



FACULTAD DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROPUESTA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS  
PARA CONSOLIDAR LA IMAGEN DE LOS CLUBES DEPORTIVOS DE LA  
UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

“Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos  
para optar por el título de Licenciada en Comunicación Corporativa”

Profesora Guía

Mgs. Gabriela Egas Paredes

Autora

María Simone Schwoch Pavón

Año

2014

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondiente”

---

Gabriela Egas Paredes

Magister en Planificación y Dirección Estratégica

C.I.: 1708109697

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

---

María Simone Schwoch Pavón

C.I.: 1714821103

## AGRADECIMIENTO

A mi familia por ser el apoyo ideal desde siempre.

## DEDICATORIA

A todos los que estuvieron a mi lado durante la elaboración de este proyecto.

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo proponer un plan de comunicación y relaciones públicas para los clubes deportivos de la Universidad de Las Américas con el fin de consolidar su imagen.

Los clubes deportivos de la UDLA tienen como propósito mejorar la calidad de vida de los estudiantes, a través, del deporte y la recreación. En los últimos años han crecido de manera inesperada, sin embargo, no se ha tomado en cuenta que ante tal crecimiento, la comunicación con sus públicos debía ser gestionada para llegar a su público objetivo de manera efectiva. Hoy en día, su imagen se ha visto disminuida y no se ha satisfecho las exigencias de los jóvenes.

Para poder cumplir con el objetivo de este plan, se ha llevado a cabo una investigación que se dividió en dos ámbitos: investigación bibliográfica, en la cual se pudo identificar, analizar y recopilar información relacionada a las variables de estudio y, una investigación de campo, misma que se efectuó mediante el estudio de los clubes y su público.

La propuesta de este plan de comunicación busca llegar a sus públicos de una manera más creativa y de vanguardia. Se ha tomado en cuenta los requerimientos de los alumnos quienes afirman estar interesados en el deporte pero no se sienten motivados por la Universidad. Es por esto que se pretende incrementar nuevas alternativas tanto de herramientas comunicacionales como de eventos atractivos.

El bienestar y la formación integral de los estudiantes de la UDLA es sustancial, y el potenciar a los clubes deportivos es uno de los mecanismos que sin lugar a dudas podrá lograrlo.

## ABSTRACT

The current work's objective is to propose a communication and public relations plan for the Universidad de Las Américas sports clubs in order to consolidate their image.

The UDLA's sports clubs have as a purpose improving students' life quality through sports and recreational activities. In the past years they have grown in an unexpected way, however it has not been taken into account that this advance, the communication with its public, should be managed to reach its target public effectively.

Nowadays its image has been diminished and youth demands have not been satisfied. In order to fulfill with this plan's objective, a research has been made which was divided into two aspects: bibliographic investigation, in which the information related to study variables was identified, analyzed, and collected; and a field investigation which was done through the study of the clubs and its public.

This communication plan's proposal pursues reaching public in a vanguard and more creative way. All the requirements that students who claim to be interested in sports but do not feel motivated by the university, have been taken into account.

This is the reason why it is intended to increase alternatives either about communicational tools as well as attractive events. The UDLA students' well-being and integrative formation is substantial, and to be able to maximize the sports clubs is one of the mechanisms that will achieve this matter undoubtedly.

It is very important to put into practice what the plan advises, this way it will be able to fulfill the students' necessities.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	2
1. DESCRIPCIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS .....	2
1.1. Historia .....	2
1.2. Filosofía Corporativa.....	5
1.3. Logos .....	11
1.4. Sedes.....	12
1.5. Páginas Web y Redes sociales .....	13
1.6. Objetivo social y población objeto .....	13
1.7. Recursos humanos, físicos y tecnológicos.....	14
1.7.1. Recursos Humanos .....	14
1.7.2. Recursos físicos .....	15
1.7.3. Recursos Tecnológicos .....	15
1.8. Estructura organizacional .....	15
1.9. Sistema de control interno .....	17
1.10. Servicios institucionales.....	18
1.11 Datos informativos acerca de los clubes .....	35
CAPÍTULO II.....	41
2. LA COMUNICACIÓN .....	41
2.1. Concepto de Comunicación .....	41
2.2. Elementos de la comunicación .....	42
2.3. Tipos de comunicación .....	43
2.4. Comunicación Corporativa.....	44

2.5. Relaciones Públicas .....	46
2.5.1. Importancia de las Relaciones Públicas.....	46
2.5.2. Las Relaciones Públicas como proceso.....	47
2.5.3. Elementos de las Relaciones Públicas .....	48
2.6. Públicos.....	50
2.7. Herramientas de comunicación .....	53
2.7.1. Herramientas internas .....	53
2.7.2. Herramientas externas .....	54
2.8. Identidad corporativa .....	55
2.8.1. Vectores de la Identidad Corporativa .....	56
2.8.1.1. Identidad Cultural .....	56
2.8.1.2. Identidad Verbal .....	56
2.8.1.3. Identidad Visual .....	57
2.8.1.4. Identidad Comunicacional .....	57
2.8.1.5. Identidad Objetual .....	57
2.8.1.6. Identidad Ambiental.....	58
2.9. Imagen Corporativa .....	58
2.10. Cultura Corporativa.....	60
2.11. Plan de Comunicación y Relaciones Públicas.....	61
 CAPÍTULO III .....	 66
 3. LA SALUD Y EL DEPORTE UNIVERSITARIO .....	 66
3.1. La salud y el bienestar integral de los jóvenes .....	66
3.2. El deporte y sus beneficios .....	66
3.3. El deporte como complemento a la actividad académica universitaria .....	67
3.4. La promoción del deporte a nivel universitario .....	68
3.5. Oferta de la Universidad de Las Américas a la actividad deportiva.....	70

CAPÍTULO IV.....	74
4. INVESTIGACIÓN .....	74
4.1. Objetivo General.....	74
4.2. Objetivos Específicos .....	74
4.3. Metodología de la investigación .....	74
4.3.1. Instrumentos de investigación: .....	74
4.3.2. Encuestas .....	75
4.3.3. Entrevistas .....	75
4.3.4. Focus group.....	76
4.4. Encuestas a alumnos de la Universidad de Las Américas ....	76
4.4.1. Formulario.....	76
4.4.2. Tabulación de encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad de las Américas. ....	80
4.5. Conclusiones de encuestas.....	110
4.6. Resumen de entrevistas .....	113
4.7. Conclusiones de entrevistas.....	117
4.8. Resumen de Focus Group .....	121
4.9. Conclusiones de los Focus Group.....	122
CAPÍTULO V .....	125
5. PLAN DE COMUNIACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS.....	125
5.1. Objetivo General.....	125
5.2. Objetivos Específicos .....	125
5.3. FODA.....	125
5.4. Plan de Comunicación y Relaciones Públicas.....	126
5.4.1. Matriz Objetivos, Estrategias y Acciones .....	127
5.4.2. Matriz Acciones y Responsables.....	137

5.4.3. Matriz Presupuesto.....	140
5.4.4. Matriz Evaluación .....	142
5.4.5. Matriz Resumen.....	143
5.5. Conclusiones .....	144
5.6. Recomendaciones.....	145
REFERENCIAS .....	147
ANEXOS.....	149

## INTRODUCCIÓN

El objetivo de la presente propuesta para los clubes deportivos de la Universidad de Las Américas tiene el propósito de potenciar sus procesos y así consolidar su imagen.

Para alcanzar este objetivo se ha realizado una investigación dentro de la Universidad, empezando por indagar su historia, filosofía corporativa, recursos humanos, físicos y tecnológicos, estructura organizacional, sistema de control interno y servicios institucionales. Dentro del área de servicios institucionales se encuentran los clubes deportivos. Se ha expuesto brevemente una descripción de cada uno, sus objetivos generales y específicos. Adicional a esto, datos informativos de los clubes y su trayectoria.

Durante los últimos años, los clubes deportivos han sido un vínculo entre las actividades académicas y recreacionales de los alumnos, logrando un nivel de aceptación razonable. De acuerdo a la investigación se ha determinado, sin embargo, que su imagen no se ha logrado consolidar de manera efectiva, y es por esta razón, que hoy en día su imagen ha sido distorsionada y los estudiantes desconocen de la mayoría de actividades propuestas. Tomando en cuenta que la Universidad pretende formar integralmente a sus alumnos, el potenciar los clubes deportivos es de suma importancia ya que la práctica del deporte va de la mano con la salud física y mental del alumnado.

La oferta de los clubes cuenta con muchos beneficios, mas no se los ha comunicado correctamente y, es por esto que, a través del plan de comunicación y relaciones públicas propuesto, se plantea informar a los estudiantes respecto de cada una de sus actividades para así fortalecer su relación con la institución.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DESCRIPCIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS**

#### **1.1. Historia**

En el Ecuador, en el año de 1993, un grupo de empresarios chilenos se une con emprendedores ecuatorianos para formar el primer Proyecto Binacional Ecuatoriano Chileno de Educación Superior. Su meta era demostrar que el desarrollo de un país se puede lograr a través de una generación de jóvenes profesionales capacitados para los desafíos del milenio. (Universidad de Las Américas, 2013)

Enfrentaron su primer desafío en noviembre de 1994 al adaptar el programa de estudio chileno a la realidad ecuatoriana. Esta novedosa propuesta que superó las expectativas de sus creadores promovía la preparación del hombre libre y solidario, que con creatividad, raciocinio, voluntad y principios sólidos lograría alcanzar grandes metas. (Universidad de Las Américas, 2013)

Un año más tarde, en 1995, la Universidad de Las Américas oficializa su funcionamiento mediante el Decreto Ejecutivo N° 3272 dictado por el Presidente Constitucional de la República, Arq. Sixto Durán Ballén, publicado en el Registro Oficial N° 832 el 29 de noviembre del mismo año. (Universidad de Las Américas, 2013)

En octubre de 1998 la primera promoción de graduados, quienes habrían ingresado a la Universidad en 1994, se reciben como profesionales en sus carreras respectivas (carreras de entre 4 y 5 años de duración). En 1999 se celebra la primera ceremonia de incorporación para dichos graduados. (Universidad de Las Américas, 2013)

Para el 28 de mayo de 2001 el Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) habría concedido ya a la Universidad de Las Américas la aprobación de sus Estatutos. (Universidad de Las Américas, 2013)

El 2005 sería un gran año para la UDLA pues el 15 de junio se llevó a cabo el lanzamiento oficial de la Universidad de Las Américas Ecuador como miembro oficial de la Red Laureate International Universities; red internacional de universidades privadas líder en educación superior en el mundo. (Universidad de Las Américas, 2013)

En el año 2006 se inicia el posgrado en Administración de Empresas.

En agosto del 2007 la UDLA recibe acreditación ante el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (CONEA). En el mismo año, en el mes de septiembre, se comienza a construir la nueva Sede Norte de la Universidad de las Américas contando con las más modernas instalaciones universitarias de Quito en más de 28. 000 m<sup>2</sup>. (Universidad de Las Américas, 2013)

Nuevamente en el año 2008 los acontecimientos dentro de la Universidad de Las Américas serían grandes. En mayo, luego de aprobar el proyecto de Autoevaluación de la Universidad, se firma el Convenio de cooperación con el CONEA, involucrando así a toda la Comunidad Universitaria. En el mismo mes se celebra la incorporación de la primera promoción de graduados de las Maestría en Administración de Empresas (MBA). Con el respaldo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), su Academia y la Organización de Estados Americanos (OEA), en agosto del 2008 el CONESUP aprueba la Maestría en Propiedad Intelectual siendo este el primer y único programa completo de posgrado en propiedad intelectual del país y la región. (Universidad de Las Américas, 2013)

Más tarde, en el mes de octubre, se inaugura la Sede Norte de la Universidad de Las Américas en conjunto con la apertura de la Facultad de Ciencias de la Salud, con carreras como Medicina, Enfermería y el Centro de Investigaciones Biomédicas. Con el apoyo de la Universidad Andrés Bello y un grupo selecto de profesionales en el área se dirige actualmente esta facultad. (Universidad de Las Américas, 2013)

En el año 2009 se inicia con gran acogida la Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional (DirCom). Siendo única en su concepción que forma estrategias de alto nivel de competencias. (Universidad de Las Américas, 2013)

- **Rector actual:** Dr. Carlos Larreátegui, desde el año 2007.

Tabla 1. Carreras diurnas de la Universidad de Las Américas.

<b>Carreras diurnas</b>	
<b>Facultad de Ingeniería y Ciencias Agropecuarias</b>	<b>Facultad de Ciencias Sociales</b>
Ingeniería Agroindustrial y Ciencias Agropecuarias	Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales
Ingeniería Ambiental en Prevención y Remediación	Psicología Clínica
Ingeniería Electrónica y Redes de Comunicaciones	Psicología Organizacional
Ingeniería en Biotecnología	
Ingeniería en Producción Industrial	<b>Facultad de Comunicación</b>
Ingeniería en Sistemas de Computación e Informática	Comunicación Corporativa
	Diseño Gráfico e Industrial
<b>Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas</b>	Multimedia y Producción Audiovisual
Economía	Periodismo
Ingeniería Comercial con mención Administración de Empresas	Publicidad
Ingeniería Comercial mención Finanzas	
Ingeniería de Negocios y Marketing Deportivo	<b>Facultad de Turismo y Hospitalidad</b>
Ingeniería en Marketing	Gastronomía
Ingeniería en Negocios Internacionales	Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas
<b>Facultad de Ciencias de la Salud</b>	Facultad de Derecho
Enfermería	<b>Derecho</b>
Fisioterapia	
Medicina	<b>Facultad de Arquitectura</b>
<b>Escuela de Cine</b>	Arquitectura Interior
Cine	Arquitectura
<b>Facultad de Formación Integral</b>	<b>Escuela de Música</b>
Educación Inicial bilingüe con Mención en Gestión y Administración de Centros Infantiles	Licenciatura en Música

**Nota:** Adaptado de Página web UDLA

Tabla 2. Carreras nocturnas de la Universidad de Las Américas.

<b>Carreras nocturnas</b>	
Comunicación Corporativa	<b>Escuela de Tecnologías</b>
Derecho	Técnico Superior en Grabación y Producción Musical
Psicología mención Organizacional o Clínica	Tecnología en Alimentos y Bebidas
Ingeniería Comercial mención Administración de Empresas	Tecnología en Animación Digital Tridimensional
Ingeniería en Marketing	Tecnología en Exportación e Importación
Ingeniería en Negocios Internacionales	Tecnología en Producción y Seguridad Industrial
Ingeniería en Redes y Telecomunicación	Tecnología en Redes y Telecomunicaciones
Gastronomía	Técnico Superior en Obra Civil
Administración de Empresas Turísticas	Tecnología en Construcción y Domótica
<b>Posgrados</b>	
Maestría en Administración de Empresas	Maestría Internacional en Dirección de Comunicación
Maestría en Dirección de Operaciones	Posgrado en Administración de Instituciones de Salud
Maestría Gerencia en Sistemas y Tecnologías de Información	<b>Carreras Semipresenciales</b>
Maestría en Periodismo	Ingeniería Comercial mención Administración de Empresas

*Nota:* Adaptado de Página web UDLA.

## 1.2. Filosofía Corporativa

### Misión

“Formamos personas competentes, emprendedoras, exitosas y con visión global, comprometidas con la sociedad basados en excelencia y los valores.”

## Visión

“Crear un modelo de referencia para la educación superior ecuatoriana; construir una comunidad universitaria orgullosa y comprometida con el país buscando de manera constante, la realización personal y profesional de sus miembros.”

## Valores

- **Rigor académico:** Entendido como la combinación de la excelencia con exigencia. Es la búsqueda constante del conocimiento de punta, impartido y generado con las mejores prácticas conocidas, junto a elevados estándares de promoción académica para estudiantes, docentes e investigadores.
- **Conducta ética:** Entendida como la práctica permanente y la difusión de valores fundamentales, como la honestidad, la integridad y el rigor académico.
- **Innovación:** Concebida como la práctica y difusión de una actitud caracterizada por la búsqueda constante del conocimiento y por un espíritu de permanente observación, curiosidad, indagación y crítica de la realidad.

## Objetivos

- Aportar a la sociedad, al generar y administrar el cultivo, el progreso creativo y la transmisión del saber superior.
- Contribuir al desarrollo del raciocinio, la cultura y el saber superior, para atender adecuadamente los intereses y necesidades de la comunidad y sus miembros, con el más alto nivel de excelencia.
- Promover la investigación, el desarrollo, la preservación y la transmisión del saber universal y el cultivo de las ciencias, las letras, las artes y las técnicas.
- Formar profesionales a nivel universitario.

Para el cumplimiento de estos objetivos, la Universidad desarrollará durante su existencia las siguientes actividades:

- Dictará carreras de pre-grado y post-grado en las distintas áreas del saber, bajo las modalidades presenciales, semi-presenciales y a distancia.
- Contribuir al progreso de la ciencia, la tecnología y del país, con acciones de investigación.
- Organizará y dictará cursos, seminarios, simposios, mesas redondas y otros, en las distintas áreas del saber.

### **Mitos**

Uno de los mitos más conocidos es darle a la UDLA un nombre específico por sus siglas como: Universidad de los Amigos, Universidad de los Aniñados, Universidad de la Alegría, entre otros. Estas aseveraciones han sido superadas gracias al prestigio que la esta ha logrado en los últimos años.

En los pasillos de la UDLA se ha escuchado también que a partir de la inauguración de la Sede Granados, la Universidad es un centro comercial, por sus nuevas instalaciones, las gradas eléctricas y la aglomeración de los estudiantes en la entrada.

### **Ritos**

Uno de los ritos comunes que tiene la Universidad es la presentación de exámenes finales. Hoy por hoy se vuelve prácticamente una competencia entre alumnos dado que todos disputan por lograr un mejor resultado ante los profesores. La formalidad, dinamismo, creatividad, ingenio y demás, es lo que se toma en cuenta para calificar estas exposiciones. Incluso desde este año, la Facultad de Comunicación premió a estudiantes por alcanzar las mejores notas en exámenes finales de algunas materias, previamente designadas con un premio al Comunicador Corporativo.

El personal docente también debe seguir procedimientos específicos para calificar a los estudiantes y posteriormente subir las notas al sistema de la Universidad.

### **Héroes**

Los fundadores de la Universidad de Las Américas vendrían a formar parte del grupo de héroes que posee la UDLA, ya que sin ellos y su visión emprendedora, la entidad no sería lo que es hoy. El Rector Carlos Larreátegui también es considerado uno de los héroes de la institución ya que a raíz de su entrada a la entidad, ha avanzado de manera más notoria en muchos ámbitos que hoy son incluso pioneros en el Ecuador.

### **Villanos**

Profesores que posean fama de ser muy exigentes o de un carácter fuerte pueden considerarse como los villanos de la UDLA. Los alumnos podrían tomar una actitud de rechazo, lo cual repercutiría de manera negativa en su aprovechamiento.

### **Análisis FODA**

De acuerdo a la investigación efectuada, se procedió a diseñar el análisis FODA.

#### **Fortalezas**

- La red Laureate ha permitido a la UDLA tener un nivel de internalización incomparable en el medio. Esto no solo abre la oportunidad de que los estudiantes realicen intercambios en otros países sino que la Universidad pueda adquirir las mejores prácticas académicas como el desarrollo y creación de programas, carreras y facultades de éxito en otras universidades.
- Imagen de la UDLA Y *Top Of Mind* en crecimiento.
- UDLA es percibida como una sólida e innovadora opción de excelencia académica.

- Sólida posición de eficiencia administrativa-financiera que le permite ejecutar planes de expansión de infraestructura.
- UDLA a través de Laureate puede innovar e impulsar con mayor fuerza programas internacionales y de crecimiento de su personal académico y docente.
- Mantener una línea de comunicación abierta y directa con los estudiantes la cual permite identificar las necesidades de los mismos y dar soluciones oportunas.
- Mejoramiento del proceso de convalidación de estudiantes de otras universidades para asegurar una ágil y adecuada selección que permita mantener los estándares académicos.

### **Oportunidades**

- UDLA busca la acreditación institucional con la agencia norteamericana WASC y la acreditación de ciertas carreras específicas con la Agencia Acreditadora de Chile, para autoevaluarse y buscar oportunidades de mejoramiento continuo.
- Existe un continuo crecimiento de la clase media lo cual conlleva a que el acceso a la educación superior también se vea incrementado.
- Existe mayor posibilidad de acceso a líneas de crédito otorgadas por el gobierno para estudiantes de educación superior.
- El posicionamiento de la UDLA a nivel nacional promueve el ingreso de estudiantes de otras provincias además de Pichincha.
- Existe la posibilidad de lograr acuerdos con colegios ubicados cerca de la UDLA para utilizar sus instalaciones en los programas de tecnologías que se dictan en las noches.
- El incremento del prestigio de la UDLA y el crecimiento de la percepción positiva de sus carreras son factores que ayudan a atraer y retener docentes calificados.
- Oportunidad de crecimiento: el grado de penetración a la educación universitaria es mayor que el crecimiento poblacional en Ecuador. Este

último crece en el 1.4% anual en promedio, mientras que el total de matriculados en educación superior crece un 2.7%.

- Generar valor agregado con proyectos de vinculación con la comunidad mediante la coyuntura entre la investigación generada en la UDLA y las necesidades de la sociedad.

### **Debilidades**

- No se cuenta con un área de coordinación en aspectos de investigación que permita a los diferentes institutos que actualmente generan investigación, conseguir recursos para autofinanciar sus proyectos.
- No se cuenta con un ente de gestión centralizado que planifique y fomente la publicación científica, tanto de artículos indexados como libros y revistas científicas.
- El desarrollo de soluciones tecnológicas que tienen trascendencia para la universidad puede a veces tomar tiempo y requerir afinamientos para cumplir con los objetivos académicos.
- Pese a esfuerzos permanentes el crecimiento de la infraestructura de calidad ha tenido ciertos retrasos.
- No todos los procesos internos están debidamente documentados.
- La estructura docente ha tenido un número insuficiente de docentes a tiempo completo.
- El proceso de alineamiento curricular en función a los perfiles de salida de cada carrera debe ser fortalecido.

### **Amenazas**

- Existen limitaciones de carácter regulatorio que no permiten desarrollar y lanzar nuevos programas en las distintas áreas con la agilidad que la sociedad demanda.
- Las nuevas regulaciones en cuanto a la exigencia del número de docentes a tiempo completo que debe tener una institución de educación superior y el reglamento de escalafón docente pueden desembocar en

un cambio de estructura que impacte significativamente en el esquema de costos de la universidad.

- No se han reglamentado formalmente algunos de los temas incluidos en la Ley de Educación Superior. Esto genera incertidumbre y hace suponer que existirá una mayor intervención estatal en asuntos universitarios.
- Los recursos públicos para financiamiento de investigación y para oportunidades de intercambio docente son cada vez más escasos para las universidades, especialmente privadas.

### 1.3. Logos



*Figura 1.* Logo UDLA antiguo, hasta el 2008.

Tomado de: Página web UDLA.



*Figura 2.* Logo UDLA actual.

Tomado de: Página web UDLA.

#### 1.4. Sedes

- **Campus Granados:**

Dirección: Av. De los Granados E12-41 y Colimes esq.

Teléfonos: (+593 2) 398 1000 – (+593 2) 397 0000

Quito, Ecuador



Figura 3. Sede Granados

Tomado de: Página web UDLA.

- **Campus Colón:**

Dirección: Av. Colón y Seis de Diciembre

Teléfonos: (+593 2) 398 1000 – (+593 2) 397 0000

Quito, Ecuador



Figura 4. Sede Colón.

Tomado de: Página web UDLA.

- **Campus José Queri:**

Dirección: José Queri y Av. De los Granados

Teléfonos: (+593 2) 398 1000 – (+593 2) 397 0000

Quito, Ecuador



*Figura 5. Campus Queri.*

Tomado de: Página web UDLA.

### **1.5. Páginas Web y Redes sociales**

- Página oficial: [www.udla.edu.ec](http://www.udla.edu.ec)
- Intranet estudiantil: [www4.udla.edu.ec](http://www4.udla.edu.ec)
- Facebook: [www.facebook.com/universidad.delasamericas](http://www.facebook.com/universidad.delasamericas)
- Twitter: [www.twitter.com/UDLAQuito](http://www.twitter.com/UDLAQuito)

### **1.6. Objetivo social y población objeto**

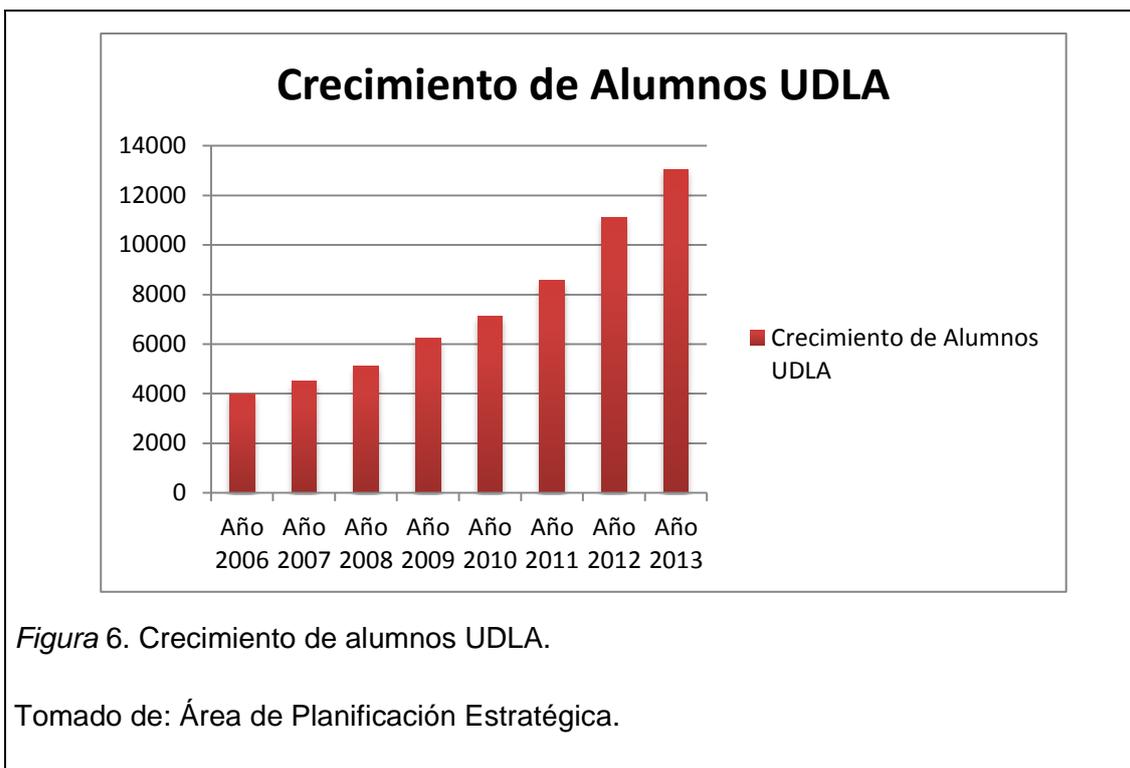
- Universidad de Las Américas, fue creada para educar jóvenes capacitados para enfrentar los desafíos del nuevo milenio, además intenta formar y estimular las capacidades emprendedoras, con la finalidad de que los futuros profesionales inicien emprendimientos que los conviertan en generadores de empleo antes que en demandantes de empleo.
- La población objeto de la Universidad de Las Américas, son principalmente bachilleres de los colegios de Quito de clase media a alta.

## 1.7. Recursos humanos, físicos y tecnológicos

### 1.7.1. Recursos Humanos

- **Estudiantes**

La Universidad de Las Américas cuenta actualmente con 13045 alumnos.



- **Docentes**

El número de profesores que trabajan en la UDLA es de 1143 profesores con contrato laboral directo y contrato civil.

La división del personal académico que mantiene un contrato laboral directo con la universidad es importante, ya que constan en roles de pago y reciben todos los beneficios de ley, considerados como públicos internos de la Universidad.

- **Personal Administrativo**

Está conformado por 322 personas, las cuales se dividen en empleados de planta y de medio tiempo, quienes conforman las áreas de formación integral, planificación, tecnología, comercial, admisiones, coordinadores y decanos.

### 1.7.2. Recursos físicos

- La Universidad cuenta con un campus de 28000 m<sup>2</sup>, ubicado en la Av. De los Granados y Colimes, para las carreras de pre-grado y post-grado.
- Sede Colón, Av. Colón y Av. 6 de Diciembre, donde funcionan las tecnologías.
- Sede Camilo Ponce, ubicado en Valdivia 145 y Robles, funcionan las carreras de Psicología y Derecho.
- Sede José Queri, ubicado en José Queri y Av. De los Granados, funcionan las carreras de arquitectura y artes.

### 1.7.3. Recursos Tecnológicos

La Universidad para su funcionamiento cuenta con computadoras de última generación, retroproyectors, estudios de grabación de audio y video, equipos de video como cámaras profesionales, trípodes, equipos para editar, entre otros. Además dispone de laboratorios de computación con máquinas PC y MAC. Tiene una página web e intranet. Actualmente se ha llevado a cabo nuevos cambios en varias aulas de la Universidad gracias a la apertura de la nueva carrera de Música. Las clases ahora son acústicas y está provista de equipos necesarios para llevar a cabo las clases que la carrera demanda.

## 1.8. Estructura organizacional

La UDLA cuenta con una sólida estructura organizacional fundamentada en todo el talento humano que es el gestor de la calidad académica y administrativa de la institución. Cuenta con Escuelas y Facultades bien estructuradas que cumplen con altos parámetros académicos.

La estructura académica y de gestión se maneja a través de las siguientes áreas:

- **Rectorado**

Área encargada de cumplir y hacer cumplir las normas legales, estatutarias y reglamentarias vigentes. Además formula, planifica y evalúa las políticas y estrategias de la institución.

- **Vicerrectorado**

Su misión es gestionar toda actividad académica de docencia e investigación de la Universidad.

- **Dirección de Planificación y Desarrollo**

Crea mecanismos efectivos para el seguimiento y la planificación de los diferentes procesos académicos de la institución. Además coordina los procesos de acreditación nacional e internacional.

- **Dirección de Servicio Institucional**

Tiene la finalidad de colaborar con los estudiantes en los procesos de ingreso a la Universidad, permanencia como estudiante y graduación, además de atender necesidades propias del desarrollo integral de los alumnos.

- **Dirección de Recursos humanos**

Provee, mantiene y desarrolla un recurso humano altamente calificado y motivado a alcanzar los objetivos de la Institución a través de programas eficientes de administración de recursos humanos.

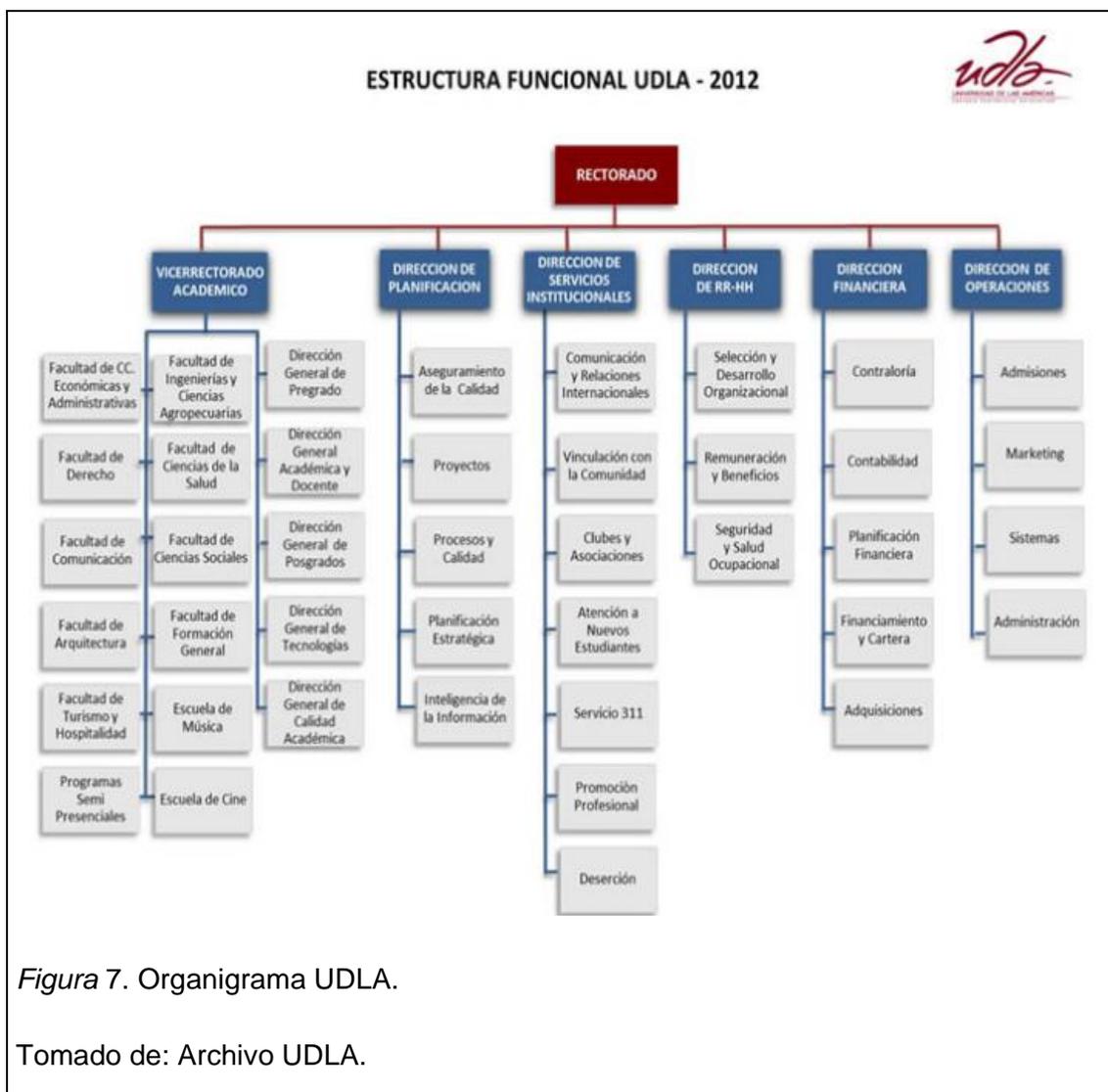
- **Dirección Financiera**

Administra con responsabilidad los recursos financieros y económicos de la Universidad. Mismos que contribuyen de manera efectiva a la consolidación y desarrollo de las actividades académicas de la UDLA.

- **Dirección de Operaciones**

Lidera las operaciones de las institución, asegurando el mejor desempeño de los servicios que se presta. Controla el cumplimiento de procedimientos de seguridad, estándares de servicio, desempeño de los colaboradores y normas de seguridad establecidas.

## Organigrama



### 1.9. Sistema de control interno

Las medidas con las que se maneja el control interno para el personal administrativo, se encuentran en el Reglamento Interno de la Universidad.

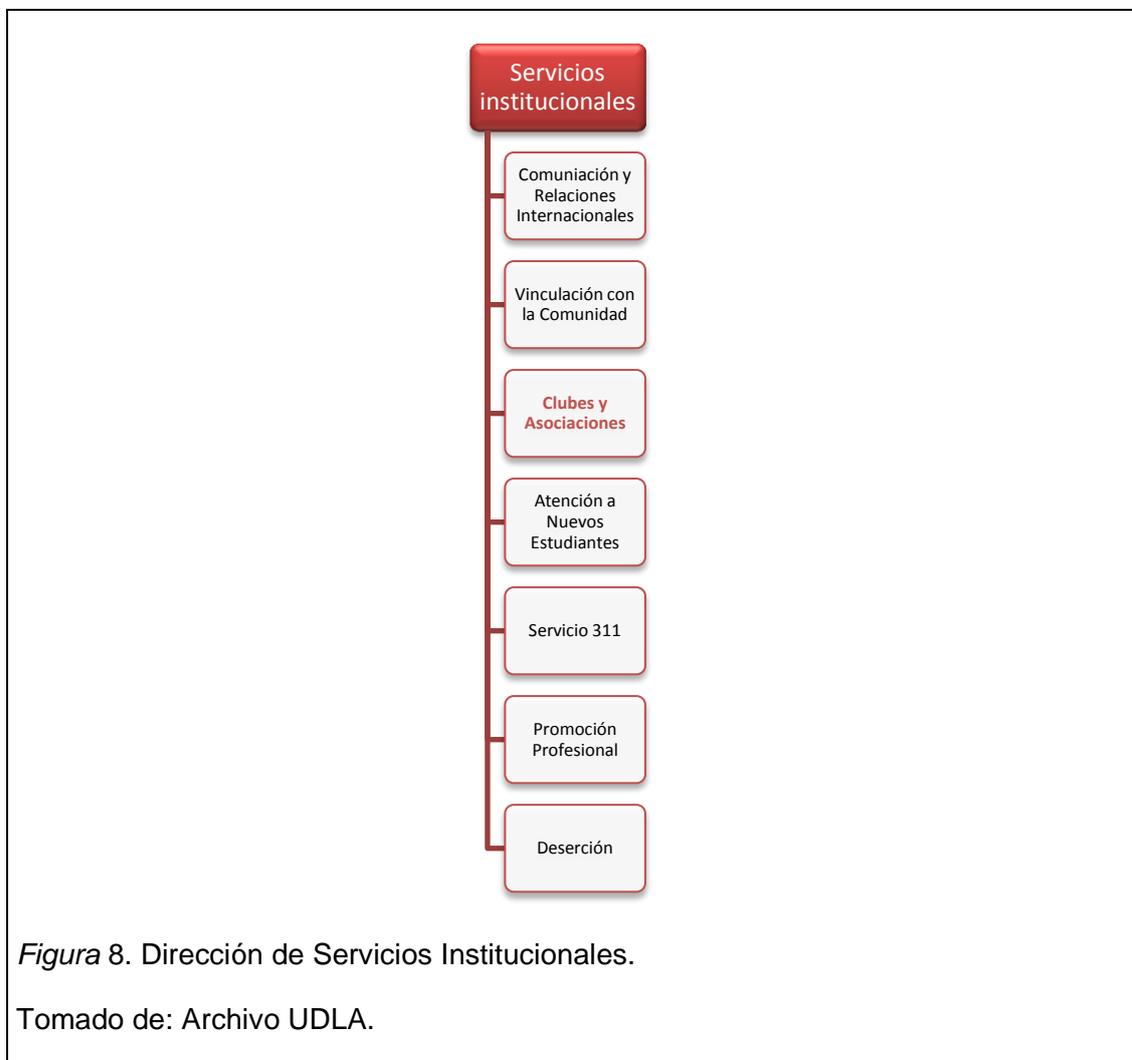
Extracto del reglamento expuesto en Anexo 1.

La guía del estudiante especifica el código de ética a seguir.

Extracto de la guía expuesto en Anexo 2.

## 1.10. Servicios institucionales

Las actividades que realiza Servicios Institucionales están especificadas en la guía del docente.



- **Servicio de Atención al Estudiante 311**

El 311 es el departamento que atiende las inquietudes y requerimientos de la comunidad UDLA, asegurando una respuesta oportuna por parte de la autoridad competente. Es el eje de la cultura organizacional UDLA enfocada a atender las necesidades del estudiante, a través de un servicio eficiente y de calidad.

### **Objetivos**

- Generar alumnos satisfechos con los servicios que ofrece la Universidad.
- Sistematizar el proceso de gestión de inquietudes y requerimientos presentados por la comunidad.
- Identificar los procesos causales de insatisfacción en la comunidad y promover su mejoramiento continuo.

Servicios Institucionales se encuentra en la planta baja de la Sede Granados. Dispone de un sistema informático que permite, en tiempo real, conocer el historial de comunicaciones, interacciones y hacer el seguimiento de las respuestas obtenidas.

Adicionalmente, hay varios canales disponibles a través de los cuales se recibirán las inquietudes, peticiones y sugerencias:

1. Por teléfono: 3981 000 – 397 000 / ext. 311
2. Por correo electrónico: 311@udla.edu.ec
3. Por la Web de la Universidad: [www.udla.edu.ec](http://www.udla.edu.ec)

- **Responsabilidad Social y Vinculación con la Comunidad**

El departamento de Responsabilidad Social y Vinculación con la Comunidad se encarga de documentar las actividades y proyectos que realizan las diferentes carreras en favor de la sociedad, siguiendo una política institucional que favorece el ejercicio de la cátedra, orientada a actividades de naturaleza académica, cultural, artística, social y de servicio comunitario, para fortalecer la relación Universidad – Comunidad.

Los proyectos son liderados por cada facultad, basándose en los objetivos de aprendizaje de los estudiantes, contando con la asesoría de los docentes y en respuesta a una necesidad o demanda de la sociedad.

- **Dirección de Relaciones Internacionales**

A través de esta oficina, se facilitan los intercambios estudiantiles con otras universidades de la red Laureate y fuera de ella. Los alumnos pueden realizar un semestre o un año de intercambio. Con algunas de las universidades el costo es el mismo que el local y, con otras, la colegiatura tiene un precio preferencial.

La experiencia que obtienen los estudiantes es sumamente enriquecedora tanto en lo académico como en lo personal.

- **Atención Alumnos Nuevos**

Esta unidad es la encargada de guiar a los alumnos nuevos en su ingreso a la Universidad a través de las jornadas de inducción y de los procesos de ingreso particulares. Se encarga, igualmente, de asesorar y solventar las inquietudes, sugerencias y peticiones que puedan surgir en la etapa inicial de su vida universitaria.

- **Empleabilidad y Seguimiento a Graduados**

La Bolsa de Empleo es un servicio que se ofrece a los estudiantes y graduados, con el fin de facilitar su acceso al mercado laboral. Como consecuencia de las actividades y proyectos desarrollados, se generan oportunidades para visitas técnicas, convenios de prácticas, programas especiales de selección, participación de funcionarios de las empresas en eventos académicos, charlas de inserción laboral, entre otros. Para acceder a este servicio, los estudiantes disponen de la página web.

