5 Definición de términos.....                                     | 28  |
| CAPITULO III .....                                                  | 300 |
| 3. METODOLOGÍA.....                                                 | 300 |
| 3.1. Modalidad de la Investigación.....                             | 300 |
| 3.2. Tipo de Investigación.....                                     | 311 |
| 3.3 Técnicas de Investigación.....                                  | 31  |
| 3.4 Población.....                                                  | 32  |
| CAPITULO IV .....                                                   | 333 |
| 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....                | 333 |
| CAPÍTULO V .....                                                    | 411 |
| 5.- Propuesta.....                                                  | 411 |
| 5.1 Justificación.....                                              | 41  |
| 5.2 Fundamentación de la Importancia de un Plan Comunicacional..... | 43  |
| 5.2.1 Objetivo                                                      |     |
| General.....                                                        | 433 |
| 5.2.2 Objetivos Específicos .....                                   | 433 |
| 5.3 Desarrollo de la Propuesta.....                                 | 44  |
| CAPITULO VI.....                                                    | 54  |
| 6. Conclusiones.....                                                | 54  |
| 6.1 Recomendaciones.....                                            | 55  |
| 6.2 Bibliografía.....                                               | 56  |
| Anexos.....                                                         | 58  |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                 |    |
|-----------------|----|
| Gráfico 1 ..... | 33 |
| Gráfico 2 ..... | 34 |
| Gráfico 3 ..... | 35 |
| Gráfico 4 ..... | 36 |
| Gráfico 5 ..... | 37 |
| Gráfico 6 ..... | 38 |
| Gráfico 7 ..... | 39 |
| Gráfico 8 ..... | 40 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                       |    |
|-----------------------|----|
| Figura 1 Boletín..... | 53 |
|-----------------------|----|

## **RESUMEN**

El propósito de esta investigación es encontrar las falencias que existen en la gestión del departamento de Relaciones Públicas en la Federación Deportiva de Los Ríos para realizar un análisis por el cual los jóvenes de las comunidades rurales no son partícipes en el desarrollo de las diferentes disciplinas deportivas.

Es por eso que se analizará un programa de Relaciones Públicas y se investigará el estado actual de las Relaciones Públicas de la Federación Deportiva de Los Ríos y las comunidades rurales de Babahoyo.

Para esto se utilizará un plan estratégico que pretenda una mejor gestión del departamento de Relaciones Públicas para influenciar a los jóvenes de las zonas rurales de Babahoyo tener una vida sana. Con este programa los únicos beneficiados serán los jóvenes mediante el plan estratégico que se efectuará y se buscará beneficiar a muchos jóvenes inculcando los valores, para hacerlo posible serán necesarios algunos medios de difusión. La herramienta a utilizarse será la encuesta en la población.

## INTRODUCCIÓN

Las Federaciones Deportivas o demás instituciones que tienen como fin el desarrollo de la actividad deportiva en una sociedad determinada, son ejes fundamentales en el desarrollo de la población, sus acciones tienen efectos directos en el comportamiento de grupos, principalmente en jóvenes, a quienes se presenta el deporte como alternativa sana y saludable.

En un mundo donde las sustancias estupefacientes son cada vez más comunes en jóvenes y adultos, es importante presentar alternativas que alejen a la población de este mal. Las instituciones que promueven el deporte deben tener presencia en cada rincón de la sociedad, comunicando y compartiendo sus actividades en beneficio de la población e invitando y motivando a la ciudadanía a ser parte activa de éstas. Ciertamente, es muchas veces la falta de comunicación y acercamiento lo que evita que la población conozca las oportunidades existentes en determinada institución.

El presente trabajo investigativo se lleva a cabo en la Federación Deportiva de Los Ríos, y pretende analizar la incidencia de la gestión de Relaciones Públicas de esta institución en el acercamiento a las comunidades rurales de la provincia, donde existe amplia necesidad de potenciar el deporte. Para esto se tomará en cuenta las diferentes gestiones que se realizan en otras entidades deportivas.

Dentro del capítulo I, está el planteamiento específico del problema como punto de partida de la investigación en donde se evidencia cuan factible o no es dar la solución oportuna del inconveniente presentado.

En el capítulo II, está estructurado el marco teórico donde están las fundamentaciones legal, conceptual y teórica, debido que es en este punto donde se sustenta la recolección de datos de fuentes de información secundaria.

En el capítulo III del trabajo, está la metodología de investigación especificando el tipo y la modalidad con la cual se detalla la característica investigativa del trabajo de titulación.

En el capítulo IV, se muestra el análisis e interpretación de los resultados, como base de la toma de decisiones para la propuesta.

Dentro del capítulo V, se especifica la propuesta de investigación. Como parte final se señalan las fuentes bibliográficas del trabajo y se adjunta los anexos necesarios que sirven de complemento al trabajo realizado.

# **CAPÍTULO I**

## **1. EL PROBLEMA**

### **1.1. El Tema**

Análisis de la gestión de las Relaciones Públicas en la Federación Deportiva de Los Ríos y el acercamiento a las comunidades rurales de Babahoyo.

### **1.2. Ubicación del Problema en su Contexto**

El nivel de preparación de las empresas en el Ecuador ha sido muy importante para competir, fusionar y crear alianzas con empresas de asesorías de imagen y marketing, debido a la época de la globalización y también de la tendencia del uso de la tecnología de la información, por lo tanto se ha convertido en una necesidad la implementación de departamentos específicamente encargados de difundir las acciones, actividades que realizan estas empresas u organizaciones a fin de tener un mejor crecimiento en el ámbito laboral.

Es en este escenario donde se encuentran debilidades asociadas a áreas tan importantes como las Relaciones Públicas, es necesario señalar las diversas falencias para tomar decisiones claras, por lo que la problemática institucional evidenciada, me conlleva a sostener que existe insuficiente comunicación entre empleados y autoridades de la institución, esto debido a lo demostrado en el proceso de aplicación de técnicas investigativas como la entrevista, la encuesta y la observación.

La importancia de las Relaciones Públicas es cada día más determinante, fundamentalmente por la presencia de la opinión pública. Sin embargo existen muchos conceptos y definiciones, su práctica no ha cambiado, a pesar de que sus aplicaciones son muy diferentes. Se han abierto nuevos campos para su aplicación: el medio ambiente, los conflictos raciales, las relaciones gubernamentales, las financieras que han renovado su importancia.

### 1.3. Situación Conflicto

| CAUSAS                                                                                                                               | CONSECUENCIAS                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de una estructura de difusión del deporte que incentive a la sociedad.</li></ul>       | <ul style="list-style-type: none"><li>• Poca falta de interés en los jóvenes sobre los deportes.</li><li>• Desconocimiento básico de la importancia del deporte en la población.</li></ul>                 |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• No facilitar a las comunidades los medios necesarios para la práctica del deporte.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• La no difusión de los beneficios y aportes personales que se obtienen practicando deportes.</li><li>• Ausencia de materiales e implementación deportiva.</li></ul> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Carencia del deporte dentro de las comunidades rurales de Babahoyo.</li></ul>                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Contribuir al mal desarrollo alimenticio y físico en los niños y jóvenes.</li><li>• Vulneración en los niños y jóvenes hacia los diferentes vicios.</li></ul>      |

### 1.4. Delimitación del Problema

La delimitación se plantea de la siguiente manera:

**Campo:** Relaciones Públicas

**Área:** Comunicación Social.

**Aspectos:** Social, Deportivo, Educativo

**TEMA:** Análisis de la gestión de las Relaciones Públicas en la Federación Deportiva de Los Ríos y el acercamiento a las comunidades rurales de Babahoyo.

#### **DELIMITACIÓN ESPACIAL:**

El desarrollo del presente trabajo será realizado en la Federación Deportiva de Los Ríos ubicada en Av. 6 de Octubre e Isaías Chopitea en la ciudad de Babahoyo Provincia de Los Ríos.

## **1.5. Formulación del Problema**

¿De qué manera incide la gestión de las Relaciones Públicas en la Federación Deportiva de Los Ríos con el acercamiento a las comunidades de la ciudad de Babahoyo?

## **1.6. Evaluación del Problema**

**Factible:** Crear el departamento de Relaciones Públicas para tener el acercamiento a las comunidades en el deporte mediante planes estratégicos.

**Contextual:** Carencia de gestión del departamento de Relaciones Públicas hacia las comunidades rurales incide a la no masificación de jóvenes a realizar actividades deportivas.

**Delimitación:** Proporcionar un plan donde las Relaciones Públicas tengan una mejor difusión de las diferentes disciplinas hacia las zonas rurales.

**Original:** Falencia existente dentro de la Federación Deportiva de Los Ríos por la cual fue motivación el realizar un plan estratégico para que exista una mejor gestión en el departamento de Relaciones Públicas que incidan al acercamiento con las comunidades rurales.

