

INTRODUCCIÓN

Por medio del Propuesta de Plan Estratégico Comunicacional para el programa Centros de Entrenamiento para Alto Rendimiento (CEAR'S) del Ministerio del Deporte, se visualizará la importancia de la comunicación dentro de una institución, en este caso tomamos a los centros como una manera de proyectar el progreso que tendrán al adoptar este plan comunicacional.

La comunicación empresarial se ha vuelto una herramienta tan indispensable en las organizaciones, considerada el motor para que una institución pueda manejarse correctamente. Tanto, públicos internos como externos, necesitan de ella para un buen manejo y flujo de la información; es ahí donde un plan estratégico comunicacional adquiere relevancia y la necesidad de desarrollarlo. Por medio de éste, se difundirá los Centros de Entrenamiento para Alto Rendimiento (CEAR'S) en centros e instituciones deportivas de entrenamiento de la ciudad de Quito. Además se conocerá de qué manera se encuentra su imagen corporativa posicionada en la mente de nuestro grupo objetivo. Finalmente se recuerda la marca. Todo esto se conseguirá por medio de la aplicación de las teorías de comunicación, que son el pilar de la investigación y en las cuales se enfocará el estudio.

La propuesta de este plan comunicacional permitirá que se difunda la información sobre los CEAR'S hacia los públicos de interés, que específicamente son atletas, organizaciones y fundaciones deportivas. Esto con la finalidad para que sus integrantes puedan hacer uso de los mismos integrando también así a los ciudadanos especializados en el área deportiva, con el objetivo de potencializar el deporte en el Ecuador.

Se consolidará por medio del plan de comunicación todos los conocimientos profesionales adquiridos en cursos anteriores, de esta manera se empezará realizando una investigación que abarca conceptos y teorías fundamentales dentro de la comunicación organizacional; posteriormente se llevará la ejecución del plan estratégico que nos permitirá adquirir conocimientos académicos con el objetivo de ponerlos en práctica dentro del ámbito laboral. Para finalizar, se creará relaciones laborales con personas de interés en el Ministerio del Deporte, que servirán como cartera de contactos para próximas contrataciones.

Dentro del primer capítulo se analiza las teorías centrales del tema de estudio, es decir todo lo referido a la comunicación y comunicación organizacional, se topan aspectos fundamentales, como es el caso de los teóricos Harold Laswell que pertenece a la corriente funcionalista con su modelo comunicativo, la define con la transmisión de los mensajes sin olvidar la relevancia y el surgimiento de dicha corriente que se ha ido modificando y cambiando en los tiempos.

Paul Watzlawick Escuela de Palo Alto explica a partir de los cinco axiomas de la comunicación, explica que la comunicación es considerada como los cimientos para que las sociedades interactúen: es imposible no comunicar, porque nuestras características, el contexto de dónde venimos, la vestimenta, gestos, etc. cualquiera de estos elementos nos hace únicos como personas de este planeta y nos permite estar en contacto con más personas.

También se hablará de la comunicación organizacional como la herramienta clave para que las empresas tengan éxito; después se analizará en qué consiste la comunicación interna y externa dentro de una empresa; de qué manera influye en su rendimiento.

Se hablará de la estrategia comunicacional como una manera clave para crear una estrategia debido a que cada empresa tiene una necesidad diferente que se debe tratar, por lo tanto lo que busca el autor Jorge Aguilera y Nathalia Camacho es proveer pautas de planeación, ya que la estrategia va a depender de la creatividad del investigador y si el medio permite desarrollar el objetivo planteado.

En consideración, el plan deberá alcanzar una estrategia que se debe proponer. Después de haber hecho un análisis previo de cómo se encuentra el público objetivo que se escogió y al cual se va a dirigir la estrategia.

Lo anterior surge a partir de la creación, difusión, impacto, retención y aceptación de sus públicos. Se ha decidido que se necesita elaborar un mensaje que tenga impacto en los públicos ya que con éste se identificarán. Todo esto hará que la organización se muestre con una imagen institucional positiva, la misma que se medirá por medio de los grupos de interés en donde se percibe si el plan ha sido exitoso o no.

Dentro del segundo capítulo se estudia a los Centros de Alto Rendimiento (CEAR'S), un programa del Ministerio del Deporte; se conocerá sus inicios, con el propósito de introducirnos en su cultura organizacional; aprenderemos la función que tiene estos centros en las diferentes provincias del país. Por medio de este estudio, podremos determinar una estrategia comunicacional novedosa que permita cumplir con los objetivos planteados por parte de la institución; es generar un posicionamiento positivo en la ciudad de Quito.