Las prácticas pre profesionales se administran en un sistema que permite el registro on-line de la inscripción, controles de asistencia, visitas de docentes, evaluaciones e informes; facilitando el manejo de la información y la obtención de reportes de seguimiento. En el caso de las carreras que contemplan prácticas supervisadas, se facilita el acceso a los docentes que son responsables de las asignaturas o talleres prácticos.

El seguimiento a graduados busca establecer un vínculo permanente, que contribuya al mejoramiento de la calidad académica de las carreras, a través de la participación de los graduados en el co-gobierno de la Universidad y su contribución en diversos eventos o proyectos que beneficiarán directamente la formación de los estudiantes.

- **Retención**

El objetivo de esta unidad es poder identificar tempranamente a los estudiantes que estén con algún riesgo de convertirse en futuros desertores de la UDLA.

Una vez que se identifica a los estudiantes en riesgo, se los convoca para conocer cuál es su situación con mayor profundidad y encontrar mecanismos institucionales de apoyo, para que estos estudiantes puedan continuar con su vida universitaria.

También atiende los retiros y las inquietudes de los estudiantes en las instalaciones Queri.

- **Club de Comunicación**

El Club de Comunicación de la UDLA procura colaborar en la gestión de proyectos comunicacionales y demás actividades académicas de relevancia que favorezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje e investigación de los estudiantes y los docente apoyando a otras direcciones, carreras y facultades de la universidad.

- **Clubes Deportivos**

Este tipo de clubes están dedicados a usos deportivos; poseen diversos equipos e instalaciones destinados a la práctica de los mismos. Usualmente, por cada deporte suele haber equipos diferentes que comparten un mismo logo y compiten en distintos torneos.

Las actividades de los clubes y el deporte recreativo ayudan a promover una mejor calidad de vida y el bienestar de los estudiantes.

Los alumnos tienen una oferta variada de actividades extracurriculares que les permite practicar sus hobbies, para encontrar un ambiente de esparcimiento fuera de sus actividades académicas.

Un club deportivo también es de carácter social. Por medio de este, los participantes o integrantes de un equipo deportivo aprenden a correlacionarse, logrando paulatinamente una actitud de positivismo y confianza hacia sus compañeros y profesores.

A través de estas actividades se puede desarrollar la práctica de la disciplina, concentración, autocontrol, trabajo en equipo, liderazgo, entre otros. Entre los beneficios de pertenecer a un club y practicar un deporte, están: alcanzar un desarrollo físico deseado y lograr una superación personal.

### **Clubes de la UDLA**

Las actividades que ofrecen los Clubes Deportivos de la UDLA son:

#### **Artes Marciales**



Figura 9. Clases de artes marciales.

Tomado de: Archivo UDLA.

El proceso de enseñanza aprendizaje de las artes marciales y la defensa personal tiene como finalidad despertar en los estudiantes el interés por su mejoramiento personal, promoviendo valores como: honor, lealtad, disciplina. Dotando a los estudiantes de autocontrol, autodisciplina y confianza elementos necesarios para alcanzar sus objetivos.

El American Kenpo es una disciplina técnica - marcial que a través de un proceso de aprendizaje guiado que ayuda a descubrir y potenciar los propios recursos de las personas, que le permitan acercarse al nivel de los logros que desean y alcanzar sus perspectivas en el futuro.

Esta disciplina propone un nuevo enfoque que promueve una manera de pensar y un hacer distinto, para desarrollar efectividad mediante un entrenamiento en la manera de ser.

Particularmente, el American Kenpo trabaja con el optimismo, la felicidad, el bienestar, gestión del cambio, se centra en las posibilidades del futuro, no cuestiona los errores del pasado y corrige el rumbo del presente si este no es satisfactorio.

**Objetivo General:**

- Fomentar e inspirar en los estudiantes la capacidad del auto determinación, convirtiéndolo en un ser más competente, guiándolos a tener éxito y liderazgo, sea en su vida personal, social o profesional.

**Objetivo Específico:**

- Capacitar y entrenar a los estudiantes en técnicas y estrategias de defensa personal, que les ayudará a vivir más seguros, mediante el uso de todas sus capacidades tanto espirituales, mentales y físicas, para que alcancen un mejor nivel de supervivencia.

## Aventura



Figura 10. Clases de escalada.

Tomado de: Archivo UDLA.

El curso tiene como finalidad enseñar a los alumnos que el deporte de aventura es una nueva forma deportiva que, en equipo, pone al hombre en contacto con la naturaleza, en el que la motivación de llegar a la meta está por encima de cualquier resultado. El objetivo es llegar, superarse a uno mismo, y para ello es necesario el desarrollo de cualidades físicas, habilidades motoras, gran resistencia general y, por sobre todo, una gran preparación psicológica y de vínculos sociales entre los participantes.

El trabajo en equipo adquiere fundamental importancia, como así también el conocimiento técnico necesario para cada una de las disciplinas que se practican (entre ellas: *running*, *mountainbike*, escalada en roca y hielo, *kayak*, natación, *rollers*, esquí, etc.). Un aspecto crucial en este deporte es el saber orientarse: saber dónde estamos, hacia dónde debemos ir y cómo movernos en un terreno desconocido, donde la naturaleza impone su inmensidad.

**Objetivo General:**

- Practicar el deporte de aventura bajo sus propias capacidades, siendo capaz de realizar salidas de expedición, deporte o recreación por su propia cuenta y tutelar a las personas con las que salga.

**Objetivos específicos:**

- Lograr que el alumno sea autosuficiente en la práctica de deportes de aventura, a través de ejercicios prácticos y teóricos.
- Concienciar a los jóvenes la importancia de la naturaleza en nuestra vida, realizando actividades por las cuales se interactúe de manera directa con la misma.
- Incentivar la lucha, la pasión de conseguir objetivos por cuenta propia sin importar cuán grandes sean.
- Enseñar el orgullo de sentirse parte de la Universidad, por medio de actividades deportivas como competencias, expediciones, etc.
- Conocer los distintos parajes turísticos del Ecuador, desde una visión muy distinta a la tradicional, por medio de caminatas, escaladas, ascensiones, etc.

## Bailes Tropicales



*Figura 11.* Clases de bailes tropicales.

Tomado de: Archivo UDLA.

Los ritmos tropicales son una manifestación artística con un fuerte componente cultural. Se constituyen en una forma de expresión humana, y en el mecanismo por el cual uno puede crecer como individuo activando las capacidades y potencialidades internas. En la actualidad, los ritmos tropicales se han convertido en una de las técnicas dancísticas más complicadas de ejecutar por su exigencia estética y artística.

### **Objetivos Generales:**

- Comprender conceptual, teórica, práctica y culturalmente las diferentes manifestaciones de los ritmos tropicales.
- Desarrollar una técnica artística que fomente la formación integral de los/las participantes.

### Objetivos Específicos:

- Desarrollar destrezas de coordinación, flexibilidad y ritmo.

### Capoeira



Figura 12. Clases de Capoeira.

Tomado de: Archivo UDLA.

El curso tiene como finalidad principal despertar en el joven el interés por las actividades físicas y culturales en pro de su mejoramiento en cuanto a cuerpo, mente y espíritu se refiere. La voluntad, la disciplina y el esfuerzo dedicados al mismo proveerían también al alumnado de la autoestima necesaria para afrontar y conquistar nuevos y variados objetivos, al despertar en ellos la conciencia de la relación esfuerzo – logros, trabajo – virtud, en base a ejercicios y dinámicas que los lleven a conocerse más en sus potenciales habilidades. Se sabe que mientras más temprano sea el despertar deportivo y cultural en los jóvenes, su entorno de crecimiento y desarrollo será de mejor agrado, y confianza Su enriquecimiento, además, se daría en varios sentidos: musical, artístico (danza, canto), y marcial como método y sistema de defensa. A través de la filosofía de “la no violencia”, que consiste en el aprendizaje de esta lucha- danza brasileña a través de su aspecto lúdico (puesto que las

palabras que definen y tipifican a esta práctica son “o jogo de capoeira” o “el juego de capoeira”) los chicos y chicas que formen parte del curso aprenderán a desarrollar destrezas y habilidades inimaginadas todavía por ellos y aprenderán a relacionarse de mejor manera con sus compañeros de grupo y a posteriori con su entorno cotidiano, sin dejar de lado el hecho de que subrepticamente y de forma casi inconsciente aprenderán un método de defensa en extremo eficaz.

**Objetivo General:**

- Conocer la parte armónica de la capoeira como son los instrumentos, cantos y algo del idioma portugués que hace parte de esta arte.

**Objetivos Específicos:**

- Encontrar la virtud, en base a ejercicios y dinámicas que los lleven a conocerse más en sus potenciales y habilidades.
- Dar a conocer más de esta danza lucha brasilera.
- Lograr el interés de los jóvenes por las actividades culturales y deportivas en este caso la capoeira como tal.
- Levantar el autoestima de los alumnos y hacer de esta arte un pasatiempo productivo.

## Danza árabe



*Figura 13.* Presentación Danza Árabe.

Tomado de: Archivo UDLA.

Las Danzas Árabes son una manifestación artística nacida en el Medio Oriente, con un fuerte componente ritual – religioso. Se constituyen en una forma de expresión de la feminidad, y en el mecanismo por el cual uno puede crecer como individuo activando las capacidades y potencialidades internas. En la actualidad, la Danza Árabe se ha convertido en una de las técnicas dancísticas más complicadas de ejecutar por su complejo manejo ondulatorio y divisor del cuerpo. Este curso, como actividad formativa complementaria, es una introducción a la historia de las Danzas Árabes, paralelamente al trabajo corporal para aprender a bailar este arte.

### **Objetivos Generales:**

- Comprender conceptual, teórica, práctica y culturalmente las diferentes manifestaciones de las Danzas Orientales.
- Desarrollar una técnica artística que fomente la formación integral de los/las participantes.

### **Objetivos Específicos:**

- Desarrollar destrezas de coordinación, flexibilidad y ritmo.

## Fútbol femenino



Figura 14. Fútbol femenino.

Tomado de: Archivo UDLA.

El deporte es una actividad indispensable para la formación integral de la alumna, pues no solo desarrolla su parte física sino también mental, espiritual y social. Uno de los deportes más importantes y practicados a nivel tanto nacional como internacional es el fútbol. Esta materia pretende desarrollar las habilidades físicas, tácticas y técnicas de las estudiantes, mediante una formación teórica y principalmente práctica, con la finalidad de crear líderes integrales que aprendan, compartan y disfruten sanamente del fútbol.

### Objetivos Generales:

- Desarrollar técnicas de juego individual y grupal indispensables para el desenvolvimiento dentro y fuera de la cancha.
- Conocer las reglas y fundamentos básicos del fútbol.
- Ampliar su interés hacia el deporte, importante para su formación integral.

### Objetivos Específicos:

- Aprender que el trabajo en equipo es fundamental en la vida cotidiana.
- Potencializar su estado y capacidad física implementando ejercicios específicos que ayuden a su mejor desempeño dentro de la cancha.
- Crear habilidades tácticas individuales, mismas que incrementan su aptitud en el campo de juego.
- Mejorar su resistencia y coordinación en base de juegos recreativos y ejercicios adaptados al fútbol.
- Aumentar su competitividad sin que descuide el juego limpio, esencial para su formación deportiva

### Fútbol masculino



Esta materia pretende desarrollar las habilidades físicas, tácticas y técnicas de las estudiantes, mediante una formación teórica y principalmente práctica, con

la finalidad de crear líderes integrales que aprendan, compartan y disfruten sanamente del fútbol.

### **Objetivo general:**

Tener una visión general de los conceptos de Salud, Deporte y Actividad Física, prepararles en los componentes deportivos para el Fútbol y que estos permitan desarrollar sus capacidades y habilidades deportivas.

### **Objetivos específicos:**

- Identificar los elementos del calentamiento y estiramiento en las sesiones de entrenamiento.
- Reconocer la reglamentación del Fútbol 5, 6 y 7 para las competencias
- Propiciar que el Deporte permite estar alejados de las drogas y el alcohol.
- Generar un pensamiento de Salud en los deportistas con buenos hábitos

### **Vóley**



*Figura 16. Clases de Vóley.*

Tomado de: Archivo UDLA.

El deporte es una actividad indispensable para la formación integral del alumno, pues no solo desarrolla su parte física sino también mental, espiritual y social. Uno de los deportes más importantes y practicados a nivel tanto nacional como internacional es el voleibol. Esta materia pretende desarrollar las habilidades físicas, tácticas y técnicas de los estudiantes, mediante una formación teórica y principalmente práctica, con la finalidad de crear líderes integrales que aprendan, compartan y disfruten sanamente de esta disciplina.

**Objetivos Generales:**

- Desarrollar técnicas de juego individual y grupal indispensables para el desenvolvimiento dentro y fuera de la cancha.
- Conocer las reglas y fundamentos básicos del voleibol.
- Ampliar su interés hacia el deporte, importante para su formación integral.

**Objetivos Específicos:**

- Reconocer que la práctica deportiva aporta al desarrollo de cualidades y valores.
- Desarrollar la motivación individual y grupal por medio del ejercicio.
- Motivar a los estudiantes a través de actividades motoras al desarrollo de su fortaleza espiritual y física.
- Sistematizar las técnicas y tácticas de juego y su aplicación reglamentaria.

## Yoga



Figura 17. Clases de yoga.

Tomado de: Archivo UDLA.

El hatha yoga usa técnicas físicas como posturas, estiramientos, respiraciones trabajando desde el alineamiento y la conciencia corporal para conseguir un cuerpo saludable y a la vez una mente tranquila.

### Objetivos generales:

- Acercar a los estudiantes al yoga como una práctica para mantener bienestar corporal y serenidad.
- Hacer de la práctica de yoga una herramienta complementaria a las actividades del día o a las tareas del individuo.
- Facilitar un espacio de relajación para los participantes del taller a través de la práctica de yoga.

### Objetivos específicos:

- Introducir al estudiante en la técnica del hatha yoga y sus beneficios.
- Presentar la técnica general de ejecución de asanas (posturas de yoga).
- Enseñar algunas de las principales posturas de yoga.
- Generar sesiones de práctica para conseguir flexibilidad, fortalecimiento y relajación.
- Trabajar con la respiración para generar conciencia de la misma.

## Básquet



Figura 18. Clases de Básquet.

Tomado de: Archivo UDLA.

El equipo de básquet no cuenta con un sílabo.

### 1.11 Datos informativos acerca de los clubes



Figura 19. Cantidad de alumnos por clubes.

Tomado de: Archivo UDLA.

Tabla 3. Cantidad de estudiantes inscritos en clubes.

Nombre Club	# Est.
CLUB DE ARTES MARCIALES	12
CLUB DE AVENTURA	30
BASKET	9
BASKET FEMENINO	12
CLUB DE CANTO	30
CAPOEIRA	18
CLUB DE CINE	25
CLUB DE DANZA ARABE	23
CLUB DE DANZA RITMOS TROPICALES	61
CLUB DEFENSA PERSONAL	7
CLUB DE EXPRESION ORAL	10
CLUB DE FOTOGRAFIA	47
FUTBOL MASCULINO	84
FUTBOL FEMENINO	20
CLUB DE JOURNAL	6
CLUB DE JOYERIA	20
MODELO DE NACIONES UNIDAS EXTRACURRICULAR	31
CLUB DE ORATORIA EXTRACURRICULAR	11
STOP MOTION	11
CLUB DE TEATRO	43
CLUB BAILES URBANOS	11
VOLLEY	14
CLUB DE YOGA	107

*Nota:* Tomado de Página web UDLA.

Total 642 estudiantes en clubes.

### Horarios Docentes

El horario establecido para los clubes oscila entre las 8:40 am y 7:30 pm.

Tabla 4. Horario docentes.

HORARIO CLUBES 2013-2				
Sigla		Club	Horarios	Profesor
SEDE COLÓN				
CAP100	2	CAPOEIRA	MARTES, 15:45 - 17:00 JUEVES, 17:05 - 18:20	HENRY VIZCARRA

CNE100	2	CLUB DE CINE	VIERNES, 08:40 - 09:55 / 10:05 - 11:20	GERMÁN BRAVO
DAN100	2	CLUB DE DANZA ARABE	MARTES, 11:30 - 12:45 JUEVES, 11:30 - 12:45	YOLANDA MORA
DAN120	4	CLUB DE DANZA RITMOS TROPICALES	MARTES, 10:05 - 11:20 JUEVES, 10:05 - 11:20	YOLANDA MORA
EXP100	2	CLUB DE EXPRESION ORAL	LUNES, 08:40 - 09:55 MIERCOLES, 08:40 - 09:55	VINICIO AGUINAGA
FOT100	3	CLUB DE FOTOGRAFIA	LUNES, 10:05 - 11:20 MIERCOLES, 10:05 - 11:20	CHRISTIAN LLAGUNO
TEA100	1	CLUB DE TEATRO	MARTES, 08:40 - 09:55 / 10:05 - 11:20	RAMIRO AULESTIA
YOG100	5	CLUB DE YOGA	MARTES, 10:05 - 11:20 JUEVES, 10:05 - 11:20	GIOCONDA COELLO
YOG100	6	CLUB DE YOGA	MARTES, 11:30 - 12:45 JUEVES, 11:30 - 12:45	GIOCONDA COELLO
DEF100	2	CLUB DEFENSA PERSONAL	MIÉRCOLES 12:55 - 14:10 / 14:20 - 15:40	ROBERTO ALMAGRO
<b>SEDE QUERI</b>				
CAP100	3	CAPOEIRA	LUNES, 18:20 - 19:30 MIERCOLES, 18:20 - 19:30	HENRY VIZCARRA
ART100	2	CLUB DE ARTES MARCIALES	LUNES, 15:45 - 17:00 / 17:05 - 18:20	ROBERTO ALMAGRO
CNE100	4	CLUB DE CINE	VIERNES, 07:15 - 08:30 / 08:40 - 09:55	GERMÁN BRAVO
DAN120	3	CLUB DE DANZA RITMOS TROPICALES	MIERCOLES, 10:05 - 11:20 / 11:30 - 12:45	ENRIQUE MÉNDEZ
FOT100	2	CLUB DE FOTOGRAFIA	MARTES, 10:05 - 11:20 JUEVES, 10:05 - 11:20	CHRISTIAN LLAGUNO
JOY100	1	CLUB DE JOYERIA	LUNES, 15:45 - 17:00 / 17:05 - 18:20	MONICA AYALA
JOY100	2	CLUB DE JOYERIA	MARTES, 15:45 - 17:00 / 17:05 - 18:20	MONICA AYALA
YOG100	3	CLUB DE YOGA	LUNES, 11:30 - 12:45 MIERCOLES, 11:30 - 12:45	NICOLE OEMER

YOG100	4	CLUB DE YOGA	MARTES, 11:30 - 12:45 JUEVES, 11:30 - 12:45	NICOLE OEMER
STM100	1	STOP MOTION	JUEVES, 08:40 - 09:55 / 10:05 - 11:20	GEORGINA SOTO
STM100	2	STOP MOTION	MARTES, 08:40 - 09:55 / 10:05 - 11:20	GEORGINA SOTO
<b>SEDE GRANADOS</b>				
BAS100	1	BASKET	LUNES, 17:05 - 18:20 MIERCOLES, 17:05 - 18:20	CARLOS PRECIADO
BAS100	2	BASKET	MIERCOLES, 18:20 - 19:30 VIERNES, 17:05 - 18:20	CARLOS PRECIADO
BAS110	1	BASKET FEMENINO	LUNES, 18:20 - 19:30 VIERNES, 18:20 - 19:30	CARLOS PRECIADO
CAP100	1	CAPOEIRA	LUNES, 17:05 - 18:20 MIERCOLES, 17:05 - 18:20	HENRY VIZCARRA
ART100	1	CLUB DE ARTES MARCIALES	JUEVES, 15:45 - 17:00 / 17:05 - 18:20	ROBERTO ALMAGRO
AVN100	1	CLUB DE AVENTURA	LUNES, 19:35 - 20:45 MIERCOLES, 19:35 - 20:45	PABLO MUÑOZ
AVN100	2	CLUB DE AVENTURA	SÁBADO 8:40 - 10:00 / 10:05 - 11:25	PABLO MUÑOZ
CAN100	1	CLUB DE CANTO	LUNES, 15:45 - 17:00 MIERCOLES, 15:45 - 17:00	IVAN ACOSTA
CAN100	2	CLUB DE CANTO	MARTES, 17:05 - 18:20 MIERCOLES, 17:05 - 18:20	IVAN ACOSTA
CNE100	1	CLUB DE CINE	MIERCOLES, 15:45 - 17:00 / 17:05 - 18:20	GERMAN BRAVO
DAN100	1	CLUB DE DANZA ARABE	LUNES, 17:05 - 18:20 MIERCOLES, 17:05 - 18:20	YOLANDA MORA
DAN120	1	CLUB DE DANZA RITMOS TROPICALES	VIERNES, 14:20 - 15:35 / 15:45 - 17:00	ENRIQUE MENDEZ
DAN120	2	CLUB DE DANZA RITMOS TROPICALES	LUNES, 15:45 - 17:00 MIERCOLES, 15:45 - 17:00	YOLANDA MORA
EXP100	1	CLUB DE EXPRESION ORAL	JUEVES, 11:30 - 12:45 VIERNES, 11:30 - 12:45	OSWALDO AGUINAGA
FOT100	1	CLUB DE FOTOGRAFIA	LUNES, 15:45 - 17:00 MIERCOLES, 15:45 - 17:00	CHRISTIAN LLAGUNO
JNC100	1	CLUB DE JOURNAL	VIERNES, 12:55 - 14:10 / 14:20 - 15:35	MARCO

				FORNASINI
TEA100	2	CLUB DE TEATRO	MARTES, 17:05 - 18:20 / 18:20 - 19:30	RAMIRO AULESTIA
TEA100	3	CLUB DE TEATRO	JUEVES, 15:45 - 17:00 / 17:05 - 18:20	GERMAN BRAVO
YOG100	1	CLUB DE YOGA	LUNES, 15:45 - 17:00 MIERCOLES, 15:45 - 17:00	ARTURO CASTILLO
YOG100	2	CLUB DE YOGA	MARTES, 15:45 - 17:00 JUEVES, 15:45 - 17:00	ARTURO CASTILLO
DEF100	1	CLUB DEFENSA PERSONAL	MARTES, 15:45 - 17:00 / 17:05 - 18:20	DIEGO ALMAGRO
FUT110	1	FUTBOL FEMENINO	VIERNES, 18:20 - 19:30 / 19:35 - 20:45	JUAN AGUINAGA
FXF100	1	FUTBOL FEMENINO XTRA	MARTES, 18:20 - 19:30 / 19:35 - 20:45	JUAN AGUINAGA
FUT100	1	FUTBOL MASCULINO	MARTES, 15:45 - 17:00 / 17:05 - 18:20	DIEGO CORAL
FXM100	1	FUTBOL MASCULINO XTRA	JUEVES, 17:05 - 18:20 JUEVES, 18:20 - 19:30	DIEGO CORAL
ONU100	1	MODELO DE NACIONES UNIDAS	SABADO, 10:05 - 11:20 / 11:30 - 12:45	DIEGO ESCOBAR
ONU100	2	MODELO DE NACIONES UNIDAS	SABADO, 10:05 - 11:20 / 11:30 - 12:45	JULIANA FERREIRA
VOL100	1	VOLLEY	MARTES, 17:05 - 18:20 JUEVES, 17:05 - 18:20	JORGE EGAS
VOL110	1	VOLLEY FEMENINO	MARTES, 15:45 - 17:00 JUEVES, 15:45 - 17:00	JORGE EGAS

**Nota:** Tomado de Página web UDLA.

## Campeonatos

- **Internos**

En los últimos semestres se ha realizado algunos campeonatos deportivos a nivel interno:

Fútbol: femenino, masculino y funcionarios

- Básquet
- Vóley
- Ping Pong

De acuerdo a datos obtenidos de la Coordinación de Clubes, el promedio de equipos de fútbol masculino es de 40. El promedio de jugadores por equipo es de 9.

En fútbol femenino el promedio de equipos es de 5 y de 8 jugadoras por equipo.

En el fútbol de funcionarios hay 10 equipos de las diferentes áreas del Universidad. El promedio de inscritos es de 7.

En básquet hay 4 equipos con un promedio de 7 jugadores inscritos.

En vóley hay 7 equipos con un promedio de 4 inscritos por equipo.

- **Externos**

La selección de fútbol masculina de la UDLA participa en el Campeonato Amateur de Pichincha de la AFAP y también en la Copa Pichincha para ascender a Segunda Categoría.

Los clubes de danza árabe, bailes tropicales y bailes urbanos participan en diferentes torneos organizados por algunas universidades de Quito.

El club de básquet también participa en torneos organizados por distintas universidades.

### **Canales de Comunicación**

Los canales de comunicación que actualmente utiliza la coordinación de Clubes son los siguientes:

- Página web Universidad
- Carteleras
- Ferias
- Volantes

## CAPÍTULO II

### 2. LA COMUNICACIÓN

#### 2.1. Concepto de Comunicación

La comunicación es uno de los procesos más necesarios, interesantes y complejos que lleva a cabo diariamente el ser humano. Por medio de esta es posible crear un vínculo o una relación entre un emisor y un receptor. Su necesidad e importancia radica en que sin ella, una persona simplemente estaría aislada del mundo.

“Los humanos en el fluir de la vida cotidiana realizamos una serie de actos muy diversos de mayor o menor importancia, que nos relacionan con otros seres y grupos y también con las cosas y los objetos. Y hemos descubierto hace algo más de medio siglo que esos actos tan corrientes, diversos, dispersos y a menudo inconscientes, poseen todos ellos una raíz y un denominador común: son actos de comunicación. Que ahora sabemos agrupar y realizar bajo este nombre común. (Costa, 2007, p.30)

En términos sencillos, la comunicación es la transmisión de un mensaje; este se formula desde una fuente de información que al ser transmitido por medio de un canal es recibido por un receptor. Este último se encargará de dar un *feedback* o una retroalimentación. Es importante recalcar que si no existe una retroalimentación el ciclo de la comunicación no estará completo, dejando así al mensaje como simple información emitida.

“La comunicación, por tanto, constituye el proceso mismo (ya sea físico o comportamental) en el que se producen y se hacen circular mensajes por cuya información se distinguen unos de otros, se diferencian y se pueden evaluar como adecuados o inadecuados para ser transmitidos, ya sea sin riesgos físicos (distorsiones o ruidos) o sin riesgos cognitivos (ambigüedad, originalidad excesiva –incomprensibilidad- o nula –redundancia-, etc.).” (Piñuel, 1997, p. 38)

## 2.2. Elementos de la comunicación

El siguiente gráfico pertenece al modelo de comunicación desarrollado por Claude Elwood Shannon y Warren Weaver en 1948. Muestra claramente el proceso de comunicación que el mensaje sigue para poder cumplir con su ciclo. En el se puede identificar los elementos de la comunicación.

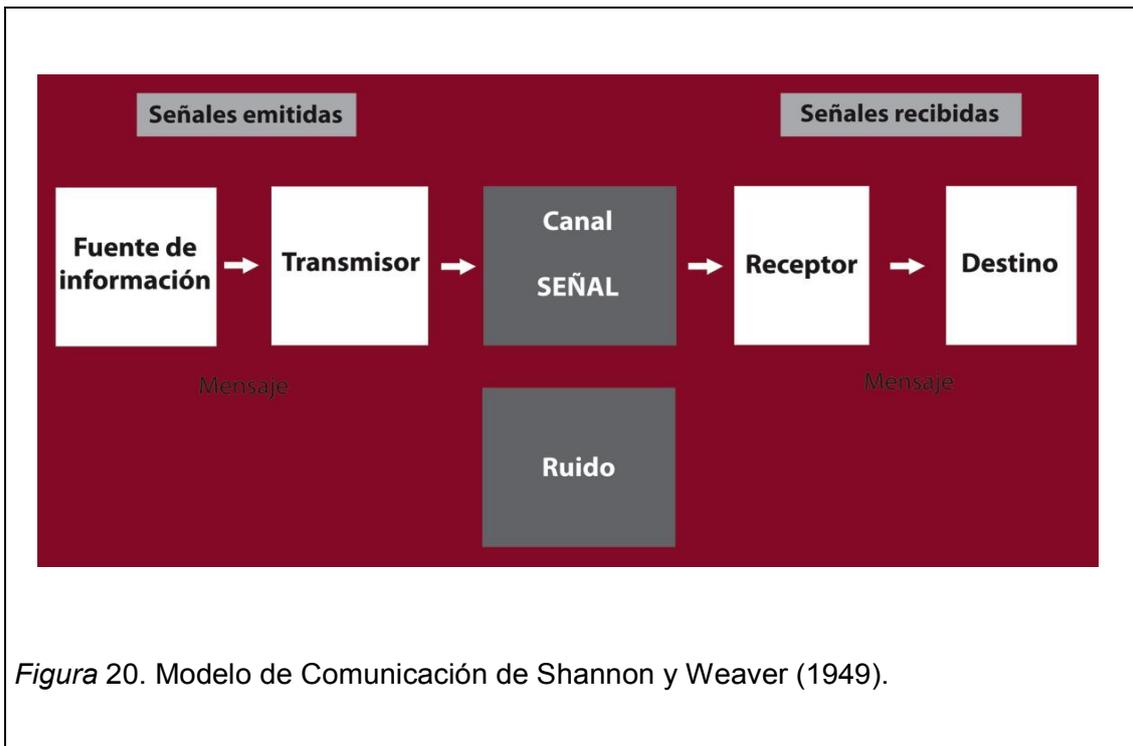


Figura 20. Modelo de Comunicación de Shannon y Weaver (1949).

- **Fuente de información:** Este es el elemento emisor inicial de este proceso de comunicación en el cual se origina el mensaje que se desea difundir.
- **Transmisor:** Es la persona encargada de transformar y enviar el mensaje deseado por medio de códigos o señales designadas para llegar al receptor.
- **Canal:** Es el medio físico o técnico por el cual se transmite el mensaje.
- **Receptor:** Se trata de un receptor igualmente técnico. Se decodifica el mensaje transmitido por el canal y se lo transforma a un lenguaje comprensible para quien será el verdadero destinatario.

- **Destino:** Es el verdadero receptor. A través del receptor se definirá si el mensaje fue comprendido o no y, de esta manera, se identificará las fallas si es que las hay. Es por esta razón que el *feedback* es de suma importancia.
- **Ruido:** Se trata de señales ajenas a la transmisión original que pueden distorsionar el mensaje enviado o interferir con la recepción del mismo.

“El modelo matemático de la comunicación (Shannon 1948) pretende representar un sistema general para cualquier tipo de comunicación porque, excluyendo toda referencia a contenidos, selecciona únicamente el fenómeno físico que cualquier sistema comunicativo supone: la transmisión de señales. Es decir, estudia la optimización de la transmisión de mensajes, a partir de las condiciones que impone un transporte de señales.” (Piñuel, 1997, p. 38).

### 2.3. Tipos de comunicación

- **Comunicación interindividual** (de persona a persona): Joan Costa (2007, p. 34) explica que este es el tipo de comunicación cara a cara que utiliza canales naturales y en el cual se obtiene una retroalimentación inmediata. Ambos se encuentran en el mismo lugar y se comunican por medio de hablar, escuchar, tocar, gesticular, accionar.

Este tipo de comunicación puede darse también a través de una dimensión lejana en la que el sujeto “A” no se encuentra en el mismo lugar que el sujeto “B” y utilizan un canal artificial como el teléfono o el internet para comunicarse. En ambos casos la comunicación es bidireccional y se valen de preguntas y respuestas para completar el proceso de conversación, interacción o diálogo.

- **Comunicación de difusión:** Costa define a esta como la: “emisión de un mensaje por parte de un solo individuo hacia un gran número de receptores” (Costa, 2007, p.35). A través de la *Mass Media*, el emisor difunde sus mensajes en gran magnitud. Como es el ejemplo de la televisión y la radio, en los cuales millones son los receptores; estos

desconocen de la existencia del otro. Según Costa: “La comunicación de difusión es propiamente telecomunicación o acción a distancia.” (Costa, 2007, p.35). Es necesaria para esto la utilización de un canal artificial en donde la comunicación es unidireccional.

- **Comunicación organizacional:** este tipo de comunicación, como dice Joan Costa (1992, p. 26), “es parte de la cultura y de las normas de una organización, y se puede dar formal e informalmente”. Es básicamente la comunicación que se da dentro de una entidad o que esta emana hacia sus públicos.

Una vez entendido el concepto general de lo que es la Comunicación, se puede profundizar un poco más en lo que es la Comunicación Corporativa.

#### **2.4. Comunicación Corporativa**

Al igual que una persona, una organización se comunica y tiene la necesidad de hacerlo siempre; incluso cuando no lo desea. Es por esta razón que la comunicación organizacional se encarga de gestionarla e intenta abarcar cada uno de los aspectos que necesitan ser bien direccionados cuando de comunicar se trata.

“El concepto de comunicación corporativa surge de las Ciencias de la Comunicación, y es la aplicación al ámbito empresarial de los planteamientos tradicionales desarrollados a través del conocimiento de los medios de comunicación de masas y sus efectos, así como de las nuevas corrientes investigadoras cuya génesis hay que buscarla en cinco ciencias: Sociología, Lingüística, Psicología, Semiótica, y Teoría de la Información.” (Rodríguez, 1999, p. 82)

En términos generales la comunicación corporativa gestiona la comunicación de manera que se logre un envío de mensajes efectivos que lleguen al receptor con un mínimo de ruido o distorsión, para que de esta manera se obtengan resultados favorables. Andrade define a la Comunicación Organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una

organización, y entre ésta y sus diferentes públicos externos”. (Andrade, 1997, p. 20)

Sin embargo, el envío de mensajes no es el fin concreto de la Comunicación Corporativa, este es solo un medio para cumplir su objeto. La razón por la cual se encarga de esto, es que desea a corto, mediano y largo plazo poder cumplir con los objetivos que la institución se ha propuesto alcanzar. Es precisamente esta la razón por la cual los mensajes deben ser efectivos, pues de no serlo interferirían con el buen cumplimiento de dichos objetivos.

En primera instancia, un comunicador corporativo debe llevar a cabo una investigación exhaustiva de la empresa en la que va a trabajar. Por un lado, esto es necesario para cerciorarse de que los objetivos propuestos por la empresa estén bien planteados; de lo contrario, su primera propuesta deberá ser replantearlos correctamente. Por otro lado, es indispensable que éste conozca a fondo la historia de la misma e ir avanzando hasta llegar incluso a saber acerca de su clima laboral. El conocimiento que posea de esta debe ser global, así se podrá enfocar claramente los procesos a llevarse a cabo para alcanzar la visión de la entidad. Ésta también es una manera de potenciar o consolidar una imagen prestigiosa de la compañía.

Para poder alcanzar este objetivo de consolidación y potenciación de la imagen de una empresa, es necesario comenzar por reforzar su identidad. Todo el cambio que una entidad pueda lograr, iniciará siempre desde su interior. Sería inútil intentar cambiar a largo plazo la imagen de una empresa sin haber primero resuelto posibles problemas internos.

“La Comunicación Corporativa es la transmisión de nuestra identidad, es decir, lo que somos (misión, visión, valores, etc.) junto con nuestra marca (logotipo y nombre de la organización). Esta comunicación de lo que somos tiene como resultado lo que se denomina “imagen corporativa”, la percepción que los demás tienen de nuestra identidad.” (Arizcuren et al., 2008, p. 30)

La identidad de una institución es un tema que se debe tratar a profundidad; manejarla correctamente significa programar los procesos que se llevarán a cabo de manera interna, logrando así no solamente un mejor funcionamiento interno a nivel de gestiones, sino también de relaciones interpersonales que son las que crean el clima laboral. Adicional a esto, está el servicio al cliente. Este de igual manera, mejorará si el clima interno de la empresa ha prosperado. Todo esto es lo que permitirá que se proyecte una imagen específica a los públicos externos. Como sugiere Capriotti (2006, p. 17), la imagen que perciben de esta debe venir de una “planificación detallada de los diversos recursos de comunicación (masivos y no masivos) para lograr una efectividad y una rentabilidad de la comunicación”.

Ya que es necesario el manejo efectivo de la comunicación dentro de la empresa, el comunicador corporativo ocupará también el puesto de relacionista público. Las relaciones públicas se encargan de la dirección y gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos. Como menciona Gruning (2003, p. 53), “Los profesionales de las Relaciones Públicas, sin embargo, no sólo se comunican para sí. Dirigen, planifican y ejecutan la comunicación para la organización como un todo.” Ellos son los encargados de que el ciclo de la comunicación se lleve a cabo y regrese con un *feedback* para seguir gestionándola de acuerdo a estos resultados y continuar avanzando con los objetivos propuestos por la empresa.

## **2.5. Relaciones Públicas**

### **2.5.1. Importancia de las Relaciones Públicas**

Las Relaciones Públicas buscan constantemente la construcción de relaciones mutuamente beneficiosas entre una empresa y sus públicos. Es básicamente una disciplina de gestión como menciona Black quien cita a la Declaración Mexicana que en 1987 fue firmada por representantes de más de treinta asociaciones de Relaciones Públicas y que proponen la siguiente definición de las RR.PP.:

“El ejercicio de las Relaciones Públicas es la conjunción del arte y la ciencia social de analizar las tendencias, prever sus consecuencias, asesorar a la dirección de la organización y poner en práctica los programas de acción, previamente planificados, que sirvan tanto al interés de la organización como al del público”. (Black, 1994, p. 18).

Su importancia radica en el manejo de las relaciones que una entidad tiene con sus públicos. Por medio de esta es que se logran vínculos importantes y favorables para ambas partes. No se trata de manipularlos, sino de persuadirlos a través de convenios que logren ganancia y provecho tanto a la organización como a todos aquellos que se ven afectados de manera positiva o negativa por esta.

“Las Relaciones Públicas pueden resumirse con ciertas palabras clave. Éstas son: reputación, percepción, credibilidad, confianza, armonía y la búsqueda de la comprensión mutua, basada en la verdad y una información total.” (Black, 1994, p.15).

El objetivo de las RR.PP. es promover por medio de información verídica y un buen manejo de la comunicación, una imagen de prestigio de la empresa y relaciones perdurables con sus públicos. Gestiona de manera eficaz y eficiente el nexo que une a los públicos mencionados para lograr una convivencia entre ambas en la que se pueda percibir credibilidad, armonía y confianza como menciona Black. Todo esto es lo que ayudará paulatinamente a la empresa a cumplir con sus objetivos planteados.

### **2.5.2. Las Relaciones Públicas como proceso**

Como proceso, las Relaciones Públicas funcionan bajo el concepto de cumplir cuatro pasos específicos: la investigación, la acción, la comunicación y la evaluación. Wilcox, Cameron y Xifra (2006, p.10) explican cada uno de ellos:

“Investigación: ¿Cuál es el problema o la situación?; Acción (planificación de un programa): ¿Qué se va a hacer al respecto?; Comunicación (ejecución):

¿Cómo se informará al público?; Evaluación: ¿Se logró llegar al público? ¿Cuál fue el efecto?”.

La etapa de la investigación es clave. En esta se debe identificar con certeza cuál es el origen del problema que ha suscitado desequilibrio en la organización; es necesario identificar hasta el más mínimo detalle para poder analizar y comprender a profundidad lo que está ocurriendo. Una vez hecho esto, se podrá empezar a plantear ideas con soluciones al problema. Esta es la fase de la acción; en la cual se planificará un programa o plan de comunicación en el cual responderemos a la pregunta: ¿Qué se va a hacer al respecto?. En esta etapa se definirá las mejores opciones para la entidad y se elegirá las medidas a tomar para contrarrestar cualquier daño ya causado o prevenirlo si es el caso. El siguiente paso, la ejecución o comunicación, es llevar a cabo todo lo que se ha previsto en el plan antes mencionado. Es la manera en que se informará al público de los acontecimientos y el cómo se manejará la situación desde los adentros de la entidad. Para finalizar, se llevará a cabo una evaluación en la cual se analizará el *feedback* recibido. Es indispensable saber si las acciones se llevaron a cabo de forma exitosa, es decir, si el público fue efectivamente informado y si se obtuvo los resultados esperados para el plan. De esta manera, se sabrá con certeza que estas cuatro etapas han sido efectivas.

### 2.5.3. Elementos de las Relaciones Públicas

A continuación se explicarán los elementos de las RR.PP. según el monográfico de la Fundación PRSA que Wilcox y otros (2006, pp. 13-14) presentan.

- **Asesoría:** advierte y recomienda a los directivos acerca de comunicación, políticas y relaciones
- **Investigación:** define y analiza problemas, actitudes y comportamientos con el fin de planificar estrategias de relaciones públicas para crear una comprensión mutua o persuadir al público.
- **Relaciones con los medios de comunicación:** cuando busca *publicity* trabaja directamente con los medios de comunicación para lograr un enfoque positivo acerca de la empresa.
- **Publicity:** difunde mensajes planificados a favor de la organización a través de medios de comunicación.

- **Relaciones con los trabajadores/miembros:** ayuda a responder a las peticiones o necesidad de información y motivación de los públicos internos de la organización.
- **Relaciones con la comunidad:** planifica actividades con la comunidad para establecer vínculos de confianza y potenciar relaciones mutuamente beneficiosas entre esta y la entidad.
- **Asuntos públicos:** extiende la participación en la política pública y ayuda a la organización a adaptarse a las expectativas públicas.
- **Asuntos gubernamentales:** relaciones directas en nombre de la empresa con poderes públicos. El lobby es parte del programa de asuntos gubernamentales.
- **Gestión de conflictos potenciales (*issues management*):** identificación y resolución de diversos asuntos o temas que pueden afectar a la organización.
- **Relaciones financieras:** creación y potenciación de relaciones con la comunidad financiera y los inversores de la organización.
- **Relaciones sectoriales:** relaciones con otras empresas del sector y con los sindicatos.
- **Desarrollo/Capacitación de fondos (*fund-raising*):** mediante contribuciones financieras demostrar apoyo y fomento del apoyo del público a la organización.
- **Relaciones multiculturales/diversidad del lugar del trabajo:** relaciones con los individuos y públicos en una variedad de grupos culturales.
- **Acontecimientos especiales:** actividades o eventos programados para fomentar el interés sobre una persona, producto u organización; así mismo relacionarse con sus públicos y atender sus necesidades directamente.
- **Comunicación de marketing:** combinación de actividades diseñadas para vender un producto, servicio o idea, incluidas la publicidad, el material complementario, la *publicity*, la promoción, el correo directo, los salones comerciales y los eventos especiales.