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1.Objetivo General**

- Analizar la gestión de las Relaciones Públicas en la Federación Deportiva de Los Ríos para el acercamiento a las comunidades de Babahoyo.

### **1.7.2.Objetivos Específicos**

- Investigar el estado actual de las relaciones entre la Federación Deportiva de Los Ríos y las comunidades rurales de Babahoyo.
- Determinar las necesidades y potencial de las comunidades en torno al deporte.
- Diagnosticar la existencia de procesos o programas de Relaciones Públicas dentro de la Federación Deportiva de Los Ríos.
- Diseñar un plan estratégico de la difusión de las diferentes disciplinas deportivas para el acercamiento con las comunidades.

## **1.8. Justificación**

El siguiente trabajo es importante, debido a que con la investigación se procederá a conocer como incide la gestión de las relaciones públicas dentro de la Federación Deportiva de Los Ríos con el acercamiento a las comunidades de Babahoyo y correctivas que permitan el fortalecimiento de las Relaciones Públicas entre empleados, directivos y medios de comunicación, todo ello para obtener el acercamiento a las comunidades de Babahoyo.

De esta manera se pretende llenar los vacíos existentes sobre la gestión

del departamento de Relaciones Públicas en el acercamiento a las comunidades, el cual prescinde de un análisis del tema en profundidad.

Para lograr el objetivo planteado, partiremos mediante el análisis sobre el origen y la importancia de las relaciones públicas en las empresas de nuestro país.

### **1.9. Hipótesis**

Si se realiza una investigación sobre la gestión de las Relaciones Públicas de la Federación Deportiva de Los Ríos, entonces se puede crear un plan que permita acercar adecuadamente a la Federación con las comunidades rurales.

### **1.10.Operacionalización de las Variables**

#### **Variables**

##### **Independiente**

Plan de Relaciones Públicas

##### **Dependiente**

Investigación sobre la gestión de las Relaciones Públicas.

## CAPÍTULO II

### 2. Marco Teórico

#### 2.1. Antecedentes de la Investigación

A lo largo de la historia, las Relaciones Públicas han estado presente en el desarrollo de las sociedades transitando desde su ejercicio sin una denominación disciplinar, siendo reconocidas posteriormente y creando un cuerpo doctrinario que guiará su implementación, hasta ser consideradas como parte del proceso de construcción de la imagen.

Según lo expuesto por Michelle Garzaro (2001) en su tesis “Relaciones Públicas en instituciones de Seguridad Social Instituto de Previsión Militar (IPM) e Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS)”,

*“Ubica el inicio de dicha materia cuando los déspotas antiguos gastaban tiempo y dinero en propaganda que se manifestaba en pinturas y monumentos arquitectónicos para mejorar su prestigio y poder”.*

Soria argumenta que al momento del desarrollo de los pueblos primitivos se podían observar tres etapas de poder y control, siendo:

*“la imposición de criterios a través de la fuerza, el uso y abuso de las creencias religiosas y el convencimiento a través del poder de la persuasión”.*

Más adelante, el teatro se convirtió en un poderoso medio de comunicación entre los antiguos griegos, que hábilmente usado por gobernantes se convirtió en un medio de persuasión y propaganda muy valioso.

Por su parte, en 1993 Luis Anleu en su tesis “Aplicación de relaciones públicas internas en la empresa privada guatemalteca”,

***“confirma que en 1095 el papa Urbano II recurre a las relaciones públicas para promover la guerra contra los musulmanes”.***

Dicho personaje, utiliza su red de influencia para esta confrontación “para servir a Dios y ganar el perdón de los pecados” siendo este hecho el origen de Las Cruzadas.

**Para Anleu**, la primera aparición de las relaciones públicas como tales se fecha en 1622 cuando el papa Gregorio XV establece la “Asociación de Propaganda Fide”, de cuyo nombre se deriva la palabra propaganda.

La Revolución Industrial hizo uso de las relaciones públicas para lograr que las personas creyeran en el “paraíso industrial” que había creado.

**Anleu resalta que**, “el éxito del término se debe a Edward Bernays (1891-1992), a quien muchos consideran el padre de las relaciones públicas por su estudios sobre el actuar humano, la psicología de masas y la opinión pública”.

El inicio de la materia lo ubican en la II Guerra Mundial donde Joseph Goebbels, ministro de propaganda del III Reich, erige una imagen alrededor de Adolfo Hitler.

Esta etapa moderna de las relaciones públicas, buscaba mejorar la imagen del individuo y/o empresa para obtener la aceptación e involucramiento del público.

Martini (1998) define a las Relaciones Públicas como,

***“Un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, cuyo fin principal es fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras”.***

Martini indica además que las Relaciones Públicas establecen técnicas de negociación, marketing y publicidad con el propósito de complementar y reforzar su desempeño dentro de una sociedad específica que debe ser analizada profundamente para que las acciones sean correctamente interpretadas y aceptadas por los diversos grupos humanos a quienes son dirigidas.

Cutlip (1995) define a las relaciones públicas como,

***“la promoción de simpatía y buena voluntad entre una persona, empresa o institución y otras personas, público especial o la comunidad en su conjunto, mediante la distribución de material interpretativo, el desarrollo del intercambio amistoso y la evaluación de la reacción pública”. El autor complementa esta definición indicando que las relaciones públicas son un arte o una ciencia que desarrolla la comprensión y la buena voluntad recíproca entre el público y la empresa”.***

## **2.2 Antecedente Histórico**

Para poder tener en claro acerca de los temas que se van a tomar en cuenta en el desarrollo del trabajo en el transcurso del proyecto cada uno de los temas serán desarrollados fácilmente de tal manera que se pueda entender todo con mayor facilidad.

Se toma como punto de partida, la teoría de las relaciones publicas, la cual fue realizada por Lamb, Hair y Mc Daniel,

*“definen las relaciones públicas como la función de la mercadotecnia que evalúa las actitudes del público, identifica áreas dentro de la empresa que interesarían a este y ejecuta un programa de acción para ganarse la comprensión y la aceptación del mismo. Además, según los mencionados autores, las relaciones públicas contribuyen a que una compañía se comunice con los clientes, proveedores, accionistas, funcionarios del gobierno, empleados y la comunidad donde opera”.*

Grunewald, Petrausch y Dua (2008) manifiestan,

*“que a pesar de que el término "relaciones públicas" no se había desarrollado aún, James E. Grunig y Scott Cutlip fueron los académicos quienes identificaron las primeras maneras de influenciar al público y la gestión de las comunicaciones en las civilizaciones antiguas”.*

De acuerdo a Bates (2002), fue Bernays, uno de los pioneros de las relaciones públicas, quien además indicó,

*“que los tres elementos principales de las relaciones públicas: informar a la gente, persuadir a la gente, o la integración de las personas con la gente, son tan antiguos como la sociedad”.*

Freitag y Quesinberry (2009) coinciden al indicar que,

*“Una tablilla de arcilla encontrada en el antiguo Irak, que promovió técnicas agrícolas más avanzadas a veces es considerada como el primer ejemplo conocido de las relaciones públicas”.*

Marsh y Charles (2001) manifiestan que,

***“antiguos filósofos griegos como Sócrates, Platón y Aristóteles crearon las primeras teorías de la retórica y la persuasión. Los autores indican que Grecia existieron defensores de alquiler llamados "sofistas", quienes además fueron criticados por Platón y otros considerándolos deshonestos y engañadores del público”.***

Las Relaciones Públicas son la función de la mercadotecnia que engloba diversas acciones que no incluyen un mensaje de ventas específico pero que están destinadas a construir buenas relaciones con los clientes, accionistas, funcionarios del gobierno, empleados o en un grupo de interés en especial, todo ello, con la finalidad de ganarse su comprensión y aceptación, y de influir favorablemente en sus actitudes hacia la empresa u organización, sus productos, servicios y políticas.

También constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización, y ejecuta programas de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público. Con el fin de que una buena imagen de la compañía interfiera a través de los sentidos en sus respectivos públicos para así lograr la obtención de mejores posibilidades para competir y obtener mejores dividendos.

Tres definiciones, de la tercera edición del Webster's New International Dictionary.

"Las RRPP constituyen la función administrativa que avalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público, y ejecuta un programa de acción y comunicación para generar la comprensión y la aceptación del público"

Desarrollada por el Public Relations new (Primer boletín Semanal sobre Relaciones Públicas) John Marston, autor de Modern Public Relations,

agrega dos palabras (y comunicación) que arriba figuran en dicha definición.