Para cumplir con el Plan Nacional para el Buen Vivir, el cual busca mejorar la calidad de vida de todos los ecuatorianos, especialmente aquellos que carecen de recursos; se busca impulsar este proyecto que será de contribución para el Ministerio del Deporte, quienes además; fomentan la actividad física en el país para mantener una vida sana y saludable.

Sin olvidar el importante trabajo de visualizar los CEAR'S, que comienza con el objetivo de que más personas conozcan y se integren al mismo, tomando en cuenta que se necesita trabajar para que su imagen sea favorable y enriquecedora para los públicos externos que son centros e instituciones deportivas de entrenamiento.

Dentro del tercer capítulo se aborda todo lo referido al Plan Estratégico de Comunicación para los Centros de Alto Rendimiento (CEAR'S). Se empieza desarrollando los objetivos planteados al principio del trabajo, ya que por medio de estos se detecta los problemas que presenta la empresa, para posteriormente solventar los mismos.

Se utilizó de dos enfoques tanto cualitativo como cuantitativo para analizar a profundidad nuestra unidad de análisis que son los CEAR'S.

Dentro del enfoque cualitativo se realizó una entrevista al Ing. Mauricio Cerdán Director de Sostenibilidad y Relaciones internacionales quienes es el encargado de manejar estos centro.

El FODA es una herramienta que nos permite tener un diagnóstico comunicacional de los aspectos positivos y negativos que tienen los CEAR'S, a partir de los cuales se pueden trabajar estrategias para mantener lo positivo y mejorar lo negativo.

Y la parte cualitativa se la gestionó por medio de una entrevista realizada a nuestra público de externo; se realiza a los deportistas de los dos clubes con más afluencia en la ciudad de Quito, se ha escogido estas dos disciplinas con las que cuentan los CEAR'S que son natación y fútbol; en total se encuetaron a 78 deportistas que corresponde todo el universo..

El documento debe cumplir los objetivos planteados anteriormente:

Objetivo General: Elaborar un plan estratégico de comunicación para promover el reconocimiento de la imagen y el posicionamiento de los Centros de Entrenamiento para Alto Rendimiento (CEAR'S) en los centros e instituciones deportivas de la ciudad de Quito.

Objetivo Conceptual: Investigar en qué consiste un plan estratégico de comunicación y estudiar y comprender estrategias de posicionamiento

Objetivo Contextual: Describir qué son y cómo surgen los Centros de Entrenamiento para Alto Rendimiento en el Ecuador (CEAR'S), como iniciativa del Ministerio del Deporte.

Objetivo Operativo: Realizar un diagnóstico situacional de los CEAR'S, con la finalidad de entender sus necesidades con respecto a la comunicación; diseñar un plan estratégico de comunicación que promueva la imagen corporativa y posicione a los CEAR'S en el Ecuador y para finalizar determinar quienes cuál es el target, y a quién va dirigida la campaña.

Para desarrollar esta investigación se necesito de los dos métodos tanto cuantitativo y cualitativo.

La ejecución del objetivo conceptual nos permitira investigar qué comprende un plan estratégico de comunicación y a su vez estudiar y comprender estrategias de posicionamiento el enfoque que se tomará es cualitativo; su método método histórico, descriptivo y analítico. Y sus técnica estaran basadas en recolección de bibliografía/ analítico, critico y recopilación de datos visuales.

Mientras que el objetivo contextual ayudara a la descripción qué son y cómo surgen los Centros de Entrenamiento para Alto Rendimiento en el Ecuador, como iniciativa del Ministerio del Deporte.

El método a seguir será histórico, descriptivo y analítico quienes permitirán recaudar información; su enfoque será cualitativo el mismo que nos permite tener tácticas como recolección de bibliografía, analítico, crítico y recopilación de datos visuales.

Y para finalizar tenemos el objetivo operativo que busca la realización de un diagnóstico situacional de los CEAR'S, a fin de entender sus necesidades con respecto a la comunicación, el diseño un plan estratégico de comunicación que promueva la imagen corporativa y posicione a los CEAR'S en el Ecuador, con la determinación de quiénes son el target y a quién va dirigida la campaña.

El enfoque será cualitativo y cuantitativo, debido a la investigación que se necesita realizar el método a utilizar es analítico, descriptivo, etnográfico y estadístico; mientras que sus tácticas serán análisis crítico y entrevista.