Toda organización funciona gracias a sus públicos; es por ello importante definir cuáles son y su relevancia dentro de la misma.

## **2.6. Públicos**

Los públicos de una institución son aquellos que afectan o se ven afectados de manera directa o indirecta por la misma. Los mensajes que la organización emane serán interceptados directamente por ellos.

“La clasificación más típica de los públicos genéricos, o *stakeholders* es la que diferencia entre públicos internos y externos, aunque no todos los autores definen estas categorías del mismo modo ni incluyen en ellas a los mismos colectivos, como se puede observar en el siguiente cuadro”. (Míguez, 2010, p. 70)

	<b>Internos</b>	<b>Externos</b>	<b>Mixtos, intermedios, ambivalentes</b>
<b>Aguadero (1993)</b>	Empleados, mandos intermedios, directivos. Accionistas	Clientes. Entidades financieras. Competencia. Admin. públicas, organismos representativos. Medios de información. Vecinos y comunidad en general. Instituciones científicas y culturales de enseñanza	Proveedores, distribuidores, concesionarios, colaboradores
<b>Antona (1991)</b>	Empleados. Accionistas	Clientes. Proveedores, distribuidores, Inversores, entidades financieras. Admins., gobierno. Prensa. Público gral.	Sin especificar
<b>Barquero (2001)</b>	Equipos directivos, jefes de departamentos, mandos intermedios, administradores, empleados de oficinas y fábrica, equipos comerciales, representantes, transportistas, mantenimiento, limpieza, seguridad y otros.	Clientes esporádicos y fijos. Accionistas, posibles accionistas. Proveedores, suministradores. <i>Brokers</i> , analistas financieros, banca, empresas y consultoras financieras. Administraciones, poderes públicos. Medios de comunicación en general y especializados. Asociaciones del ramo, aseguradoras, universidades...	Sin especificar
<b>Cutlip, Center y Broom (2001)</b>	Empleados y familias. Voluntarios	Consumidores. Inversores. Vecinos. Expertos en temas de medio ambiente...	Sin especificar
<b>Marston (1981)</b>	Empleados y familias. Accionistas. Proveedores. Comerciantes y distribuidores. Clientes o consumidores. Vecinos de planta,...	Mundo financiero. Autoridades gubernamentales. Prensa. Clero, clubes, asociaciones comerciales, agricultores...	Comunidad (aunque no lo denomina mixto)
<b>Mazo (1994)</b>	Sin especificar	Sin especificar	Accionistas. Informadores, columnistas Admin. públicas Sindicatos, vecinos, grupos ecologistas
<b>Ugeaux (1976)</b>	Dirección de la empresa, altos cargos, mandos intermedios, empleados. Sindicatos. Grupos espontáneos	Clientes. Proveedores. Corporación, sector o asociación. Poderes públicos Medios de comunicación	Accionistas. Banqueros
<b>Urzáiz (1997)</b>	Personal (dirección, cuadros directivos, mandos intermedios, empleados, obreros). Sindicatos	Clientes potenciales y reales. Proveedores. Competidores. Poderes públicos. Medios de comunicación. Comunidades locales. Enseñanza	Accionistas, socios capitalistas. Distribuidores e intermediarios

Figura 21. Clasificación de los *stakeholders* y los públicos.

Tomado de: Míguez, 2010, p. 69.

- **Internos**

Dentro de los públicos internos se encuentran todos aquellos que conforman la empresa y están directamente ligados a esta. Son los que se ven afectados inmediatamente por ella. Entre ellos encontramos a los directivos, al personal administrativo y el personal de servicio.

“Para Moore y Canfield (1980: 72-73) sólo pueden considerarse públicos internos aquellos que pertenecen directamente a la organización, es decir, los empleados, mientras que el resto de colectivos con los que se relaciona la organización estarían en el grupo de los públicos externos.” (Míguez, 2010, p. 70)

- **Externos**

El público externo es aquel que tiene una relación con la institución pero que no forma parte de sus empleados o directivos. En primera instancia están los clientes o el target objetivo al que se dirige la entidad. A partir de estos se encuentran los públicos externos como los proveedores, accionistas, *stakeholders*, comunidad, entre otros.

“Así, según Marston, los públicos internos están formados por colectivos relacionados con la compañía y que entran en contacto con ella regularmente, mientras que los públicos externos se componen de grupos que no están necesariamente relacionados con la organización aunque pueden afectar a su bienestar.” (Míguez, 2010, p. 70)

Una vez establecidas las diferencias entre los públicos existentes, es necesario recalcar que la manera en que la empresa se va a comunicar con ellos dependerá de si son internos o externos, para esto son necesarias herramientas de comunicación específicas.

## 2.7. Herramientas de comunicación

Las herramientas de comunicación que se utilizan en una organización son claves para una buena recepción del mensaje que se desea enviar. Son precisamente estos canales los que lograrán la acogida o rechazo del mensaje.

“Hay que tener en cuenta que una buena comunicación interna tiene que garantizar un buen sistema de participación que implique a todos los grupos de interés. La creación de unos canales por los que circule la comunicación a todos los niveles sirve para favorecer esa participación.”  
(Arizcuren et al., 2008, p. 27)

### 2.7.1. Herramientas internas

- **Comunicación directa y personal:** La ventaja de este canal es que ayuda a crear, mantener o reforzar relaciones interpersonales dentro de la organización. Esta manera básica de comunicación siempre será primordial dentro de la empresa.
- **Boletines:** El objetivo de los boletines es mantener informados a los empleados acerca de los movimientos de la institución y de todo aquello que esta considere sea necesario comunicar.
- **Revistas:** Las revistas institucionales internas son herramientas que pueden colaborar con el manejo de la identidad corporativa de la empresa. Por medio de estas se puede dar a conocer paulatinamente la historia de la misma y todos aquellos aspectos que los empleados deben conocer.
- **Correo electrónico:** Hoy en día el correo electrónico permite enviar un sin fin de comunicados. Desde simples correos hasta una revista digital. Si es bien utilizado, el correo electrónico puede ser una de los canales más utilizados y efectivos a nivel interno.
- **Teléfono:** Después de la comunicación verbal, este canal es probablemente el más utilizado dentro de la empresa. Funciona eficazmente pues ofrece una respuesta inmediata.

- **Reuniones:** Deben ser planificadas con anterioridad con el fin de cumplir con un objetivo planteado para la misma. Además de eso, fomenta la comunicación ascendente, descendente y horizontal.
- **Carteleras:** Ayuda a difundir noticias actuales, puntuales e interesantes que necesitan saber los empleados.
- **Intranet:** Funciona como una buena herramienta de comunicación interna en la cual sus públicos pueden mantenerse informados y comunicarse entre sí para fines laborales.

### 2.7.2. Herramientas externas

- **Comunicación directa y personal:** Este canal, al igual que en la comunicación interna, ayuda a crear, mantener o reforzar relaciones pero con los públicos externos.
- **Buzón de sugerencias:** Esta herramienta es muy útil si es bien utilizada. Por medio de ella, los públicos podrán hacer llegar sus críticas o sugerencias a la empresa, generando así un tipo de *feedback*.
- **Revistas:** Las revistas institucionales permiten a los públicos quincenal o mensualmente enterarse de los acontecimientos recientes dentro de la organización. Así mismo, puede ser un instrumento para proyectar una imagen de prestigio de la misma.
- **Correo electrónico:** Hoy en día el correo electrónico permite enviar un sinnúmero de comunicados. Desde simples correos hasta una revista digital. Si es bien utilizado, el correo electrónico puede ser una de los canales más utilizados y efectivos.
- **Teléfono:** Después de la comunicación verbal, este canal es probablemente el más utilizado dentro de la empresa. Funciona eficazmente pues ofrece una respuesta inmediata.
- **Carteleras:** Ayuda a difundir noticias actuales, puntuales e interesantes acerca de la organización.

- **Internet:** Permite una amplia gama de actividades comunicacionales, tanto para informar como para enviar mensajes de parte de la organización.

Manejar correctamente las herramientas de comunicación antes detalladas permite proyectar la información e imagen que se desea.

## **2.8. Identidad corporativa**

Anteriormente se mencionó que así como un ser humano precisa de la comunicación para manejarse en su entorno, una empresa también. De la misma manera necesita de una identidad; es más, no solamente la necesita, la posee, así no esté consciente de ello.

“Imagen corporativa es descrita como el retrato que se tiene de una empresa, mientras que “identidad corporativa” denota la suma total de todas las formas de expresión que una empresa utiliza para ofrecer una perspectiva de su naturaleza.” (Van Riel, 1997, p.27).

La identidad corporativa de una entidad puede ser percibida a través de su comportamiento, lo cual en definitiva nos demuestra su esencia. Es por esta razón que está conformada por más de un aspecto y es lo que la define, identifica y diferencia del resto de entidades que puedan parecerse u ofrecer el mismo producto o servicio. A diferencia de la imagen corporativa, que hasta cierto punto puede ser muy controlada y maleable, la identidad es algo que la empresa presenta a sus públicos sin mucha opción a ser escondida o disfrazada, puesto que es el conjunto de la comunicación de muchos factores que pueden ser incluso intangibles.

“Identidad corporativa es la autopresentación y el comportamiento de una empresa, o nivel interno y externo, estratégicamente planificados, y operativamente aplicados. Está basada en la filosofía acordada por la empresa, en los objetivos a largo plazo, y, en especial, en la imagen deseada, junto con el deseo de utilizar todos los instrumentos de la

empresa como unidad única, tanto de manera interna como externa.”  
(Birkigt y Stadler, 1986 citado en van Riel, 2006, p.31).

Existen tres tipos de medios por los cuales una empresa puede transmitir su identidad corporativa: el comportamiento, la comunicación y el simbolismo. Por medio del comportamiento se crea la identidad corporativa; las acciones de la organización siempre darán de qué hablar, depende en última instancia de los públicos el juzgar estos actos. La comunicación por otro lado, es la capaz de transmitir por medio de mensajes verbales o visuales lo que a entidad desea comunicar a sus públicos. Es importante recalcar que la comunicación debe ir a la par con el comportamiento de la empresa; esta debe comunicar de una manera efectiva lo que realmente es. El simbolismo vendría a ser lo que de manera implícita la empresa representa o desea representar. El conjunto de estas tres formas de expresión son las que revelan la personalidad de la empresa.

La identidad como tal es un sistema de signos que se dividen en vectores, mismos que Costa (2009, pp. 125-131) a dividido en seis. A continuación se especificará cada uno de ellos.

## **2.8.1. Vectores de la Identidad Corporativa**

### **2.8.1.1. Identidad Cultural**

La identidad cultural se ve reflejada en el comportamiento y conducta de sus públicos, por medio de estos se trasmite lo que la empresa es. Cada una de las acciones, decisiones y relaciones que mantiene esta con todos sus públicos la identifican y de esta manera se alinean con su imagen.

### **2.8.1.2. Identidad Verbal**

Los signos lingüísticos de la organización, es decir, el nombre de la misma, son los que crean la identidad verbal. Estos deben reflejar originalidad y unidad puesto que será lo que distinga a la empresa de la competencia y la vuelva única. Tomando en cuenta esto, el nombre deberá ser registrado oficialmente

en entidades dispuestas por la ley a fin de cumplir con el estatuto de la propiedad intelectual.

### **2.8.1.3. Identidad Visual**

La identidad visual de una empresa está personificada por el logotipo, isotipo, colores y alfabeto corporativo. Cevera, A. (2008, p. 111) describe estos elementos de la siguiente manera:

**Logotipo:** Es la tipografía específica utilizada por la empresa para presentar su denominación principal corporativa.

**Isotipo o símbolo:** Es el grafismo icónico y emblemático que reúne todo el significado corporativo de la empresa.

**Colores corporativos:** Es la gama de tonalidades básicas y constantes que sustenta la identidad visual de la empresa.

**Alfabeto corporativo:** Son los alfabetos y tipografías disponibles en el mercado, que han sido seleccionados e incorporados al sistema de identidad de la empresa para la composición de textos en toda clase de mensajes.

### **2.8.1.4. Identidad Comunicacional**

A través de la identidad comunicacional, la empresa informa, convence o seduce a sus públicos; esto es el modo o estilo de comunicación que esta ejerza, mismo que expresará la cultura identitaria propia y exclusiva de la organización. En ello sus públicos reconocen también su imagen corporativa.

### **2.8.1.5. Identidad Objetual**

Por medio de los productos que la empresa fabrica o vende, se verá reflejada la personalidad corporativa de la misma. En síntesis, es cuando los productos son reconocidos como de una misma línea, por su forma, estilo y estética; formando así, una "familia".

### **2.8.1.6. Identidad Ambiental**

La arquitectura de la empresa es otro de los signos que la identifican. Entre ellos están: el edificio, la fachada, los puntos de venta y de atención, de servicio o de exhibición.

## **2.9. Imagen Corporativa**

“La imagen corporativa es actualmente uno de los elementos más importantes que las compañías tienen a su disposición para hacer comprender a sus públicos quiénes son, a qué se dedican y en qué se diferencian de la competencia.” (Blanco y Herrera, 2013, p. 17)

La imagen corporativa de una empresa es básicamente la idea general que los públicos tienen acerca de esta. Es percibida a través de todos aquellos aspectos visuales, tangibles o intangibles que esta tenga; por ejemplo: nombre, logotipo y tipografía corporativos, bienes y servicios, empaques, etiquetas y empleados, políticas corporativas, ideales y creencias, informes de los medios, entre otros, que son los provocan una imagen percibida.

“En definitiva, la comunicación visual trata de conciliar progresivamente formas, colores, tipografía, espacios, con la personalidad de la empresa, por una parte, y con la funcionalidad de los soportes utilizados y de los productos, por otra. En una palabra, la identidad visual se encuentra directamente relacionada con lo que se conoce como identidad (y diferencia) corporativa.” (Piñuel, 1997, p. 196)

La imagen que se percibe de una empresa a través de los elementos ya mencionados, por lo general, está cuidadosamente estudiada y fabricada para poder reflejar exactamente lo que esta desea. Si bien es cierto esto da la impresión de que puede ser manipulada de una manera negativa, también es cierto que sí debe ser manejada de una manera inteligente para así poder presentar a los públicos lo que se desea que ellos capten de los servicios o productos que se ofrecen.

“Definimos la imagen corporativa como la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización.”  
(Capriotti, 2013, p. 29)

La imagen corporativa tiene tres estados: la imagen intencional, transmitida y real.

“La imagen intencional es aquella que la empresa desea tener, mientras que la imagen transmitida es aquella que realmente se transmite a los mercados mediante la comunicación empresarial. Por último, la imagen real es la que los diferentes públicos forman en su mente, es decir, el modo en que los consumidores entienden y perciben la empresa.”  
(Jiménez et al., 2007, p. 42)

Dentro de la imagen real están todos aquellos aspectos que los públicos consideran tanto positivos como negativos, estos últimos son los que la empresa muchas veces ignora o decide rechazar. Es absolutamente imperioso que la entidad esté siempre consciente de cuál es su imagen real, sin saberlo no podrían tomar decisiones que la lleven a potenciar o mejorar sus productos o servicios. Esto es precisamente lo que lleva a tomar en cuenta la imagen intencional, que también es indispensable. Es necesario tener en claro cuál es la imagen que se desea proyectar para de esta manera equilibrarla con la real y poco a poco ir construyendo una representación de la imagen que sea efectiva, verdadera y logre posicionamiento dentro del mercado.

“Se considera a la imagen como un recurso más de la organización para llegar a sus públicos. Se observa a la imagen como un “producto” más de la organización, quien analiza, elabora y desarrolla la imagen, y la comunica adecuadamente a los públicos.” (Capriotti, 2009, p.88)

Después de haber especificado lo que es la identidad e imagen corporativa, se puede relacionarlas ya que de por sí están íntimamente ligadas. La identidad corporativa es el ser de la empresa, mientras que la imagen es la que proyecta este ser; es una representación mental en los públicos acerca de lo que la

empresa es o dice que es. La imagen corporativa está conformada por la identidad y la cultura corporativa. Cuando la imagen y la identidad son coherentes, la percepción, reputación y posicionamiento de la entidad logra un efecto positivo en sus públicos.

## **2.10. Cultura Corporativa**

La cultura corporativa es el tipo de conducta que la empresa u organización manifiesta tanto de manera interna como externa (hacia sus públicos). Como se mencionó anteriormente, forma parte también de la imagen e identidad corporativa; es más, es la manifestación de estos dos elementos que están conexos.

“Podemos definir Cultura Corporativa como el conjunto de creencias, valores y pautas de conducta, compartidas y no escritas, por las que se rigen los miembros de una organización, y que se reflejan en sus comportamientos. Es decir, la cultura de una organización es el conjunto de códigos compartidos por todos –o la gran mayoría- los miembros de una entidad. Se formaría a partir de la interpretación que los miembros de la organización hacen de las normas formales y de los valores establecidos por la Filosofía Corporativa, que da como resultado una simbiosis entre las pautas marcadas por la organización, las propias creencias y valores del grupo.” (Capriotti, 2009, p.24)

Puede decirse también que la cultura corporativa es una evidencia (a nivel interno) de la clase de clima laboral que se posee en la empresa. Tomando en cuenta que todo aquello que la entidad es, se refleja tarde o temprano a sus públicos, la cultura debe reflejar lo que la filosofía corporativa propone; esto es parte de la identidad e imagen de la empresa. Estos tres elementos (imagen, identidad y cultura) están interrelacionados de tal manera que el uno no puede existir o manejarse bien sin el otro. Está claro que pueden no estar equilibrados entre sí; sin embargo, funcionan a la par y son consecuencia uno del otro.

“La Cultura Corporativa es un elemento vital para la formación de la imagen corporativa, ya que las pautas de conducta y los valores

imperantes influirán de forma decisiva en la forma en que los empleados valorarán y juzgarán a la organización. Esta Cultura Corporativa es el aspecto más difícil de observar, juzgar y modificar, puesto que no es fácil poder reconocer sus elementos y factores que influyen en su formación y modificación.” (Capriotti, 2006, p.25)

La importancia de la cultura corporativa radica en que en la medida en que esta sea única (valor agregado) logrará diferenciar a la empresa de manera positiva en cuanto a la competencia e incluso darle una ventaja competitiva. Costa, J. (1992, p.33) denomina a la cultura corporativa como identidad activa o cultural, que se refiere a los actos, las actuaciones y el comportamiento de la empresa que indican un modo de conducta o manera de hacer, de reaccionar y de proceder, que revela un carácter o estilo propio de la empresa.

“De hecho, lo que diferencia a una empresa de sus competidoras no es que utilicen teléfonos, posean servicios post-venta o puntos de información o de recepción, sino *cómo* atienden al público a través de estos dispositivos. Esta calidad, esta personalidad, este estilo propio de la atención y el trato es claramente un valor añadido a las empresas: un valor de su identidad específica, un factor diferencial que se convierte en una ventaja competitiva de primer orden.” (Capriotti, 1999, p.34)

En definitiva, la cultura corporativa es igualmente parte de la esencia de una compañía. Su ser y su actuar siempre develarán el tipo de identidad que esta posee y por ende también será parte de la imagen que esta proyecte. Recalcando nuevamente, estos tres componentes fundamentales de la organización son la base o el reflejo del tipo de comunicación que se está manejando en una organización; el manejo efectivo de estas ayudará de manera indiscutible al cumplimiento de las metas y objetivos que la empresa posea.

## **2.11. Plan de Comunicación y Relaciones Públicas**

Antes de que una empresa pueda llevar a cabo un plan de comunicación y relaciones públicas, como se mencionó anteriormente, es necesario una

investigación profunda para determinar errores o problemas que puedan estar ocurriendo tanto a nivel interno como externo. Una vez hecha esta indagación, se procederá a la creación o planificación del programa que la entidad llevará a cabo para solucionar dichos problemas y también continuar con el cumplimiento de acciones para alcanzar las metas y objetivos propuestos.

“Un buen programa de relaciones públicas debe ser una herramienta eficaz para respaldar los objetivos empresariales, comerciales y comunicativos de la organización.” (Wilcox et al., 2012, p. 152)

El objetivo del plan de comunicación es dirigir a la empresa de manera estratégica de tal forma que se puedan cumplir las metas establecidas en función de las necesidades de la organización, con un correcto uso de la comunicación y utilizando los recursos de una manera eficaz y efectiva. Este proceso también conlleva el manejo y la coordinación activa con medios de comunicación, comunicados de prensa, páginas web, eventos, entrevistas, ruedas de prensa, discursos, entre otros.

“La planificación sistemática y estratégica evita la comunicación incoherente e ineficaz. Tener un anteproyecto de lo que se debe hacer, y cómo llevarlo a cabo, hace que los programas sean más eficaces y que las relaciones públicas sean más valoradas en la organización”. (Wilcox et al., 2012, p. 152)

El plan de comunicación comprende varios aspectos necesarios para poder ser llevado a cabo. Inicialmente es necesario tener en claro los antecedentes de la organización, sus objetivos (misión y visión) y metas, y establecer si estos serán alcanzados a corto, mediano o largo plazo. Generalmente un plan de relaciones públicas está previsto sea ejecutado anualmente, una vez que esté preparado por el comunicador corporativo o relacionista público deberá ser aprobado por el cliente y de haber errores, hacer las modificaciones necesarias. Según Wilcox, Cameron y Xifra (2012, p.156) aunque puede haber variaciones, todo plan de relaciones públicas se compone de ocho elementos esenciales:

- Situación
- Objetivos
- Público
- Estrategia
- Tácticas
- Calendario/Programación temporal
- Presupuesto
- Evaluación

Wilcox, Cameron y Xifra (2012, p.156) explican que para poder establecer objetivos válidos hay que entender la situación que ha llevado a la empresa a definir la necesidad de un plan de relaciones públicas. Existen tres tipos de situaciones típicas que pueden suscitar la necesidad de un programa de relaciones públicas. (1) La organización tiene que aplicar un programa para resolver un problema o una situación que afecta negativamente; (2) la organización tiene que desarrollar un proyecto específico y puntual para lanzar un producto nuevo o (3) la organización quiere reforzar sus iniciativas para preservar su reputación y el respaldo del público. Una vez entendido esto, que se incluye también con la investigación pertinente de la empresa, se puede dar paso a los objetivos.

Para poder plantear objetivos es necesario tomar en cuenta si estos son los que realmente se ajustan a la situación de la entidad, si son realistas y alcanzables, y si existe la posibilidad de medir su efectividad. Cuando ya se ha planteado dichos objetivos, el siguiente paso es definir concretamente quiénes serán los públicos a los que están dirigidos ya que dependiendo de esto se determinarán tanto las estrategias como las tácticas.

“La estrategia define cómo y por qué van a conseguir el objetivo los componentes de la campaña. Una estrategia proporciona la guía y los mensajes clave de todo el programa, y también la razón para desarrollar acciones y componentes del programa que se ha planificado. Dependiendo de los objetivos y de los públicos objetivo, la estrategia

puede ser una sola o el conjunto de varias dentro de un mismo programa. [...] Las tácticas, al contrario de las estrategias, son los elementos prácticos del plan. Describen las actividades concretas que hacen que cada estrategia se ponga en marcha y ayude a conseguir los objetivos establecidos.” (Wilcox et al., 2012, p. 162).

A continuación se establecerá el calendario o programación, donde estarán especificadas las fechas y el tiempo de duración de cada una de las tácticas. Este punto es sumamente importante ya que puntualiza y concreta el tiempo de organización que se tendrá para llevar a cabo dichas acciones. Seguido de esto, el presupuesto es otro factor clave. Una planificación de un programa de este estilo puede tener un presupuesto preestablecido por la empresa o el cliente puede acceder al presupuesto que se le proponga. Wilcox y otros (2012, pp. 167-168) proponen dividir un presupuesto en dos categorías: (1) tiempo del personal y (2) gastos extraordinarios. Estos gastos incluyen material colateral, como comunicados de prensa, materiales para medios de comunicación, folletos, video comunicados de prensa, transporte, programación de la página web e incluso producción de videos.

Finalmente, pero no menos importante, se deberá efectuar una evaluación a todo el proyecto para poder verificar la efectividad de las actividades realizadas y así establecer si se ha logrado cumplir con las metas propuestas o detectar errores que se cometieron, para potenciarlos o cambiarlos en un futuro.

“La evaluación ha sido muy bien descrita por el profesor James Bissland, de la Bowling Green State University. La define como « la valoración sistemática de un programa y sus resultados. Es el medio que tienen los profesionales para justificar su trabajo ante sus clientes y ante ellos mismos» . ” (Wilcox et al., 2012, p.198)

En términos generales en esta evaluación se podrá detectar errores que se ha cometido, especificar las razones por las cuales estos errores se han dado y precisar qué se necesitará para solucionarlos y no cometerlos en una nueva oportunidad en el futuro. Al finalizar este ciclo, se podrá continuar con un

siguiente plan que tendrá mayor efectividad posteriormente, es por esta razón que la evaluación es indispensable.

## CAPÍTULO III

### 3. LA SALUD Y EL DEPORTE UNIVERSITARIO

#### 3.1. La salud y el bienestar integral de los jóvenes

Según Weineck (2001, p.11) la Organización Mundial de la Salud (OMS) define a la salud como: “«Un estado de bienestar físico, mental y social general, es decir, una ausencia de enfermedad y debilidad».” Si bien es cierto se refiere a la salud como un bienestar integral, también es necesario entender que la salud o el acceso a poder cuidar de esta es un derecho de todo ser humano. Además, el estado de salud de un individuo aumenta las posibilidades de desarrollar su intelecto de una mejor manera. Para poder considerar que una persona goza de buena salud, se deberá tomar en cuenta varios elementos: el estado integral de la mente, el cuerpo, la sociabilidad o relaciones con terceros, con la comunidad organizada y con todo su entorno en su más amplio sentido. El poseer inestabilidad en una o varias de estas, causa un deterioro de la salud.

#### 3.2. El deporte y sus beneficios

Por lo general el deporte es considerado como una actividad física que aporta con el bienestar de la salud o que está directamente ligado a la competitividad. También se reconoce otros ejercicios como deporte en los cuales se combinen el intelecto y el talento físico, o solo una de ellas como es el caso del ajedrez.

“Por otro lado, también existe el deporte para la salud, con el cual se pretende alcanzar un equilibrio, una recuperación o un buen estado físico, y que puede estar organizado de muy diversas formas, tanto como deporte popular, de ocio o *lifetime*. [...] También se distingue el deporte de determinadas instituciones, como el que se practica en el mundo de la empresa, universitario o militar, así como el deporte típico de determinados grupos de la población, como el deporte para mujeres, minusválidos o de tercera edad.” (Weineck, 2001, p. 12)

Los beneficios del deporte son muchos, en especial para los adolescentes y jóvenes que son los que más pueden disfrutar de este por la evidente potencia, vigor y energía que la juventud les regala. No solamente les ayuda para mantener un buen estado físico o desarrollar su intelecto, sino también para mantenerlos alejados de una vida llena de malos hábitos como el tabaco, el alcohol o las drogas. Otro de los innegables beneficios del deporte, es asistir a quien lo practica en el proceso de maduración personal. Al ser una actividad que exige disciplina, compromiso y responsabilidad, los ayuda a convertirse en miembros de una sociedad que sean activamente positivos e influyentes para su entorno e incluso para generaciones venideras.

Es por estas u otras razones que se hace evidente que la salud y el deporte van de la mano. Este hecho incuestionable ha incitado a miles de colegios, universidades, organizaciones, instituciones y demás, a ofrecer la opción de elegir el deporte como una actividad que se pueda ejercer dentro de sus instalaciones, incluso gratuitamente.

### **3.3. El deporte como complemento a la actividad académica universitaria**

Tomando en cuenta los puntos mencionados anteriormente, se puede entender por qué las entidades académicas, en especial colegios y universidades, han visto la necesidad, desde hace décadas, de establecer todo tipo de formación deportiva para sus alumnos. Está muy claro que el deporte es uno de los factores que han complementado las actividades académicas de los estudiantes a través de los años; sin embargo, ha sido un proceso largo el que se ha seguido para que sea tomado en cuenta como algo verdaderamente vital dentro de instituciones.

Es un hecho que si el deporte resulta tan enriquecedor, las universidades han de proveer no solo de instalaciones y equipo para practicarlo sino también de apoyo para poder progresar en este ámbito. La necesidad del alumno de superarse tanto a nivel intelectual como físico dentro de su entidad académica es de vital importancia. Es un hecho que podrá distinguirlo de otros profesionales y podría ser incluso una de las cosas de las que este sienta

orgullo de haber recibido dentro de su institución.

“En cualquier caso, sí que resulta clave entender que las Universidades son y deben ser las principales financiadoras del deporte universitario en todo un ejercicio de su autonomía. Estas son las que han de tomar las decisiones estratégicas de apoyar más o menos las actividades deportivas y cuáles, llegando incluso a haber clubes deportivos universitarios en competiciones federadas del más alto nivel. Otra cosa, o cuestión distinta, es que algunas de ellas decididas acudir al mercado de servicios deportivos para gestionar sus instalaciones y ofrecer a la comunidad universitaria servicios de ese tipo, con lo que se abre al sector empresarial un mercado nada despreciable si atendemos al número potencial de usuarios.” (Gómez, 2006, p.23)

El apoyo de las universidades a sus estudiantes en aspectos deportivos es esencial. Se ha dicho ya que ayuda a la formación del estudiante para superación personal, intelectual y física, pero también se debe considerar un punto importante y de conveniencia para las instituciones: el valor agregado que ofrecen. El contar con estudiantes de alto nivel deportivo o clubes que puedan representar a la misma a nivel nacional e incluso internacional, siempre dará prestigio a la universidad o colegio.

Todos los factores mencionados son precisamente los que abrirán las puertas a los estudiantes a formarse deportivamente no solo con el fin de mantener su salud integral en óptimas condiciones, sino también el de lograr un nivel de competitividad alto, lo cual dará opción a participar en diferentes campeonatos, torneos e incluso olimpiadas tanto a nivel nacional como internacional.

#### **3.4. La promoción del deporte a nivel universitario**

Para poner un ejemplo claro acerca de la importancia del deporte universitario se puede hablar de la Federación Internacional de Deporte Universitario (FISU) que fue fundada en 1949 en el marco de las instituciones universitarias y guiada por uno de los precursores de las Olimpiadas modernas, Baron Pierre

de Coubertin, con el fin de promover la práctica del deporte y sus valores, a la par y como complemento de las actividades académicas. La FISU fue la que creó las denominadas Universiadas o Juegos Mundiales Universitarios en los cuales participan estudiantes universitarios de todo el planeta; este magno evento deportivo tiene lugar cada dos años en diferentes sedes de manera alternativa. Esta actividad se lleva a cabo en dos fases: verano e invierno. Para que una entidad de educación superior pueda ser parte de la FISU es necesario pertenecer primero a la federación oficial de su país.

La Universiada es el segundo evento deportivo, en términos de participación de atletas, después de los Juegos Olímpicos. Se lleva a cabo de manera bianual y cada vez en una ciudad diferente. Dependiendo del país anfitrión se eligen deportes adicionales, de lo contrario la Universiada de verano reúne 10 deportes obligatorios con 13 disciplinas también obligatorias. Bajo el lema “Excelencia en mente y cuerpo” las Universiadas incorporan aspectos educativos y culturales durante los 12 días de competencias deportivas. Esto permite a los competidores aprender del país que están visitando y también interactuar con el resto de competidores en un verdadero espíritu de amistad y deportividad.

En el caso de Ecuador es la Federación Ecuatoriana del Deporte Universitario y Politécnico; fundada en Guayaquil por el Ingeniero Jacobo Bucarám. La FEDUP tiene la visión de lograr un verdadero desarrollo en el país a nivel cultural y deportivo para mejorar el nivel de vida de la sociedad. Entre sus metas están el fomentar la creación de células deportivas, incrementar el voluntariado deportivo, propender a la investigación del deporte, fomentar la búsqueda y promoción de talentos universitarios, entre otros.

La Federación Ecuatoriana del Deporte Universitario y Politécnico busca ser la respuesta al grito silente de la universidad ecuatoriana a todo tipo de actividad deportiva y pretende que el deporte se transforme en un derecho de la comunidad ecuatoriana.

Alrededor de 40 universidades ecuatorianas forman parte de esta federación, la cual se encarga de organizar campeonatos nacionales a nivel universitario. Lamentablemente la Universidad de Las Américas no es parte de la Federación Ecuatoriana del Deporte Universitario y Politécnico, por ende tampoco podría ser partícipe de las Universiadas.

### **3.5. Oferta de la Universidad de Las Américas a la actividad deportiva**

Sin lugar a dudas la Universidad de Las Américas entiende el deporte como una necesidad básica dentro de la formación de sus estudiantes y es por esto que ha incorporado el área de clubes deportivos que actualmente funcionan de manera constante. Cuenta con 10 clubes de deporte, tal como se mencionó en el capítulo I: Capoeira, Bailes tropicales, Danza árabe, Defensa personal y Artes marciales, Yoga, Fútbol femenino y masculino, Básquet masculino y femenino, Voleibol, y el Club de aventura. A pesar de que la oferta de actividades extracurriculares es relativamente alta, se escucha en los pasillos de la Universidad, que la mayoría de estudiantes optan por practicar el deporte que más les gusta fuera de esta; es más, están dispuestos a pagar cantidades altas en otras instituciones antes que pensar en tomar alguno de los cursos que la UDLA les ofrece. Muchas personas toman las clases de deporte que hay en la institución generalmente porque es parte de su malla curricular, y en todo caso, si no lo hacen por esa razón, practicar deportes u otras actividades como canto o baile, en esta entidad no es su primera opción. Aproximadamente de los 13 000 estudiantes de la UDLA, únicamente 1080 asisten a los clubes, contando con estudiantes inscritos formalmente y participantes esporádicos.

La infraestructura deportiva de la UDLA es pequeña, proporciona una cancha semi profesional sintética de fútbol (para jugar cómodamente con equipos de 5 o 6 jugadores cada uno) y otra de cemento (del mismo tamaño que la de fútbol) que sirve para practicar vóley y básquet. Los clubes restantes, como yoga por ejemplo, tienen asignadas sus clases en aulas dentro del instituto o en los auditorios. Hoy en día, los clubes no acogen la cantidad necesaria de gente apta como para conformar selecciones de las diferentes disciplinas. El coordinador de los clubes deportivos, Felipe Arroyo (2012-2014), afirma que “la

posibilidad de iniciar una selección deportiva depende del interés y compromiso de los alumnos.” La excepción es la del fútbol masculino. Esta selección ha logrado grandes méritos en diferentes campeonatos y ha dejado en alto el nombre de la Universidad.

Hasta el 2011-2012, la Universidad contaba con una selección femenina de fútbol, que también logró algunos reconocimientos. A ésta se le otorgó balones y uniformes para un campeonato, el cual también auspició la Universidad. Sin embargo, las integrantes de la selección no se sintieron completamente apoyadas en el aspecto económico (becas) y a raíz de esta situación el equipo se desintegró y la selección volvió a ser un club, el cual ahora acoge a alumnas que practican el fútbol como actividad curricular. Este es un pequeño ejemplo de la necesidad de los alumnos de ser reconocidos por su esfuerzo en el ámbito deportivo puesto que la Universidad no proporciona reconocimientos a los deportistas sobresalientes.

Existen casos como los de Jorge David Arroyo, Campeón Mundial de Levantamiento de pesas del 2011, a quien se le otorgó una beca para que estudie la carrera de su preferencia. La universidad afirma que este acto fue “un incentivo que busca fomentar el deporte y reconoce el valioso aporte de este joven para el desarrollo del país” (Universidad de las Américas, 2012). Sin embargo, esto no sucede muy a menudo; las becas deportivas no están contempladas dentro de las becas y tipos de descuentos que ofrece la UDLA; lo que más se acerca a una beca que podría ser para un deportista es el Fondo de Beca.

“Fondo de Beca.- Dentro de esta figura estarán las becas que se otorguen por causales diferentes y no se encuentren en el reglamento. [Descripción del tipo de beca] Este tipo de becas se someterán a la aprobación del Comité de Becas, que se puedan otorgar, ya sea por ayuda financiera o aquellos casos de excepción no contemplados en este reglamento.” (Universidad de las Américas, 2012, p.3)

Este fondo es lo más acercado a lo que un estudiante podría hacerse acreedor en caso de solicitar una beca deportiva.

La misión de los clubes, de conformidad a un documento proporcionado por la Coordinación de Clubes (Véase en ANEXO 3) es: “Proponer actividades de recreación estudiantil, que permitan a los estudiantes tener una mejor calidad de vida”; su visión: “Ser el vínculo entre las actividades académicas y recreacionales, en sus varias facetas, para crear un modelo que permita la práctica de los valores institucionales.” Aparte del planteamiento de la misión y la visión, los clubes tienen algunas propuestas como: mejorar la calidad de vida de los estudiantes, el encuentro social universitario, realizar actividades físicas saludables y enriquecer sus hábitos recreacionales. Están abiertos a desarrollar nuevas propuestas para que los alumnos tengan nuevas vivencias y aprendizajes; creen en la necesidad de los estudiantes de realizar sus *hobbies* como parte de encontrar un ambiente de esparcimiento fuera de sus actividades académicas.

En términos generales, los clubes de deporte de la Universidad tienen un nivel de aceptación medio, a excepción de los campeonatos de fútbol. Datos de los sondeos (véase en ANEXOS 4 y 5) demuestran que, en el ámbito deportivo, las recreaciones más acogidas son el fútbol, el ping pong (que no es precisamente un club) y el básquet. Sin embargo, a diferencia de los deportes antes mencionados, el resto de clubes no figuran un papel tan importante dentro de los datos proporcionados por el club de deportes.

Sin lugar a dudas la misión y la visión son sumamente importantes, sin embargo, se puede notar una falta de objetivos y estrategias concretas para lograr las metas que se han trazado. Dentro de los sílabos de cada club (véase en ANEXO 6), se encuentran objetivos con respecto a la materia, mas no existen objetivos que se asocien con la misión o la visión de los clubes, los cuales deberían estar alineados con estos.

La ausencia de estrategias no permite crear acciones; sin acciones que lleven a cumplir dichas estrategias, no se podrá lograr los objetivos, como el de

mejorar la calidad de vida de los estudiantes o la práctica de valores institucionales. El éxito de los clubes se verá reflejado en el cumplimiento de los objetivos planteados, sin estos, no es posible medir a ciencia cierta si los clubes están realmente dando los resultados que la Universidad espera.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. INVESTIGACIÓN**

El presente capítulo recopila información de encuestas, entrevistas y focus group, la misma que sirvió para determinar qué tipo de imagen posee actualmente los Clubes deportivos de la Universidad de Las Américas.

#### **4.1. Objetivo General**

Diagnosticar el nivel de conocimiento, aceptación y participación de los alumnos de la Universidad de las Américas en los Clubes Deportivos a través de encuestas, entrevistas y focus group.

#### **4.2. Objetivos Específicos**

- Designar el grado de aceptación y participación de los alumnos en los Clubes deportivos de la UDLA.
- Conocer las razones por las cuales los alumnos asisten o no a los clubes.
- Identificar si las expectativas de los alumnos en los clubes han sido cumplidas.
- Establecer el nivel de interés que los alumnos tienen en ser partícipes de selecciones deportivas de la UDLA.
- Definir fallas comunicacionales de la Coordinación de Clubes.
- Especificar las necesidades de los alumnos con respecto a los Clubes deportivos.
- Determinar la imagen que proyectan los Clubes Deportivos en la UDLA.

#### **4.3. Metodología de la investigación**

##### **4.3.1. Instrumentos de investigación:**

Las técnicas que se utilizaron para esta investigación fueron encuestas, entrevistas y focus group. Estas permiten saber con certeza cómo se sienten

los públicos con respecto a los clubes deportivos y el trabajo que ejerce la coordinación.

#### **4.3.2. Encuestas**

Se realizó una encuesta para estudiantes con el fin de identificar la aceptación y conocimiento de los clubes por parte del alumnado. Para obtener la muestra que se utilizó la fórmula de muestreo simple para población homogénea:

$$n = N / E^2 ( N - 1 ) + 1$$

##### **Variables:**

**N:** población (13045)

Los estudiantes de la Universidad de las Américas, potenciales usuarios de los clubes, conforman la población objeto.

**E:** margen de error (4%)

Tomando en cuenta que la población es homogénea (alumnos de la UDLA) se ha utilizado el 4% de margen de error, esto permitió obtener una mayor precisión en las respuestas.

**n:** muestra

Muestra para los 13045 estudiantes de la UDLA:

$$13045 = ((0,04 * 0,04 (13045-1) +1)$$

Muestra= 596

#### **4.3.3. Entrevistas**

Se realizó tres formularios de entrevistas; una para el coordinador de clubes, quien explica de manera más profunda el funcionamiento de los clubes; otra, para profesores de clubes, con el fin de que expresen sus opiniones acerca de los clubes y la coordinación; y finalmente, una para la directora de deportes de

la Universidad San Francisco de Quito, con el propósito de entender si existe un verdadero beneficio al pertenecer a la FEDUP.

#### **4.3.4. Focus group**

Se llevó a cabo un focus group con la finalidad de abrir un espacio en el cual los estudiantes puedan expresar sus buenas o malas experiencias con respecto a los clubes deportivos y así definir las necesidades de los mismos.

#### **4.4. Encuestas a alumnos de la Universidad de Las Américas**

Esta encuesta fue realizada en las sedes Granados y Queri.

##### **4.4.1. Formulario**

#### **Encuesta**

La siguiente encuesta será utilizada con fines académicos. Le solicito marcar con una X su respuesta.