## **Relaciones Públicas en México**

"La práctica de las Relaciones Públicas es el arte y la ciencia social de analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a los líderes de organizaciones y poner en práctica programas planificados de acción que servirán a los intereses de la organización y del público"

En agosto de 1978 se reunieron en la ciudad de México los representantes de varios grupos y sociedades de Relaciones Públicas de los Estados Unidos y adoptaron lo que se denomina "La declaración de México"

"Las RR PP existen para producir la buena voluntad de los diversos públicos de la compañía, con el propósito de que estos no interfieran en la capacidad de la compañía para obtener dividendos"

"A las RRPP se las puede definir como aquellos aspectos de nuestra conducta personal y corporativa que tiene una importancia social más que tan sólo privada y personal"

## **2.3 Marco Teórico Referencial**

### **Evolución de las Relaciones Públicas**

La evolución de la disciplina de las Relaciones Públicas ha transcurrido por momentos históricos en donde implícita o explícitamente se ejerció hasta su desarrollo conceptual.

Así, Garzaro y Estrada Furlán exponen la mayoría de etapas de la historia de la humanidad que incidieron en la construcción de las relaciones públicas.

En retrospectiva, Estrada Furlán en su tesis “Las Relaciones Públicas y su importancia dentro de la empresa moderna en Guatemala”, realiza un resumen del desarrollo de la disciplina durante el siglo XX.

“La primera etapa, 1900 a 1914 que fue un período de recogida de basuras y de regeneración de la publicidad.

La segunda, de 1914 a 1918, nuestro gobierno trató de vender sus ideales y objetivos guerreros al pueblo americano.

En la tercera, de 1919 a 1929, se introdujo la publicidad industrial en gran escala. Ello se debió en gran parte a los principios y prácticas experimentados con éxito en la gran guerra.

Desde 1929 hasta la época presente, las actividades de las relaciones públicas fueron sirviendo de enlace entre los intereses privados y la responsabilidad pública, y desde 1929 hasta ahora, la literatura publicada no ha sido ni mucho menos insignificante”, confirma Estrada Furlán.

## **Definición de las Relaciones Públicas**

Las Relaciones Públicas se definen como un esfuerzo planeado que realiza la organización para influir sobre las actitudes y opiniones de un grupo específico que pueden ser: clientes, accionistas, gobierno, proveedores entre otros.

Las Relaciones Públicas constituyen un elemento clave como conjunto de herramientas de la mercadotecnia que ayudan a promover lo que se quiere vender con: seriedad, compromiso y atención. Es muy importante que las personas o el departamento encargado de las Relaciones Públicas dentro de una empresa mantengan la consistencia

de la imagen de dicha organización y sobre todo mantener una excelente comunicación con su entorno.

## **Importancia de las Relaciones Públicas**

Las Relaciones Públicas son una función directiva, de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas, tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados, a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones, procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes.

Actualmente existe una creciente similitud de productos y servicios debido a que el mercado es cada vez más amplio. Frente a esto la publicidad ya no basta porque ha perdido credibilidad y se hace sumamente necesario encontrar una herramienta que permita diferenciarse a las empresas. Aquí entran en juego las relaciones públicas como disciplina que, mediante una gestión estratégica, logran diferenciar a la organización de sus competidoras.

Para lograrlo, las relaciones públicas trabajan con diversos intangibles:

- **Identidad:** Es el ser de la organización, aquello que la caracteriza y diferencia del resto. Sobre ella identidad trabajan las relaciones públicas, básicamente gestionando otros dos intangibles: la cultura organizacional y la filosofía.
- **Filosofía:** Plantea el objetivo global de la organización y el modo de llegar a él. Establece una misión (el beneficio que la organización proporciona a su público), valores (por los cuales se rige la organización)

y visión (a dónde quiere llegar, que debe ser un objetivo difícil de alcanzar pero no utópico).

- **Cultura:** Se da por el proceder o modo de actuar de la organización en su conjunto. Tiene que ver con los valores que se fomenten y el modo de orientar la actuación de la organización. Se presenta desde su interior y es representada no solo por las acciones concretas de la empresa sino de todos los que la conforman.

- **Imagen:** Es aquella representación mental que tiene los stakeholders sobre la organización. La imagen se construye a través de acciones visibles y de los activos tangibles e intangibles que representan a la organización, con esto nos referimos a los slogans, isotipos, logotipos, packaging, etc. Es la apariencia, aspecto o consideración que tiene el público sobre la organización. Esta se divide en tres: Imagen deseada, Imagen real e autoimagen.

- **Reputación:** Es aquella representación mental que se construye a partir de las imágenes que el público forma sobre una organización a través de las experiencias (directas o indirectas) que hayan tenido con la misma y de la forma como la organización se comunica con sus stakeholders. Es más fuerte que la imagen y, al contrario de esta, logra mantenerse por un período más largo de tiempo ya que la reputación es algo difícil de cambiar porque está sumamente arraigada en la mente de los públicos. Se puede medir, objetivizar y estandarizar.

## **Funciones**

Toda actividad de Relaciones Públicas tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones:

- **Gestión de las comunicaciones internas:** Es de suma importancia conocer los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales. Ambos deben tener una buena comunicación entre ellos para cumplir con los objetivos de la organización. Se debe lograr una comunicación efectiva.
- **Gestión de las comunicaciones externas:** Toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales, medios de comunicación, así como también con la prensa y la comunidad.
- **Funciones humanísticas:** Resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
- **Análisis y comprensión de la opinión pública:** Los Relacionistas Públicos no manipulan la opinión pública. Su trabajo consiste en seleccionar la información adecuada y organizarla de forma entendible y clara para luego brindarla a la comunidad.
- **Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas:** El trabajo de todo Relacionista Público debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas y saber cuáles son sus necesidades.

## **Herramientas**

Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

Herramientas para gestionar la comunicación interna:

- Gacetillas

- Comunicados de Prensa
- Boletines Informativos
- Memo
- Intranet
- Newsletter
- House Organ
- Carteleras
- Acciones de clipping

Acciones para gestionar la comunicación externa:

- Comunicación Interna
- Gestión de Crisis
- Voceros de la empresa
- Organización de eventos
- Lobbying
- Planes de responsabilidad social
- Envío de gacetillas

Relaciones con los medios de comunicación:

- Diarios: permite a la organización acceder al público general.
- Revistas: permite acceder a públicos más y mejor segmentados.
- Radio: permite transmitir información instantáneamente las 24 horas del día.
- Televisión: Otorga gran notoriedad a la institución, pero es difícil y caro acceder a ella.
- Internet: Se puede trabajar sobre el sitio web institucional o con la versión en línea de diversos medios.

## **Objetivos de las Relaciones Públicas**

El objetivo principal de las relaciones públicas es la creación de confianza en su entorno público, o regenerar y consolidar ésta confianza. Para lograr éste objetivo el trabajo se centra con mucha frecuencia en la imagen pública de la entidad, como reflejo de su percepción.

Dicho de otra manera; las Relaciones públicas, entendidas como un instrumento de promoción, tienen como objetivo la difusión favorable de la empresa y sus productos, ya sea en medios de comunicación, foros de visibilidad, exposiciones y otras actividades dirigidas al público objetivo de los mensajes.

Según los tipos de público; los objetivos de las relaciones públicas se pueden clasificar en:

- Objetivos con los públicos internos.
- Objetivos con los públicos externos.

### **Objetivos con los públicos internos:**

El objetivo principal con respecto a los públicos internos es:

-La formación o constitución del "grupo empresa", es decir, que la totalidad de los integrantes de la organización, desde el más elevado directivo o ejecutivo hasta los empleados de menor nivel jerárquico que constituyan el grupo, se transformen en un conjunto de personas que poseen un objetivo común e interaccionan entre sí. Para que esto pueda realizarse es indispensable que se establezca un sistema de comunicación efectivo que genere:

- \*Sentido de pertenencia a la organización
- \*Elevación del grado de satisfacción de los recursos humanos
- \*Creación de una cultura propia en todas las escalas y dependencias

Impacto generado por el grupo empresa:

- Eleva el rendimiento o productividad del trabajador, dado que éste se siente partícipe e involucrado en las decisiones adoptadas, ya que ha participado en la elaboración de las mismas.
- Se produce una sensible disminución de los costos, debido a la eficiencia con que los recursos humanos cumplen sus respectivas labores.
- Se logra una capacitación permanente del personal, tanto de los jefes como de los subordinados. En las reuniones periódicas, por medio de las enseñanzas e indicaciones que los superiores hacen a sus subordinados.
- Se estimula la creatividad.
- Se crea un espíritu de pertenencia.

Aspectos que el público interno debe conocer de la empresa:

El empleado tiene derecho a conocer el estatus de la organización. Sin embargo por falta de políticas de comunicación o por una visión miope, muchos de estos temas se consideran información confidencial y se guardan celosamente en los cajones.

Entre los aspectos que se debe dar a conocer al personal son:

Filosofía corporativa (Misión, visión, valores, etc.), objetivos, políticas, estructura (nacional e internacional si fuera multinacional), organigrama interno, productos o servicios de la empresa, posición de la empresa en el mercado nacional, situación financiera, principales clientes y proveedores, organizaciones asociadas, planes a corto, mediano y largo plazo.

### **Objetivos con los públicos externos:**

Básicamente son dos los objetivos a ser perseguidos por las relaciones públicas con referencia a los públicos externos:

\*Proyectar una imagen positiva en dichos públicos haciendo que los mismos experimenten simpatía hacia la empresa o institución y nos brinden su apoyo y comprensión.

\*Lograr, por medio de un dialogo permanente, la concordancia de intereses entre la organización y sus diversos públicos para beneficio de ambas partes.

\*Fortalecer las relaciones con las comunidades donde operen las organizaciones, a través de la proyección social o responsabilidad social empresarial.

## **Comunidad Rural**

Del vocablo latino *communitas*, una **comunidad** es un conjunto de **personas** que forman parte de un pueblo, región o nación, o que están vinculadas por ciertos intereses comunes (como la comunidad musulmana).

Lo **rural**, por otra parte, es todo lo referente o perteneciente a la vida en el campo. El adjetivo se utiliza como opuesto a lo urbano, que es el ámbito de la ciudad.

Se conoce como **comunidad rural** al **pueblo** que se desarrolla en el campo y alejado de los cascos urbanos. El concepto puede hacer referencia tanto al pueblo en sí mismo como a la gente que habita en dicha localidad.

Las comunidades rurales viven de la **agricultura** o la **ganadería**. Por lo general, se trata de regiones donde la industria no está desarrollada y, por lo tanto, la economía es bastante precaria.

Otra característica de las comunidades rurales es la infraestructura deficiente. A diferencia de las ciudades, las comunidades rurales suelen contar con calles de tierra y sufrir la carencia de alumbrado público, servicio de conexión a Internet y otras prestaciones propias de la vida moderna. Los servicios públicos, por lo tanto, se limitan a lo mínimo indispensable.

La población de las comunidades rurales es escasa. Con el crecimiento demográfico, por lo general, estos asentamientos terminan convirtiéndose en **ciudades** y pasan a formar parte del mundo urbano. Los gobiernos tienen la obligación de contribuir al desarrollo **rural**, lo que no supone que descuiden las tradiciones y costumbres de estos lugares, sino que favorezcan el crecimiento económico a partir de las medidas adecuadas.

Existe una tendencia general a creer que la vida en el campo es tranquila y aburrida; por el contrario, independientemente del gusto de cada persona y de los principios morales que los lleven a estar o no de acuerdo con la explotación animal, se trata de una rutina de sacrificios y trabajo intenso, levantándose por la madrugada y dedicando enteramente las energías a diversas tareas, que resultan indispensables para la sostenibilidad de la economía rural.

## **Importancia del deporte en zonas rurales**

En las últimas décadas, el mundo rural se ha transformado enormemente, máxime en el caso andaluz. Se ha producido un importante trasvase de población del campo a la ciudad, incluso fuera de nuestras fronteras, que ha provocado la desaparición de algunos pequeños municipios y el envejecimiento de sus estructuras poblacionales. Se ha experimentado un importante desarrollo industrial de la agricultura, perdiéndose con ello

numerosos puestos de trabajo, que eran necesarios encauzar hacia nuevas actividades económicas.

Sin embargo, no todos los cambios que atañen al mundo rural se producen en estas zonas. También los cambios acontecidos en las principales áreas urbanizadas inciden sobre la realidad de los pueblos y las zonas rurales.

El incremento del tiempo libre y la consiguiente ocupación de este tiempo en las actividades de ocio, junto al creciente interés por las nuevas actividades recreativas, deportivas y turísticas realizadas en los espacios naturales y las áreas rurales son el mejor ejemplo de esta valoración; un ejemplo que, sin lugar a dudas, influye sobre la nueva percepción de tales espacios y, por tanto, sobre la emergencia de nuevos valores culturales, actividades económicas y problemas de gestión pública.

Evidentemente, el alcance de tales transformaciones también tocará de lleno al sistema deportivo. Entre las principales consecuencias de los cambios vividos en el mundo rural, lo más destacado es la desaparición de muchos juegos y deportes tradicionales, tales como los juegos de fuerza (alzadas, arrastres), habilidad (picotas, estornijas) y puntería (ranas, llaves), entre otros.

De manera casi paralela, en las dos últimas décadas hemos presenciado la emergencia de nuevos deportes ·al principio calificados de californianos (debido a su origen), hoy más conocidos como deportes de aventura, naturaleza o riesgo·, que han ocupado un lugar protagonista en la práctica deportiva, principalmente en los espacios naturales, pero en general en muchas zonas rurales. Nos referimos a la bicicleta de montaña, la escalada, el senderismo, el 4X4, el parapente, etc. Obviamente, la práctica de estos deportes se desarrolla con una lógica completamente diferente de la que se daba durante la práctica de los juegos tradicionales.

Pero los cambios que vive el mundo rural en nuestros días también inciden de otras formas menos visibles sobre la práctica deportiva. Quizá uno de los impactos más estudiados sea la incidencia económica de estas nuevas actividades deportivas a las que acabamos de referirnos, aunque tampoco se haya hecho de una manera muy rigurosa. Otras relaciones que están analizándose en los últimos años son los impactos ambientales y la consiguiente regulación de estas actividades deportivas en los espacios naturales protegidos.

Sin embargo, han quedado olvidados, tanto en el ámbito de la investigación, cuanto en el área de la gestión (pública y privada), los principales actores y beneficiarios de la práctica deportiva en estas zonas: la población rural.

El aumento de población mayor, la menor dotación de infraestructuras de ocio y tiempo libre y el deterioro de los tejidos sociales, entre otras consecuencias experimentadas en las zonas rurales, han de hacernos pensar que es necesario trabajar con empeño para gestionar las actividades deportivas en estas zonas, en coherencia con tales consecuencias, lo que significaría dotarlas de instalaciones y programas deportivos específicamente diseñados para ello.

## 2.4 Marco Legal

A continuación se presenta la fundamentación legal de la investigación, la cual está amparada en la Constitución de la República del Ecuador, La Ley del Deporte, Educación Física y Recreación, y el Plan Nacional del Buen Vivir.

### Constitución de la República del Ecuador

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del **deporte** y al tiempo libre.

Art. 39.-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.

El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

Art. 45.- Las niñas, niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, además de los específicos de su edad. El Estado reconocerá y garantizará la vida, incluido el cuidado y tienen derecho a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al **deporte** y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar

de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social; al respeto de su libertad y dignidad; a ser consultados en los asuntos que les afecten; a educarse de manera prioritaria en su idioma y en los contextos culturales propios de sus pueblos y nacionalidades; y a recibir información acerca de sus progenitores o familiares ausentes, salvo que fuera perjudicial para su bienestar.

Art. 340.-El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo. El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y **deporte**, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

Art. 381.- 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.

### **Ley del Deporte, Educación Física y Recreación**

Art. 1.- **Ámbito.**- Las disposiciones de la presente Ley, fomentan, protegen y regulan al sistema deportivo, educación física y recreación, en el territorio nacional, regula técnica y administrativamente a las organizaciones deportivas en general y a sus dirigentes, la utilización de escenarios deportivos públicos

Art. 2.- **Objeto.**- Las disposiciones de la presente Ley son de orden público e interés social. Esta Ley regula el deporte, educación física y recreación; establece las normas a las que deben sujetarse estas actividades para mejorar la condición física de toda la población, contribuyendo así, a la consecución del Buen Vivir.

Art. 4.- **Principios.**- Esta Ley garantiza el efectivo ejercicio de los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, transparencia, planificación y evaluación, así como universalidad, accesibilidad, la equidad regional, social, económica, cultural, de género, etaria, sin discriminación alguna.

Art. 5.- **Gestión.**- Las y los ciudadanos que se encuentren al frente de las organizaciones amparadas en esta Ley, deberán promover una gestión eficiente, integradora y transparente que priorice al ser humano.

Art. 7.- **De las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.**- El Estado garantizará los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades, a mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad en el ámbito deportivo, recreativo y de sus prácticas deportivas ancestrales.

## CAPÍTULO I

### LAS Y LOS CIUDADANOS

Art. 11.- De la práctica del deporte, educación física y recreación.- Es derecho de las y los ciudadanos practicar deporte, realizar educación física y acceder a la recreación, sin discrimen alguno de acuerdo a la Constitución de la República y a la presente Ley.

## TÍTULO VI

### DE LA RECREACIÓN

#### Sección 1 GENERALIDADES

Art. 89.- De la recreación.- La recreación comprenderá todas las actividades físicas lúdicas que empleen al tiempo libre de una manera planificada, buscando un equilibrio biológico y social en la consecución de una mejor salud y calidad de vida. Estas actividades incluyen las organizadas y ejecutadas por el deporte barrial y parroquial, urbano y rural.