Edad:                      Género:                                      Carrera:

#### **1. ¿Asiste usted actualmente a algún club deportivo de la UDLA?**

- a) Sí
- b) No (pase a **la pregunta #7**)

#### **2. ¿A cuáles?**

- a) Capoeira                      b) Bailes tropicales                      c) Danza árabe
- d) Defensa personal                      e) Artes marciales                      f) Yoga
- g) Fútbol femenino                      h) Fútbol masculino                      i) Voleibol
- j) Básquet                      k) Club de aventura

**3. ¿Por cuál de las siguientes razones asiste usted al club?**

- a) Propio interés
- b) Su malla académica lo obliga
- d) Falta de dinero para pagar clases privadas

Otros \_\_\_\_\_

**4. Siendo 5 el mayor y 1 el menor, califique el cumplimiento de sus expectativas dentro de los clubes en los siguientes ámbitos:**

	1	2	3	4	5
Profesores					
Asistencia de profesores					
Trato de profesores a alumnos					
Conocimiento de la materia por parte del profesor					
Dinamismo de la clase					
Desarrollo de destrezas personales					
Instalaciones					
Materiales (balones, chalecos, conos, etc.)					
Oportunidades académicas (becas)					
Apoyo por parte de la Universidad					
Representar a la Universidad en diferentes eventos					

**5. Siendo 5 el mayor y 1 el menor califique la labor de la coordinación de clubes en los siguientes ámbitos:**

	1	2	3	4	5
Atención a los alumnos					
Asistencia a los alumnos en caso de problemas					
Comunicación acerca de eventos					
Respuesta a peticiones					
Capacidad de gestión					

**6. ¿Estaría usted interesado en permanecer dentro del club para formar parte de una selección?**

a) Sí

b) No

**CONTINÚE EN LA PREGUNTA #10**

**7. ¿Tendría usted interés en participar en alguno de los clubes deportivos existentes en la Universidad?**

a) Sí

b) No

**8. Si su respuesta fue sí, cuál de éstas sería su elección:**

a) Capoeira                      b) Bailes tropicales                      c) Danza árabe

d) Defensa personal                      e) Artes marciales                      f) Yoga

g) Fútbol femenino                      h) Fútbol masculino                      i) Voleibol

j) Básquet                      k) Club de aventura

**9. ¿Qué es lo que usted espera del club al que desearía acceder?**

**Seleccione una sola opción.**

a) Que las actividades propuestas sean atractivas

c) Que los profesores sean los adecuados

d) Flexibilidad en el horario

e) Instalaciones adecuadas y confortables

Otros, especifique: \_\_\_\_\_

**10. ¿Considera usted que los clubes deportivos de la UDLA tienen acogida?**

- a) Sí
- b) No

**¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**11. ¿Lee usted los e-mails con relación a los eventos deportivos que usted recibe en su Udlanet?**

- a) Sí
- b) No

**12. Si s respuesta es no, ¿por qué?** \_\_\_\_\_

**13. ¿Cuál de los siguientes medios prefiere usted para informarse acerca de los clubes deportivos de la universidad?**

- a) Facebook
- b) Twitter
- c) Correo Udlanet
- d) Pantallas LED
- e) Periódico estudiantil
- f) Flyers

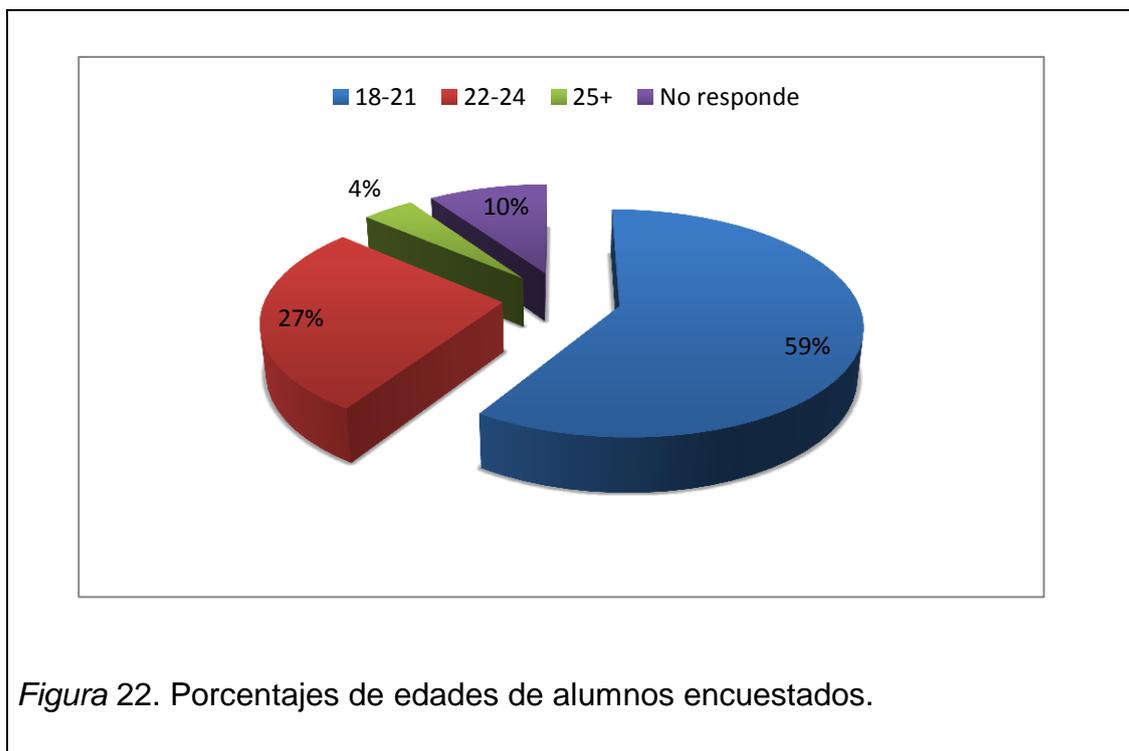
Otros, especifique: \_\_\_\_\_

#### 4.4.2. Tabulación de encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad de las Américas.

##### Edad

Tabla 5. Edades de alumnos encuestados.

Edad	Fracción	Porcentaje
18-21	349	59%
22-24	163	27%
25+	24	4%
No responde	60	10%
<b>TOTAL</b>	<b>596</b>	<b>100%</b>

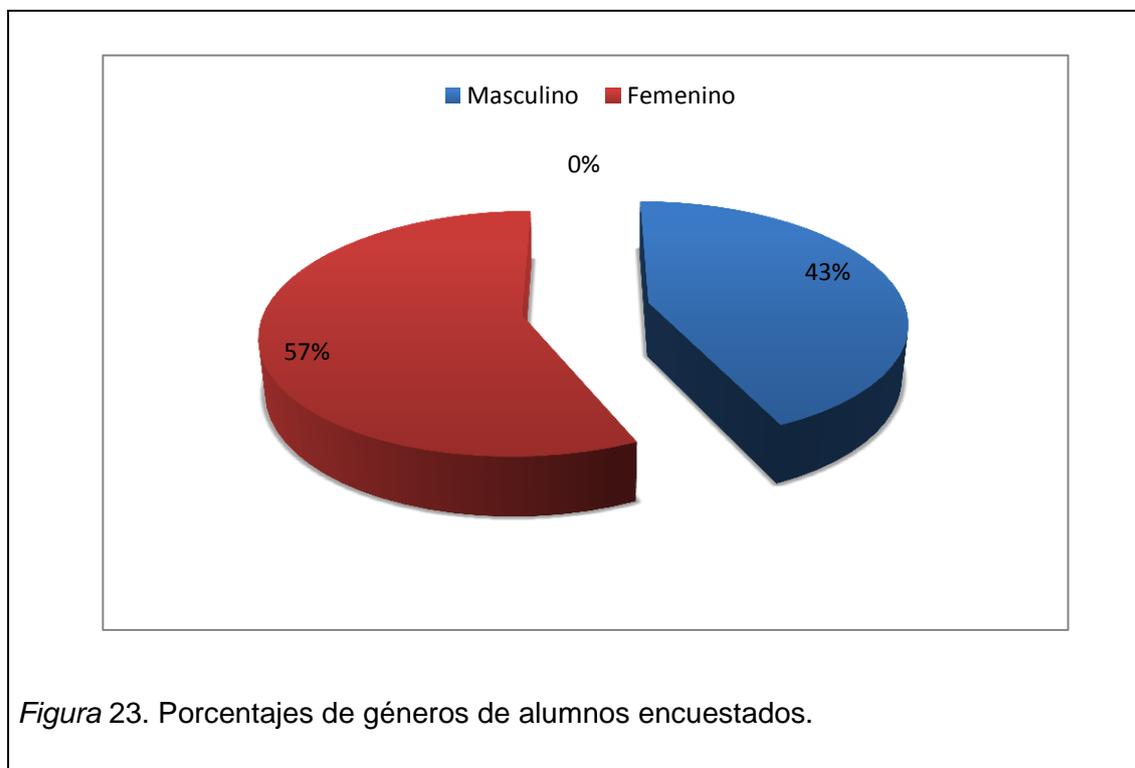


El 59% de los alumnos encuestados tienen un rango etario de entre 18 a 21 años, el 27% de 22 a 24, el 4% de 25 años en adelante y el 10% no respondió.

## Género

Tabla 6. Género de alumnos encuestados.

Género	Fracción	Porcentaje
Masculino	255	43%
Femenino	340	57%
No responde	1	0%
<b>TOTAL</b>	<b>596</b>	<b>100%</b>

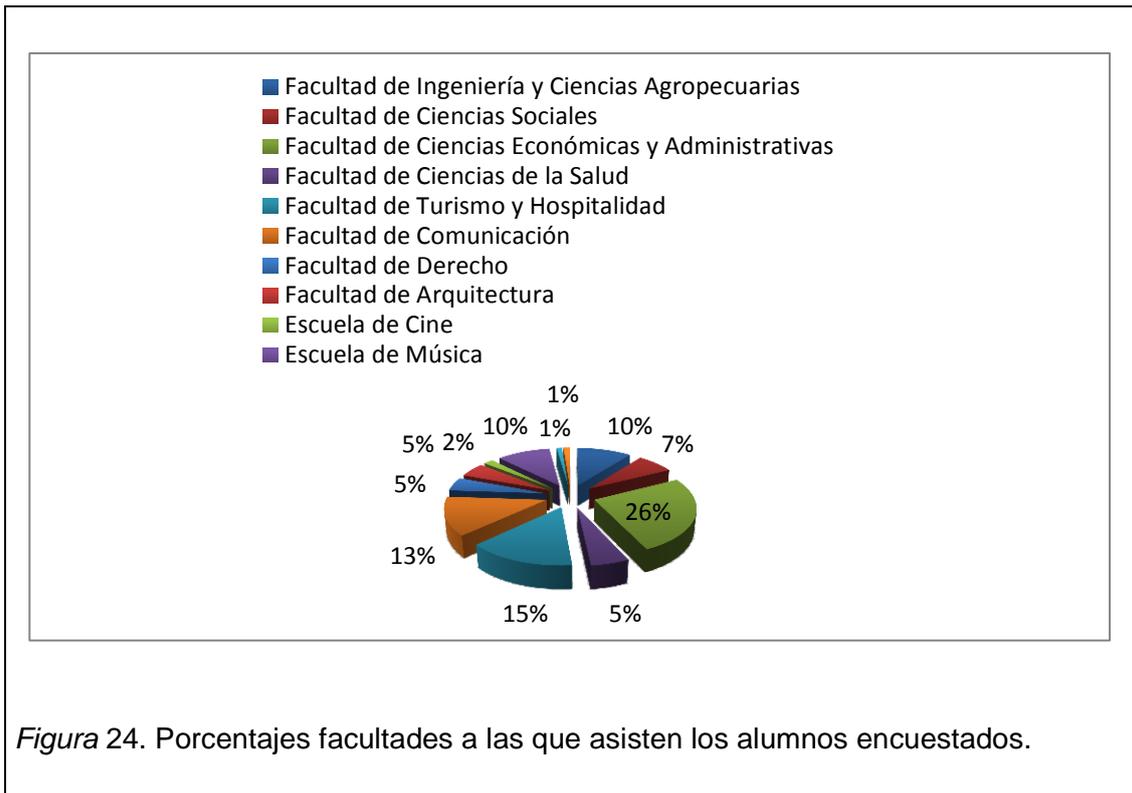


El 43% de alumnos encuestados fueron hombres y el 57% mujeres.

## Facultades

Tabla 7. Porcentajes de facultades a las que asisten los alumnos encuestados.

Facultades	Fracción	Porcentaje
Facultad de Ingeniería y Ciencias Agropecuarias	59	10%
Facultad de Ciencias Sociales	42	7%
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	155	26%
Facultad de Ciencias de la Salud	30	5%
Facultad de Turismo y Hospitalidad	89	15%
Facultad de Comunicación	77	13%
Facultad de Derecho	30	5%
Facultad de Arquitectura	30	5%
Escuela de Cine	12	2%
Escuela de Música	60	10%
Facultad de Formación Integral	6	1%
No responde	6	1%
<b>TOTAL</b>	<b>596</b>	<b>100%</b>

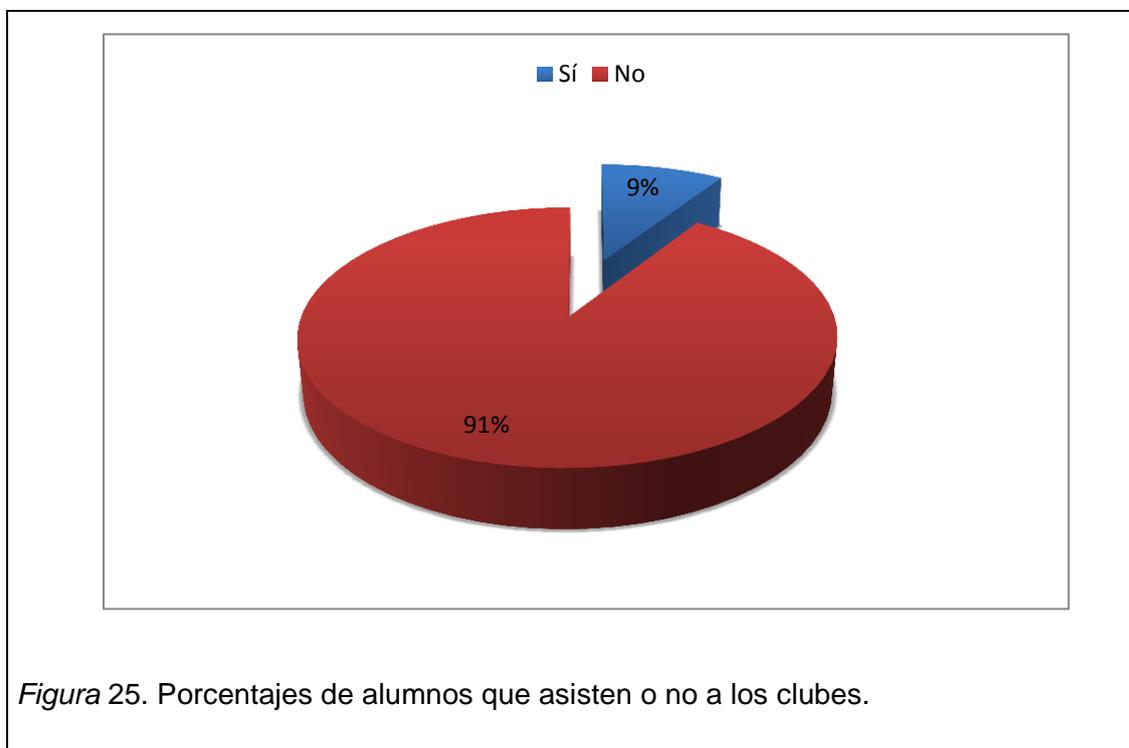


El 26% de alumnos encuestados son de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas; el 15% de la Facultad de Turismo y Hospitalidad; el 13% de la Facultad de Comunicación; el 10% de la Facultad de Ingeniería y Ciencias Agropecuarias; el 7% de la Facultad de Ciencias Sociales; el 10% de la Escuela de Música; el 5% de alumnos encuestados son de la Facultad de Ciencias de la Salud; otro 5% son de la Facultad de Derecho; así mismo otro 5% son de la Facultad de Arquitectura; el 2% son de la Escuela de Cine; un 1% de la Facultad de Formación Integral y finalmente el restante 1% de alumnos encuestados no respondió esta pregunta.

### 1. ¿Asiste usted actualmente a algún club deportivo de la UDLA?

Tabla 8. Porcentajes de alumnos que asisten o no a los clubes.

Asiste a un club	Fracción	Porcentaje
Sí	54	9%
No	542	91%
<b>TOTAL</b>	<b>596</b>	<b>100%</b>



El 91% de alumnos encuestados no asiste a ningún club mientras que tan solo un 9% asiste a un club deportivo.

## 2. ¿A cuáles?

Tabla 9. Porcentajes de asistencia a diferentes clubes.

Club	Fracción	Porcentaje
Capoeira	10	14%
Bailes tropicales	13	19%
Danza árabe	8	12%
Defensa personal y artes marciales	0	0%
Yoga	22	31%
Fútbol femenino	2	3%
Fútbol masculino	15	21%
Voleibol	0	0%
Básquet	0	0%
Club de aventura	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

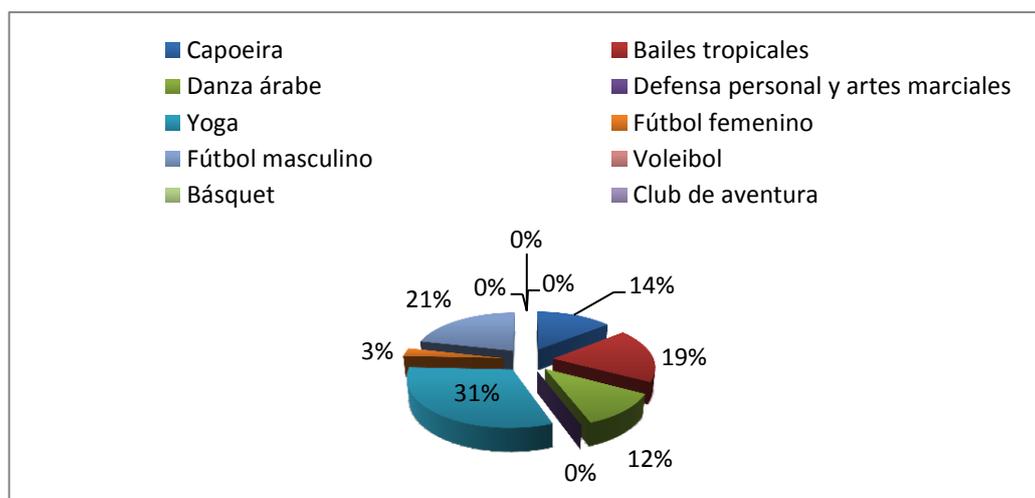


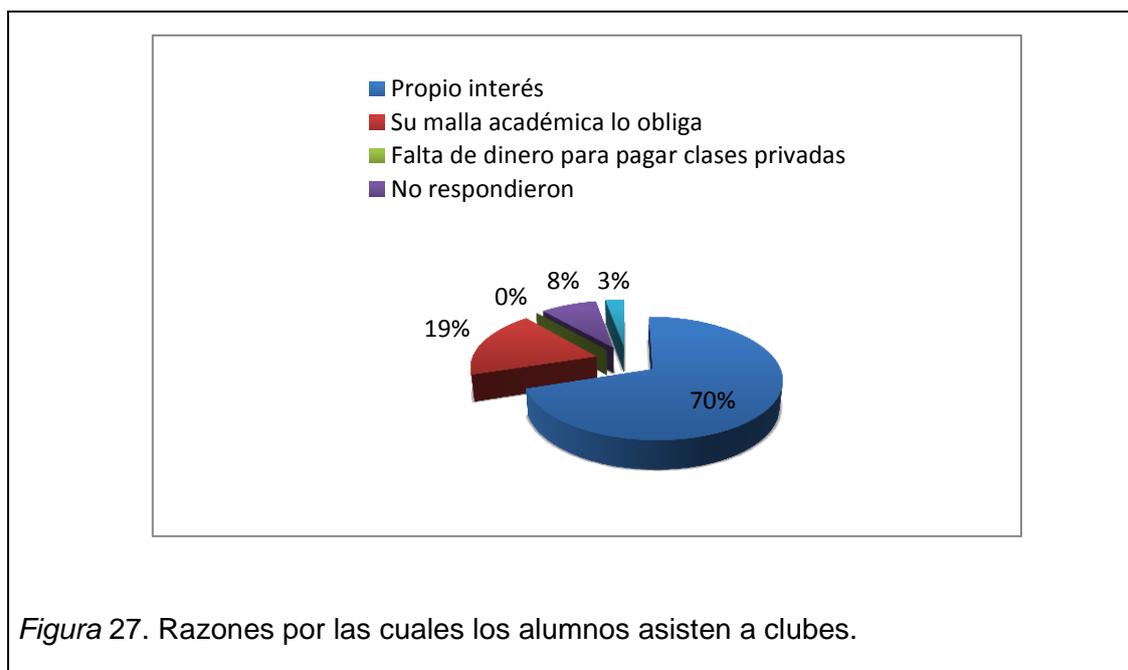
Figura 26. Porcentajes de asistencia a diferentes clubes.

De los alumnos que participan en los clubes el porcentaje mayor que corresponde al 31%, son los que asisten al club de Yoga. Seguido de Fútbol masculino con el 21% y Bailes tropicales con el 19%. El 12% de alumnos asisten a Danza Árabe y solamente el 3% a fútbol femenino. El resto de clubes (Defensa personal y Artes marciales, Voleibol, Básquet y el Club de aventura) tienen un 0% de participación.

### 3. ¿Por cuál de estas razones asiste usted al club?

Tabla 10. Razones por las cuales los alumnos asisten a clubes.

Razones	Fracción	Porcentaje
Propio interés	38	70%
Su malla académica lo obliga	10	19%
Falta de dinero para pagar clases privadas	0	0%
No responde	5	9%
Otros	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>



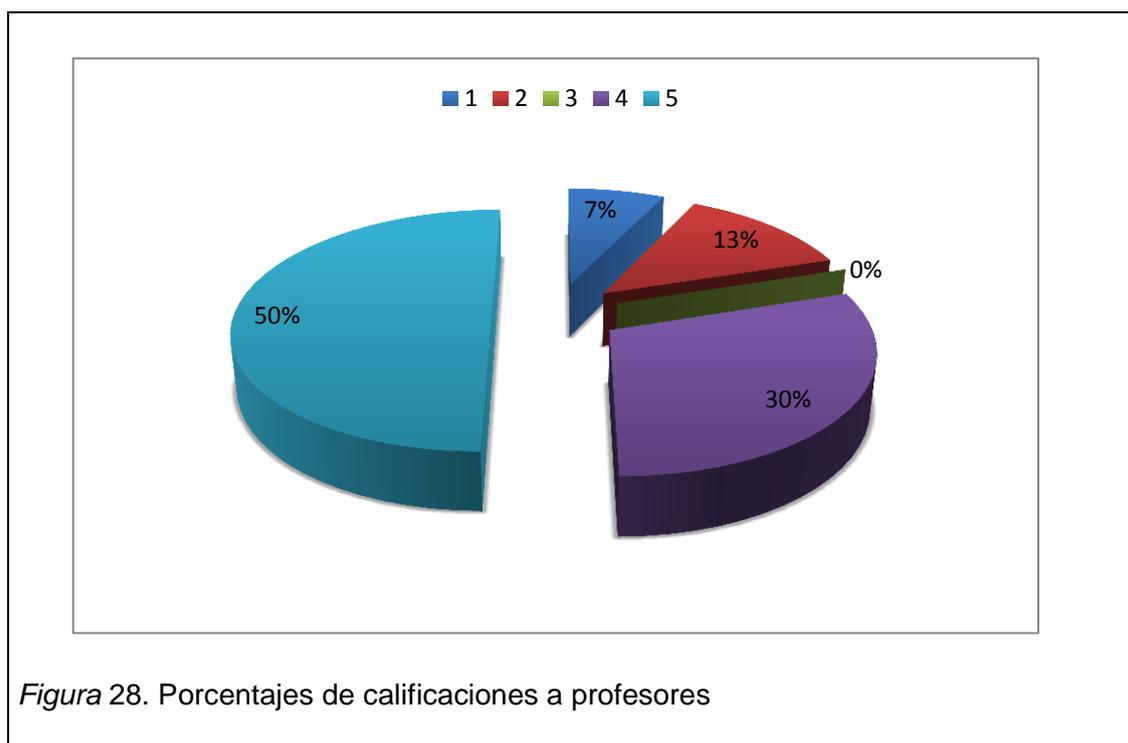
Del bajo porcentaje de alumnos que asisten a los clubes (9% de la población total), la mayoría, es decir, el 70% de estos, lo hace por interés propio, el 19% porque su malla académica lo obliga, el 3% por otras razones y el 8% no respondió a esta pregunta.

4. Siendo 5 el mayor y 1 el menor, califique el cumplimiento de sus expectativas dentro de los clubes en los siguientes ámbitos:

#### 4.1 Calificación profesores

Tabla 11. Porcentajes de calificaciones a profesores.

Calificación profesores	Fracción	Porcentaje
1	4	7%
2	7	13%
3	0	0%
4	16	30%
5	27	50%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

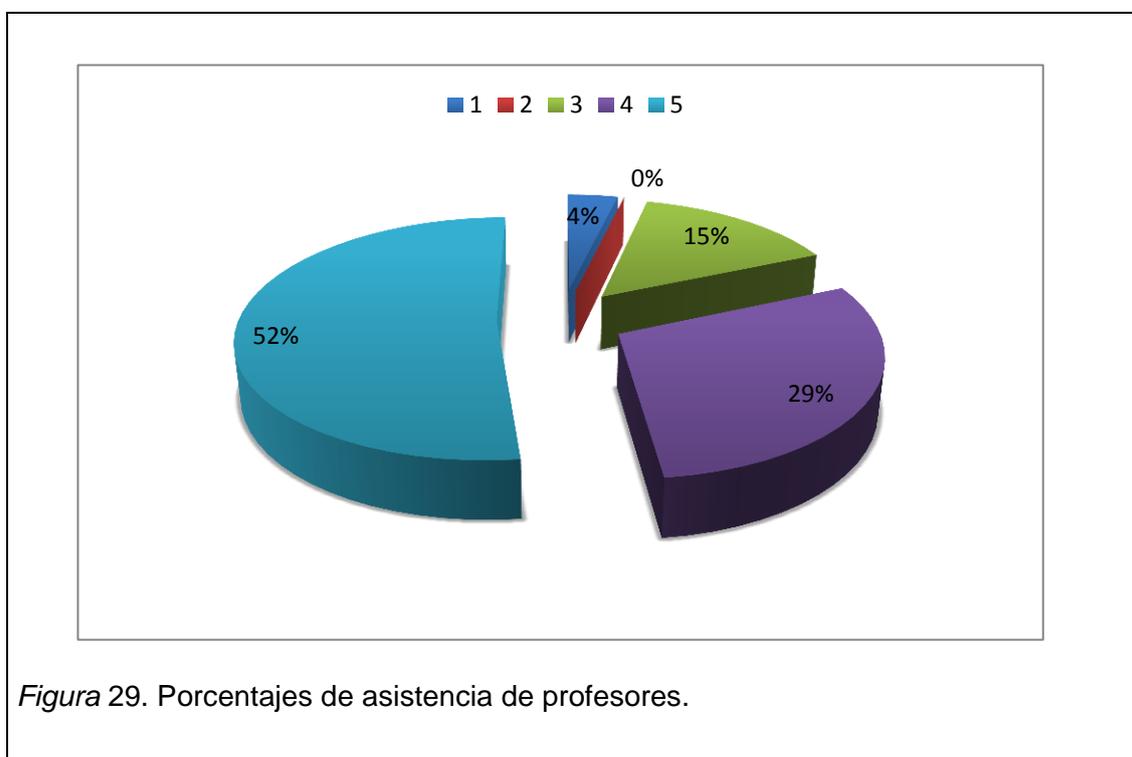


El 50% de encuestados califican con un 5, que es la mayor calificación, a los profesores de los clubes, el 30% con un 4, el 13% con un 2 y un 7% con un 1.

## 4.2 Asistencia profesores

Tabla 12. Porcentajes de asistencia de profesores.

Asistencia	Fracción	Porcentaje
1	2	4%
2	0	0%
3	8	15%
4	16	29%
5	28	52%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

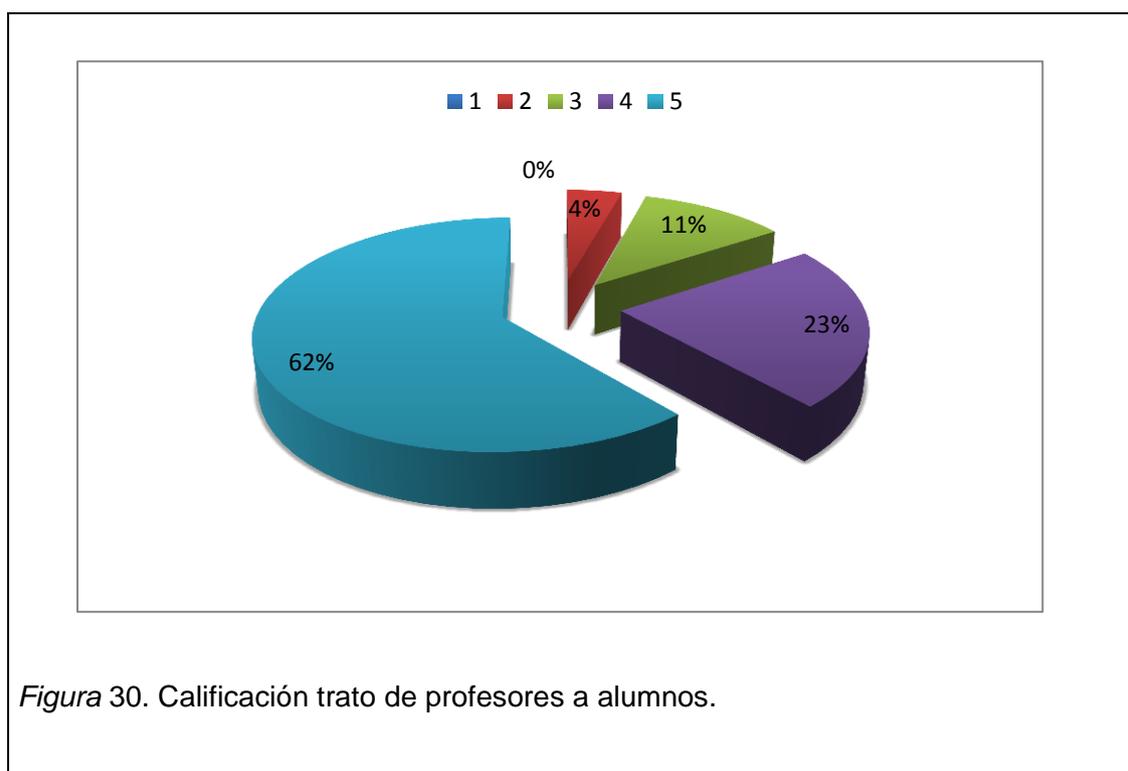


La mayoría de alumnos (52%) califica la asistencia de los profesores de los clubes con un 5, el 29% con un 4, el 15% con un 3 y el 4% con un 1.

### 4.3 Trato de profesores a alumnos

Tabla 13. Calificación trato de profesores a alumnos.

Trato	Fracción	Porcentaje
1	0	0%
2	2	4%
3	7	11%
4	12	23%
5	33	62%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>



El 62%, es decir, la mayoría de alumnos, califica el trato de profesores a alumnos con un 5, el 23% con un 4, el 11% con un 3 y el 4% con un 2.

#### 4.4 Conocimiento de la materia por parte del profesor

Tabla 15. Calificación conocimiento de la materia por parte del profesor.

Conocimiento	Fracción	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	9	17%
4	5	9%
5	40	74%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

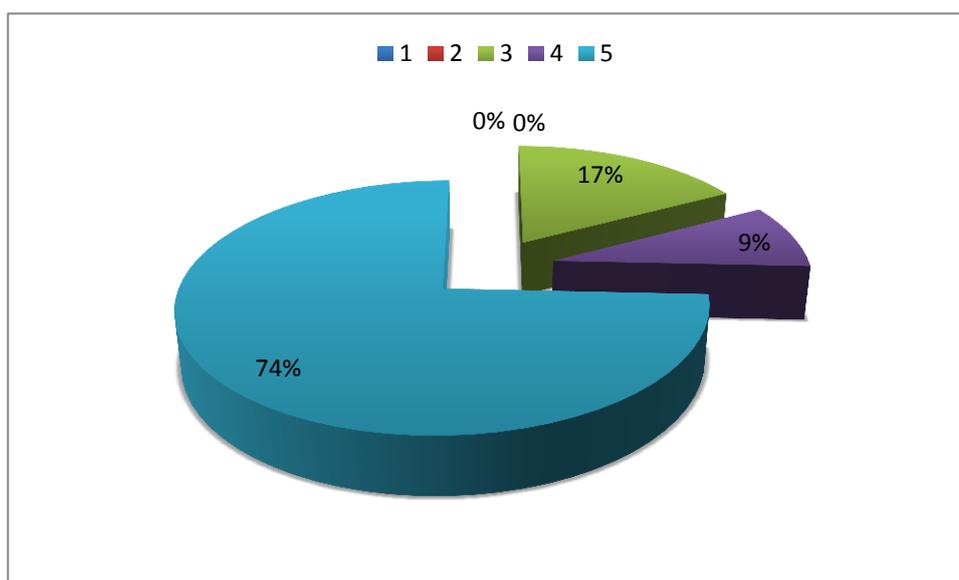


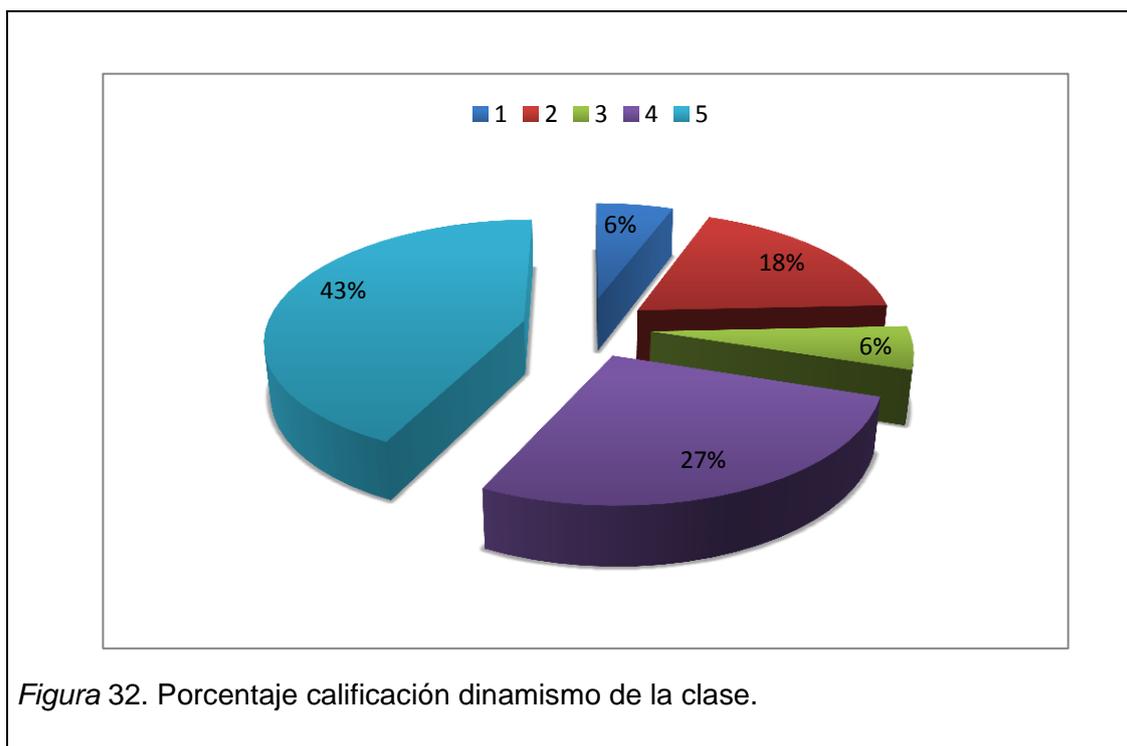
Figura 31. Calificación conocimiento de la materia por parte del profesor.

En su mayoría (74%) los alumnos califica el conocimiento de la materia por parte de los profesores con un 5, el 17% con un 3 y el 9% con un 4.

#### 4.5 Dinamismo de la clase

Tabla 16. Porcentaje calificación dinamismo de la clase.

Dinamismo	Fracción	Porcentaje
1	3	6%
2	10	18%
3	3	6%
4	15	27%
5	23	43%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

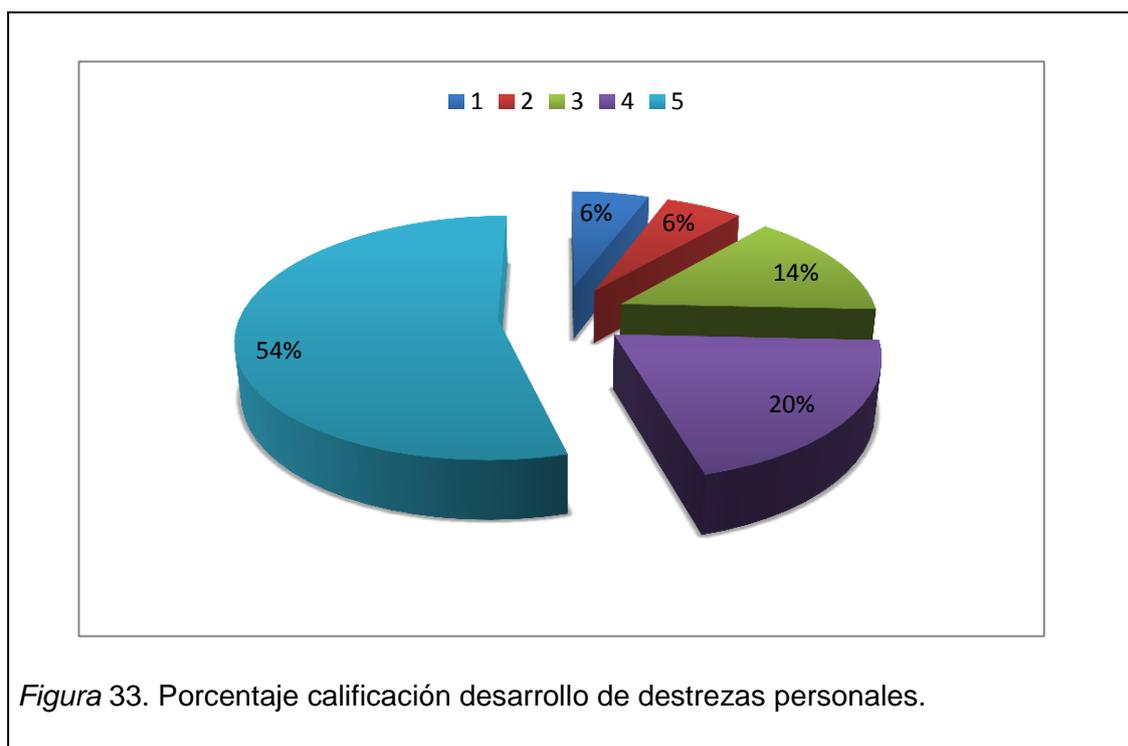


El 43%, es decir, en su mayoría los alumnos consideran que el dinamismo de las clases merece un 5, el 27% lo califica con un 4, el 18% considera que es un poco bajo y lo califica con un 2, mientras que un 6% le otorga un 3 y otro 6% un 1.

#### 4.6 Desarrollo de destrezas personales

Tabla 17. Porcentaje calificación desarrollo de destrezas personales.

Desarrollo	Fracción	Porcentaje
1	3	6%
2	3	6%
3	8	14%
4	11	20%
5	29	54%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

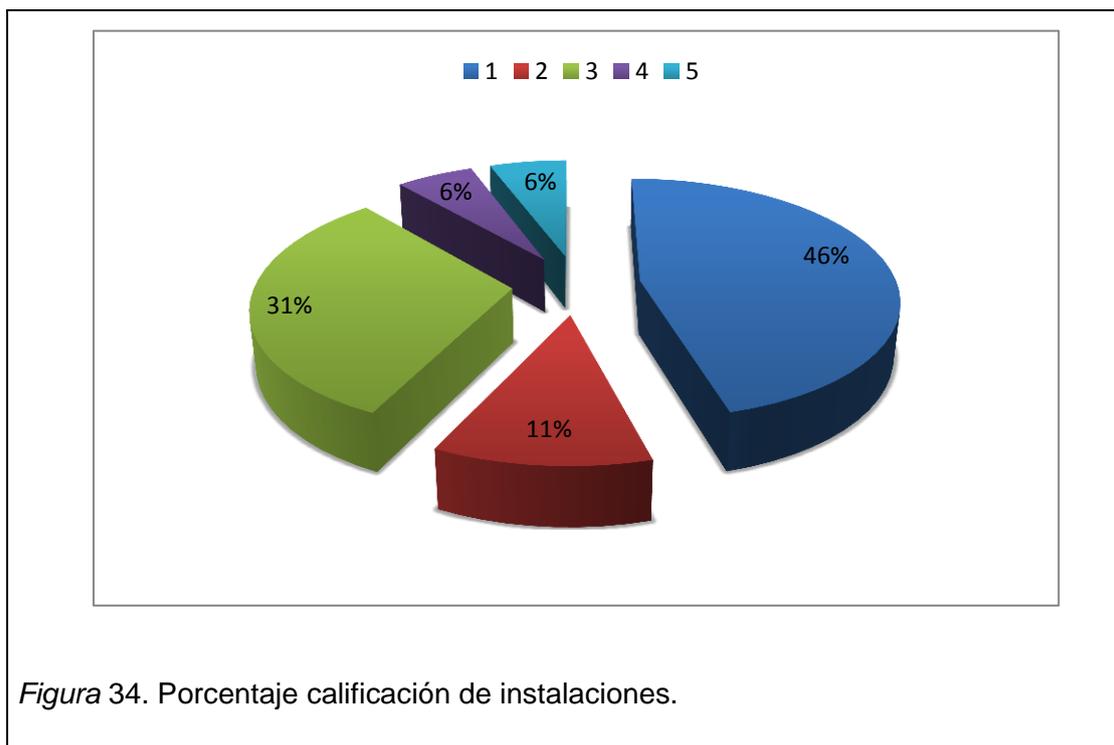


La mayor parte de los alumnos (54%) califica con un 5 al desarrollo de destrezas en el club, el 20% las califica con un 4, el 14% con un 3, un 6% con un 2 y otro 6% con un 1.