Art. 90.- Obligaciones.- Es obligación de todos los niveles del Estado programar, planificar, ejecutar e incentivar las prácticas deportivas y recreativas, incluyendo a los grupos de atención prioritaria, impulsar y estimular a las instituciones públicas y privadas en el cumplimiento de este objetivo.

Art. 95.- Objetivo del Deporte Barrial y Parroquial, urbano y rural.- El deporte barrial y parroquial, urbano y rural, es el conjunto de actividades recreativas y la práctica deportiva masiva que tienen como finalidad motivar la organización y participación de las y los ciudadanos de los barrios y parroquias, urbanas y rurales, a fin de lograr su formación integral y mejorar su calidad de vida.

Art. 96.- Estructura del deporte barrial y parroquial.- La práctica de deporte barrial y parroquial, será planificado, dirigido y desarrollado por la Federación Nacional de Ligas Deportivas Barriales, Parroquiales del Ecuador (FEDENALIGAS) en coordinación con el Ministerio Sectorial, se regirá por sus Estatutos legalmente aprobados. Su funcionamiento y la conformación interna de sus organismos de gobierno, será establecido de acuerdo a las disposiciones contenidas en sus Estatutos.

Art. 97.- Objetivo.- Tendrá como objetivo principal la recreación de todos los miembros de la comunidad a través de la práctica de deporte recreativo y las actividades físicas lúdicas, debiendo ser éstas, equitativas e incluyentes, tanto en género, edad, grupos de atención prioritaria y condición socioeconómica; eliminando de su práctica todo tipo de discriminación.

## TÍTULO XI

### DE LOS DIRIGENTES DEPORTIVOS

Art. 149.- Obligaciones.- Son obligaciones de los dirigentes deportivos:

- a) Fomentar y desarrollar el deporte, educación física y recreación de manera equitativa y transparente;
- b) Observar el cumplimiento de todos los derechos y obligaciones contemplados en la Constitución de la República, y especialmente las que se contengan en la legislación laboral, de seguridad social, tributaria, ambiental, migratoria, de capacitación técnica, de salud y prevención y, de educación, precautelando el interés superior de la y del deportista, así como de los trabajadores incluyendo en éstos al personal técnico y administrativo;
- c) Impulsar el acceso masivo al deporte, educación física y recreación;

## **Plan Nacional del Buen Vivir**

Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.

2.11 Garantizar el Buen Vivir rural y la superación de las desigualdades sociales y territoriales, con armonía entre los espacios rurales y urbanos

2.11.e. Impulsar mecanismos de interlocución y comunicación entre las redes sociales rurales que fortalezcan sus vínculos y coordinen el cuidado de los bienes comunes, la deliberación y la propuesta de alternativas económicas, productivas y sociales.”

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población

3.2 Ampliar los servicios de prevención y promoción de la salud para mejorar las condiciones y los hábitos de vida de las personas.

3.2.i. Promover la educación para la salud como principal estrategia para lograr el autocuidado y la modificación de conductas hacia hábitos de vida saludables.

3.7 Fomentar el tiempo dedicado al ocio activo y el uso del tiempo libre en actividades físicas, deportivas y otras que contribuyan a mejorar las condiciones físicas, intelectuales y sociales de la población.

3.7.a. Masificar las actividades físicas y recreativas en la población, considerando sus condiciones físicas, del ciclo de vida, culturales, étnicos y de género, así como sus necesidades y habilidades, para que ejerciten el cuerpo y la mente en el uso del tiempo libre.

3.7.b. Impulsar de forma incluyente la práctica de deportes y actividad física en el uso del tiempo libre.

3.7.d. Propiciar el uso del tiempo libre de niños y niñas, adolescentes y jóvenes en actividades recreativas, lúdicas, de liderazgo, deportivas y asociativas, como mecanismo de inserción y formación de ciudadanos activos.

3.7.f. Diseñar e implementar mecanismos de promoción de la práctica de algún tipo de deporte o actividad lúdica en la población, de acuerdo a su condición física, edad, identificación étnica, género y preferencias en los establecimientos educativos, instituciones públicas y privadas, sitios de trabajo y organizaciones de la sociedad civil.

3.7.g. Impulsar la organización, el asociativismo o la agrupación en materia deportiva o cualquier actividad física permanente o eventual, de acuerdo a las necesidades, aptitudes y destrezas de sus integrantes.

## **2.5 Definición de Términos**

**Agenda noticiosa:** Empresa comercial dedicada a la recepción y posterior emisión de noticias hacia los medios de comunicación.

**Comunicación:** es un medio de unión que tienen las personas para transferir o intercambiar mensajes.

**Conciencia Social:** es la conciencia compartida por los individuos dentro de una sociedad.

**Determinismo:** Doctrina filosófica según la cual todo fenómeno está prefijado de una manera necesaria por las circunstancias o condiciones en que se produce, y, por consiguiente, ninguno de los actos de nuestra voluntad es libre, sino necesariamente preestablecido.

**Difusión: Gestión y efecto de difundir** (propagar, divulgar o esparcir).

**Incidencia:** Influencia de determinada cosa en un asunto o efecto que causa en él.

**Persuasión subliminal:** Intento de influir en el pensamiento y la acción de las personas, utilizando la imaginación mediada que existe bajo el umbral de la percepción consciente. Este tipo de persuasión apela a deseos subconscientes.

**Conciencia:** Conocimiento que el ser humano tiene de su propia existencia, del estado en que se encuentra y de lo que hace.

**Sociedad:** Conjunto de personas o animales que habitan la Tierra y establecen relaciones organizadas.

**Determinismo:** Doctrina filosófica que considera que los acontecimientos no se pueden evitar por estar sujetos a una fuerza superior.

**Ley:** Regla o norma establecida por una autoridad superior para mandar, prohibir o regular alguna cosa.

## **CAPITULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Modalidad de la Investigación**

La investigación se llevó a cabo haciendo uso de las modalidades paradigmáticas cualitativa y cuantitativa dado que se realizó una investigación teórica profunda sobre las variables de la investigación, para luego iniciar un levantamiento de información de campo en la Federación Deportiva de Los Ríos, es decir se trata del uso de una modalidad mixta, cuali-cuantitativa.

Los métodos utilizados durante el proceso investigativo son:

El método analítico – sintético, principalmente llevado a cabo durante el desarrollo del marco teórico, donde la bibliografía investigada es analizada y sintetizada para luego poder ser interpretada y presentada en el capítulo.

El método Inductivo - Deductivo nos permitió lograr los objetivos propuestos para verificar las variables en estudio como son la gestión de las relaciones públicas y el acercamiento a las comunidades de la provincia.

Así mismo se llevó acabo el método Descriptivo - Sistémico, porque se realizó una observación de los fenómenos y casos, procurando la interpretación racional, para lo cual fue necesaria la descripción de hechos y demás características.

### **3.2. Tipo de Investigación**

Los tipos de investigación son: Teoría fundamentada dada la necesidad de desarrollar un marco teórico sobre el cual fundamentar la propuesta; y además la Investigación – Acción ya que una vez analizada la teoría e interpretados los datos de la investigación de campo se procede a tomar decisiones referente a la mejor solución en cuanto a la gestión de las relaciones públicas para mejorar el acercamiento de la Federación a las comunidades de la ciudad de Babahoyo.

### **3.3. Técnicas de Investigación**

Las fuentes obtención de los datos, de acuerdo a la metodología usada fueron:

La información se obtuvo mediante el uso de técnicas como la encuesta, la cual se lleva a cabo haciendo uso de instrumentos como el cuestionario, el cual fue diseñado y aplicado como encuestas a empleados de la Federación y a representantes de comunidades de Babahoyo.

La técnica de la investigación documental, donde se llevó a cabo la revisión de la bibliografía existente, desde donde la información pertinente y necesaria para el estudio es seleccionada y luego resumida en el capítulo respectivo. Los temas investigados están relacionados con: la gestión de las relaciones públicas.

La técnica de la observación, ayudó a captar los hechos, objeto o fenómeno a ser investigado.

### **3.4. Población**

La población fueron los empleados de la Federación y los representantes de las comunidades a quienes se les preguntó acerca de su conocimiento en este tema, el total de personas es 85 según datos de la Federación Deportiva de los Ríos y representantes de comunidades rurales.

**UBICACIÓN DE LA POBLACION**

**NÚMERO DE HABITANTES**

## CAPITULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 1. ¿Sabe ud cuál es el objetivo de las Relaciones Públicas?