#### 4.7 Instalaciones

Tabla 18. Porcentaje calificación de instalaciones.

Instalaciones	Fracción	Porcentaje
1	25	46%
2	6	11%
3	17	31%
4	3	6%
5	3	6%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

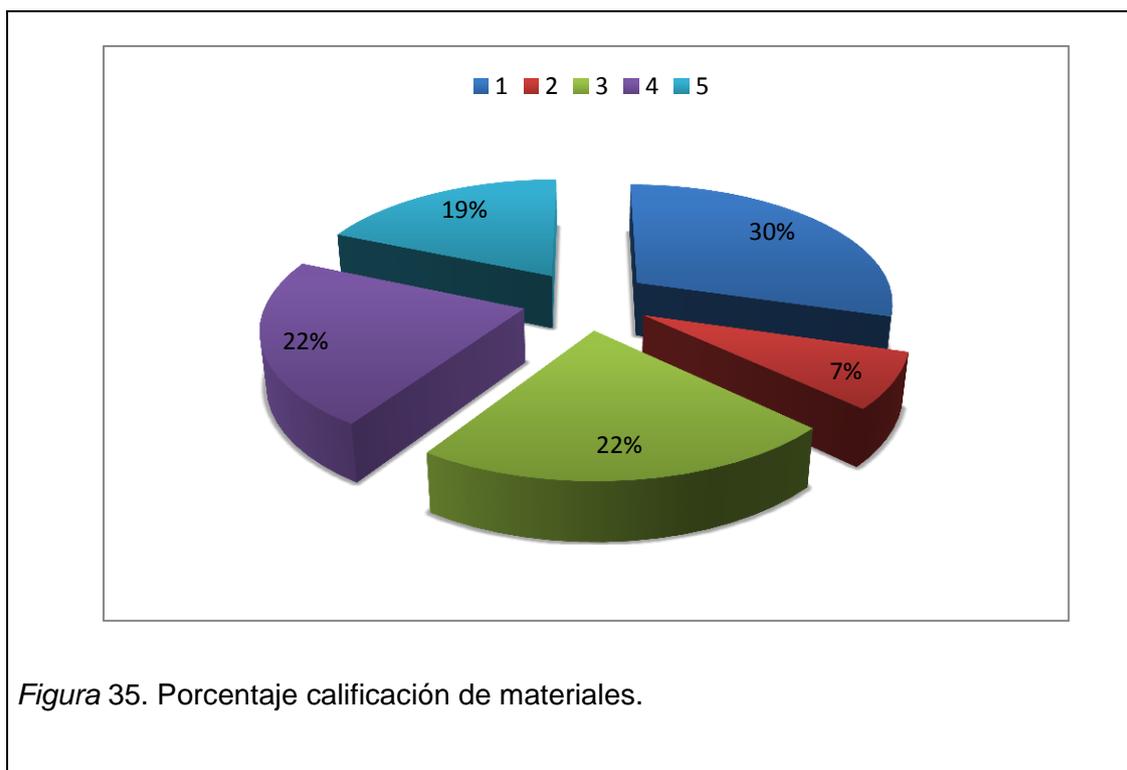


La mayoría de alumnos (46%) califica a las instalaciones deportivas de la UDLA con un 1, el 31% con un 3, el 11% con un 2, el 6% con un 4 y otro 6% con un 5.

## 4.8 Materiales

Tabla 19. Porcentaje calificación de materiales.

Materiales	Fracción	Porcentaje
1	16	30%
2	4	7%
3	12	22%
4	12	22%
5	10	19%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

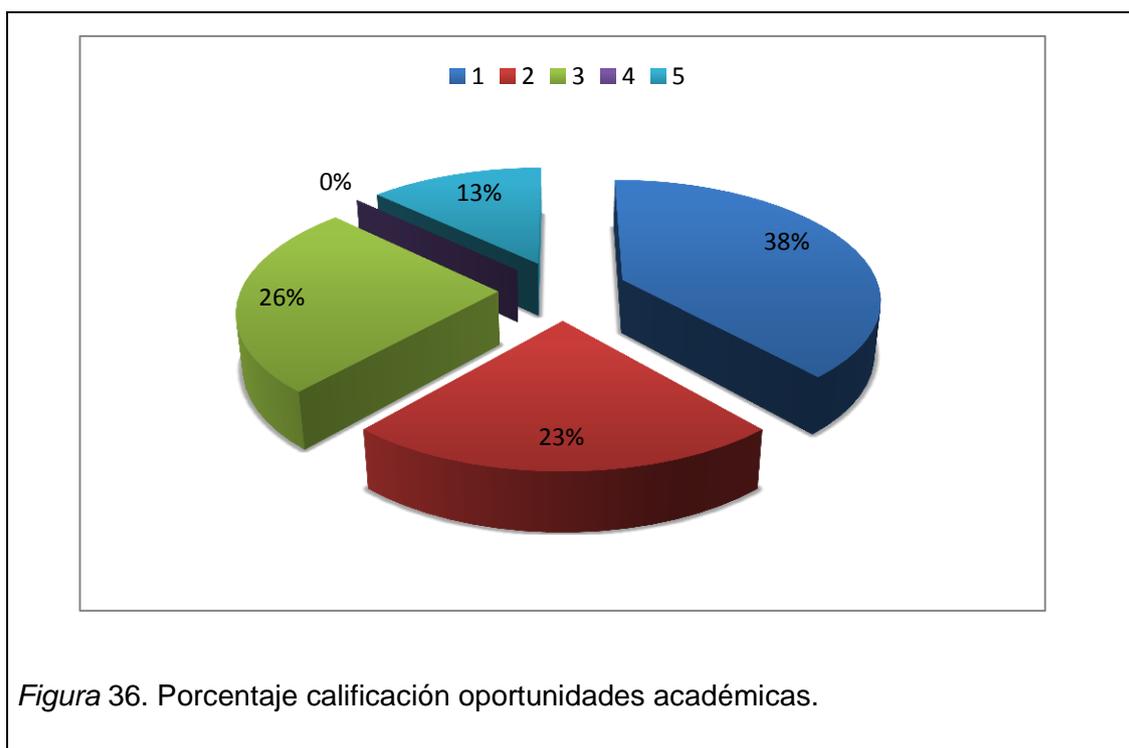


El 30% de alumnos califica a los materiales que la Universidad proporciona para los clubes con un 1, el 22% con un 3, otro 22% con un 4, el 19% con un 5 y el 7% con un 2.

#### 4.9 Oportunidades académicas

Tabla 20. Porcentaje calificación oportunidades académicas.

Oportunidades	Fracción	Porcentaje
1	21	38%
2	12	23%
3	14	26%
4	0	0%
5	7	13%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

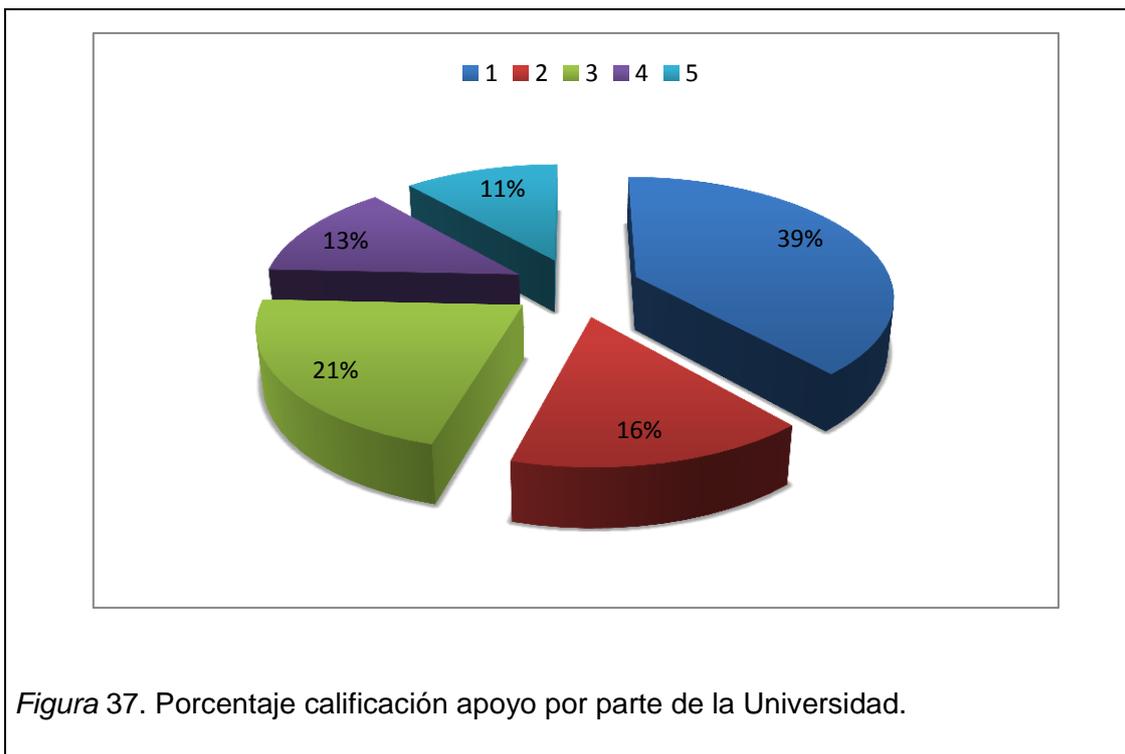


El 38% de encuestados califica las oportunidades académicas con un 1, el 23% con un 2, el 26% con un 3 y el 13% con un 5.

#### 4.10 Apoyo por parte de la Universidad

Tabla 21. Porcentaje calificación apoyo por parte de la Universidad.

Apoyo	Fracción	Porcentaje
1	21	39%
2	9	16%
3	11	21%
4	7	13%
5	6	11%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

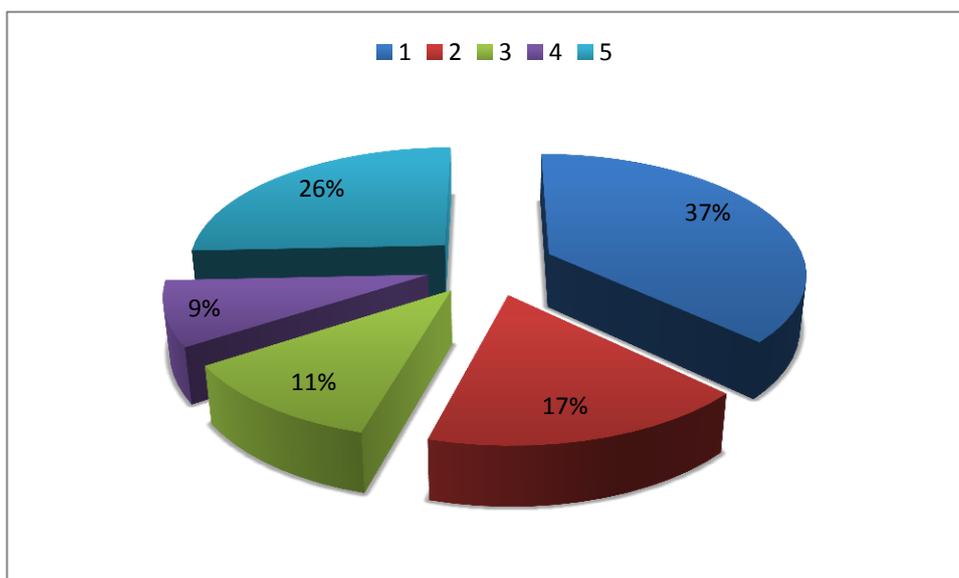


El 39% de alumnos califica al apoyo por parte de la Universidad con un 1, el 21% con un 2, el 16% con un 3, el 13% con un 4 y el 11% con un 5.

#### 4.11 Representar a la Universidad en diferentes eventos

Tabla 22. Porcentaje calificación representar a la Universidad.

Representar	Fracción	Porcentaje
1	20	37%
2	9	17%
3	6	11%
4	5	9%
5	14	26%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>



**Figura 38. Porcentaje calificación representar a la Universidad.**

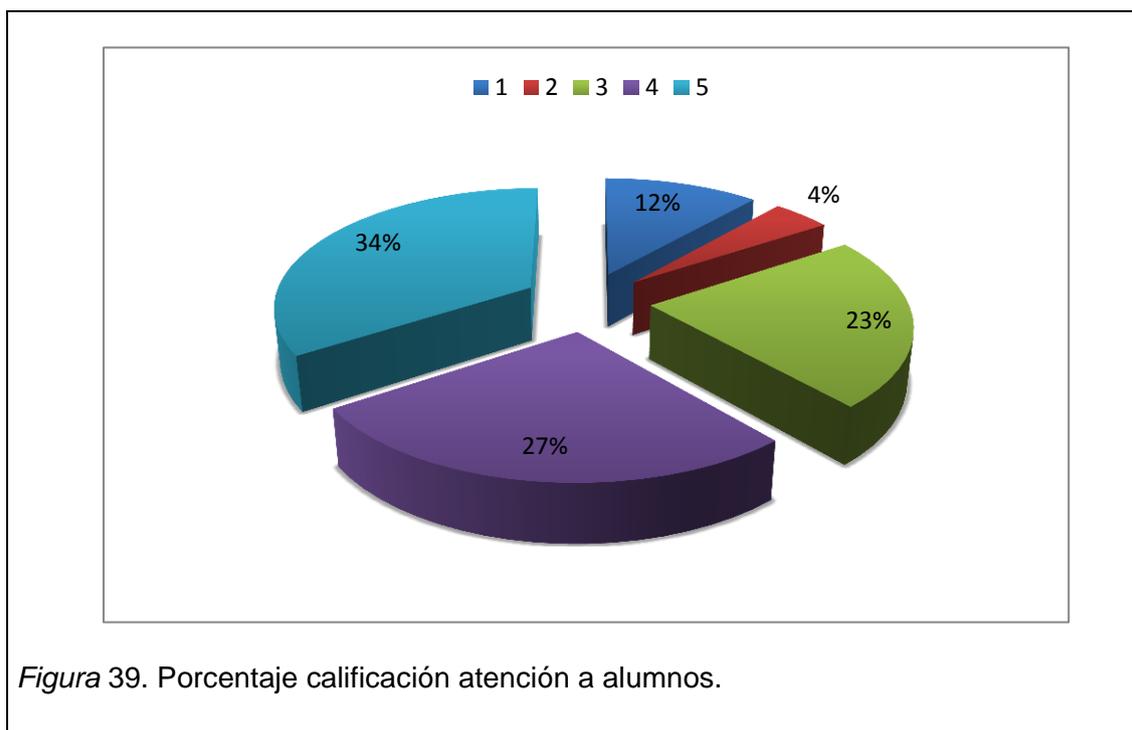
El 37% de alumnos califica con un 1 a la oportunidad de representar a la Universidad con su club, el 26% con un 5, el 17% con un 2, el 11% con un 3 y el 9% con un 4.

5. Siendo 5 el mayor y 1 el menor califique la labor de la coordinación de clubes en los siguientes ámbitos:

### 5.1 Atención a los alumnos

Tabla 23. Porcentaje calificación atención a alumnos.

Atención	Fracción	Porcentaje
1	7	12%
2	2	4%
3	12	23%
4	15	27%
5	18	34%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

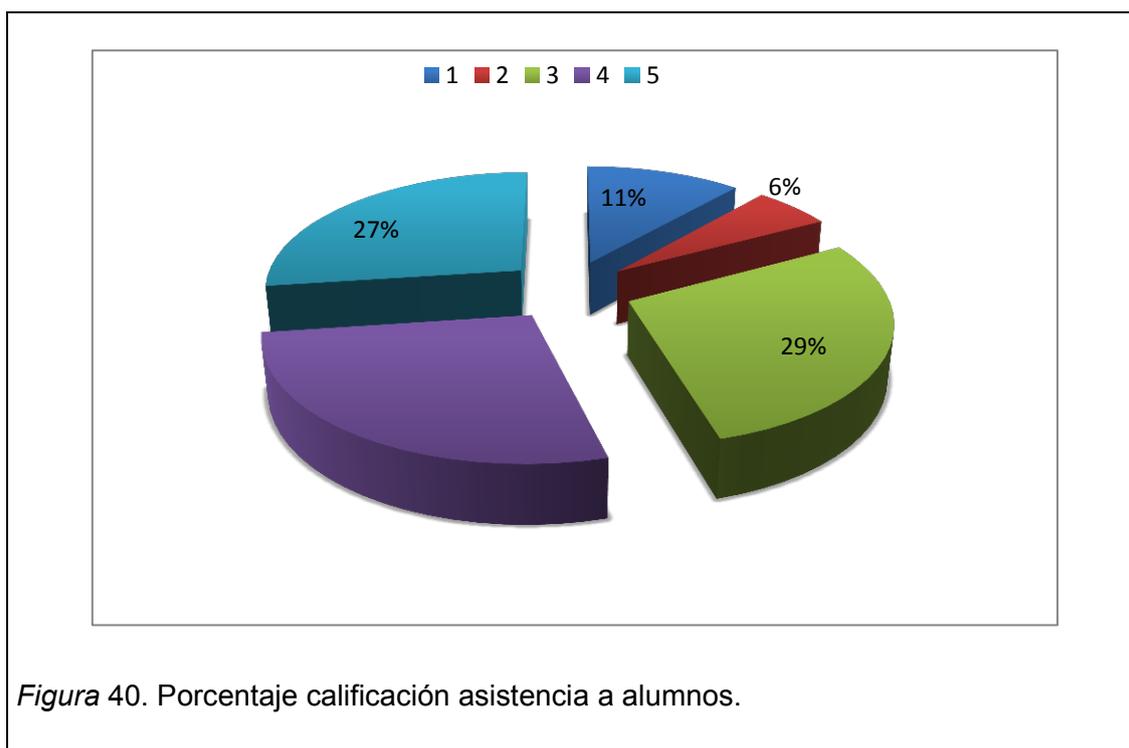


El 34% de alumnos califica la atención de coordinación con un 5, el 27% con un 4, el 23% con un 3, el 12% con un 1 y el 4% con un 2.

## 5.2 Asistencia a los alumnos en caso de problemas

Tabla 24. Porcentaje calificación asistencia a alumnos.

Asistencia problemas	Fracción	Porcentaje
1	5	11%
2	3	6%
3	16	29%
4	15	27%
5	15	27%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

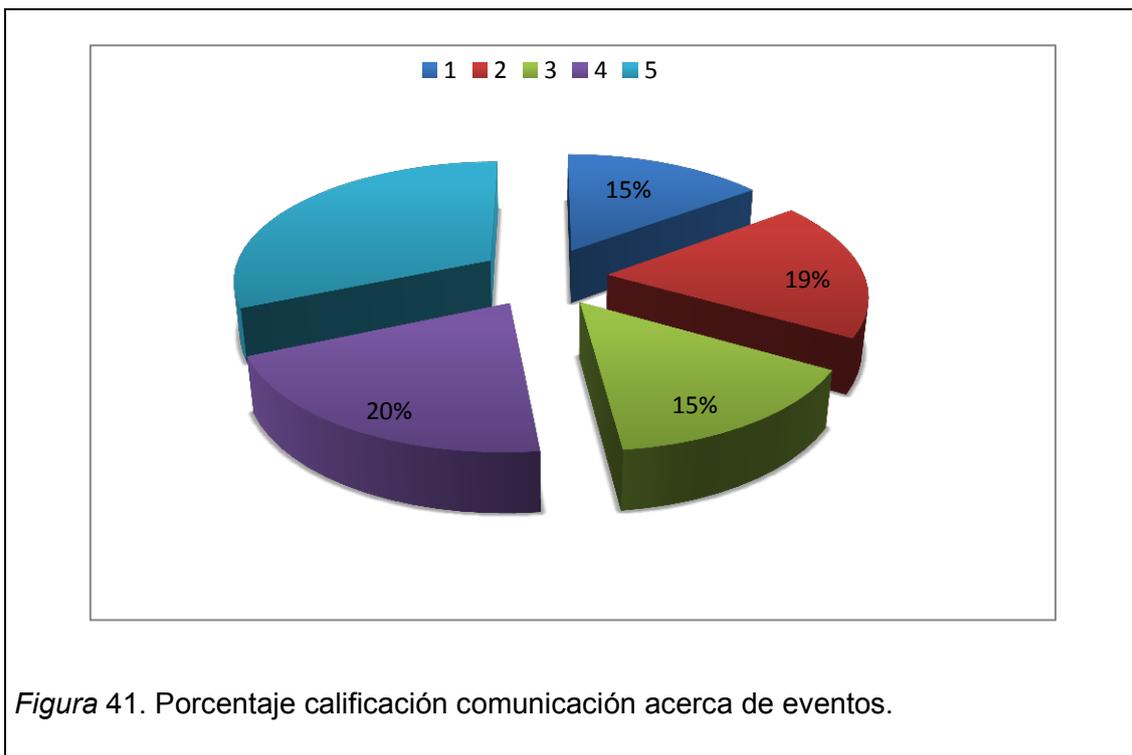


El 29% de alumnos califica la asistencia de coordinación de clubes en caso de problemas con un 3, un 27% con un 4, otro 27% con un 5, el 11% con un 1 y el 6% con un 2.

### 5.3 Comunicación acerca de eventos

Tabla 25. Porcentaje calificación comunicación acerca de eventos.

Comunicación	Fracción	Porcentaje
1	8	15%
2	10	19%
3	8	15%
4	11	20%
5	17	31%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>



El 31% de alumnos califica la comunicación de eventos con un 5, el 20% con un 4, el 19% con un 2 y un 15% es similar para 3 y 1.

## 5.4 Respuesta a peticiones

Tabla 26. Porcentaje calificación respuesta a peticiones.

Respuesta	Fracción	Porcentaje
1	12	23%
2	5	9%
3	9	17%
4	17	31%
5	11	20%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

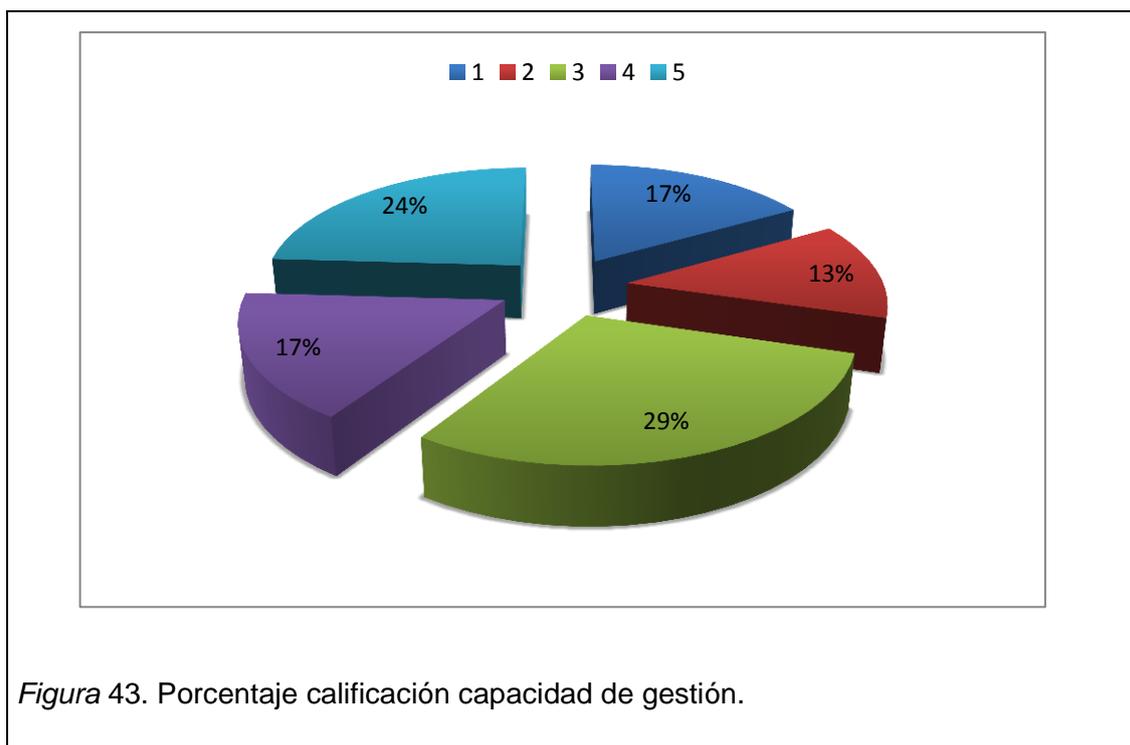


El 31% de alumnos califica la respuesta a peticiones por parte de la coordinación con un 4, el 23% con un 1, el 20% con un 5, el 17% con un 3 y el 9% con un 2.

## 5.5 Capacidad de gestión

Tabla 27. Porcentaje calificación capacidad de gestión.

Capacidad	Fracción	Porcentaje
1	9	17%
2	7	13%
3	16	29%
4	9	17%
5	13	24%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

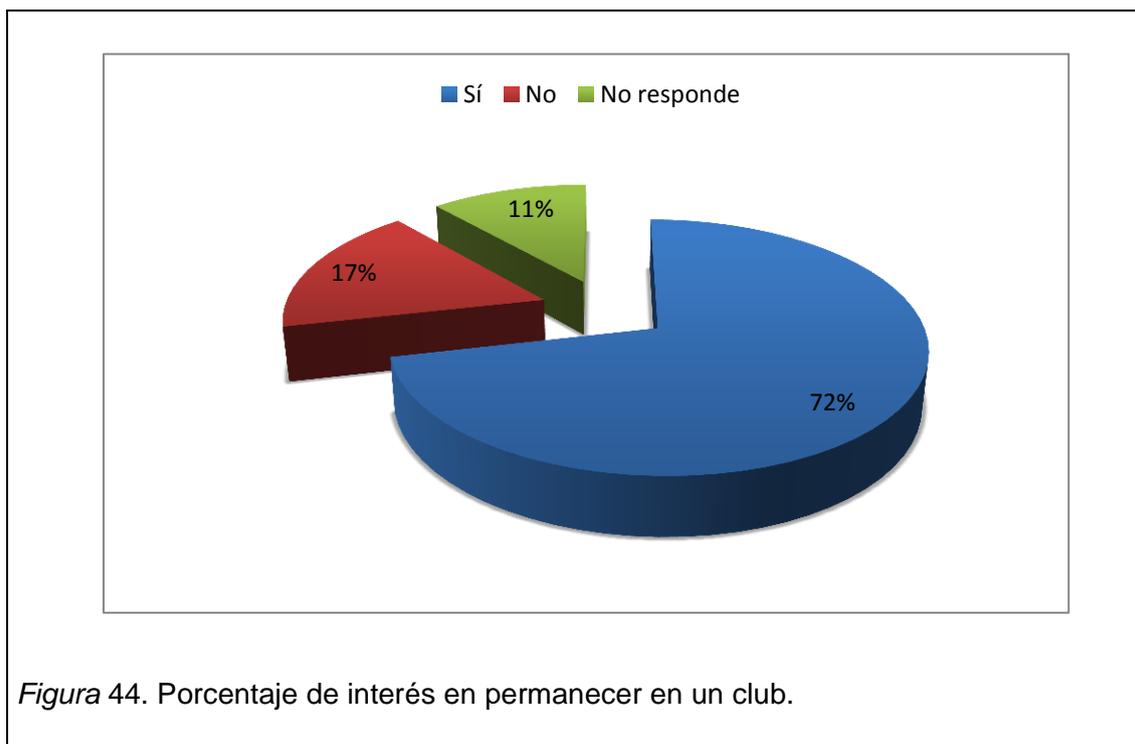


El 29% de alumnos califica con un 3 a la capacidad de gestión de la coordinación de clubes, el 24% con un 5, el 17% es similar para 1 y 3, y el 13% con un 2.

**6. ¿Estaría usted interesado en permanecer dentro del club para formar parte de una selección?**

Tabla 28. Porcentajes de interés en permanecer en un club.

Interés	Fracción	Porcentaje
Sí	39	72%
No	9	17%
No responde	6	11%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

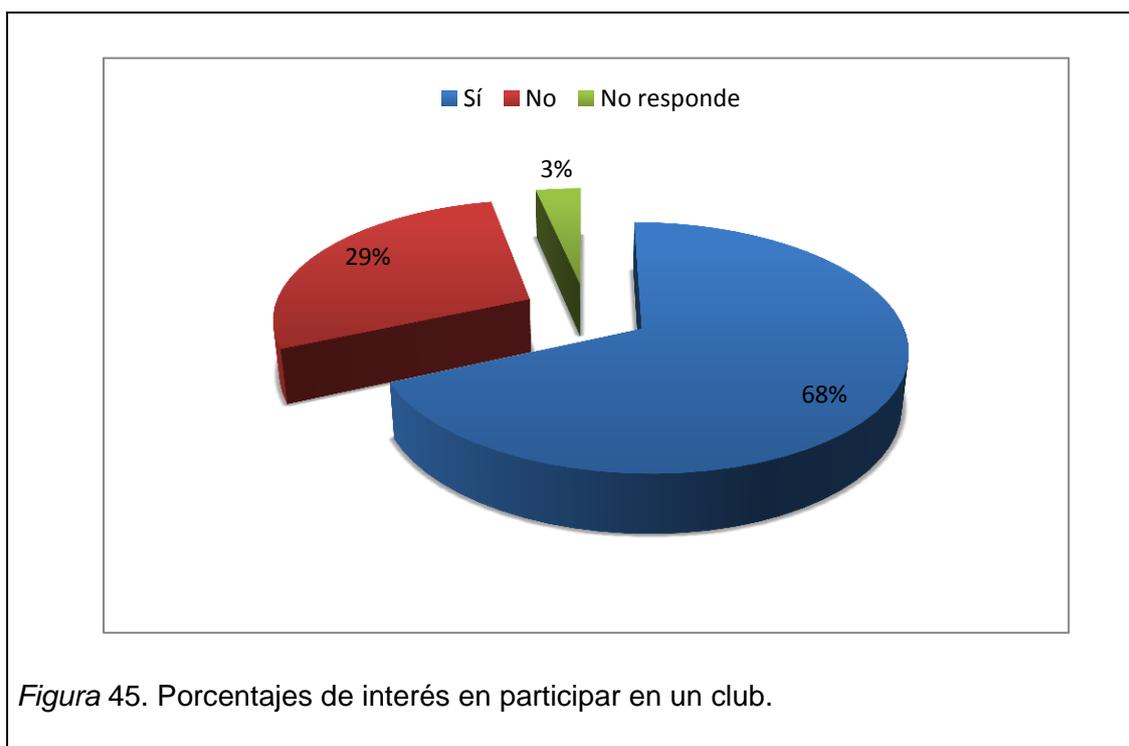


La mayoría de los alumnos que asisten a los clubes (72%) afirmó tener un interés por pertenecer a una selección, mientras que el 17% no y el 11% no respondió.

## 7. ¿Tendría usted interés en participar en alguno de los clubes deportivos existentes en la Universidad?

Tabla 29. Porcentajes de interés en participar en un club.

Interés club	Fracción	Porcentaje
Sí	370	68%
No	154	29%
No responde	18	3%
<b>TOTAL</b>	<b>542</b>	<b>100%</b>

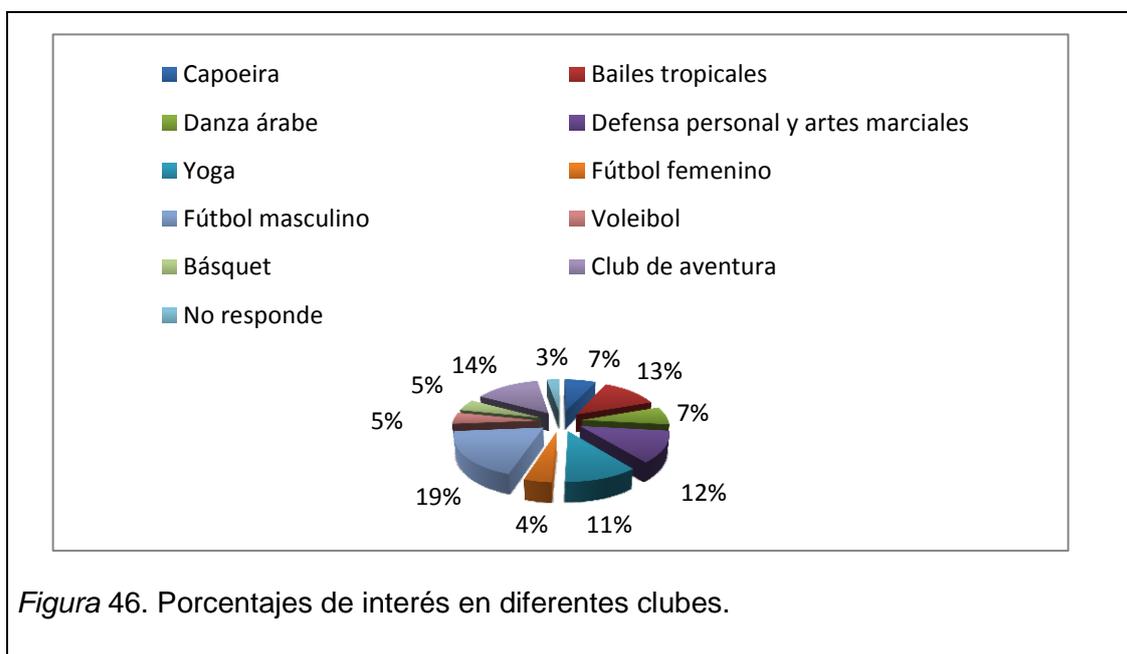


Del 91% de alumnos que fueron encuestados y que no asisten a ningún club, la mayoría, es decir, el 68% afirma estar interesado en participar en al menos uno, el 29% no está interesado, mientras que el 3% no respondió.

## 8. ¿Cuál de éstas sería su elección?

Tabla 30. Porcentajes de interés en diferentes clubes.

Cuál	Fracción	Porcentaje
Capoeira	39	7%
Bailes tropicales	69	13%
Danza árabe	40	7%
Defensa personal y artes marciales	66	12%
Yoga	60	11%
Fútbol femenino	22	4%
Fútbol masculino	101	19%
Voleibol	28	5%
Básquet	28	5%
Club de aventura	76	14%
No responde	13	3%
<b>TOTAL</b>	<b>542</b>	<b>100%</b>



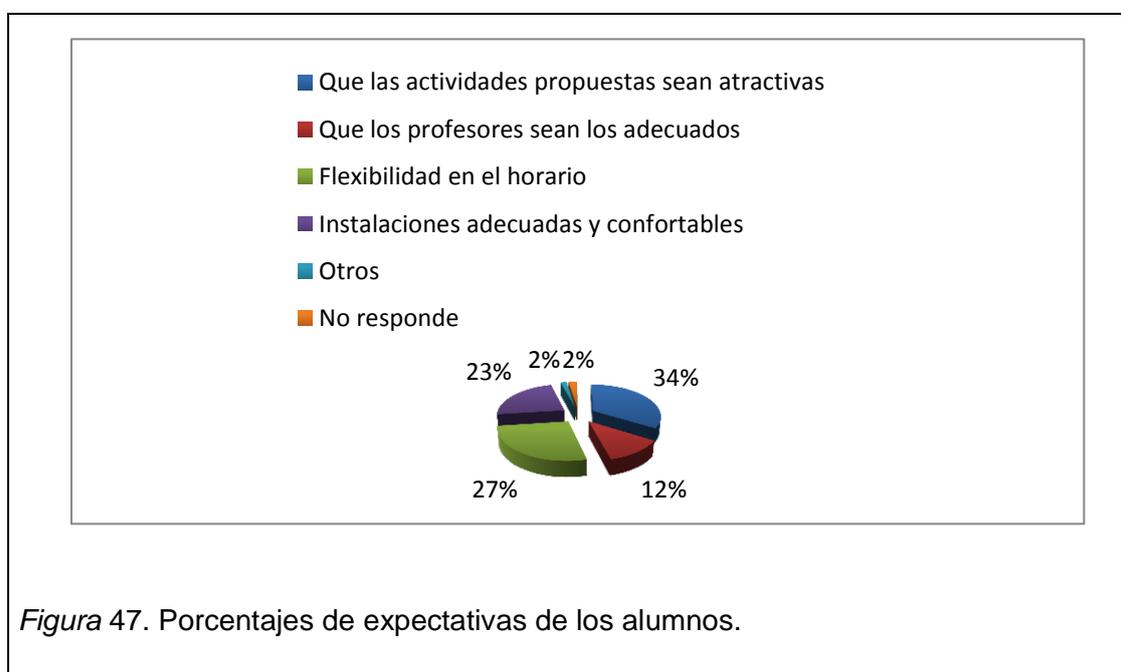
EL 19% de alumnos estaría interesado en pertenecer al club de Fútbol masculino, seguido del club de Aventura con un 14%. El 13% en Bailes tropicales, mientras que el 12 y 11% participaría en Defensa personal y Artes

marciales y Yoga respectivamente. Al 7% de alumnos les interesa Capoeira y Danza árabe, mientras que al 5% de alumnos Voleibol y Básquet. El 3% no contestó la pregunta.

### 9. ¿Qué es lo que usted espera del club al que desearía acceder?

Tabla 31. Porcentajes de expectativas de los alumnos.

Qué espera	Fracción	Porcentaje
Que las actividades propuestas sean atractivas	185	34%
Que los profesores sean los adecuados	66	12%
Flexibilidad en el horario	146	27%
Instalaciones adecuadas y confortables	124	23%
Otros	11	2%
No responde	10	2%
<b>TOTAL</b>	<b>542</b>	<b>100%</b>



El 34% de alumnos espera que las actividades propuestas sean atractivas para poder acceder a un club deportivo, el 27% requiere que los horarios sean flexibles, el 23% que las instalaciones sean adecuadas y confortables, mientras que el 12% desea que los profesores sean los adecuados. El 2% consideró otras opciones como la oportunidad de ser parte de una selección y el 2% no respondió.

**10. ¿Considera usted que los clubes deportivos de la UDLA tienen acogida?**

Tabla 32. Porcentaje de acogida de clubes.

Acogida	Fracción	Porcentaje
Sí	188	31%
No	398	67%
No responde	10	2%
<b>TOTAL</b>	<b>596</b>	<b>100%</b>

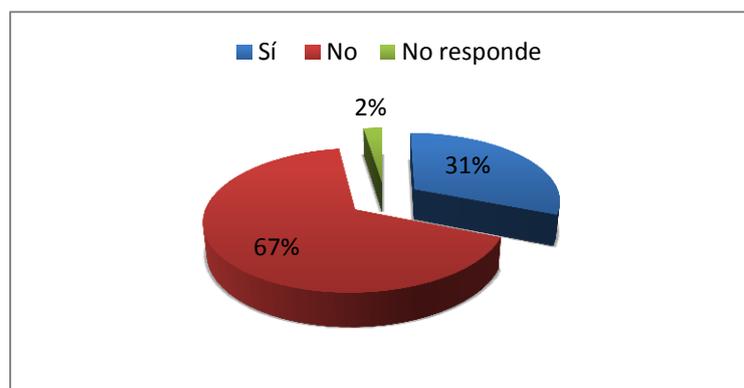


Figura 48. Porcentaje de acogida de clubes.

El 67% de alumnos considera que los clubes deportivos no tienen acogida mientras que el 31% sí, y el 2% no respondió.

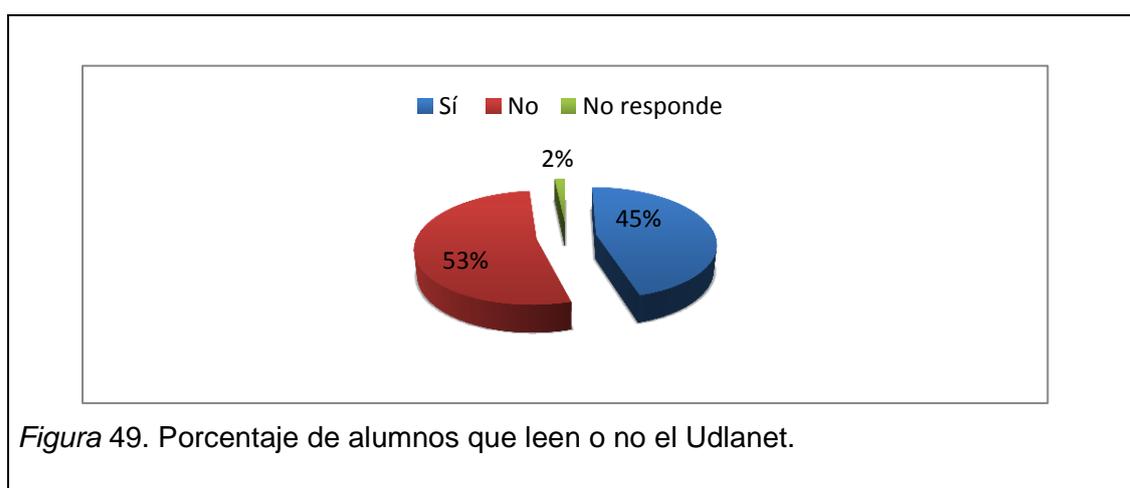
Aquellos que manifestaron que los clubes de la UDLA no tienen acogida, emitieron su respuesta en base a que estos no provocan interés, los horarios no son adecuados (falta de organización) y la infraestructura es limitada. Por otro lado, también afirman que otra de las razones es que la Universidad no brinda apoyo y que no hay beneficios académicos. Así mismo mencionan que no son conocidos por falta de comunicación y promoción apropiada.

En cuanto a los que respondieron que sí, argumentaron su respuesta al considerarlos interesantes y opinaron que los deportes en general tienen acogida entre los jóvenes y este tipo de distracciones son buenas en un ambiente académico.

#### 11. ¿Lee usted los e-mails con relación a los eventos deportivos que usted recibe en su Udlanet?

Tabla 33. Porcentaje de alumnos que leen o no el Udlanet.

Mails	Fracción	Porcentaje
Sí	271	45%
No	315	53%
No responde	10	2%
<b>TOTAL</b>	<b>596</b>	<b>100%</b>

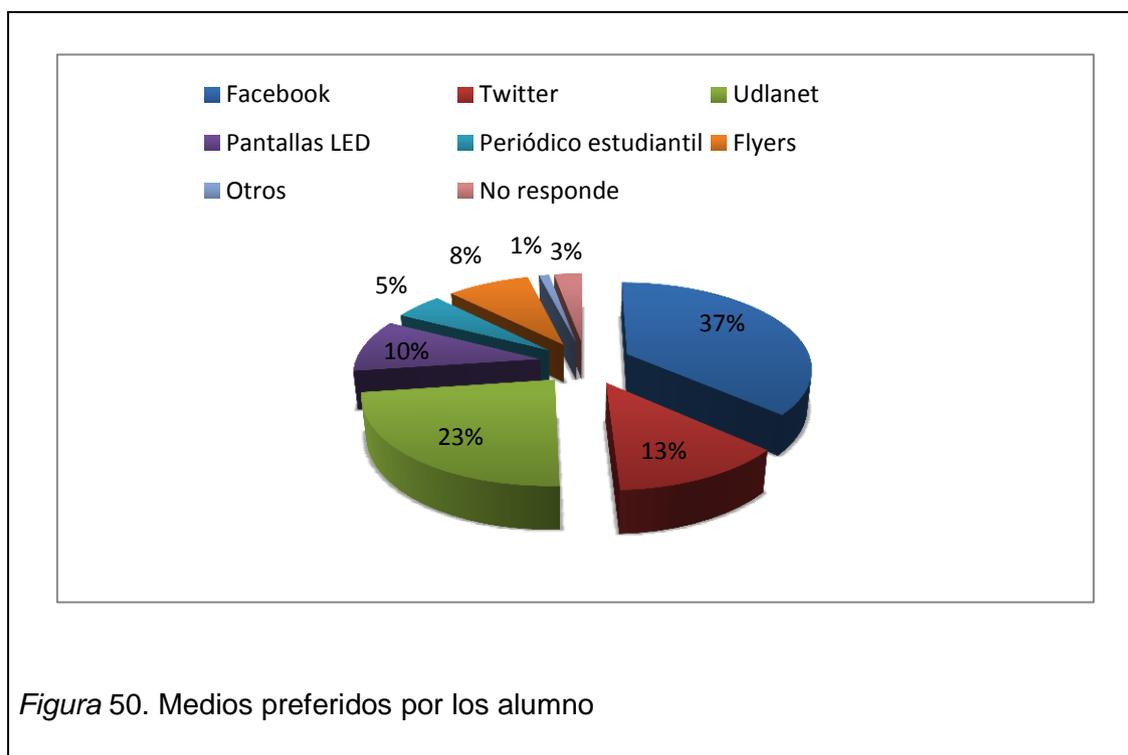


El 52% de alumnos leen los e-mails que se manda al Udlanet, el 46% no los lee y el 2% no respondió.

## 12. ¿Cuál de los siguientes medios prefiere usted para informarse acerca de los clubes deportivos de la Universidad?

Tabla 34. Medios preferidos por los alumnos.

Medio	Fracción	Porcentaje
Facebook	221	37%
Twitter	78	13%
Udlanet	141	24%
Pantallas LED	60	10%
Periódico estudiantil	30	5%
Flyers	48	8%
Otros	6	1%
No responde	12	2%
<b>TOTAL</b>	<b>596</b>	<b>100%</b>



El 37% de alumnos prefiere informarse acerca de los clubes deportivos de la Universidad a través del Facebook, el 24% continúa prefiriendo el Udlanet

mientras que el 13% se inclina por el Twitter. El 10% del alumnado desearía informarse a través de las Pantallas LED de la Universidad, el 8, 5 y 1% escogieron los flyers, el periódico estudiantil y otros respectivamente. El 2% no contestó.

Las razones por las cuales los alumnos encuestados mencionan que no leen los e-mails que envía la coordinación de clubes son principalmente porque no les provoca ningún interés pues no poseen algo verdaderamente llamativo o atractivo y también por la falta de tiempo. Aquellos que sí los leen manifiestan que son informativos y por esta razón les interesa.

#### **4.5. Conclusiones de encuestas**

- La mayoría de estudiantes encuestados afirma no pertenecer a un club deportivo, debido fundamentalmente a que no son realizados en instalaciones adecuadas; los horarios son inflexibles; la falta de organización es alta; no existen beneficios académicos por parte de la Universidad y esa falta de apoyo los desmotiva. Consideran que la UDLA les da muy poca importancia y que la falta de este soporte es un punto muy significativo para la poca acogida que tienen.
- Otra de las razones por las que la mayoría de alumnos no asiste a los clubes y considera que estos no tienen acogida, es la falta de comunicación y promoción de los mismos. Un hecho que corrobora también la falta de acogida, es que para los alumnos de la Facultad de Comunicación, asistir a los clubes es obligatorio y los encuestados han mencionado que esto tampoco les agrada. Los encuestados coinciden en que estas son las razones por las que los clubes no son interesantes, por ende tampoco conocidos.
- Tomando en cuenta que los alumnos de la Facultad de Comunicación están obligados a asistir a un club (en algún punto de la carrera), los datos de la encuesta demuestran que ni siquiera la mayoría de alumnos de esta facultad son los que asisten a los clubes, es decir, que a pesar de haber asistido a los clubes, no crearon un interés como para mantenerse regularmente en un club.

- A pesar de que los alumnos encuestados que no asisten a los clubes deportivos de la UDLA manifiestan que estos no tienen acogida, la mayoría estaría interesado en participar en uno. Las mujeres se inclinan más a la idea de formar parte de Bailes tropicales y Yoga, mientras que los hombres prefieren en su mayoría al Fútbol y al club de Aventura.
- La mayoría de los estudiantes encuestados espera, para acceder a un club deportivo, que las actividades propuestas por la Universidad sean atractivas y que también la oferta de horarios sea más efectiva; este es uno de los mayores inconvenientes que los alumnos han mencionado tener. Otro hecho muy importante que se ha señalado constantemente, es la inadecuada infraestructura para hacer deportes en la Universidad; los encuestados han manifestado la gran necesidad de mejoras en las instalaciones.
- Se evidencia una falla y falta de comunicación entre la Coordinación de Clubes y los estudiantes, esto debido a que no hay un manejo adecuado en el tema comunicacional. La mayoría de alumnos afirman no leer los comunicados de la coordinación en el Udlanet, y la encuesta determina que esta razón se debe a que los estudiantes prefieren informarse de temas deportivos a través del Facebook o el Twitter. El correo Udlanet es una opción bastante escogida también; sin embargo, no es por la que más se inclinan los alumnos para estar informados. A un porcentaje menor le gustaría ver los comunicados de la Coordinación a través de las pantallas LED de la UDLA, y a pesar de que no es una de las opciones preferidas, esta puede ser una opción válida e incluso amigable con el medio ambiente. Una de las fallas comunicacionales más notorias es que los e-mails que la Coordinación de Clubes envía no provocan mucho interés en los alumnos ya que ellos afirman no leerlos porque no son atractivos, siempre tienen la misma información y la falta de tiempo no les permite darles atención.
- Con respecto a los alumnos encuestados que sí asisten a los clubes, la mayoría participa actualmente en un club por propio interés y porque su malla académica lo obliga. El carácter obligatorio de estas ha sido una

de las razones por las que los alumnos no se sienten interesados en los clubes. A pesar de esto, de manera general los estudiantes califican altamente a los profesores tanto en sus destrezas y conocimiento de la materia como en la asistencia y el trato a los alumnos. El dinamismo de la clase y el desarrollo de destrezas personales también fueron calificadas con notas altas, lo cual evidencia que dentro de las clases se vive un buen ambiente y avance. Sin embargo, esto es algo que no se ha dado a conocer en la Universidad, por eso la falta de acogida o aceptación. Sin embargo, cuando se topa el tema de las instalaciones, materiales, apoyo por parte de la Universidad y oportunidades académicas, las calificaciones se vuelven bajas. En algunos casos oscilan entre el puntaje 1 y 3, dependiendo del tipo de club, como fútbol por ejemplo. Muchos alumnos han expresado en las encuestas el descontento que les provoca sobre todo la falta de apoyo y oportunidades que la UDLA ofrece.

- Representar a la Universidad en diferentes eventos con cada club obtuvo resultados diferentes. Dependiendo del tipo de club, las posibilidades de representar a la UDLA han obtenido calificaciones altas y bajas equitativamente.
- En términos generales, la atención a los alumnos y la asistencia en caso de problemas por parte de la Coordinación de Clubes obtuvo calificaciones buenas y regulares (entre 5 y 3); mientras que la comunicación de eventos ha tenido mucha irregularidad en cuanto a calificaciones. Hay un alto porcentaje de alumnos que considera que la Coordinación hace un buen trabajo y otro porcentaje parecido cree que no. Así mismo la respuesta a peticiones y la capacidad de gestión de la Coordinación posee puntuaciones altas y bajas.
- A pesar de calificaciones bajas o irregulares, los encuestados que asisten a clubes, en su mayoría, estarían dispuestos a continuar en su club con el fin de pertenecer eventualmente a una selección. Esto indica que los clubes tienen una aceptación buena para quienes la conocen; sin embargo, su falta de organización y falla en la comunicación no tiene

completamente satisfechos a los estudiantes y por ende su imagen y prestigio es distorsionada e incluso cuestionada.

#### **4.6. Resumen de entrevistas**

Entrevista completa en ANEXO 7

**Nombre: Felipe Arroyo**

**Cargo: Coordinador de Clubes de la Universidad de Las Américas**

**Lugar: UDLA**

**Fecha: 08/10/13**

Felipe Arroyo comenta en su entrevista que no se ha hecho encuestas a los alumnos en los últimos años debido a que la capacidad que la Universidad puede ofrecer para deportes está copada y no se puede publicitar más si no se tiene cabida. Por otro lado comenta que semestralmente se hace evaluaciones a las clases y a los profesores para verificar que se esté cumpliendo con lo propuesto al iniciar el semestre. También menciona que el 10% de la Universidad actualmente se encuentra haciendo deportes en los clubes y que a pesar de que las instalaciones no son las idóneas en cuestión de espacio, tanto alumnos como profesores han sabido acoplarse a esta situación.

En cuanto a la publicidad de los clubes, explica que se hace una vez al iniciar el semestre y otra al culminarlo, a través de correos masivos. Adicional a esto se organiza una clausura de clubes al finalizar cada semestre; durante el resto del período no se publicita de ninguna otra manera a los clubes, a menos que existan eventos especiales.

Felipe explica que en los últimos años los clubes han crecido y que hoy en día las autoridades toman más en serio a estas actividades a diferencia de

años pasados. Hoy cuenta con el apoyo total de la Universidad en cuanto a libertad y presupuesto.

El coordinador afirma conocer acerca de la FEDUP y la FISU mas alega que la Universidad está ligada siempre a la Red Laureate y es por esta razón que no se ha planteado la idea de pertenecer a estas federaciones.

Entrevista completa en ANEXO 8

**Nombre: Susana Jara**

**Cargo: Directora de Deportes de la Universidad San Francisco de Quito**

**Lugar: USFQ**

**Fecha: 07/12/13**

La entrevistada Susana Jara comenta que a pesar de que actualmente critica un poco la pro actividad y desenvolvimiento de la FEDUP, esta es la que rige el deporte a nivel universitario y es necesario para salir a competir oficialmente a nivel internacional el aval de la misma.

A pesar de que el apoyo es mínimo, se obtiene los beneficios necesarios para cumplir con los objetivos de participar fuera del Ecuador y obtener más credibilidad en el ámbito deportivo.

## Entrevistas completas en ANEXO 9

**Nombre: Manaí Castillo**

**Cargo: Profesora de yoga**

**Lugar: UDLA**

**Fecha: 16/12/13**

Manaí Castillo considera que los clubes deportivos de la UDLA son buenos; requiere de mejores instalaciones e incluso a veces una mejora en el sistema de la internet, pero que en términos generales recibe el apoyo necesario por parte de la Universidad. Declara que la infraestructura no es la propicia para impartir yoga, tanto ella como los estudiantes se han acoplado, sin embargo, cree que sí es una de las razones que más desmotiva a los alumnos. Propone que se consulte más a menudo a los alumnos acerca de sus necesidades, una mayor difusión de los clubes y un seguimiento más profundo.

**Nombre: Arturo Castillo**

**Cargo: Profesor de yoga**

**Lugar: UDLA**

**Fecha: 16/12/13**

El profesor de yoga, Arturo Castillo, declara que al momento afronta muchas dificultades para impartir clases, empezando por la infraestructura inadecuada que se maneja para dar las mismas. Enuncia que este es un hecho que provoca inconformidad en los alumnos quienes constantemente se quejan.

Afirma encontrarse en un entorno de libertad y confianza respecto de su competencia profesional, a pesar de esto, expresa su descontento con la Universidad al no tener un contrato fijo.

Arturo Castillo explica ansiosamente la propuesta que ha hecho a la Universidad de abrir yoga 2; clase que se orientaría más al mejoramiento académico y desarrollo humano e integral a través de esta disciplina. A pesar de esto, Arturo elogia el trabajo que se hace en la Coordinación de Clubes.

**Nombre: Juan Francisco Aguinaga**

**Cargo: Profesor de fútbol femenino**

**Fecha: 19/12/13**

Juan Francisco Aguinaga expone que encuentra satisfactorio el trabajo de la Coordinación de Clubes a pesar de que no tiene una coordinación anterior con la cual compararla; asegura que ha tenido todo el apoyo por parte de la Universidad. Explica también que a pesar de que el espacio para practicar deportes es reducido, los alumnos se acoplan fácilmente y que saben que se está en un proceso de cambio que los ayuda a mejorar poco a poco.

Una de las mayores preocupaciones del profesor es que los alumnos se inscriben a los clubes sin realmente darles la importancia que se merecen, es por esto que él plantea que una solución sea que se pierda la materia por inasistencia. Próximamente Juan Francisco será el nuevo coordinador de los clubes deportivos de la UDLA y ha propuesto tener una reunión para topar este tema.

#### 4.7. Conclusiones de entrevistas

- La Universidad de las Américas ofrece una amplia variedad de opciones deportivas para que los alumnos puedan escoger, según la Coordinación de Clubes, estos tienen buena acogida y al momento abastecen a una cantidad inmensa de estudiantes, el 10% de la Universidad. Si bien es cierto 1300 estudiantes es una cantidad grande de alumnos (que realmente ha aumentado en los últimos años), no se está tomando en cuenta que el 90% restante de la Universidad no se involucra en ninguna actividad deportiva, lo cual en términos estadísticos indica que es bajo el porcentaje de aceptación de los deportes por parte del alumnado.
- Durante los dos años en los que Felipe Arroyo ha estado a cargo de los Clubes Deportivos no se ha hecho encuestas a los alumnos para determinar el grado de aceptación o captar algún tipo de problema que se haya podido desarrollar en este tiempo. Se utilizó anteriormente un tipo de metodología muy práctico con el cual únicamente se definió de alguna manera los intereses deportivos de un porcentaje bajo del alumnado; sin embargo, no se ha investigado a profundidad las necesidades de los estudiantes. A más de esto, el coordinador no considera necesario algún tipo de encuesta o investigación ya que alega que al momento su capacidad de ofrecer algo está al máximo.
- La Coordinación está consciente de que las instalaciones destinadas para el deporte en la Universidad no son las idóneas, sin embargo, afirma que tanto alumnos como profesores se han adaptado de manera satisfactoria a este hecho. Se tiene previsto que las nuevas instalaciones de la UDLA cuenten con un espacio específico para practicar deportes, mas no se hará nada al respecto hasta que estas instalaciones estén listas, es más, no se tiene planificado todavía como se va a dirigir los clubes cuando ya se pueda hacer uso de las mismas. Felipe Arroyo afirma que la Universidad está en capacidad de ofrecer actividades sencillas siempre y cuando no se trate de algo que requiera más espacio.

- A diferencia de años anteriores, la Universidad hoy en día apoya mucho más a los clubes. Felipe Arroyo afirma que debido a que se ha avanzado más con los clubes, la UDLA ha invertido más recursos para lograr que estos avancen. A pesar de que se ha logrado incrementar este apoyo tan necesario, es evidente que la Universidad espera primero que el esfuerzo de los alumnos de fruto para empezar a apoyarlos, en lugar de que sea al revés.
- Con respecto a los criterios con los que se elige a los docentes, el coordinador explica que no se selecciona profesores de acuerdo a títulos sino a la experiencia, certificados o participaciones destacadas ya que un docente de clubes como yoga o baile no poseen títulos de educación superior, no obstante hay que tomar en cuenta que hoy en día es posible encontrar personas preparadas para dar clases en el ámbito, no solamente expertos en el tema sino que preparados académicamente para este campo. La necesidad de la contratación de profesores de calidad también definirá el nivel con el que avancen los clubes e incluso selecciones deportivas que puedan conformarse más adelante en la UDLA.
- Los sílabos que los profesores preparan al inicio del semestre son enteramente definidos por los docentes que van a impartir la clase, es decir, no existe algún criterio en común o específico que cada club deba cumplir. Es evidente que la búsqueda de la educación integral es la que siempre se persigue, sin embargo, la Coordinación de Clubes no ha impuesto normas u objetivos a llevar a cabo por todos los clubes tanto en el ámbito físico como psicológico.
- En términos generales los profesores de los clubes están bastante conformes con las facilidades y libertad que la Universidad les ha ofrecido. Afirman que, en efecto, las instalaciones no son las adecuadas, sin embargo, tanto ellos como los alumnos han sabido acoplarse bien. Uno de los puntos que debería tomarse en cuenta es que necesitan una relación laborable más estable con la UDLA.

- El presupuesto que se define para cada semestre es impuesto por la Universidad, Felipe explica que generalmente el monto que se le da es suficiente y que en caso de ser necesario más la UDLA siempre está presta a colaborar dependiendo el caso. Una excepción es la selección de Fútbol Masculina ya que esta recibe un su propio presupuesto. A pesar de que es un apoyo bien merecido a la selección, se debería considerar que el resto de clubes también merecen este tipo de incentivos.
- A lo largo del semestre se hacen pocas evaluaciones a los clubes, generalmente en casos especiales como ferias o presentaciones, lo mismo ocurre con la evaluación de la satisfacción del estudiante. La Coordinación considera que no es necesario hacer evaluaciones más constantes sobre todo no durante el semestre ya que el esquema que manejan solamente permite a los jóvenes inscribirse en los clubes al inicio del semestre y nada más. A pesar de seguir este esquema que es un tanto rígido, se debería tomar en cuenta la necesidad de evaluaciones más constantes o periódicas ya que de otra manera no se puede analizar correctamente lo que va sucediendo durante el semestre.
- La promoción de los clubes tampoco es un tema que se maneja de una manera constante; se manda correos masivos al iniciar y al terminar el semestre y se notifica en la página web de la Universidad, esperando que eso sea suficiente para que los estudiantes se enteren de lo que se ofrece. Otra alternativa generalmente son las carteleras de la UDLA (se informa acerca de los eventos con dos días de anticipación usualmente). A pesar de que este método parece conveniente porque todo alumno debe poseer el correo Udlanet, no se ha evaluado de manera rigurosa si este es el canal adecuado de comunicación para los alumnos. Se cree que no es necesario ya que los clubes han crecido rápidamente y no se puede aceptar más personas porque la capacidad está al máximo.
- Los eventos que planifica la Coordinación de Clubes no están definidos precisamente a excepción del evento de clausura que se hace al final del semestre, mismo que como se mencionó antes, se avisa a los

alumnos con máximo dos días de anticipación. Felipe afirma que esto se maneja según el *Marketing*, puesto que si se hace con anterioridad nadie acudiría al evento. Para la organización de este tipo de eventos las personas que colaboran hoy en día son insuficientes y el Coordinador comenta que el apoyo cada vez es más necesario.

- Felipe Arroyo tiene conocimiento de la existencia de la Federación Ecuatoriana de Deporte Universitario y Politécnico (FEDUP), sin embargo, desconoce que al pertenecer a esta Federación también se puede formar parte de la Federación Internacional de Deporte Universitario (FISU) lo cual daría una oportunidad a los alumnos de participar en las Universiadas que se hace a nivel mundial. Afirma que la razón de no pertenecer a esta Federación es que al ser parte de la Red Laureate la visión de la Universidad cambia. A pesar de esto, la Universidad no está tomando en cuenta que el pertenecer a la FEDUP puede ser un beneficio grande para la imagen de la misma y una ganancia enorme para los alumnos.
- Al contrario de la UDLA, la Universidad San Francisco de Quito es miembro actualmente de la FEDUP. Susana Jara, Directora de Deportes de la USFQ, explica que el beneficio que se tiene al ser parte de la FEDUP es la posibilidad de competir internacionalmente, sin el aval de esta no se puede formar parte de una competencia de manera oficial. Por otro lado, también es una oportunidad para competir a nivel universitario con otras universidades del Ecuador. A pesar de que la FEDUP no es una entidad que funciona de la mejor manera, según Susana, si es la puerta que le permitirá en un futuro a la USFQ enviar a más de sus alumnos a participar en las Universiadas que organiza la FISU.

#### 4.8. Resumen de Focus Group

Focus group completo en ANEXO 11

##### **Focus group de estudiantes que no asisten a clubes**

**Fecha:** 19/12/13

**Lugar:** UDLA

**Duración:** 25 minutos

**No. de participantes:** 6

La mayoría de alumnos que participaron en el focus group afirman que no asisten a los clubes deportivos primordialmente porque la falta de cupos y de organización en los horarios no se los ha permitido. Les parece que es interesante que la Universidad ofrezca alternativas para hacer deporte, sin embargo, no conocen mucho al respecto y creen que lo que le hace falta a los clubes es que exista un nivel de competitividad más alto. También expresan su descontento con la infraestructura de la UDLA para hacer deportes y consideran que la Coordinación de Clubes no se comunica de la manera adecuada con sus públicos. El correo Udlanet es básicamente el medio por el cual la Coordinación se manifiesta y los estudiantes comentan que el medio que menos usan para informarse acerca de las actividades de la Universidad es el Udlanet, a menos que tenga que ver con sus carreras, de lo contrario no. Los alumnos proponen que se de a conocer a los clubes de una manera más llamativa dentro de la misma Universidad y que hacer shows o eventos para promocionarlos sería lo ideal.

Focus group completo en ANEXO 10

**Focus group de estudiantes que asisten a clubes**

**Fecha:** 20/12/13

**Lugar:** UDLA

**Duración:** 15'16 minutos

**No. de participantes:** 6

Los alumnos que asisten a clubes coinciden en que la razón principal por la cual entraron a los clubes deportivos de la UDLA fue porque su malla académica los obligaba mas no por interés propio. Además, manifiestan que sus experiencias en los clubes fueron relativamente satisfactorios. Por un lado alegan que hay buenas opciones para elegir entre los clubes, no obstante, el apoyo de la Universidad es poco, las instalaciones no son las adecuadas y creen que no se toma en serio a los clubes deportivos. Para la mejora de los clubes, proponen que en primera instancia no sean obligatorios, se mejore la infraestructura, la flexibilidad en los horarios, el apoyo por parte de la Universidad y una mejor comunicación para promocionar a los clubes pues prácticamente desconocen de la labor de la Coordinación de Clubes deportivos.

**4.9. Conclusiones de los Focus Group**

- La mayoría de estudiantes que participaron del focus group y que asisten a los clubes afirma que entraron a formar parte de estos ya que su malla académica los obligaba; también creen que lo que los clubes tiene para ofrecerles no es suficientemente bueno. Consideran que algunas opciones son buenas y otras llamativas, sin embargo, necesitan

de mayor o mejor promoción o varios cambios tanto en organización como el tipo de profesores que imparten las clases deportivas y asimismo mayor apoyo por parte de la Universidad.

- En general consideran que los profesores que imparten sus clases son buenos pero podrían mejorar la organización; la falta de espacio o comodidad también son características que se necesita pulir para poder impartir clases de una mejor manera.
- Para la mayoría de estos estudiantes sus destrezas no fueron mayormente desarrolladas, la falta de seriedad por parte de alumnos que toman estas clases como materias de relleno o el hecho de que sea una clase obligatoria, no permite que el nivel avance efectivamente o de la manera deseada. Afirman que las clases son buenas, sin embargo, requiere de más esfuerzo y organización para llegar a un nivel de excelencia en cuanto a deportes en la UDLA.
- En términos generales los alumnos no sienten un apoyo por parte de la Universidad, desean que las instalaciones y organización en las clases mejore y piensan que debería desarrollarse más en este ámbito. Así mismo desconocen del trabajo de la Coordinación de Clubes y por esta razón, la catalogan como aburrida o nula.
- Según los estudiantes, uno de los mayores problemas de los clubes deportivos son la falta de instalaciones o poco espacio que se tiene para recibir clases. La cantidad de personas para las que se imparte clases son mucho más altas de lo que la Universidad puede ofrecer, afirman. La falta de tiempo e interés son dos factores importantes por los cuales estos alumnos no estarían dispuestos a formar parte de una selección deportiva de la UDLA.
- Algunos cambios que proponen los estudiantes para mejorar a los clubes deportivos son: mejora en las instalaciones, cambio o mejor organización de horarios, materiales, nivel de competencia, mayor y mejor comunicación, oportunidades o premios para alumnos destacados, apoyo por parte de las autoridades, entre otros.

- La mayoría de alumnos considera que es interesante que existan clubes deportivos, sin embargo, no asisten a clubes afirman que no tienen tiempo para hacerlo, la disponibilidad de horarios no es conveniente, su deporte de preferencia no hay y que los cupos que existen son pocos o ya están copados al momento de hacer la carga académica.
- Comentan que si los clubes fueran más competitivos o traerían más beneficios sería mucho más interesante y llamativo como para involucrarse. Les parece que la Universidad necesita exponerse más a nivel universitario y competir; creen que le hace mucha falta que la UDLA pueda ser de renombre en el aspecto deportivo. Los horarios también son un gran impedimento y opinan que los espacios deberían ser mejor adecuados.
- Los estudiantes proponen que la promoción o publicidad de los clubes sea mayor, pero más que eso, innovadora. Les parece que la alternativa de informar a los estudiantes por e-mail es errada y creen que sería mucho mejor e incluso más llamativo o divertido que se organicen ferias, eventos, bailes, activaciones, casas abiertas, entre otros. Consideran que la mejor manera de atraer o comunicar a los alumnos es mostrarles en la Universidad directa y abiertamente; por ejemplo, en el Patio de las Culturas o en espacios abiertos donde se pueda ver directamente lo que los clubes proponen. Los alumnos dicen que los canales para comunicar que utiliza la Coordinación no son los adecuados, algunos opinan que las Redes Sociales son una buena alternativa, flyers y carteles también, sin embargo, el correo Udlanet no.

## CAPÍTULO V

### 5. PLAN DE COMUNIACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

#### 5.1. Objetivo General

Proponer un plan de Comunicación y Relaciones Públicas para los clubes deportivos de la Universidad de las Américas con el fin de consolidar su imagen.

#### 5.2. Objetivos Específicos

- Potenciar en un 80% la imagen de los clubes deportivos de la UDLA en el período de un año.
- Generar interés en un 60% en los alumnos hacia los clubes deportivos en un período de un año.
- Perfeccionar los procesos comunicacionales dentro de la Coordinación de Clubes en el lapso de cuatro meses.
- Impulsar la imagen de la UDLA como promotora del deporte y la formación integral de sus estudiantes a través de los clubes en el período de un año.

#### 5.3. FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con una gran variedad de alternativas para hacer deporte</li> <li>• Cuenta con el apoyo de las autoridades de la UDLA</li> <li>• Tiene presupuesto propio</li> <li>• Sus profesores son especializados en cada una de las ramas</li> <li>• Existe interés por parte del coordinador en mejorar procesos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de credibilidad por parte de las autoridades</li> <li>• Falta de credibilidad y acogida por parte de los alumnos</li> <li>• Desinterés de los alumnos que asisten a los clubes por obligación</li> <li>• Infraestructura inadecuada</li> <li>• Falta de cupos</li> <li>• Horarios inflexibles a la disponibilidad de los estudiantes</li> </ul>

<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento del deporte universitario</li> <li>• Nueva visión con respecto al deporte universitario</li> <li>• Potenciación de los deportes a nivel universitario para competir nacional e internacionalmente</li> <li>• Posibilidad de los alumnos de pertenecer a una selección</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más interés en los alumnos por academias fuera de la Universidad</li> <li>• Interés de los estudiantes por ocupar su tiempo en otras actividades que no sean deportivas</li> <li>• Alto número de academias que ofrezcan diferente variedad de deportes</li> <li>• Desinterés de academias en crear alianzas con la UDLA</li> </ul>

#### **5.4. Plan de Comunicación y Relaciones Públicas**

Tomando en cuenta que el *slogan* de Universidad de Las Américas es: “Yo amo lo que hago”, se ha considerado como eje comunicacional la frase: “YO AMO EL DEPORTE”.

#### 5.4.1. MATRIZ OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y ACCIONES

Objetivos	Estrategias	Público Objetivo	Acciones
<p><b>1. Potenciar la imagen de los clubes deportivos de la UDLA en el período de un año</b></p>	<p>Publicitar los clubes deportivos</p>	<p>Estudiantes de la UDLA</p>	<p><b>Tríptico informativo:</b></p> <p>Edición y difusión de un tríptico con datos informativos acerca de cada club deportivo. En el se colocará fotografía alusiva a cada disciplina, horarios y datos de contacto. Este tríptico será entregado en la Feria “Yo amo el deporte” . El tríptico será elaborado en papel reciclable e indicará el lugar donde deberá ser depositado para su reutilización.</p> <p><b>Videos promocionales:</b></p> <p>Realización de videos promocionales de los clubes. Estos videos tendrán una duración de tres minutos y serán difundidos durante un año, uno en cada semestre, a través de las redes sociales de los clubes, correo Udlanet y la página web de la UDLA. Su elaboración estará a cargo de los estudiantes de la carrera de publicidad. Los protagonistas del video serán los miembros de cada club.</p>

Objetivos	Estrategias	Público Objetivo	Acciones
	Publicitar los clubes deportivos	Estudiantes de la UDLA	<p><b>Flashmob:</b></p> <p>Al final de cada semestre se realizará un <i>flashmob</i> que estará a cargo de los diferentes clubes de baile y capoeira en el Patio de las Culturas y en el Auditorio del Campus Queri. El propósito es que los estudiantes conozcan de esta actividad, se incentiven a participar y se enteren del programa clausura. La característica principal de un <i>flashmobes</i> la sorpresa; por esta razón, no será promocionado.</p> <p><b>Programa clausura:</b></p> <p>El evento de cierre de los clubes se llevará a cabo al finalizar cada semestre en el Auditorio del Campus Queri con el propósito de presentar el trabajo de los clubes e incentivar a los alumnos a inscribirse el siguiente semestre. Tendrá una duración de una hora y media aproximadamente en la cual cada disciplina presentará su exposición. Será promocionado a través de redes sociales, el correo Udlanet, la página web de la Universidad, volantes y pantallas LED.</p>

Objetivos	Estrategias	Público Objetivo	Acciones
	<p>Promover la competitividad del deporte dentro de la Universidad</p>	<p>Estudiantes y profesores de clubes de la UDLA</p>	<p><b>Charlas deportivas:</b></p> <p>André Pérez, corredor ecuatoriano de <i>downhill</i> y estudiante de la UDLA e Iván Vallejo, reconocido montañista ecuatoriano, expondrán acerca de sus experiencias con el propósito de incentivar a los alumnos. Se dará una charla por semestre y tendrá lugar en el auditorio de la Sede Granados durante aproximadamente una hora. Estas charlas se promocionarán a través de redes sociales, el correo Udlanet, la página web de la Universidad y pantallas LED.</p> <p><b>Copa “Yo Amo el Deporte” :</b></p> <p>Se organizará la Copa deportiva abierta “Yo amo el deporte” para disciplinas como fútbol, vóley, básquet y escalada. El fin de hacer una copa abierta es que tanto alumnos como profesores tengan la posibilidad de crear el equipo que deseen y así involucrar a nuevos públicos a las actividades deportivas de la UDLA. El campeonato tendrá un costo de \$7 por persona y el premio será una copa al equipo ganador y medallas para los tres primeros lugares. Se promocionará la copa a través de redes sociales, el correo Udlanet, la página web de la Universidad, volantes y pantallas LED.</p>

Objetivos	Estrategias	Público Objetivo	Acciones
	Promover la competitividad del deporte dentro de la Universidad	Estudiantes y profesores de clubes de la UDLA	<p><b>Mención de honor “Yo amo el deporte” :</b></p> <p>Se realizará un cóctel para otorgar la mención de honor anual “Yo amo el deporte” a estudiantes destacados y así apadrinarlos como representantes del deporte en la UDLA. Tendrá lugar en el auditorio de la Sede Granados antes de finalizar el semestre y durará una hora. Se harán invitaciones para cada deportista, sus familias y amigos, autoridades de la Universidad y profesores. Adicional a esto se publicará una reseña acerca de este evento en el periódico estudiantil Sala de Redacción, elaborado por estudiantes de periodismo de la Universidad.</p> <p><b>Feria “Yo amo el deporte”:</b></p> <p>La feria deportiva “Yo amo el deporte” durará todo un día y contará con stands de cada club en los cuales los estudiantes podrán enterarse de todo lo que necesitan saber acerca de cada uno. Adicionalmente, los clubes de baile y capoeira presentarán una pequeña coreografía cada dos horas. Se entregará trípticos informativos y pulseras con el logo “ <i>Yo amo el deporte</i>”. La feria se llevará a cabo en el Patio de las Culturas y se hará una vez en abril y otra en octubre. Se promocionará la feria a través de redes sociales, el correo Udlanet y la página web de la Universidad.</p>

Objetivos	Estrategias	Público Objetivo	Acciones
<p><b>2. Generar interés en los alumnos hacia los clubes deportivos en un período de un año</b></p>	<p>Estimular a los estudiantes a la práctica deportiva a través de la difusión de sus beneficios</p> <p>Incentivar la participación de profesores y alumnos en los clubes deportivos</p>	<p>Estudiantes de la UDLA</p> <p>Estudiantes y profesores de clubes de la UDLA</p>	<p><b>Charlas de salud y el deporte:</b></p> <p>Las charlas deportivas estarán a cargo de profesores de los clubes de la UDLA y la deportóloga Gabriela Moreno. En estas charlas se hablará del cuidado de la salud tanto física como mental y los beneficios del deporte. Tendrá una duración de una hora y se llevará a cabo una vez en noviembre y otra en marzo.</p> <p><b>Concurso de proyectos:</b></p> <p>La coordinación de clubes incentivará a alumnos y a profesores a participar en el concurso “ <i>Yo amo el deporte</i>”. El propósito es que los participantes presenten proyectos deportivos a ser evaluados; el proyecto ganador será ejecutado con el auspicio de la Universidad. Esto incentivará a los alumnos y permitirá que sientan apoyo de la Universidad. Se podrá entregar diseños durante los meses de noviembre, diciembre y enero. Se promocionará el concurso a través de redes sociales, el correo Udlanet, la página web de la Universidad y pantallas LED.</p>

Objetivos	Estrategias	Público Objetivo	Acciones
	<p>Fomentar identidad de los estudiantes con la Universidad a través de los clubes deportivos</p>	<p>Estudiantes y profesores de clubes de la UDLA</p>	<p><b>Jornadas deportivas:</b></p> <p>Se organizará jornadas deportivas cada dos meses, con el fin de brindar un espacio de recreación a los alumnos y profesores, las mismas servirán identificar nuevos talentos. La UDLA prestará sus instalaciones para practicar los deportes definidos. Alumnos y profesores tendrán la libertad de invitar a esta actividad. Se entregará refrigerios (un sánduche y una cola por persona). Se promocionará las jornadas deportivas a través de redes sociales, el correo Udlanet, la página web de la Universidad y pantallas LED.</p> <p>Concurso "Mascota deportiva UDLA":</p> <p>En el mes de noviembre, tanto alumnos como profesores podrán proponer diseños de la que será la mascota deportiva oficial de la Universidad y participarán en un concurso que se convocará a través de Facebook. El ganador será aquel participante que obtenga el mayor número de <i>likes</i>.</p>

Objetivos	Estrategias	Público Objetivo	Acciones
<p align="center"><b>3. Perfeccionar los procesos dentro de la Coordinación de Clubes</b></p>	<p align="center">Optimizar la relación entre profesores y estudiantes de los clubes</p> <p align="center">Instaurar procesos que promuevan la formación integral</p>	<p align="center">Estudiantes y profesores de clubes de la UDLA</p>	<p><b>Campeonato relámpago:</b> En el mes de marzo, se hará un campeonato relámpago de fútbol, vóley y básquet para alumnos y profesores. Tendrá lugar en las instalaciones de la Universidad y durará todo un sábado. Se entregará refrigerios (una cola y sánduche por persona). El campeonato tendrá un costo de \$7 por persona y el premio será una copa al equipo ganador y medallas para los tres primeros lugares. Se promocionará el campeonato a través de redes sociales, volantes y pantallas LED.</p> <p><b>Sílabo:</b> Se definirá un modelo de sílabo para los clubes en el cual coincidirán todos en impartir conocimientos acerca de la salud física y mental. Adicionalmente, existirá un modelo de metodología para potenciar el bienestar de los alumnos; al iniciar el semestre, se hará una evaluación de su índice de masa corporal para determinar su grado de nutrición o desnutrición. Los profesores estarán encargados de guiar a los alumnos a mantenerse saludables y ofrecerán guías de alimentación y ejercicio, las mismas que serán reforzadas con una presentación PowerPoint.</p> <p>Se propondrá a la Coordinación de Clubes separar los clubes culturales de los deportivos a fin de categorizar las actividades.</p>

Objetivos	Estrategias	Público Objetivo	Acciones
<p><b>4. Impulsar la imagen de la UDLA como promotora del deporte y la formación integral de sus estudiantes a través de los clubes en el período de seis meses</b></p>	<p>Crear nuevos canales de comunicación para los públicos</p> <p>Fomentar la investigación deportiva</p>	<p>Estudiantes y profesores de clubes de la UDLA</p> <p>Profesores de clubes</p>	<p><b>Mensajes informativos:</b></p> <p>Los mensajes informativos de la Coordinación de Clubes serán enviados a través de las redes sociales Facebook y Twitter; se seguirá usando el correo Udlanet. También se usarán las pantallas LED de la Universidad y en casos de eventos especiales, se hará uso de volantes o invitaciones impresas.</p> <p><b>Club de Investigación y Desarrollo del Deporte:</b></p> <p>La Coordinación de Clubes incentivará la apertura de un club de investigación del deporte, en el cual participen los profesores de los distintos clubes, con el fin de impulsar y desarrollar investigación innovadora para aplicarlo en los clubes y así mismo comunicar sus resultados a la comunidad universitaria.</p>

Objetivos	Estrategias	Público Objetivo	Acciones
	<p>Impulsar a los clubes deportivos a formar parte de entidades deportivas nacionales e internacionales</p> <p>Involucrar la actividad deportiva en la publicidad promocional de la UDLA</p>	<p>Estudiantes actuales y potenciales</p>	<p><b>Participación en la FEDUP:</b></p> <p>Se hará la propuesta a la Coordinación de Clubes de formar parte de la Federación Ecuatoriana del Deporte Universitario con el objeto de obtener el aval que permita a la UDLA participar oficialmente en competencias internacionales como las Universiadas.</p> <p><b>Alianzas:</b></p> <p>Se formará alianzas con academias o entidades deportivas como: La Herradura Escuela de Equitación, Ecuador Tenis Club y El Muro Escuela de Escalada, con el fin de que los alumnos realicen deportes que la Universidad no pueda ofrecerles por falta de infraestructura.</p> <p>Publicidad “ <b><i>Yo amo el deporte</i></b>”:</p> <p>Se involucrará a los clubes deportivos a la publicidad promocional de la UDLA con el fin de dar a conocer a sus públicos este beneficio que ofrece la Universidad e impulsarla como verdadera impulsora de la formación integral y el deporte. Esta publicidad se promocionará a través de redes sociales, página web, cuñas de radio, spots de televisión y bocetos de prensa.</p>

	<p>Impulsar a los clubes deportivos a formar parte de entidades deportivas nacionales e internacionales</p> <p>Involucrar la actividad deportiva en la publicidad promocional de la UDLA</p>	<p>Estudiantes actuales y potenciales</p>	<p><b>Participación en la FEDUP:</b></p> <p>Se hará la propuesta a la Coordinación de Clubes de formar parte de la Federación Ecuatoriana del Deporte Universitario con el objeto de obtener el aval que permita a la UDLA participar oficialmente en competencias internacionales como las Universiadas.</p> <p><b>Alianzas:</b></p> <p>Se formará alianzas con academias o entidades deportivas como: La Herradura Escuela de Equitación, Ecuador Tenis Club y El Muro Escuela de Escalada, con el fin de que los alumnos realicen deportes que la Universidad no pueda ofrecerles por falta de infraestructura.</p> <p>Publicidad “ <b><i>Yo amo el deporte</i></b>”:</p> <p>Se involucrará a los clubes deportivos a la publicidad promocional de la UDLA con el fin de dar a conocer a sus públicos este beneficio que ofrece la Universidad e impulsarla como verdadera impulsora de la formación integral y el deporte. Esta publicidad se promocionará a través de redes sociales, página web, cuñas de radio, spots de televisión y bocetos de prensa.</p>
--	--	---	---

**5.4.2. MATRIZ ACCIONES Y RESPONSABLES**

<b>Acciones</b>	<b>Responsables</b>
<b>Tríptico informativo</b>	Publicidad y Marketing
	Coordinación de Clubes
<b>Videos promocionales</b>	Estudiantes de la carrera de publicidad y marketing
	Miembros de clubes
	Coordinación de Clubes
<b>Flashmob</b>	Estudiantes de clubes
	Profesores de clubes
	Coordinación de Clubes
<b>Programa clausura</b>	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación
	Profesores y Alumnos de clubes
<b>Charlas deportivas</b>	André Pérez
	Iván Vallejo
	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación

<b>Copa "Yo amo el deporte"</b>	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación
<b>Mención de honor "Yo amo el deporte"</b>	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación
<b>Feria "Yo amo el deporte"</b>	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación
<b>Charlas de salud y el deporte</b>	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación
	Gabriela Moreno
	Profesores de clubes
<b>Concurso de proyectos</b>	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación
<b>Jornadas deportivas</b>	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación
<b>Concurso mascota deportiva UDLA</b>	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación

<b>Campeonato relámpago</b>	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación
<b>Sílabo</b>	Coordinación de Clubes
<b>Mensajes informativos</b>	Publicidad y Marketing
	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación
<b>Participación en la FEDUP</b>	Autoridades UDLA
	Coordinación de Clubes
<b>Alianzas</b>	Coordinación de Clubes
<b>Club de investigación deportiva</b>	Coordinación de Clubes
	Profesores
<b>Publicidad "Yo amo el deporte"</b>	Publicidad
	Marketing
	Coordinación de Clubes
	Club de Comunicación

### 5.4.3. MATRIZ PRESUPUESTO

ACCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO EN DÓLARES	COSTO TOTAL EN DÓLARES	OBSERVACIONES
Trípticos	5000	0.06	306.00	Precio por paquete de 5000
Videos promocionales	2	-	-	Los videos serán producidos por alumnos de la carrera de publicidad de la UDLA
<i>Flashmob</i>	2	-	-	El <i>flashmob</i> estará a cargo de alumnos y profesores de los clubes
Programa clausura	1	3,490.00	3,490.00	Precio incluye equipos de sonido y luces
Charla André Pérez	1	-	-	André Pérez es alumno de la Universidad
Charla Iván Vallejo	1	1,000.00	1,000.00	
Copas	10	13.95	139.50	
Medallas	98	1.15	112.70	
Cóctel	1	7,380.00	7,380.00	Precio por paquete entero para 200 personas incluido el costo de los meseros
Cristales	20	27.94	558.80	
Pulseras	5000	0.23	1,150.00	
Refrigerios	525	1.50	787.50	

<b>Feria</b>	10	100.00	1000.00	Se dará \$100 dólares a cada club para decoración de su stand
<b>Charla deportóloga Gabriela Moreno</b>	1	250.00	250.00	
<b>Volantes diferentes eventos</b>	5000	0.03	175.00	Aquí están representados los diferentes volantes para cada evento. Serán de papel couché brillante de 120gr, con medidas 10x21 cm, en impresión full color a un solo lado, refileados y empacados. El diseño de los volantes será hecho por los estudiantes de publicidad de la UDLA. Precio por paquete de 5000
<b>Invitaciones mención de honor</b>	200	0.45	90.00	Precio por paquete de 200
<b>Club de Investigación y Desarrollo del Deporte</b>	-	-	-	
<b>Spots de televisión</b>	-	-	-	
<b>Cuñas de radio</b>	-	-	-	Al ser un mensaje agregado estará comprendido en el presupuesto que maneja la UDLA para publicidad
<b>Prensa escrita</b>	-	-	-	
<b>SUBTOTAL</b>			<b>16,439.50</b>	
<b>12% IVA</b>			<b>1,972.74</b>	
<b>10% IMPREVISTOS</b>			<b>1,643.95</b>	
<b>TOTAL</b>			<b>20,056.19</b>	

#### 5.4.4. MATRIZ EVALUACIÓN

<b>Acciones</b>	<b>Indicador</b>	<b>Método</b>
<b>Tríptico informativo</b>	# de trípticos entregados / # de trípticos elaborados	Conteo
<b>Videos promocionales</b>	# videos difundidos / # de visitas	Likes
<b>Flashmob</b>	# de <i>flashmob</i> ejecutados / # de <i>flashmob</i> planificados	Conteo
<b>Programa clausura</b>	# de asistentes / # alumnos de la Universidad	Lista de asistentes
<b>Charlas deportivas</b>	# de asistentes / # personas invitadas	Conteo
<b>Copa "Yo amo el deporte"</b>	# de asistentes / # alumnos de la Universidad	Lista de inscritos
<b>Mención de honor "Yo amo el deporte"</b>	# de asistentes / # personas invitadas	Conteo
<b>Feria "Yo amo el deporte"</b>	# de asistentes / # alumnos de la Universidad	Conteo
<b>Charlas de salud y el deporte</b>	# de asistentes / # alumnos de la Universidad	Conteo
<b>Concurso de proyectos</b>	# de proyectos auspiciados / # de proyectos presentados	Proyecto ejecutado
<b>Jornadas deportivas</b>	# de asistentes / # alumnos de la Universidad	Conteo
<b>Concurso mascota deportiva UDLA</b>	Propuesta ganadora / # de propuestas presentadas	Mascota
<b>Campeonato relámpago</b>	# de inscritos / # alumnos de la Universidad y profesores	Conteo
<b>Sílabo</b>	# de sílabos presentados / # de clubes	Sílabo registrado



## 5.5. Conclusiones

La Universidad de Las Américas es una entidad que siempre se ha preocupado por el bienestar y la formación integral de sus alumnos, es por esta razón que ha puesto al alcance de los mismos la oportunidad de pertenecer a sus clubes deportivos. Los estudiantes tienen una amplia variedad de actividades en las cuales pueden inscribirse cada semestre para cumplir con su malla académica o practicar sus intereses y hobbies. Durante los últimos años, los clubes han ganado acogida y la Universidad ha visto la necesidad de potenciarlos; sin embargo, existen varios factores que no se han tomado en cuenta, al menos no en el ámbito comunicacional.