**Cuadro #1**

| ITEM         | VALORACION | F         | %           |
|--------------|------------|-----------|-------------|
| 1            | Si         | 48        | 57%         |
| 2            | No         | 37        | 43%         |
| <b>TOTAL</b> |            | <b>85</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Carrera Comunicación Social

**Elaboración:** Manuel Carlos Nivela Maldonado

**Gráfico 1.**



## 2. ¿Conoce ud las funciones de las Relaciones Públicas?

**Cuadro #2**

| ITEM         | VALORACION | F         | %           |
|--------------|------------|-----------|-------------|
| 1            | Si         | 41        | 48%         |
| 2            | No         | 44        | 52%         |
| <b>TOTAL</b> |            | <b>85</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Carrera Comunicación Social

**Elaboración:** Manuel Carlos Nivelá Maldonado

**Gráfico 2.**



### 3. ¿Las Relaciones Públicas construyen imagen pública?

**Cuadro #3**

| ITEM         | VALORACION | F         | %           |
|--------------|------------|-----------|-------------|
| 1            | Si         | 61        | 72%         |
| 2            | No         | 24        | 28%         |
| <b>TOTAL</b> |            | <b>85</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Carrera Comunicación Social

**Elaboración:** Manuel Carlos Nivelá Maldonado

**Gráfico 3.**



4. ¿Cree ud que el departamento de Relaciones Públicas de la Federación Deportiva de Los Ríos hace campañas impulsando el deporte?

**Cuadro #4**

| ITEM  | VALORACION | F  | %    |
|-------|------------|----|------|
| 1     | Si         | 32 | 38%  |
| 2     | No         | 53 | 62%  |
| TOTAL |            | 85 | 100% |

**Fuente:** Carrera Comunicación Social

**Elaboración:** Manuel Carlos Nivelá Maldonado

**Gráfico 4.**



5. ¿Piensa ud que no existen los recursos necesarios para el buen manejo del departamento de Relaciones Públicas?

**Cuadro #5**

| ITEM         | VALORACION | F         | %           |
|--------------|------------|-----------|-------------|
| 1            | Si         | 43        | 50%         |
| 2            | No         | 43        | 50%         |
| <b>TOTAL</b> |            | <b>85</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Carrera Comunicación Social

**Elaboración:** Manuel Carlos Nivelá Maldonado

**Gráfico 5.**



6. ¿El departamento de Relaciones Públicas ha influido mediante el deporte dentro de las zonas rurales de Babahoyo?

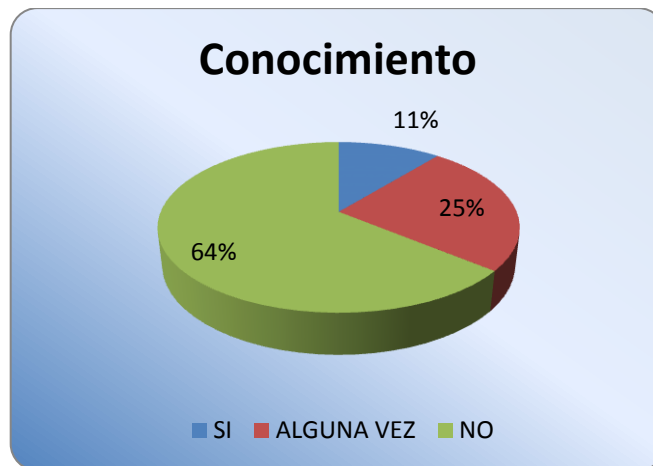
**Cuadro #6**

| ITEM         | VALORACION | F         | %           |
|--------------|------------|-----------|-------------|
| 1            | Si         | 9         | 11%         |
| 2            | Alguna vez | 21        | 25%         |
| 3            | No         | 54        | 64%         |
| <b>TOTAL</b> |            | <b>85</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Carrera Comunicación Social

**Elaboración:** Manuel Carlos Nivelá Maldonado

**Gráfico 6.**



7. ¿Han existido campañas impulsando las diferentes disciplinas del deporte hacia los jóvenes dentro de la ciudad?

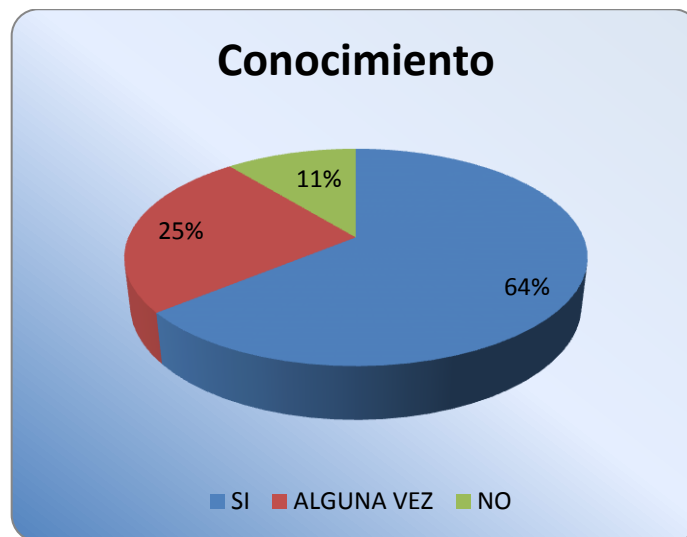
**Cuadro #7**

| ITEM         | VALORACION | F         | %           |
|--------------|------------|-----------|-------------|
| 1            | Si         | 54        | 64%         |
| 2            | Alguna vez | 21        | 25%         |
| 3            | No         | 9         | 11%         |
| <b>TOTAL</b> |            | <b>85</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Carrera Comunicación Social

**Elaboración:** Manuel Carlos Nivelá Maldonado

**Gráfico 7.**



8. ¿Estaría de acuerdo en que el departamento de Relaciones Públicas de la Federación Deportiva de Los Ríos este más enfocado en el pleno desarrollo del deporte dentro de las comunidades rurales?

**Cuadro #8**

| ITEM         | VALORACION | F         | %           |
|--------------|------------|-----------|-------------|
| 1            | Si         | 85        | 100%        |
| 2            | No         | 0         | 0%          |
| <b>TOTAL</b> |            | <b>85</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Carrera Comunicación Social

**Elaboración:** Manuel Carlos Nivelá Maldonado

**Gráfico 8.**



## **CAPÍTULO V**

### **5.- Propuesta**

#### **PLAN ESTRATÉGICO PARA LA DIFUSIÓN DE LAS DIFERENTES DISCIPLINAS DEPORTIVAS EN LAS COMUNIDADES RURALES.**

##### **5.1. JUSTIFICACIÓN**

En los últimos años se ha podido constatar que por parte de la Federación Deportiva de Los Ríos se ha hecho cada vez más crítica la situación de incentivar a los jóvenes principalmente de las zonas rurales para que practiquen algún tipo de deporte en sus tiempos libres, por lo que no son resultados favorables dentro de la sociedad ya que el deporte aleja a los jóvenes de muchos vicios que hoy en día nos encontramos inmersos. De esta manera podremos tener una sociedad más activa y jóvenes más sanos, enfocados en un futuro pleno, lleno de objetivos, metas y sobre todo jóvenes que aporten a una sociedad mejor estructurada, esto será gracias al desarrollo de algún deporte que sean de sus agrados.

Mediante la Constitución de la República tenemos estipulado sobre la importancia del deporte en los jóvenes, tal así que lo establece como un derecho y a su vez que sean partícipes de modo permanente en cualquier ámbito pero esto es a través de programas o campañas que realizan diferentes instituciones para el incentivo del mismo. Es por esta razón que logramos reconocer que dentro de la Federación Deportiva de Los Ríos no existe el obligatorio y debido incentivo del deporte dentro de las zonas rurales.

Cabe destacar que donde existe la principal falencia es dentro del departamento de relaciones públicas, el cual es el encargado absoluto de que los jóvenes tengan acercamiento a realizar algún tipo de disciplina. El problema radica en que internamente de este departamento no existen los recursos necesarios y primordiales que deben usarse para hacer conocer las diferentes disciplinas que existen en la Federación Deportiva. Uno de los objetivos y funciones del departamento de relaciones públicas es ser la imagen pública de la institución o sea es quien muestra la carta de presentación de la empresa y a su vez ser el impulsador de todo lo que obtiene su institución, es decir dar a conocer los diferentes programas que realizan para el mejor funcionamiento de la institución y para la sociedad.

Los empleados de la Federación Deportiva de Los Ríos y representantes de las comunidades rurales, fue el sitio donde se levantó, como ejemplo del estudio, la información que detecto la problemática, que indica que existe falencia en el departamento de Relaciones Públicas para el acercamiento mediante el deporte en las zonas rurales.

La utilización de este plan estratégico dentro de las zonas rurales de la ciudad de Babahoyo tiene como objetivo primordial masificar las diferentes disciplinas deportivas para que los jóvenes se interesen y se incentiven a practicar el deporte que más les sea de su agrado dentro de sus tiempos libres.

Esta propuesta contribuirá, a que los jóvenes de las zonas rurales tengan su mente ocupada y no se interesen en otros vicios que perjudiquen su bienestar social.

Para esto se creó este plan estratégico con la finalidad de masificar las diferentes disciplinas deportivas en las comunidades rurales mediante

boletines informativos, folletos, revista, medios de comunicación locales y página web.

## **5.2. Fundamentación de la Importancia de un Plan Comunicacional**

### **5.2.1. Objetivo General**

- Creación de un plan estratégico que pretenda una mejor gestión en la Federación Deportiva de Los Ríos para influenciar a los jóvenes de las zonas rurales de la ciudad de Babahoyo a tener una vida sana y plena mediante el desarrollo del deporte.

### **5.2.2. Objetivos Específicos**

- Implementar una mejor gestión entre la Federación Deportiva de Los Ríos mediante elementos estratégicos y participativos.
- Difundir en los medios de comunicación los nuevos programas a desarrollarse sobre las disciplinas deportivas.

## 5.3 Desarrollo de la Propuesta

### Plan Estratégico

#### **MISIÓN Y VISIÓN**

**Misión:** La misión de este plan estratégico es mediante la Federación Deportiva de Los Ríos, impulsar y fomentar la actividad deportiva entre los niños y jóvenes de nuestra comunidad como actividad saludable dentro de las zonas rurales.

**Visión:** Ser una institución encaminada a fortalecer el deporte en las zonas rurales de la ciudad de Babahoyo motivando a las ligas cantonales ser partícipes de los diferentes programas y proyectos que garantice el proceso de preparación deportiva.

#### **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

Conforme consta en los estatutos de la Federación Deportiva Provincial de Los Ríos, la institución fue fundada el 13 de agosto de 1924. Según estos estatutos, FEDERÍOS es un organismo deportivo de derecho privado sin fines de lucro, que se rige por un régimen especial denominado: “Régimen de democratización y participación” para cumplir con el fin social de su competencia, así como para recibir recursos económicos del Estado. Cuyas siglas son: F.D.P.L.R. Por principio jurídico, constituye la máxima autoridad deportiva de la provincia y su sede es la ciudad de Babahoyo.

Su finalidad es planificar, fomentar, controlar, desarrollar y supervisar las actividades de los organismos deportivos de su jurisdicción, entre ellos las Ligas Deportivas Cantonales, con sujeción a la constitución vigente de la república del Ecuador, a la Ley del Deporte, Educación Física y

Recreación y su Reglamento General y a las disposiciones del Ministerio Sectorial, así como al Estatuto de la Federación Deportiva Nacional del Ecuador y demás leyes de la República.

Como cuerpo colegial está constituido de la siguiente manera:

### **Directorio**

- Dos representantes escogidos por la Asamblea General.
- Dos representantes del Ministerio del Deporte especializados en materia Financiera y Técnica.
- Un deportista Federado en la Institución.
- El Director (a) de Salud o su delegado.
- Un representante de la Municipalidad.
- Un representante del Gobierno Provincial.
- Un secretario general.
- Un Síndico.
- Un Tesorero.

De entre ellos se elige al Presidente, el Primer y Segundo Vice-Presidente más tres Vocales todos los cuales durante cuatro años en sus funciones, pudiendo ser reelegidos por una sola vez. Históricamente en el año de 1924 el Periodista y Filántropo Sr. Fidel Castillo Medina, fue el Primer Presidente de la Federación Deportiva de Los Ríos, pero en archivo no consta el nombre de los demás Miembros del Directorio; se conoce que la sede provisional de la entidad en sus inicios fue una dependencia de la Ilustre Municipalidad del Cantón Babahoyo.

Actualmente FEDERÍOS en su propio local situado en la Av. 6 de Octubre e Isaías Chopitea en la Ciudad de Babahoyo. Vale destacar, que los deportes que oficialmente se impulsa para competencias nacionales son: Atletismo, Ajedrez, Boxeo, Baloncesto, Escalada, Esgrima, Fútbol,

Gimnasia Artística, Judo, Karate Do, Levantamiento de Pesas, Levantamiento de Potencia, Lucha, Natación, Patinaje, Tae Kwon Do y Tenis de Mesa.

## **BASE JURÍDICA METODOLÓGICA**

El artículo 381 de la Constitución del Estado determina que: “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 en forma equitativa”

**Art. 6.- Atribuciones y Deberes.-** Son atribuciones y deberes de FEDERIOS los siguientes:

- a) Representar al deporte amateur de la provincia entre los organismos públicos y privados nacionales;
- b) Administrar en forma general la actividad deportiva de la provincia como autoridad suprema del deporte provincial;
- c) Estimular la creación de entidades y clubes deportivos especializados formativos, vigilando su actividad y funcionamiento;
- d) Controlar, fomentar, desarrollar, fiscalizar y ayudar a los organismos deportivos filiales en el desarrollo de sus actividades específicas, vigilando su buen desenvolvimiento y funcionamiento;
- e) Respetar y hacer respetar las resoluciones de las filiales y cumplir como organismo de apelación de acuerdo con las normas establecidas en la Ley del Deporte, Educación Física y Recreación,

su reglamento general, este estatuto y otras disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto;

- f) Organizar y auspiciar campeonatos y demás actividades deportivas provinciales, a través de sus filiales y participar en torneos o eventos nacionales o internacionales de acuerdo con la ley y sus reglamentos;
- g) Apoyar las acciones orientadas a promover la masificación del deporte;
- h) Intervenir, juzgar y rectificar actos y resoluciones de sus filiales cuando se comprobare transgresiones a las normas legales, estatutarias y reglamentarias vigentes, de acuerdo a lo dispuesto en la Ley del Deporte, Educación Física y Recreación , su Reglamento y este estatuto;

## **LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

Para el cumplimiento de sus obligaciones, la Federación Deportiva de Los Ríos tiene 2 fuentes básicas de financiamiento:

- Las adquiridas por supuesto del Estado y
- Los ingresos provenientes de la autogestión a través de personas naturales y jurídicas.

## **RELACIONISTA PÚBLICO**

Ejecuta y apoya en los procesos de comunicación institucional interna y externa de la Federación Deportiva de Los Ríos a fin de fortalecer la imagen Institucional mediante la difusión oportuna y transparente de información.

## **VALORES INSTITUCIONALES**

### **Honestidad**

Las actividades institucionales deben ser congruentes entre lo que se piensa, se dice y se hace.

### **Respeto**

Luchar por la armonía en las relaciones interpersonales y laborales, escuchando, entendiendo y valorando a todos.

### **Compromiso**

Hacer más de lo encomendado con calidad, porque se vive, se piensa y se sueña con sacar adelante al deporte y al país y todo aquello en lo que se ha empeñado la palabra.

### **Transparencia**

La transparencia en todas las actividades realizadas en la Institución es la base que facilita la toma de decisiones.

El compromiso es:

- a) Rendición de cuentas
- b) Mantener canales de información y ayuda a las Filiales.

### **Responsabilidad**

Se obra con seriedad, cumpliendo las obligaciones y disfrutando de los derechos como funcionarios, acorde con el compromiso de servicio a la sociedad.

## **ANALISIS FODA**

### **Internas.**

Los principales factores son:

### **Fortalezas.**

Las fortalezas encontradas dentro del Departamento de Relaciones Públicas son:

- Contar con un Jefe Departamental
- Se cuenta con un plan Operativo Anual
- Contar con un archivo de correspondencia de recepción y envíos.
- FEDERIOS cuenta con el uso adecuado del logotipo e imagen Institucional
- Contar con el funcionamiento permanente de procedimientos de control interno relacionado con las actividades de su área.

### **Debilidades.**

- Insuficiencia de material y equipo para dar a conocer a niños y jóvenes de las zonas rurales sobre el deporte.
- Falta de Plan Estratégico de Comunicación de la Federación Deportiva de Los Ríos.
- No se cuenta con redes de comunicación comunitaria, para interrelacionar de la Federación Deportiva de Los Ríos con las Asociaciones cantonales, parroquiales, gremios y demás miembros de las distintas comunidades.
- Inexistencia de contacto con los medios de comunicación social y con otros alternativos, para lograr el apoyo y divulgación de la labor de FEDERIOS.
- No se cuenta con actividades de fotografía, camarógrafa, publicidad, edición de textos y videos, diseño y trabajo periodístico.
- La carencia de no transmitir por internet y el intranet, comunicados de prensa y otros informáticos de interés, a los medios e comunicación social locales.

### **Externas.**

Los aspectos externos son:

### **Oportunidades.**

Eventos, hechos o tendencias en el entorno de la organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo, si se aprovechan en forma oportuna y adecuada.