Al llevar a cabo esta investigación se ha podido llegar a la conclusión de que los alumnos no están completamente satisfechos con las alternativas que la Universidad les ofrece para practicar deportes. Algunos de estos inconvenientes son la falta de flexibilidad en los horarios, las instalaciones inadecuadas, los contenidos de las clases y la falta de apoyo que siente el alumnado en este ámbito. La Coordinación de Clubes ha realizado varios cambios estos últimos semestres y se ha podido ver una mejora; no obstante, ha faltado investigación y por ende no se ha podido definir precisamente qué es lo que necesitan los clubes para consolidar una imagen favorable en la mente de sus públicos.

La misión de los clubes deportivos busca la mejora de la calidad de vida de los estudiantes, a pesar de esto no se ha planteado métodos que ayuden a alcanzar varias de las metas que se han propuesto. Sin un esquema definido es complicado realmente obtener los resultados esperados.

En términos generales, los clubes tienen un buen nivel de aceptación pero los alumnos anhelan mucho más de su Universidad; desean un nivel deportivo más competitivo y actividades que realmente los incentive a seguir participando. Dado que la Coordinación de Clubes afirma estar abierta a desarrollar nuevas propuestas para cumplir con las expectativas de sus públicos, se encuentra necesario tomar acciones al respecto para así potenciar su imagen y desarrollo de procesos.

## 5.6. Recomendaciones

Los resultados de esta investigación han demostrado que para poder fortalecer a los clubes deportivos es necesario recurrir a nuevas acciones que realmente estén enfocadas en las necesidades y expectativas de los estudiantes de la UDLA. Hasta ahora los canales de comunicación han sido escasos y no solo esto, sino ineficientes. Es por esto que se ha planteado la utilización de nuevas herramientas comunicacionales que lleguen directamente al público objetivo como lo son ahora las redes sociales.

Los alumnos han mencionado que la falta de creatividad de la Coordinación no permite que haya un verdadero incentivo como para practicar deportes dentro de la Universidad; desean enterarse de los programas y actividades de los clubes de una manera más llamativa y convincente.

Por otro lado, es necesario tomar en cuenta que el deporte no debe ser considerado solamente como un método de recreación y esparcimiento, sino como un verdadero beneficio para la salud e incluso intelecto de los alumnos. Siendo una de las prioridades de la Universidad la formación integral de sus estudiantes, es imprescindible aumentar y desarrollar procesos que permitan que el nivel deportivo en la Universidad crezca.

Actualmente los clubes carecen de un carácter competitivo; a excepción del fútbol masculino, la búsqueda de evolución está quedándose atrás y es por esta razón que se plantea crear nuevas alianzas con entidades deportivas y sobre todo la entrada a la Federación Ecuatoriana del Deporte Universitario y Politécnico, algo que definitivamente incrementará las posibilidades de la Universidad de crecer y enfocar su visión a formar selecciones que un día representarán a la UDLA y al Ecuador internacionalmente.

El deporte es un campo que puede ser explotado de muchas maneras y por eso es indispensable dar a conocer a los alumnos los beneficios de participar en los clubes deportivos. A través de ferias, campeonatos, concursos y otros eventos se podrá motivar al alumnado a formar parte de los mismos. Aprovechando que la UDLA contará con nuevas instalaciones, es el momento de explotar todo el potencial de los

clubes para lograr que no solo los alumnos sean beneficiados sino que la imagen y el prestigio de la Universidad de Las Américas siga consolidándose en la mente de sus públicos y sobre todo siga cumpliendo con sus metas de ofrecer una educación de calidad.

## REFERENCIAS

- Arizcuren, A., Cabezas, E., Cañeque, N., Casado, M., Fernández, P., Lacasta, J., Martín, T., Menchaca, M., Núñez, F., Sánchez, M., Soria, L., Vicario, D. (2008). Guía de buenas prácticas de la comunicación interna. Madrid, España: FEAPS.
- Black, S. (1994). Las Relaciones Públicas, un factor clave de gestión. Madrid, España: Editorial Hispano Europea, S.A.
- Capriotti, P. (2013). Planificación estratégica de la imagen corporativa. Málaga, España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Capriotti, P. (2009). Branding Corporativo. Santiago, Chile: Colección libros de la Empresa.
- Capriotti, P. (2006). La Imagen de Empresa. Barcelona, España: El Ateneo.
- Cervera, A. (2008). Comunicación Total. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Costa, J. (1992). Identidad corporativa, estrategia de empresa. Barcelona, España: Ediciones CEAC. S.A.
- Costa, J. (2007). El Dircom hoy. Barcelona, España: Costa Punto Com Editor 2007.
- Costa, J. (2009). Imagen Corporativa en el Siglo XXI. (4ª. Ed.). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Gil, A., Guarné, B., López, D., Rodríguez, I., Vítóres, A. (2005). Tecnologías Sociales de la Comunicación. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Gómez, T. (2006). El deporte universitario en España: actualidad y perspectivas del futuro. Madrid, España: Editorial Dykinson.
- Gruning, J. (2003). Dirección de Relaciones Públicas. Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Jiménez, A., Rodríguez, I., Conesa, D., Llamas, M., Martínez, F., Martínez, M. (2007). Comunicación e Imagen Corporativa. Barcelona, España: Editorial UOC.

- Míguez, M. (2010). Los públicos en las Relaciones Públicas. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Piñuel, J. (1997). Teoría de la Comunicación y gestión de las organizaciones. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A.
- Rodríguez, L. (1999). Comunicación de empresa en entornos turbulentos. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Universidad de Las Américas. (2013). Historia de la Universidad de Las Américas. Recuperado el 16 de mayo de 2013 de <http://www.udla.edu.ec/la-udla/historia/>
- Universidad de Las Américas. (2008). Reglamento para la adjudicación y renovación de becas para las diferentes modalidades de estudio. Recuperado el 3 de junio de 2013 de [http://www4.udla.edu.ec/SolicitudesAcademicas/pdf/Reglamentos\\_becas09.pdf](http://www4.udla.edu.ec/SolicitudesAcademicas/pdf/Reglamentos_becas09.pdf)
- Van Riel, C. (1997). Comunicación Corporativa. Madrid, España: Prentice Hall.
- Weineck, J. (2001). Salud, ejercicio y deporte. Barcelona, España: Editorial Paidotribo.
- Wilcox, D., Cameron, G., Xifra, J. (2006). Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas. 8va edición. Madrid, España: Pearson Educación, S.A.
- Wilcox, D., Cameron, G., Xifra, J. (2012). Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas. 10ma edición. Madrid, España: Pearson Educación, S.A.

**ANEXOS**

**ANEXO 1**

**EXTRACTOS DEL REGLAMENTO INTERNO DE LA  
UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS**

## **EXTRACTOS DEL REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS**

### **CAPITULO III. DE LA JORNADA, HORAS DE TRABAJO Y CONTROL DE ASISTENCIA**

ARTICULO DIECISIETE.- La jornada diaria de trabajo a la que se sujetarán todos los Empleados de Universidad de Las Américas, comenzará y terminará en el sitio de trabajo y, en casos especiales, en el lugar que les fuere asignado.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las horas de entrada y salida será fijadas por las autoridades de la Universidad.

ARTICULO DIECINUEVE.- Ningún Empleado podrá ingresar a laborar pasada la hora fijada para ello, en este caso se considerará como inasistencia; salvo autorización verbal o escrita previa de alguna de las autoridades de las Universidad, caso en el cual el Empleado de todas formas incurrirá en un atraso.

Si por fuerza mayor el Empleado no se pudiere asistir al trabajo, deberá notificar al jefe inmediato superior por teléfono hasta justificar el mismo, en el formulario respectivo.

El tratamiento de atrasos y descuentos es el siguiente:

- a. El total de atrasos del mes se descontará de horas suplementarias si lo tuvieren.
- b. El total de atrasos del mes serán recuperativos cuando el Jefe lo estime conveniente, de acuerdo a la carga de trabajo.
- c. Si el total de atrasos no puede ser recuperado se acumulará y será deducido de las vacaciones.
- d. Si no tuviere vacaciones acumuladas se descontará del sueldo mensual. La continua repetición de atrasos será notificada con una carta de amonestación y la Universidad se reserva el derecho de acogerse a lo estipulado en el Código de Trabajo vigente.

En los casos de enfermedad solamente se considerará los que se justifiquen con el certificado médico; a partir de los 3 días, deben ser sellados por el Departamento de Revalidación del IESS para la validez de los mismos.

Los Empleados que realicen trabajos fuera de la Universidad ó esté realizando actividades de capacitación, estos deberán ser justificados por el Jefe Inmediato Superior, de acuerdo con el procedimiento correspondiente.

ARTICULO VEINTE.- Todos los Empleados están obligados a laborar las cuarenta horas semanales o el tiempo señalado en el contrato, cumpliendo de manera estricta con el horario fijado por Universidad de Las Américas la que, asimismo, se reserva el derecho a variar los horarios de trabajo según sus necesidades y previamente aprobados por la Dirección Regional del Trabajo de Quito.

ARTICULO VEINTIUNO.- Sin perjuicio de lo dispuesto en el Artículo 19 de este Reglamento, el tiempo de tolerancia para el ingreso al trabajo es de diez minutos por día. En tal caso, se hará acreedor a una multa equivalente al diez por ciento de su salario diario.

ARTICULO VEINTIDÓS. - El Empleado completará las cuarenta horas semanales de trabajo, salvo lo prescrito en el Art. 60 del Código de Trabajo.

ARTICULO VEINTITRÉS. - La jornada máxima de trabajo se fijará de conformidad con la ley; sin embargo, los Empleados están obligados a trabajar adicionalmente por causa de fuerza mayor, por riesgo o suscitarse algún accidente, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador, en cuyos casos, se pagarán jornadas suplementarias o extraordinarias y demás beneficios de ley.

ARTICULO VEINTICUATRO.- De acuerdo a las necesidades específicas de Universidad de Las Américas por la actividad y/o servicio que realiza, los Empleados no podrán retirarse de su trabajo o suspenderlo al término de la jornada sin haber terminado la labor que se les hubiere señalado cuando así lo dispusiere el jefe inmediato superior.

ARTICULO VEINTICINCO.- El trabajo en horas suplementarias o extraordinarias, fuera de los casos dispuestos en el literal “c” del Art. 45 del Código de Trabajo, se efectuará por convenio escrito o verbal entre las partes, siempre que exista la orden de alguna de las autoridades de la Universidad la que notificará inmediatamente de la jornada extraordinaria al Departamento respectivo.

Las horas suplementarias serán consideradas únicamente con la recepción del reporte firmado por el Jefe del área o por e-mail en forma mensual en el formulario establecido, detallando los justificativos del caso, si se considere necesario se pedirá mayor información.

No se considerará como trabajo suplementario el realizado por Empleados que tuvieren funciones de confianza y dirección.

El trabajo realizado en los días de la semana hasta las 24 horas se pagará la remuneración con un 50% de recargo, el trabajo realizado el sábado o domingo o día festivo será pagado con el 100% de recargo del valor hora del trabajador.

## **CAPITULO V. DE LOS PERMISOS, LICENCIAS Y LAS VACACIONES**

ARTICULO CUARENTA Y UNO.- La Universidad de Las Américas declara que sólo concederá permisos en los casos establecidos en el Código de Trabajo y en este Reglamento.

ARTICULO CUARENTA Y DOS.- Pueden conceder permiso todos los superiores jerárquicos autorizados para ello, y de acuerdo con las modalidades que este

Reglamento determine.

Todo permiso de salida, licencia o vacaciones se hará por escrito en el formulario respectivo con anticipación de por lo menos cuarenta y ocho horas.

ARTICULO CUARENTA Y TRES - Sólo tendrán validez los permisos determinados en este reglamento, los mismos que necesariamente deberán llevar las firmas de las personas autorizadas para concederlas. Los permisos son los siguientes:

- . 1.- Permiso de carácter médico con descanso obligatorio de hasta 3 días, prescritos y autorizados por el Dispensario Médico del I.E.S.S., con el 100% de la remuneración.
- . 2.- Permisos para concurrir a citas médicas extendidas por el I.E.S.S y consultas médicas particulares, debiendo entregar el certificado respectivo, dichos permisos no superarán la media jornada de trabajo.
- . 3.- Los permisos constantes en el Código de Trabajo serán autorizados directamente por el Departamento respectivo o por la Dirección Administrativa Financiera o por quien les subrogue.

ARTICULO CUARENTA Y CUATRO.- El superior jerárquico de cada Empleado podrá conceder permisos de hasta tres (3) días cada vez, previa la autorización de la Dirección Administrativa Financiera, en caso de fuerza mayor o calamidad doméstica debidamente comprobados.

ARTICULO CUARENTA Y CINCO.- El Empleado que estuviese enfermo deberá comunicar al Departamento respectivo dentro de los tres primeros días de enfermedad, si no se diere cumplimiento a esta disposición se considera como inasistencia al trabajo.

ARTICULO CUARENTA Y SEIS.- Cualquier tipo de permisos o licencias no contempladas en el Reglamento Interno o en el Código de Trabajo, será autorizado exclusivamente mediante escrito por la Dirección Administrativa Financiera.

## **CAPITULO VI. DE LAS OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES**

ARTICULO CINCUENTA.- Los Empleados tendrán las obligaciones que natural y ordinariamente les corresponda en el desempeño de sus labores y función, por expreso acuerdo constante en el contrato individual de trabajo y de la ley.

ARTICULO CINCUENTA Y UNO.- Las obligaciones de los Empleados, a más de las constantes en el Código de Trabajo o este Reglamento, son las siguientes:

1. Guardar respeto y consideración a sus superiores jerárquicos.
2. Guardar respeto y consideración a sus compañeros de trabajo.

3. Acatar las órdenes impartidas por sus superiores.
4. Procurar completa armonía con los superiores y compañeros de trabajo en las relaciones interpersonales, y en la ejecución de las labores asignadas a cada uno de ellos.
5. Recibir o acatar órdenes e instrucciones relacionadas al trabajo o función.
6. Permanecer en el lugar o sitio donde deba desempeñar su trabajo durante el tiempo laborable.
7. Mantener limpio y ordenado su sitio de trabajo.
8. Observar y cumplir puntualmente con el horario de entrada y salida del trabajo, así como los períodos que se dan para almorzar y descansar, en la forma como lo establezca la Universidad.
9. Realizar las observaciones, reclamos, solicitudes, sugerencias por intermedio del superior jerárquico, en debida forma y según la política de la Universidad de Las Américas.
10. Realizar el trabajo que le corresponda en la mejor forma, evitando todo daño, desperfecto o desmejora en las máquinas, útiles de oficina, uniforme o instrumentos a su cargo. Los daños imputables a su descuido o negligencia debidamente comprobados, deberán ser pagados por el Empleado a la Universidad de Las Américas.
11. Cuidar debidamente los bienes de la Universidad y los elementos de trabajo que le sean proporcionados, debiendo restituir estos últimos en buen estado cuando le sean solicitados o dar inmediato aviso a su superior jerárquico cuando dichos elementos sufriesen algún desperfecto, para que se ordene la reparación respectiva.

**ANEXO 2**

**GUÍA DEL ESTUDIANTE SEMESTRE  
SEPTIEMBRE 2013 – FEBRERO 2014**

## GUÍA DEL ESTUDIANTE

**Semestre septiembre 2013 - febrero 2014**

### I) CÓDIGO DE ÉTICA

La Universidad de Las Américas, es una institución de educación superior al servicio de la sociedad ecuatoriana que, como tal, cultiva, practica y promueve los siguientes valores éticos, inherentes a su identidad y compartidos por todos sus integrantes:

La VERACIDAD, como objetivo permanente de la búsqueda y transmisión del conocimiento científico y como brújula para la actuación de las personas.

La HONESTIDAD, como transparencia y como honradez, que se manifiesta en todo momento y circunstancia, en la rectitud en el comportamiento y en el más riguroso respeto a lo que pertenece a los demás.

La JUSTICIA, como criterio y práctica de armonía y equilibrio en las decisiones y en el reconocimiento y distribución de deberes y derechos entre sus miembros.

La SOLIDARIDAD, como noble sentimiento humano, que se expresa en acciones desinteresadas en beneficio ajeno y en la cooperación de objetivos y proyectos de interés común.

La TOLERANCIA, como aceptación de nuestros semejantes como son, con sus cualidades y defectos, y de respeto a su integridad personal y a sus opiniones, aunque sean distintas o contradictorias con las propias.

La LEALTAD, entendida como el compromiso sincero con las ideas que profesamos y con las personas e instituciones que merecen nuestra fidelidad.

La EXCELENCIA, como el constante empeño por realizar y ofrecer lo mejor en todas nuestras obras y servicios.

La PUNTUALIDAD, como eficaz administración del tiempo, que se traduce en la exactitud en el cumplimiento de nuestras obligaciones y compromisos, como manifestación de respeto a uno mismo y a los demás.

La RESPONSABILIDAD que, en lo individual, significa rigor y seriedad en cada uno de nuestros actos, conforme a las personales aptitudes y limitaciones y, en lo social, sensibilidad ante los problemas de la comunidad.

Cuenta UDLANET: Cada estudiante tiene asignada una cuenta de servicios electrónicos (correo, calendario, documentos, etc.) UDLANET la cual constituye el medio de comunicación oficial con la Universidad de Las Américas; es obligación del estudiante activarla y utilizarla con fines académicos.

La adhesión a los anteriores postulados implica el sometimiento al orden jurídico vigente en el Ecuador y el estricto cumplimiento de las normas estatutarias, reglamentarias, y disciplinarias internas que rigen en la UDLA, así como de las correspondientes sanciones en caso de trasgresión de las mismas.

## II) RESUMEN DE LAS DISPOSICIONES DEL REGLAMENTO DEL ESTUDIANTE

### 1. Condición de estudiante

De acuerdo con su situación académica, el estudiante podrá ser:

Estudiante regular, quien cursa sus estudios en términos normales y no se encuentra en ninguna condición especial derivada de su situación académica.

Estudiante egresado, Se considera egresado al estudiante que ha aprobado todas las asignaturas y actividades académicas que conforman el plan de estudios de la carrera correspondiente, así como las respectivas prácticas; la asignatura de “Metodología de Titulación” deberá tener la condición de “Pendiente de Aprobación” (PA), restándole solamente realizar, aprobar y defender su Trabajo de Titulación para la obtención del título, para lo cual debe cursar el seminario de “Trabajo de Titulación”.

Estudiante condicionado, quien pertenece a la Universidad bajo ciertas condiciones.

Estudiante retirado, quien, teniendo vigente su contrato de prestación de servicios educacionales, ha suspendido sus estudios por las siguientes causas:

a) Postergación del año o semestre académicos, cuando la Universidad acepte la solicitud del estudiante que acredite algún impedimento para iniciar la inscripción de carga académica; b) Anulación del año o semestre académicos, cuando la Universidad acepte la solicitud del estudiante que acredite algún impedimento para terminar de cursar las asignaturas y actividades académicas correspondientes al año o semestre.

Estudiante en condición académica irregular quien, habiendo incurrido en alguna causal que le hace perder su condición de estudiante de la Universidad, deba solicitar a la autoridad universitaria competente la regularización de su condición académica.

### 2. Apoderado

Durante el proceso de matrícula, el estudiante acreditará ante la UDLA un apoderado, quien contraerá oficialmente compromisos con respecto al pago oportuno de los aranceles de matrícula y de prestación de servicios educacionales, al conocimiento de la reglamentación estudiantil, y al cumplimiento de los objetivos de la universidad en lo que tenga relación con su representado.

### **3. Carreras, planes de estudio y régimen curricular**

Una carrera comprende planes de estudio vigentes, cuya aprobación y cumplimiento conducen a la obtención de un título profesional y/o grado académico determinado. El plan de estudio es el conjunto de cursos, requisitos y actividades académicas, tanto obligatorios y electivos. La carga académica es el conjunto de asignaturas y actividades académicas, obligatorias o electivas, en las que se inscribe y cursa el estudiante durante cada año o semestre académicos. De acuerdo al régimen curricular de la universidad, se asignará a los estudiantes su carga académica, que será fija para los estudiantes que ingresen al primer año o semestre académicos, pudiendo ser modificada por los estudiantes del segundo año o semestre académicos, en adelante. Cada Facultad o Escuela de la universidad tendrá la responsabilidad de velar porque el estudiante cumpla con la secuencia establecida en el respectivo plan de estudio. Todo estudiante podrá, durante el transcurso del año, del semestre o de otra modalidad de estudios, según corresponda, abandonar la totalidad de las asignaturas previamente inscritas, salvo una. Para ello, deberá concurrir a Secretaría Académica y solicitar la eliminación de asignaturas dentro de los plazos establecidos para el efecto, en el Calendario Académico.

En la modalidad semipresencial los procesos de enseñanza – aprendizaje y evaluación conjugan las características y estrategias de funcionamiento tanto de la modalidad presencial como de la modalidad a distancia. El tiempo real de interacción entre el estudiante y el docente es de ocho horas académicas por crédito, que corresponden al 50% de las horas académicas definidas para la modalidad presencial, de acuerdo al Reglamento de Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior.

[...]

#### **11. Obligaciones**

Todos los estudiantes tienen la obligación fundamental de respetar a las autoridades académicas, estudiantes, funcionarios administrativos y demás personal que labora en la universidad; observar un comportamiento y desempeño éticos en el desarrollo de sus actividades académicas y estudiantiles, de acuerdo al Código de Ética del Estudiante; y dar un trato cuidadoso a los bienes muebles e inmuebles de la universidad. Está prohibido realizar acciones incompatibles con el orden jurídico establecido y desarrollar cualquier actividad ajena a la universidad, incluido proselitismo o propaganda político - partidista o religiosa; o utilizar los recintos y lugares que ocupe la universidad en actos tendientes a propagar o ejecutar actividades perturbadoras para las labores universitarias ni reñidas con los principios de la universidad, sus estatutos o sus reglamentos internos. Quienes infrinjan estas disposiciones serán sancionados disciplinariamente por las instancias correspondientes, de acuerdo a la naturaleza de la infracción o falta cometida y las circunstancias correspondientes. Podrán ser sancionados quienes sean condenados o procesados por delitos cometidos fuera de los recintos de la universidad que tengan

impacto en la vida académica. El ingreso como estudiante a la universidad implica una aceptación tácita, por parte del estudiante y su apoderado, del criterio de las personas encargadas de mantener la disciplina al interior de la universidad y quedan obligados a atenerse a los efectos de sus resoluciones.

## **12. Sanciones disciplinarias**

Los docentes de la UDLA estarán facultados para aplicar las siguientes sanciones disciplinarias a los estudiantes:

- a) Expulsar a un estudiante de su clase;
  
- b) Impedir a un estudiante el ingreso a su clase;
  
- c) Calificar con nota 1.1 cualquier sistema de evaluación de su asignatura, si el estudiante es sorprendido en acciones que vicien el sistema o se encuentren reñidas con la honradez en el desarrollo del mismo;
  
- d) Reportar a un estudiante al Vicerrector Académico para la aplicación de sanciones mayores cuando, a su juicio, el hecho revistiese caracteres de falta disciplinaria grave o cuando hubiere reiteración de faltas disciplinarias por parte del estudiante.

Sin perjuicio de lo anterior, tendrán la facultad de amonestar oralmente o por escrito al estudiante que cometiere una infracción en su presencia. Una segunda amonestación escrita, será considerada falta disciplinaria grave y deberán proceder conforme lo dispone la letra d) del presente artículo. De las amonestaciones escritas el académico enviará copia al Decano de la Facultad o Director de Escuela de que depende el estudiante infractor para su conocimiento. Dicha sanción se registra en el expediente del estudiante. Será considerada, entre otras, falta disciplinaria grave, toda acción u omisión que vaya en perjuicio de la integridad física o emocional de las personas, y aquellas que ocasionen perjuicios a los bienes muebles o inmuebles de las personas o de la Institución.

Asimismo, serán consideradas faltas disciplinarias graves cualesquiera de las señaladas a continuación, sin que esta enumeración resulte taxativa ni tenga orden de prelación alguna:

- a) La copia de tareas, ejercicios o cualquier sistema de evaluación. Se considerará igualmente grave el copiar que el permitir copiar.
  
- b) La suplantación de personas en el control de asistencia, pruebas, ejercicios o exámenes.

- c) La publicación o distribución, dentro de los recintos de la Universidad, de carteles, folletos, afiches, panfletos o cualquier otro impreso no autorizado por la Dirección de Servicios Institucionales.
- d) La realización de actividades discriminatorias sean de carácter racial, político o religioso.
- e) La realización de actividades reñidas con los objetivos generales de la Universidad, la ley, la moral, el orden establecido y las buenas costumbres.
- f) La agresión de hecho o de palabra a académicos, funcionarios administrativos o estudiantes, dentro o fuera de los recintos de la Universidad.
- g) La falsificación, corrección, enmienda, adición o cualquier otro tipo de adulteración de la certificación y de la documentación en general expedida oficialmente por la Universidad.
- h) La violación a las normas y restricciones sobre uso de los equipos computacionales.
- i) La violación a las normas y procedimientos sobre uso de los equipos de bibliotecas, laboratorios y otros, contenidos en la reglamentación correspondiente.
- j) Poseer, consumir, ofrecer o vender bebidas alcohólicas o drogas en los recintos de la Universidad.
- k) Solicitar o recibir clases particulares, individuales o en grupo, remuneradas o no, de docentes de la Universidad sean o no estos profesores de las asignaturas en que el alumno se encuentra matriculado.
- l) Destruir, sustraer o alterar la información de los sistemas de la Universidad o de terceros a través de cualquier medio.
- m) Acceder a información de los sistemas de la Universidad sin la autorización correspondiente o vulnerando claves o códigos de acceso.
- n) Utilizar los sistemas de información de la Universidad para dañar la imagen, el honor o el patrimonio de la institución, de sus miembros o de terceros.
- o) No proporcionar los documentos universitarios de identificación personal cuando sean requeridos por el personal autorizado.

p) Pertener a agrupaciones ilegales.

q) Fumar en las áreas abiertas o cerradas del recinto universitario.

r) Realizar o intentar cualquier modalidad de hostigamiento sexual.

s) Dañar, destruir o usar indebidamente las edificaciones, los acabados, los ambientes, el mobiliario, los equipos, las instalaciones, los sistemas de información, el correo electrónico y en general, los bienes y servicios de la Universidad y de sus miembros, así como los bienes y servicios de terceros que se encuentren dentro del recinto universitario.

t) La publicación en cualquier medio electrónico, redes sociales, blogs u otro similar de fotografías, videos, audios, textos, tablas, logotipos o cualquier otra información que concierna a la comunidad universitaria.

Sin perjuicio de lo que dispone la Ley de propiedad intelectual, se considera asimismo falta disciplinaria grave:

a) La apropiación (derecho de autor), entendida como la copia de, entre otros, obras, textos, documentos, imágenes, cuadros, de otras personas o fuentes, haciéndolas pasar como propias. Se incluye a los Trabajos de Titulación. Además a la apropiación, total o parcial, de textos, imágenes, audios, tablas, cuadros, etc. de otra persona o fuente utilizando recursos y programas informáticos y presentarlos como propios, sin cumplir las normas vigentes de citación y escritura académicas.

b) Auto apropiación (derechos de autor), se entiende por la presentación de un mismo trabajo o documento, individual o realizado en grupo en diferentes materias sin el consentimiento escrito del docente al que se presentó originalmente ese trabajo.

c) El empleo de cualquier herramienta tecnológica (celulares, cámaras fotográficas, computadoras, tabletas, etc.) para la resolución de exámenes y evaluaciones que no haya sido prevista en la metodología de la evaluación.

d) Alterar, sustraer o destruir un trabajo académico antes, durante o después de haberse rendido o entregado, aunque estuviese pendiente de calificación.

e) Alterar, sustraer o destruir listas o registros de notas o calificaciones, certificados o documentos académicos o administrativos.

f) Falsear el trabajo intelectual, como citar autores que no existen, referirse a trabajos no realizados o tergiversar datos presentados como parte de un trabajo académico o cualquier otra acción que revele falta de honestidad.

g) Presentar un mismo trabajo, en todo o en parte, en más de una asignatura sin el consentimiento de todos los profesores interesados

### **13. Trabajo de Titulación**

Se considera Trabajo de Titulación al trabajo teórico - práctico que un estudiante elabora, bajo el enfoque de un área de la carrera, proponiendo la solución de un problema o la satisfacción de una necesidad a través de un trabajo de investigación escrito o el diseño y elaboración de planes o prototipos que demuestren la aplicación de los conocimientos científicos, tecnológicos, metodológicos y sociales adquiridos durante el programa académico de cada carrera y que en última instancia contribuyen integralmente al desarrollo de la comunidad.

El desarrollo del Trabajo de Titulación deberá ser el aporte intelectual del estudiante en una propuesta académica, debidamente sustentada y motivada que establezca claramente una solución o alternativas de solución a problemáticas, de acuerdo al tema escogido.

Los estudiantes que cursan carreras profesionales deben iniciar su proceso de titulación cuando hayan cumplido con todos los prerrequisitos exigidos por cada carrera para aprobar la asignatura de “Metodología de Titulación”, en primera instancia, y el módulo de “Trabajo de Titulación”, en segunda instancia. “Metodología de Titulación” tiene la duración de un semestre y “Trabajo de Titulación” la duración máxima de 10 meses calendario a partir de la inscripción del trabajo. Para acceder al proceso descrito el estudiante deberá tener la condición de estudiante regular, por lo que deberá estar matriculado.

Se considera egresado al estudiante que ha aprobado todas las asignaturas y actividades académicas que conforman el plan de estudios de la carrera correspondiente, así como las respectivas prácticas; la asignatura de “Metodología de Titulación” deberá tener la condición de “Pendiente de Aprobación” (PA), restándole solamente realizar, aprobar y defender su Trabajo de Titulación para la obtención del título, para lo cual debe cursar el seminario de “Trabajo de Titulación”.

El Trabajo de Titulación debe ser desarrollado en forma individual o, de manera excepcional, hasta por un máximo de dos estudiantes, pudiendo este límite ser mayor para carreras específicas, siempre y cuando esto esté contemplado en la Guía de Trabajos de Titulación de la carrera correspondiente.

El detalle del proceso de titulación se lo puede consultar en el portal de la universidad <http://www.udla.edu.ec/> en la sección “información estudiantes”.

**ANEXO 3**

**MISIÓN, VISIÓN Y PROPUESTAS DE LA  
COORDINACIÓN DE CLUBES**

## CLUBES

- Misión
- Proponer actividades de recreación estudiantil, que permitan a los estudiantes tener una mejor calidad de vida.
- Visión
- Ser el vínculo entre las actividades académicas y recreacionales, en sus varias facetas, para crear un modelo que permita la práctica de los valores institucionales.



Misión y Visión de Clubes. Tomado de Coordinación de Clubes, 2013, p.1.

## CLUBES

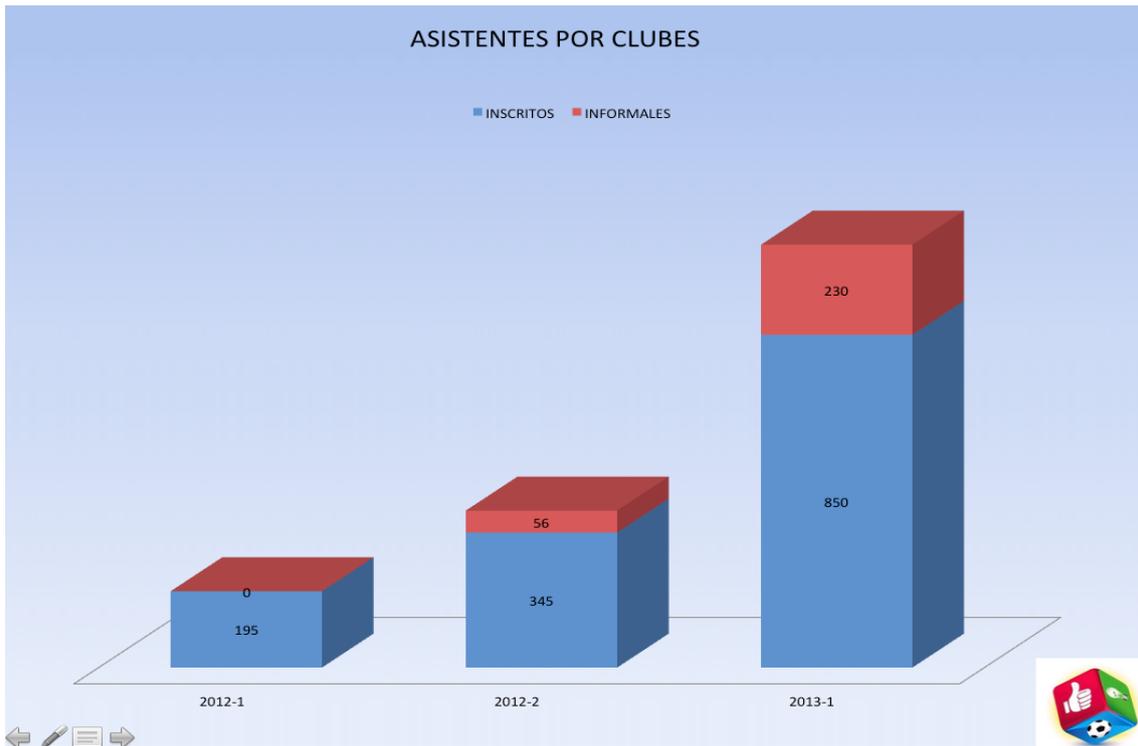
- Las actividades de los clubes y el deporte recreativo nos ayudan a promover una mejor calidad de vida y el encuentro social universitario.
- La propuesta es realizar actividad física saludable, mejorar los hábitos recreacionales y formar un grupo social interdisciplinario de amigos, para compartir con ellos las diversas actividades propuestas por los clubes.
- Estamos muy comprometidos con el desarrollo de nuevas propuestas que permitan al estudiante tener nuevas vivencias y aprendizajes.
- Creemos que los estudiantes deben tener una variedad de actividades extracurriculares que les permitan realizar sus intereses y hobbies, y encontrar un ambiente de esparcimiento fuera de sus actividades académicas.



Propuestas Clubes. Tomado de Coordinación de Clubes, 2013, p.2.

**ANEXO 4**

**CUADROS DE ASISTENCIA DE ALUMNOS A CLUBES**



Cuadro de asistencia a clubes. Tomado de Coordinación de Clubes, 2013, p.9.

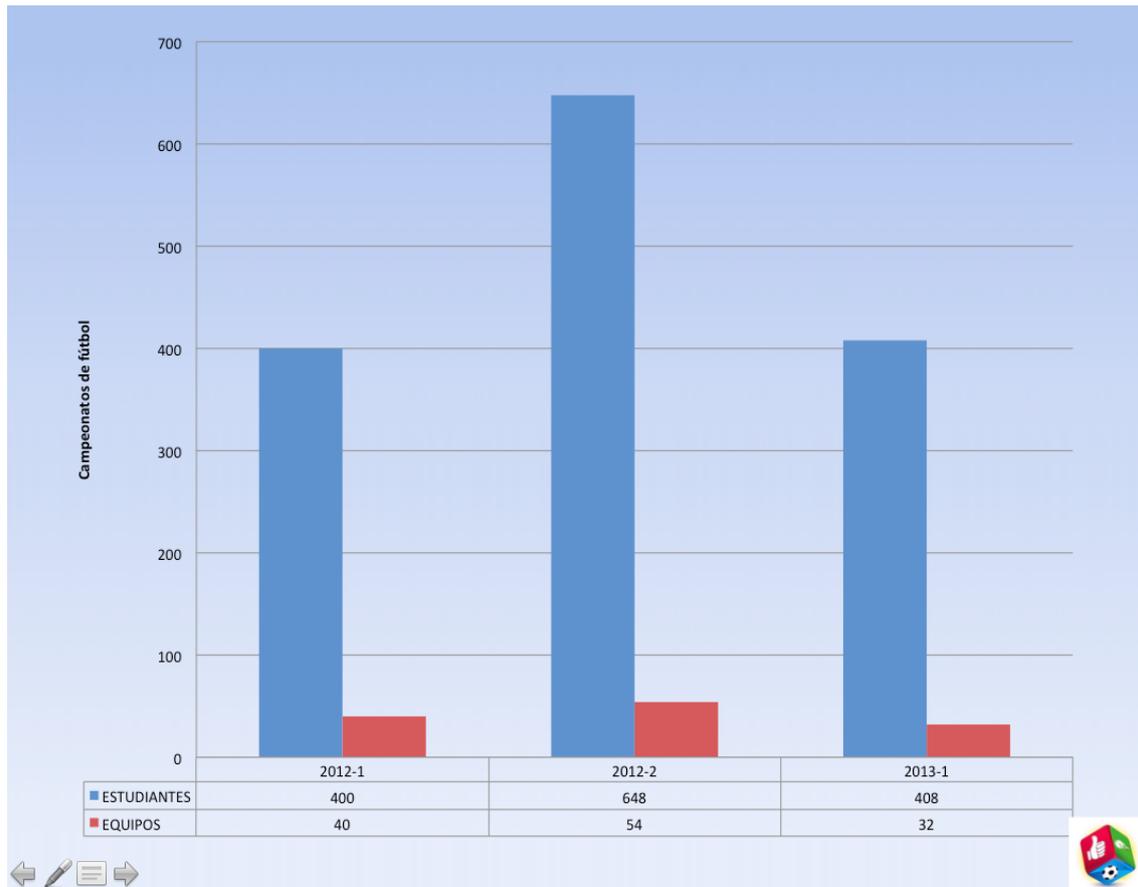


Estudiantes por hora. Tomado de Coordinación de Clubes, 2013, p.10.