- Gobierno Nacional
- Ministerio de Salud
- Ministerio de Educación
- Los Recursos Económicos provenientes del Estado
- Ligas Cantonales

### **Amenazas.**

- Recursos Económicos insuficientes para ejecutar la planificación.
- Carencia de un Plan Provincial de Desarrollo del Deporte.
- Falta de coordinación con algunos organismos deportivos.
- La no coordinación con las Direcciones y las unidades técnicas la actualización de información a publicarse en la página web y en la del Sistema Nacional de Compras Públicas.
- Carencia de capacitaciones a las ligas cantonales.

### **ESTRATEGIAS**

Con las experiencias adquiridas y un análisis sobre la situación dentro del Departamento de Relaciones Públicas en FEDERIOS, hemos podido constatar que existe una falencia muy notoria del deporte dentro las comunidades rurales, es por eso que es necesario realizar un Plan Estratégico el cual es muy útil dentro de la institución y así ayudará al mejor funcionamiento del departamento en sí.

Nuestro plan estratégico va dirigido a las comunidades rurales de la ciudad de Babahoyo para la práctica del deporte ya que se encuentran en una edad donde pueden adoptar diferentes actitudes en el ámbito en que se desarrollan, en las cuales pueden causar un cambio en su personalidad, atribuyéndoles consecuencias no favorables con la sociedad.

Promover, fortalecer y difundir la práctica del deporte con especial atención en aquellas disciplinas caracterizando su tradición y acogida de esta manera se pretende alcanzar un objetivo en el cual se haga el desarrollo del propósito mencionado, como saber identificar y aceptar lo bueno y malo que significa no realizar alguna actividad deportiva, accionando personalmente la percepción de los mismos, para así construir una mejor persona y una mejor sociedad.

Motivar a diferentes ligas cantonales en la participación de los diferentes programas y proyectos sustentados e integrarlos al plan estratégico de la Federación Deportiva de Los Ríos.

Este plan estratégico de Relaciones Públicas tendrá la gestión de difundir las disciplinas deportivas, el mismo que se realizará mediante medios de comunicación locales, para dar a conocer la importancia de realizar alguna actividad física en los jóvenes.

El tipo de comunicación que se empleará será oral y escrito, utilizando métodos factibles para lograr un mejor acercamiento.

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN.-** Se realizará mediante los medios de comunicación ya que de esta manera será más fácil tener un acercamiento con las zonas rurales para dar a conocer sobre la gestión que fomenta la Federación Deportiva de Los Ríos en sus diferentes

disciplinas deportivas que a su vez contribuirá al desarrollo pleno de los jóvenes.

Los medios que se utilizarán en este plan estratégico serán boletines informativos, folletos, revista, afiches, medios de comunicación locales, pagina web, para que de esta manera se pueda captar el interés del público de forma masiva.

Lo que se piensa cambiar por medio de este plan estratégico es la función que realiza el departamento de RR-PP para dar a conocer a los jóvenes de las zonas rurales la importancia de practicar alguna actividad física.

Figura 1  
Afiche



Elaborado por: Manuel Carlos Nivelá Maldonado

Los afiches serán fijados en los sectores rurales de la ciudad de Babahoyo, a su vez en los distintos sectores dentro de la ciudad para que sea de información e interés por parte de la comunidad.

## **CAPITULO VI**

### **6. CONCLUSIONES**

En la ejecución de la propuesta se ha investigado, analizado e interpretado la información recolectada que nos permite demostrar que un plan estratégico para la mejor gestión del departamento de Relaciones Públicas es la mejor opción para este proyecto.

- Es importante influenciar en los jóvenes de hoy con cualquier tipo de actividad que estimen sean apropiadas o necesarias para que tengan un mejor desarrollo, una vida plena y sentirse útiles dentro de la sociedad en cualquier ámbito que decidan desarrollarse o desenvolverse.
- En la recopilación de datos de este tema investigativo se pudo comprobar que la influencia de los jóvenes de las zonas rurales es muy baja. Por eso con el plan estratégico se busca el acercamiento absoluto de los jóvenes de las zonas rurales en el deporte, ya que estos se encuentran en proceso de formación y crecimiento.
- Con la incorporación de este plan estratégico se buscará beneficiar a muchos jóvenes de la ciudad de Babahoyo inculcando los valores y derechos fundamentales que todo ser humano necesita.

## 6.1 RECOMENDACIONES

Para poder mejorar la gestión del departamento de Relaciones Públicas de la Federación Deportiva de Los Ríos que tiene como objetivo el acercamiento a las zonas rurales y el plan estratégico sea todo un éxito se debe de tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Incentivar mediante campañas la importancia del deporte en los jóvenes para que de esta manera mejoren su calidad de vida dentro de la sociedad.
- Poder ofrecer el plan estratégico que realizará el departamento de Relaciones Públicas acerca de las diferentes disciplinas que existen en la Federación Deportiva.
- Utilizar el plan estratégico de manera adecuada para que así se pueda generar optimismo e incentivo en los jóvenes de las zonas rurales y de esta manera ponerlos en práctica.

## 6.2 BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional (2010) *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi.
- Asamblea Nacional (2010) *Ley del Deporte, educación Física y Recreación*. Quito.
- Anleu Luis (1993) Aplicación de Relaciones Públicas internas en la empresas privada de Guatemala.
- Barker, R., Charles, G. (2005). *Integrated Organisational Communication*. Juta and Company Ltd. p. 194.
- Bates, D. (2002), *Mini-Me History*
- Bernays, E. (2013). *Public Relations*. University of Oklahoma Press. p. 23.
- Crable, R., Vibbert, S. (1986). *Public Relations as Communication Management*. Bellwether Press.
- Cutlip, S. (1994). *The Unseen Power: A History of Public Relations*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Cutlip, S. (1995). *Public Relations History: From the 17th to the 20th Century. The antecedents*. Lawrence Erlbaum.
- Fischer, L., Navarro, A.. (1996) *Introducción a la investigación de Mercados*. Editorial McGraw-Hill / Interamericana de México
- Freitag, A. Quesinberry, A. (2009). *Global Public Relations: Spanning Borders, Spanning Cultures*. Routledge. p. 18.
- Grunewald, D., Petrausch, R., Dua, G. (2008). *Public Relations: A Primer for Business Executives*. Universe. p. 1.
- Marsh Jr., Charles W. (2001). *Public Relations Ethics: Contrasting Models from the Rhetorics of Plato, Aristotle, and Isocrates*. Journal of Mass Media Ethics 16 (2-3): 78–98.
- Marsh, C. (2013). *Classical Rhetoric and Modern Public Relations: An Isocratean Model*. Routledge. pp. 4.
- Martini, N. (1998) *Apuntes de relaciones públicas*.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2013) *Pan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017*. Quito.

## **LINKOGRAFIA**

<http://www.razonypalabra.org.mx/>

<http://www.rppnet.com.ar/historiadelasrpp.htm>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones\\_publicas](https://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_publicas)

<http://re-publicas.blogspot.com/2009/09/las-relaciones-publicas.html>

<http://es.slideshare.net/yanyrincon/relaciones-publicas-33285572>

<http://conceptosehistoriarrpp.blogspot.com/2012/11/relaciones-publicas.html>

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/relaciones-publicas-definicion.html>

<http://bottopalm2.angelfire.com/Objetivosrelaciones.html>

<http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/270024-estrategia-comunicacion-relaciones-publicas/>

# ANEXOS

## PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN

### ENCUESTA

Buenos Días, mi nombre es Manuel Carlos Nivela Maldonado soy Egresado de la Facultad de Comunicación Social de la carrera Comunicación Social. Deseo que me ayude respondiendo las siguientes preguntas, ya que su ayuda es de vital importancia para culminar mi Proyecto de Titulación, previo a la obtención de mi título profesional.

| DATOS DEL INFORMANTE |
|----------------------|
| Edad:                |

1. ¿Sabe ud cuál es el objetivo de las Relaciones Públicas?

Sí ☐ No ☐

2. ¿Conoce ud las funciones de las Relaciones Públicas?

Sí ☐ No ☐

3. ¿Las relaciones públicas construyen imagen pública?

Sí ☐ No ☐

4. ¿Cree ud que el departamento de Relaciones Públicas de la Federación Deportiva de Los Ríos hace campañas impulsando el deporte?

Sí ☐ No ☐

5. ¿Piensa ud que no existen los recursos necesarios para el buen manejo del departamento de Relaciones Públicas?

Sí ☐ No ☐

6. ¿El departamento de Relaciones Públicas ha influido mediante el deporte dentro de las zonas rurales de Babahoyo?

Si ☐ alguna vez ☐ No ☐

7. ¿Han existido campañas impulsando las diferentes disciplinas del deporte hacia los jóvenes dentro de la ciudad?

Si ☐ alguna vez ☐ No ☐

8. ¿Estaría de acuerdo en que el departamento de Relaciones Públicas de la Federación Deportiva de Los Ríos este más enfocado en el pleno desarrollo del deporte dentro de las comunidades rurales?

Sí ☐ No ☐