**ANEXO 5**

**CUADRO DE PARTICIPANTES EN CAMPEONATOS DE**

**FÚTBOL**



Participantes en campeonatos de fútbol. Tomado de Coordinación de Clubes, 2012, p. 13.

**ANEXO 6**  
**EJEMPLO DE SÍLABO DE CLUBES**



## FORMACIÓN INTEGRAL

SÍLABO SEMESTRE 2011-1 SEPTIEMBRE 2010- ENERO 2011

---

### I. IDENTIFICACIÓN

MATERIA: Capoeira

SIGLA: CAP - 100

PROFESOR: Henry Vizcarra

PARALELO: 02

CORREO: @udlanet.ec

---

### II. PRELIMINARES

El curso tiene como finalidad principal despertar en joven el interés por las actividades físicas y culturales en pro de su mejoramiento en cuanto a cuerpo, mente y espíritu se refiere. La voluntad, la disciplina y el esfuerzo dedicados al mismo proveerían también al alumnado de la autoestima necesaria para afrontar y conquistar nuevos y variados objetivos, al despertar en ellos la conciencia de la relación esfuerzo – logros, trabajo – virtud, en base a ejercicios y dinámicas que los lleven a conocerse más en sus potenciales habilidades. Por lo tanto sabemos que mientras más temprano sea el despertar deportivo y cultural en los jóvenes, su entorno de crecimiento y desarrollo será de mejor agrado, y confianza Su enriquecimiento, además, se daría en varios sentidos: musical, artístico (danza, canto), y marcial como método y sistema de defensa. A través de la filosofía de “la no violencia”, que consiste en el aprendizaje de esta lucha- danza brasileña a través de su aspecto lúdico (puesto que las palabras que definen y tipifican a esta práctica son “o jogo de capoeira” o “el juego de capoeira”) los chicos y chicas que formen parte del curso aprenderán a desarrollar destrezas y habilidades inimaginadas todavía por ellos y aprenderán a relacionarse de mejor manera con sus compañeros de grupo y *a posteriori* con su entorno cotidiano, sin dejar de lado el hecho de que subrepticamente y de forma casi inconsciente aprenderán un método de defensa en extremo eficaz. En fin, se brindaría tanto a la institución como a su alumnado una herramienta más para formar personas de calidad humana, bonhomía, don de gentes, excelentes deportistas, ciudadanos responsables

y futuros profesionales. En conclusión, el presente curso propondrá a la capoeira como una alternativa de ejercicio físico y como vía de conocimiento de expresiones culturales diferentes a la nuestra, pero no menos enriquecedoras y válidas para adquirir una conciencia global de la sociedad moderna y rescatar las raíces pluriculturales de América Latina.

---

### **III. OBJETIVOS**

#### **Generales:**

Al terminar el curso, el estudiante estará en capacidad de:

Conocer la parte armónica de la capoeira como son los instrumentos, cantos y algo del idioma "Portugués" que hace parte de esta arte.

#### **Específicos o de unidad temática:**

- Encontrar la virtud, en base a ejercicios y dinámicas que los lleven a conocerse más en sus potenciales y habilidades.
- Dar a conocer más de esta danza lucha brasilera
- -lograr el interés de los jóvenes por las actividades culturales y deportivas en este caso la capoeira como tal.
- levantar el autoestima en los de los alumnos y hacer de esta arte un pasatiempo productivo.
- Mostrar un trabajo al fin del semestre

### **IV. METODOLOGÍA**

Entre los tópicos a desarrollarse en el taller se pueden contar los siguientes:

- Historia y fundamentos de la Capoeira
- Ritmos y músicas de capoeira
- Toques de Instrumentos de capoeira
  - Atabaque (conga)
  - Pandeiro (pandereta)
  - Berimbau (arco musical)
- Cantos de capoeira (en portugués)
- Movimientos de Ginga (balanceo del cuerpo)
- Movimientos de ataque (patadas)

- Movimientos de defensa
  - Movimientos de desplazamiento en el suelo
  - Ejercicios de calentamiento
  - Ejercicios de coordinación
  - Ejercicios de flexibilidad de piernas
  - Ejercicios de flexibilidad de brazos y espalda
  - Juego de Roda de Capoeira (juego de capoeira en parejas)
- 

## V. BIBLIOGRAFÍA

### *Textos Principales*

- Pequeño manual de capoeira
  - Textos de Brasil #14
  - La capoeira en la universidad
- 

## VI. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Para aprobar la materia el alumno deberá tener una asistencia mínima de un 80% cuando tenga promedio igual o inferior a 8.5/10 y de un 60% si obtiene en la materia un promedio superior a 8.5/10. El examen No Rendido es calificado sobre 10 y reemplaza a **una sola** nota de 1.0

Las evaluaciones se las realizara mediante una guía de movimientos y otras actividades que hayan aprendido.

Se tomara en cuenta:

El esfuerzo

La dedicación

El trabajo en clase.

La comprensión

El desenvolvimiento

Esto tomando en cuenta las condiciones de cada uno de los alumnos.

## VII. DESARROLLO SECUENCIAL DEL CURSO

Fecha	Temas	ACTIVIDADES	OTROS
1	Presentación del sílabo. Aproximaciones conceptuales al término cultura e historia. Primeras formas de organización. (Película: La guerra del fuego, director Jean Jaques Anaud)	Clase magistral, lecturas y análisis de las mismas en un cuadro comparativo.	Los/las estudiantes conocerán diversos conceptos sobre cultura y podrán reconocer en situaciones específicas cuál es el que se está utilizando.
	Ejercicios de gimnasia		
	Ejercicios de coordinación corporal.		
	Ejercicios de potencia, velocidad y reflejo		
	Ejercicios de equilibrio		
	Capoeiristas invitados (charlas)		
	Proyección de videos de capoeira		
	Ruedas de integración		
	diferentes núcleos		

	de enseñanza (Grupo Zema)		
	Aprendizaje de danzas tangenciales		
	samba		
	Maculelê		
	Aprendizaje de portugués a través del canto		
	Exposición del trabajo a fin de cada trimestre.		

#### VIII. OBSERVACIONES GENERALES:

- El estudiante no podrá ingresar si tiene un retraso de 10 minutos.
- Las fechas definidas para los trabajos y exámenes no se podrán cambiar.
- Se exige al estudiante honestidad tanto en las evaluaciones como en la redacción de sus trabajos. La copia, la inadecuada citación de las fuentes consultadas y el plagio son actividades graves que serán sancionadas con la pérdida de la materia.
- Al asistir a clases el estudiante se compromete a respetar las intervenciones de todos los compañeros y las normas de disciplina.
- Una vez iniciada la clase los estudiantes no podrán salir del aula, si lo hacen no podrán ingresar y constará como inasistencia
- Para solicitar una recalificación el estudiante debe haber asistido a la entrega y confrontación del respectivo examen.
- Los exámenes no rendidos no son sujetos de recalificación
- Consultas e información general: <http://blogs.udla.edu.ec/formacionintegral/>
- Toda observación, comentario o sugerencia es bienvenida.

El/la estudiante conoce y acepta las normativas que estipulan el reglamento de la UDLA y la guía del estudiante vigentes.

## **ANEXO 7**

### **ENTREVISTA A COORDINADOR DE CLUBES UDLA**

## **Entrevista a Felipe Arroyo coordinador de los clubes deportivos de la Universidad de Las Américas**

**¿Cuánto tiempo llevas frente a los clubes de la UDLA?**

Llevo casi dos años, en febrero ya cumpla dos años.

**¿Bajo que criterios te contrataron o cómo conseguiste el trabajo de coordinador de los clubes?**

Bueno yo estuve en la asociación de estudiantes un año antes y me encargué de toda la parte deportiva y cultural de ese año de la asociación y vieron mi trabajo ahí y me contrataron acá. Acá básicamente es brindarle al estudiante un espacio para que realice diferentes actividades fuera de lo académico y poco a poco ir creciendo en eso y en más actividades para el estudiante.

**¿En este tiempo, se ha realizado, alguna vez, encuestas a los alumnos para verificar su percepción respecto a los clubes?**

Como encuesta netamente no, se hizo hace dos semestres una actividad que los estudiantes proponían mediante *post its* en una pared lo que querían, cualquier cosa. Entonces nosotros recogíamos estas opciones que daban los estudiantes y de acuerdo a eso hicimos un análisis y poco a poco hemos ido aumentando las actividades que ellos nos han propuesto.

**¿Cómo diste a conocer acerca de esto? Porque por ejemplo, yo soy alumna aquí y nunca escuché de esto.**

Claro, fue una campaña con la asociación de estudiantes y bueno, fue solo en un día realmente, todo muy rápido, era el muro de las ideas, se puso unas paredes que parecían un muro y la gente realmente no se dio a conocer mucho como una publicidad masiva sino era un boca a boca de la gente que pasaba por ahí, mira esto chévere pongamos cosas.

**¿Y tuvo bastante acogida?**

Sí la verdad sí, se llenó el muro de opiniones y de actividades.

**¿Crees que es necesario hacer una encuesta tal vez más a profundidad?**

Yo creo que sí, realmente ahorita con los clubes que tenemos, tenemos muy buena acogida, la universidad está en constante crecimiento entonces una encuesta nos va a servir para que nosotros también tengamos un crecimiento en diferentes actividades. Por el momento no necesitamos esa encuesta porque la capacidad que tenemos para brindar al estudiante un espacio está casi al 100%, mientras siga creciendo la universidad con instalaciones podremos seguir abriendo diferentes campos, si es que yo hago una encuesta ahorita y no tengo la capacidad de incrementar en eso, ese momento cambia la encuesta y no me sirven los datos.

**Pero puede haber otro tipo de datos que sí te sirvan, por ejemplo los contenidos o clases, o sea otro tipo de cosas que no involucren las instalaciones.**

No, claro que sí, eso estamos realizando constantemente, por ejemplo ayer tuve yo una evaluación a los docentes, que consiste en que yo asisto a la clase que dicta el docente, no participo de ella, me quedo observando toda la clase y de acuerdo a eso generamos nuevas observaciones sobre lo que se dicta, nuevos conceptos, nuevas maneras de involucrar al estudiante, entonces constantemente se está haciendo eso para mejorar el contenido de las clases.

Procuró ir tres veces por semestre; hablamos de las primeras semanas de clase, una vez, pasado cátedra 1 la segunda, y como cierre del curso la tercera. Tenemos también un formato para la evaluación de la sesión de clase, mediante eso se mide las mejoras que tenemos que hacer.

**¿Estadísticamente hablando, en qué te basas para decir que los clubes tienen una verdadera acogida, si estamos hablando de más o menos unos 13.000 alumnos a este punto verdad? ¿Cuál es el porcentaje de alumnos que está asistiendo a los clubes?**

Hace año y ocho meses que entré yo acá, teníamos alrededor de 6.000 estudiantes y la acogida era de 200 a 300 estudiantes; ahorita tenemos 13.000, y una acogida del 10% en clubes, es decir, 1.300 estudiantes, que es una locura tener al 10% de la universidad realizando una actividad extra, entonces si hay esos datos de que ha crecido bastante. Hay un evento que se va haciendo durante dos semestres que es lo

que le ha dado mucho más impulso porque la gente ve fotos, ve las actividades y les gusta entonces van entrando a los clubes.

**¿Entonces basándonos en las instalaciones, en la capacidad que la universidad puede dar, están bien, por eso no pueden ofrecerles más a los alumnos, como dijiste antes, entonces para qué hacer la encuesta?**

No, sí, podemos ofrecer más actividades sencillas pero hay cosas como... Hubo la propuesta de un club de hockey, pero no tenemos donde practicar hockey o equitación o tenis. Que sí son cosas muy buenas pero no tenemos esa capacidad todavía.

**¿Y tal vez están planificando algo para las nuevas instalaciones de la UDLA?**

Sí claro, vamos a tener un espacio muy amplio porque ahora en la mayoría de clubes culturales, te hablo de los Bailes, Capoeira y Yoga, tienen muchos conflictos al practicar en las aulas porque son aulas de clase. No es un espacio adecuado, sin embargo, los docentes lo han llevado de una manera espectacular, poco a poco vamos mejorando, se van adaptando nuevas cosas, pero no es el espacio adecuado entonces en las nuevas instalaciones vamos a tener ese espacio igual en la parte deportiva, vamos a tener nuevas canchas.

Hay algunos casos en los que los estudiantes proponen nuevas cosas, dicen necesitamos esto o necesitamos que nos ayuden con esto, procuramos ayudarles pero en la mayor parte de clubes los estudiantes están totalmente satisfechos gracias al buen desempeño del docente.

**¿Bajo que criterios se elije a los docentes?**

Se elije de acuerdo a experiencia, de acuerdo a diplomas con concursos, participaciones... No es la misma rigidez con la que se elije a los docentes académicos. Generalmente un docente de clubes no tiene un título de educación superior porque no es avalado, no encuentras un título de baile o yoga, entonces se evalúa de acuerdo a los certificados que tienen, experiencia, a los concursos en los que hayan participado.

**¿Y tu crees que la mayoría de alumnos asisten a los clubes porque es obligación por la malla o porque quieren?**

Del 10%... A ver... de los 1.300 estudiantes que están, hablaremos que unos 400 son por obligación, el resto porque quieren porque no tienen en la malla, solo ciertas carreras son las que tienen malla y el resto asiste solo porque le gusta. Las carreras que tienen obligación de asistir son las carreras de la Facultad de Comunicación, hablamos de Periodismo, Comunicación Corporativa, Publicidad, Diseño Gráfico, Multimedia y Educación Inicial.

### **¿Y por qué al resto no se le obliga?**

La verdad no te puedo decir eso, es un tema académico, es parte de la malla hace mucho tiempo. Por ejemplo a los de periodismo les decían que tienen que coger el club de oratoria porque les servía para su carrera. Pero ahora pueden elegir el club que quieran porque a la final lo que se busca es una formación integral no que cojan lo que les obligan sino se vuelve una materia más.

### **¿Pero, por ejemplo, de los 1.300 cuántos son de la facultad de comunicación?**

Unos 500

### **¿Consideras que los clubes son tomados en serio por las autoridades, o, mejor dicho, cuál es la visión a futuro de las autoridades con los clubes de la UDLA?**

A ver, yo creo que el tema de los clubes estaba hace algún tiempo un poco de lado, no se lo tomaba en serio, ahora como ha habido tanta acogida se está intentando impulsar esto porque se volvió un carácter de retención del estudiante, que el estudiante no solo venga a estudiar sino que venga a hacer algo más. Muchas veces hay estudiantes que tienen problemas en diferentes materias y los docentes de los clubes se encargan de ayudarles a ellos a relajarse mediante las actividades que hacen (conversar con ellos) y se vuelven un factor de retención bastante alto para los estudiantes entonces está cambiando la idea que tienen las autoridades sobre los clubes; se está implementando cada vez mejoras y bueno como en todo proyecto, si ves que no está funcionando no tienes razón de ayudar pero como ves que está siendo impulsado, está creciendo poco a poco, están metiendo mucho más cartas en el asunto en lo que es el desarrollo de los clubes.

**Tú me dices que los profesores les ayudan a los chicos para que se relajen y se sientan mejor en el caso de que estén mal en materias... pero, ¿hay algo por ejemplo que tengan todos en común en el syllabus, por ejemplo, ver que los**

**alumnos estén físicamente bien o si ven que alguien está pasado de peso ayudarle para que entiendan que necesitan cambiar su ritmo de vida o tal vez su manera de alimentarse mejor, etc.?**

A ver, el tema de los sílabos en los clubes se maneja más por el hecho de que tenemos gente que tiene que aprobar el club como hablábamos de la facultad de comunicación, sin syllabus cómo respaldas una materia. No es que se basa todo completamente en el syllabus porque ahí todo dependerá del nivel en el que vengan los chicos a practicar el club, entonces de acuerdo a eso el docente maneja su clase. Por reuniones que hemos tenido nosotros como coordinación con los docentes se ha llegado a este acuerdo de que tienen que fijarse en la integridad del estudiante, en su bienestar y acogerlo y ayudarlo e lo que necesite. Es por eso que tenemos dentro de los clubes algunos estudiantes con discapacidad, justo para vincularles con la Universidad. La psicóloga de la Universidad generalmente les re direcciona acá para que elijan algún club, y se puedan involucrar más en la universidad, estén más tranquilos... o porque saben el beneficio que están teniendo.

**¿Y volviendo un poco a las autoridades de la universidad... se ha preocupado la universidad o por ejemplo te ha dado a ti la potestad de hacer alianzas o pedir auspicios para hacer eventos o para impulsar a los clubes?**

Bueno en el tema de los clubes no tanto así porque la Universidad es la que provee con un presupuesto para esto al 100% y todo lo que necesitamos está cubierto realmente.

**¿Sí es suficiente el presupuesto que te dan para un semestre?**

Sí, claro. El presupuesto se hace anual entonces uno de acuerdo a las tendencias que va generándose cada semestre, se vuelve a reformular un presupuesto y vuelve a subirlo o a bajarlo de acuerdo a las necesidades que se han visto ese año.

**Entonces la Universidad si está aportando de manera coherente digamos... Sí, te dan lo que tu necesitas, pero, ¿te parece tal vez que podrían apoyar más para que se crezca aún más? Cuando yo te pregunté acerca de la visión de la Universidad, me refería a si a la UDLA le interesa tener, por ejemplo, una selección? Yo sé que al fútbol apoyan pero ya estamos hablando de selecciones para participar nacional o internacionalmente, es decir, algo mucho más fuerte**

**que solamente un club al que se vaya a des estresarse o a hacer algo a parte de lo académico.**

A ver, el club de fútbol nació así. Nació de los clubes de acá entonces ha habido propuestas con algunos clubes que han ido poco a poco mejorando, de que se lance así, que vaya creciendo. Pero eso ya depende del compromiso de los docentes realmente y la institución. Claro obviamente de los alumnos también, en como vayan creciendo. En este caso el club de fútbol tiene un presupuesto totalmente independiente de lo que es el presupuesto de clubes.

**Es decir, la Universidad da un presupuesto a parte para ellos, o sea les apoya viendo que han crecido. Pero ¿Necesitan primero crecer y avanzar para que la Universidad les apoye básicamente?**

El crecimiento se dio, o sea, el apoyo se dio en conjunto. Entonces, se lanzó un proyecto en el cual... bueno, lo lanzó el entrenador Diego Coral. Lanzó el proyecto y se aprobó esto y se subió con todo. O sea sale con presupuesto, ya sale a parte y es un manejo independiente.

**O sea depende básicamente de los docentes como tú dices, que ellos propongan y si la Universidad acepta y ve que es factible, apoya o no.**

Claro, es como cualquier otro proyecto. Si es que ves factibilidad lo apoyas sino...

**¿No está a cargo tuyo esto?**

Eh, no sí. Si depende de acá. Antes cuando estaba lo de la selección de fútbol no había una persona a cargo netamente de esto, de su crecimiento. Pero sí depende realmente de acá. Es por eso que se realiza esta evaluación semestral a los docentes para ver como va creciendo el grupo.

**¿Y qué tipo de evaluaciones haces semestralmente a los docentes? Y, a los alumnos ¿haces algún otro tipo de evaluación?**

Dependerá realmente del semestre. Hay algunos semestres que se tiene participación en diferentes actividades, como concursos, como ferias en donde algunos clubes participan, entonces de acuerdo a ese desempeño podemos evaluar diferentes cosas. Durante el semestre, durante todo el semestre no puedes realizar estas actividades más que dar un detalle de lo que se está haciendo. No puedes publicitar a que ingrese

nadie porque estamos metidos en un esquema de que tienes que inscribirte al inicio y durante el semestre no puedo inscribirse nadie más.

**¿Y qué hacen en ese caso? Si esa es la manera de llevar la publicidad... ¿cómo lo hacen al principio del semestre para que la gente se quiera involucrar?**

Al principio del semestre se manda correos masivos con todos los horarios de los clubes y que se inscriban directamente vía web a las actividades. La página web está siempre con los horarios, con las fotos, las nuevas actividades que se está haciendo y al finalizar el semestre, se realiza el evento de clausura de los clubes. También se manda correos masivos a invitar a esto entonces tienes la publicidad cuando se está acabando y cuando van a iniciar. Que es un mes o dos meses entre estas dos cosas, entonces sí es un espacio que nos permite publicitar.

**¿A parte de los mails masivos y por ejemplo las pancartas que he visto en las carteleras, no se publicita de ninguna otra manera? A parte de la feria al final.**

No, no. Para nada.

**¿No te es permitido?**

No, no. Es más un estado de esperar un poco. Estamos creciendo, sin la publicidad estamos creciendo mucho, entonces el rato que uno publicita algo das mucho más crecimiento. Y si no tienes esa capacidad de crecer no te da la facilidad. No puedes seguir publicitando. Sino, dejas de atender a muchas otras personas de una mejor manera.

**¿Para cuándo está dispuesto que existan las nuevas instalaciones?**

Se nos comunicó que ya están empezando el tema de la construcción, que ya están empezando a remover la tierra y demás. Entonces poco a poco, no te puedo decir un tiempo exacto en el que ya estén las cosas porque eso no es que depende de nosotros. Si te pones a ver el tema de la sede Queri ha crecido enormemente entonces son 7 edificios, que eso también nos facilita a nosotros porque ya hay más espacio para realizar... los clubes ahora están en las tres sedes. Incluso en sede Queri hay un espacio adecuado para que realicen algunos clubes.

**¿Y de las tres sedes, a parte de la Granados que evidentemente tiene más espacio... la Queri y la Colón si tienen acogida?**

Claro, en Queri es muy buena acogida. En yoga, en artes marciales, capoeira, baile.. Hay fotografía. Si hay algunas cosas en todas las sedes para que realmente los chicos no tengan que estar trasladándose tantas veces sino que tengan el espacio ahí.

**¿Estamos hablando igual de clases que están adecuadas para dar ese club? O sea son académicas.. como aquí?**

Sí, sí. Todas son aulas de clase.. De acuerdo a un tema organizativo con las diferentes autoridades por sede se ha logrado que en ciertos días, en ciertos espacios para los clubes se autorice el uso del auditorio. Como está abierto completamente es más fácil el trabajo, que se use un espacio abierto. Es un tema logístico súper fuerte. Tengo que estar pendiente de a donde ubicarles para que se sientan mejor.

**Volviendo a lo de las nuevas instalaciones que va a tener la universidad. Estás tú al tanto de todo lo que se va a hacer para los clubes? Sé que va a haber una cancha de césped grande para fútbol pero para el resto de clubes, sí se está tomando en cuenta todo lo que los clubes requieren para tener buenas instalaciones para Yoga, Bailes, etc.?**

Sí, realmente lo que nosotros necesitamos es un espacio cerrado sin bancas. Por decirte, un aula sin bancas. Es lo que se necesita para que en el caso de Yoga, Capoeira, Artes marciales, quede armado el piso de tatami en donde realizan las prácticas y ese mismo espacio sirve para los bailes, entonces tengo al tanto que sí va a haber ese espacio para los clubes, va a ser una zona específica fuera de los edificios académicos.

**¿Como un coliseo?**

Sí estamos a la expectativa de eso pero si va a haber un espacio netamente para esto y ahí se facilitan las cosas. Yo durante este semestre he adaptado los horarios para que a los mismos profes se les facilite el uso, por decirte, dar Yoga y después de Yoga no hay Matemáticas sino Capoeira, y después de Capoeira hay artes marciales, entonces no ponen y sacan las cosas sino que es seguido entonces los docentes ya se acoplan a eso. Solo hay, al menos este semestre, un horario que me cruza, hay un poco de choque pero los docentes poco a poco se acoplan.

**¿Qué eventos de trascendencia están planificados para el presente semestre en cada club?**

En cada club, es un poco complicado, hay un evento que se va a realizar con el club de canto a finales de diciembre, es un evento nuevo está todavía a la expectativa, no está todavía aprobado entonces no puedo decir el nombre del evento.

**¿Cómo se maneja la clausura de clubes?**

Se cita a los, bueno, a los docentes al inicio del semestre ya se les comunica que al final del semestre van a tener una presentación. Los docentes a parte de sus clases les preparan para esto, les comunican a los chicos, les hablan sobre las vestimentas que tienen que usar, porque hablamos de que no todos los clubes se van a presentar. Qué hago con Fútbol en una tarima, o Básquet, entonces generalmente los clubes culturales como los Bailes, las Artes Marciales, Yoga, Canto, todos estos se presentan, se organiza, se hace una tarima chévere, se invita en general a toda la universidad. Siempre hemos tenido una muy buena acogida, siempre se llena.

**¿Con cuánta anticipación se avisa a la Universidad generalmente de los eventos?**

Todo depende del día del evento realmente. Porque tienes que, ese es un tema de *Marketing*, por decirte si el evento es un miércoles puedes avisarlo desde el lunes. Porque estamos en una semana académica, es lunes estás en clases entonces estás pendiente de lo que llega, pero si es que es miércoles y avisaste un viernes la gente no te para bola. Estás yendo a tu día de descanso entonces no te sirve mucho esa publicidad...

**También depende de la manera en que lo publicites..**

Claro, no, pero generalmente pasa esto en el tema de los estudiantes entonces es preferible hacerlo un día antes o dos.

**¿Tú te encargas de organizarlos y hacer seguimiento de este tipo de ferias o clausuras que hay? Por ejemplo, ¿tu organizas la logística?**

Sí, claro.

### **¿Y el seguimiento después?**

Claro, precisamente por eso se ha ido mejorando en algunas cosas. El primer evento de clausura de los clubes salió muy bien. Pero nosotros como organizadores no dimos muchas facilidades para que los chicos se desenvuelvan bien en el acto y esto lo captamos luego con los docentes y los mismos chicos, hicimos ese seguimiento para ver cómo se mejora, qué se necesita para el siguiente semestre. Todos los chicos estaban tranquilos porque sabían que era la primera vez que se hacía algo así, entonces no era que iban a tener lo mejor. Pero después de eso se dio una retroalimentación, para este semestre, perdón el semestre que pasó, se mejoró increíblemente. Igual siguen habiendo nuevas peticiones de los docentes para mejorar entonces cada semestre se va mejorando; se va involucrando más gente en la organización.

### **Tú netamente estás a cargo, pero por ejemplo, ¿quién más es tu equipo de apoyo?**

Bueno aquí estamos en Servicios Estudiantiles y generalmente cuando hay algún evento de lo que sea, hay apoyo de todos. Ahorita estamos... serán 5 personas que apoyan, incluido mi jefe. Pero quienes más están en constante apoyo con el tema de los clubes es David Flores y Daniela Erazo; ambos que son asistentes de servicios estudiantiles. Entonces están apoyando constantemente de diferentes maneras.

### **¿Quién es tu jefe y como se lleva el manejo de los clubes?**

Es Dani Cabezas, Director de Servicios Estudiantiles. Dependiendo del caso. Habrá casos que el manejo de los clubes es netamente una parte mía y tendré que yo ir a explicarlo por el tema de saber el manejo completo. Algunas cosas me voy con él, otras cosas pide el directamente. Pero el área no es solo clubes, tiene muchas actividades más. En el tema del organigrama estoy yo y está Dani, sobre Dani está el señor rector, Carlos, y bueno ahí está el apoyo de Servicios Estudiantiles.

### **¿Consideras que tienes bastante libertad para hacer las cosas que necesitas?**

Sí, sí, claro. Hay bastante apertura y confianza en el tema del trabajo y el crecimiento de los clubes, entonces generalmente antes de un semestre nos reunimos con Dani y hacemos una programación, ahí están las propuestas. Entonces es un trabajo en conjunto en la planificación del nuevo semestre. Y luego ya corre a cuenta de logística.

Yo creo que sí se necesita más apoyo. Poco a poco, como te digo, la Universidad va creciendo mucho. Ya no hay la facilidad que tenía yo hace año y medio de estar ahí con los docentes siempre ayudándoles logísticamente, ya es demasiado para estar en todo lado y como te digo luego ya nos expandimos a las tres sedes gracias al buen apoyo de las jefaturas de sede, se ha logrado aplacar algunas cosas en cada sede y ellos están intentando organizarse de mejor manera, pero sí se necesita más apoyo. Estamos en esas conversaciones para ver cómo se mejora y bueno tengo el apoyo grande de un docente que está casi a tiempo completo acá en la Universidad. Es el docente de Yoga, Arturo Castillo, él me colabora mucho en las diferentes actividades que tenemos.

**¿Conoces de la existencia de la Federación Ecuatoriana del deporte Universitario y Politécnico?**

Sí conozco de la existencia pero nosotros no nos regimos mucho a eso porque estamos vinculados mucho a la Red Laureate.

**Explícame, por favor, que significa eso porque obviamente tengo entendido que uno debe pertenecer a la Federación y sé que la UDLA no pertenece. Por qué es eso? Se ha considerado o no, por qué?**

A ver, explícitamente en esto hablamos de deporte. Lo que más hay acá no es tanto deporte. Son actividades culturales.

**¿Lo que más acogida tiene son las actividades culturales entonces?**

Exacto, lo cultural, cosas académicas, y en el deporte expresamente en el único tema que se ha salido completamente es en el fútbol. La Selección de Fútbol pertenece a la Asociación de Fútbol Amateur de Pichincha que es a donde tiene que pertenecer, para aspirar a un crecimiento al fútbol profesional. Hablamos del fútbol universitario son campeonatos entre universidades que es más un tema de vincularse con las otras universidades mas no de crecimiento del proyecto, hablando a sí. Se ha pensado entrar a la Federación por el equipo de Básquet que es el que está empezando a impulsarse en el tema de campeonatos y demás, pero expresamente entrar a una asociación para empezar a competir con ellos, no es lo que nosotros buscamos. La Red Laureate no es lo que busca.

### **¿Qué es lo que quiere la Red Laureate entonces?**

Es la formación integral. Siempre tenemos que estar alineados con las diversas universidades del mundo, en la mayoría de universidades hay esta estructura de clubes. Sí tienen bastante participación externa y demás pero muy pocas vinculan este tema del profesionalismo, nosotros sí estamos queriendo avanzar en ese aspecto entonces más nos interesa buscar el tema del profesionalismo que de las asociaciones o congregaciones interuniversitarias.

**Sí, bueno yo te mencionaba esta federación porque, a parte te iba a preguntar si conoces de la FISU, la Federación Internacional del Deporte Universitario, entonces a mi me parecía que el momento en que tu eres parte de la Federación de aquí en el Ecuador, puedes llegar a ser parte de la FISU y por ende participar en las Universiadas o los Juegos Olímpicos que se dan a nivel mundial, entonces yo supongo que eso es algo que a la Universidad si le podría interesar. Obviamente si es que estamos hablando de que llegan a conformar selecciones o logran que los equipos sean profesionales, pero yo supongo que a la Universidad si le podría interesar que sus alumnos lleguen a ser deportistas de élite y lleguen a participar en algo como las...**

Bueno, te cuento hay el caso del club de aventura. Estuvieron hace tres meses en Chile representando a la Universidad en una competencia de aventura. Lastimosamente eran tres días de competencia y en el segundo día uno de nuestros representantes tuvo una caída y se lesionó, estábamos en tercer lugar y era una competencia internacional entonces no solo perteneciendo a esta red universitaria puedes tener deportistas de élite. Llegará un punto en el que sí tendremos que expandirnos a eso a las federaciones a buscar deportistas de élite en todos los clubes, sí llegará a ese punto...

### **Será al andar básicamente...**

Exactamente, mientras nosotros vayamos creciendo, como te digo, las instalaciones no es como para tener deportistas de élite. La Universidad planea miles de cosas de eso.. brindar al estudiante este espacio para que no solo haga lo que le gusta sino que pueda expandir sus conocimientos y pueda ser un deportista de élite, un bailarín de élite, en lo que le guste.

**ANEXO 8**

**ENTREVISTA A DIRECTORA DE DEPORTES USFQ**

## **Entrevista a Susana Jara directora de deportes de la Universidad San Francisco de Quito**

Mi nombre es Susana Jara, estoy en la posición de Directora de Deportes de la Universidad San Francisco de Quito desde el 2009, trabajé igualmente con los equipos de baloncesto desde el 2006.

**Tengo entendido que la USFQ forma parte de la FEDUP, ¿cuál es el beneficio de pertenecer a esta federación?**

Es la entidad que rige el deporte a nivel universitario, entonces para nosotros poder salir a competencias internacionales siempre necesitamos el aval de la FEDUP para poder competir oficialmente. Entonces si nos interesa bastante por ese punto, ya que si bien es cierto, estamos en progreso, tal vez no estemos este momento a nivel internacional en cuestión de los deportes, pero sí es nuestro objetivo llegar a competir a nivel internacional y nivel universitario.

La FEDUP está conformada por rectores de las universidades miembros, se elige un directorio; al momento la presidenta es Marta Bucaram, de la Universidad Agraria. Ellos a su vez designan a las personas que van a estar a cargo pero ellos gestionan la organización de campeonatos en diferente disciplinas para que las universidades sean la sede y ellos sean los organizadores, básicamente encargados de logística, arbitraje, de todo el desarrollo del campeonato mismo. Apoyan de alguna manera mínima, en cuestión financiera, pero como digo, para nosotros sí es una prioridad que el deporte a nivel universitario se de, entonces por eso la universidad ha invertido bastante en organización de campeonatos a nivel universitario. La universidad apoya en la parte financiera e instalaciones, porque la universidad sede está a cargo de arbitrajes. Cada universidad que compite paga su propia estadía, comida y transporte. La FEDUP no es la que da el dinero para organizar el campeonato, de vez en cuando nos apoyan con algo pero en general el apoyo directo e inversión es de cada universidad sede.

**¿Esto aplica para todos los deportes?**

Sí, para todas las disciplinas. Hay ciertas disciplinas en las que no se han hecho campeonatos ya que no hay una universidad que quiera hacerse cargo. Este es un gran problema porque la FEDUP no es tan proactiva, en este momento yo sí critico un poco la parte directiva de ellos porque no es muy proactiva. Si no hay ninguna universidad que quiera organizar, no se da el campeonato. Es el caso que tuvimos en

baloncesto, el año anterior no hubo campeonato universitario, este año hubo en una universidad en Tulcán, en la Universidad Politécnica de Tulcán, pero como digo si no hubiera una universidad que está interesada en hacer, no hay campeonato. Y es muy poco tener un campeonato al año que dure una semana, es muy poco para el objetivo que tenemos de llegar a niveles internacionales.

**¿Para ser parte de la FEDUP ustedes se inscriben o ellos acuden a ustedes?**

Como digo no son proactivos, uno tiene que averiguar, inscribirse y demás para formar parte.

**Tengo entendido que al formar parte de la FEDUP, automáticamente también forman parte de la FISU, ¿eso significa que si los alumnos podrían participar directamente en las Universiadas?**

Claro que sí, bueno no directamente. Obviamente los campeonatos locales son un tipo de clasificatorio para las Universiadas. Nosotros tenemos una chica que recientemente, hace dos años se fue al mundial de triatlón en España en un campeonato universitario mundial y ese es nuestro interés, el ver llegar a los alumnos a esas instancias. Ahora, la mayoría de campeonatos se dan al otro lado del mundo, entonces es bastante complicada por la parte económica porque la FEDUP no es que les va a pagar. Es un aval que se necesita para poder participar, nosotros nos contactamos directamente con la FISU y nos dijeron que la comunicación debe ser a través de la FEDUP, entonces si es un organismo por el cual uno tiene que registrarse. En ciertos casos, las universidades que organizan los campeonatos mundiales ofrecen becas, sobre todo para los países de Sudamérica, para incentivar más la competencia y todo pero es una regla general, es en ciertos casos.

**¿El deporte en la USFQ es enfocado en ser de élite o de recreación para los alumnos?**

Nosotros tenemos dos clases de nivel de deporte. Sí se exige que tomen clases de deporte todos los estudiantes no importa que carrera estudian, es un requerimiento para su graduación el tomar dos semestres de deportes. En esto lo que nosotros nos enfocamos más es en una introducción a cada disciplina y en el dar práctica y los valores alrededor del deporte, que son disciplina, autocontrol, trabajo en grupo, liderazgo, esta es la parte fundamental en este caso, no tanto el nivel deportivo. Y, por otro lado, tenemos las selecciones. En selecciones si queremos que sean deportistas

de élite y que si entraron en un 70/100 acaben su carrera en un 100/100 sin descuidar la parte académica, acá en la Universidad su prioridad es estudiar y tener su carrera en el tiempo necesario, no pueden quedarse 6 u 8 años por hacer el deporte.

### **Entonces se puede decir que la Universidad los apoya completamente...**

Sí, nos está apoyando inmensamente. Tal es así que hemos crecido bastante, tenemos a la selección de fútbol que está jugando a nivel profesional. El fútbol femenino ha jugado a nivel nacional y el masculino también está jugando en la segunda categoría profesional ya. También tenemos el baloncesto que está jugando ligas nacionales, deportes de aventura que ya están en campeonatos mundiales, entonces sí aporta. Es una gran inversión que ellos están haciendo y obviamente el lema de todo esto es formar de manera integral, entonces no es solamente la carrera ingeniería y números, sino que la persona tiene que tener un conocimiento amplio, dotes de liderazgo, comunicación en grupo, todo esto que el deporte es ideal para poder fomentar estos aspectos.

### **¿Qué tipo de eventos organizan para atraer a los estudiantes a los deportes?**

Depende del interés, como dije tenemos una gran variedad de deportes, estamos manejando alrededor de 26 disciplinas en selecciones entonces hay para todo gusto y se maneja en base a lo que uno le interesa. El semestre anterior implementamos lo que decimos coloquios, que son charlas importantes para cada disciplina, por ejemplo tuvimos la carrera de Gonzalo Calisto que se fue a la carrera "La misión" en Argentina, que corre 160 km. Entonces el presentó como es su fase de entrenamiento y todo, no tanto la parte técnica sino una parte más motivacional, como darles estrategias para seguir adelante y demás. Eso sí da mucho interés a todo el mundo y claro cuando hablamos de competencias internacionales atrae mucho también.

### **Cómo ha sido el proceso para poder llegar a donde se encuentran las selecciones?**

Ha sido un proceso largo, yo pienso que la clave del poder lograr esto es un trabajo multidisciplinario entonces conformamos un buen equipo en cuestión de terapia física y preparadores físicos. Los mismos técnicos son gente muy preparada y apasionada de su deporte entonces acá la Universidad se maneja de una forma bastante libre. Cada entrenador tiene responsabilidad de su selección y depende de lo que ellos hagan para llegar lejos. Acá el departamento de deportes está siempre presto a darles

una mano en organización, logística, gestión, en buscar auspicios y demás, pero cada entrenador es el que se encarga de organizar un pasito más. Por ejemplo en el caso de fútbol femenino, que es bastante joven, hace un par de años empezó a conformarse el equipo, y después empezamos a participar, sin embargo no hay mucha competencia, o la competencia que había no era muy formal. Entonces, se busca una alternativa, el mismo entrenador y su cuerpo técnico busca una medida para ser proactivos, y de esa manera crearon la Copa San Francisco, que es un campeonato medianamente largo que dura dos a tres meses e incluye a 8 equipos y se mantiene en la medida de todo lo posible en una competencia muy formal. Se da comunicación a través de los medios, prensa, radio, televisión. Yo pienso que si ha ayudado de alguna manera ante los ojos del Ministerio del Deporte y este movimiento proactivo para que ya instalen el campeonato nacional que ahora bueno ya lo tienen y es una muy buena opción de crecimiento. La Universidad está abierta siempre a estas cosas, como digo no es que financieramente podamos dar en un 100%, pero si se da en la parte del trabajo, en gestión, en buscar cómo lograr el objetivo.

#### **¿Cuántas personas conforman el área de deportes?**

En deportes tenemos en la parte administrativa una asistente de deportes, Tania Borja; está trabajando este último año con nosotros Michael Cárdenas que está a cargo de proyectos; en general estoy yo como Directora de Deportes. De ahí tenemos a cada entrenador que trabaja con su cuerpo técnico, algunos tienen asistente técnico, otros no todavía por el mismo desarrollo del deporte. Algunos tienen director y asistente técnico. De ahí sí tenemos el Departamento de Terapia Física que trabaja en conjunto con todos los equipos. Tenemos también preparadores físicos que nos ayudan mucho en el entrenamiento de fuerza y potencia para todas las disciplinas. Esa es una tarea bastante ardua el coordinar horarios y tiempos para que cada equipo tenga su preparación óptima.

**Muchas gracias por su tiempo Susana, la información ha sido de mucha ayuda, me interesaba saber sobre todo acerca de la FEDUP pues sería interesante que las universidades ecuatorianas pudieran formar parte de esta para que el deporte ecuatoriano a nivel universitario siga creciendo.**

Exacto, como digo, critico un poco ahorita a la acción que está haciendo la FEDUP porque no es muy proactiva. Hay muchas cosas que se dan, cuestión de reglamentos inclusive, porque no se ejerce o no es tan rígida y esto da paso a muchas vivezas de

parte de universidades que por el objetivo de ganar se inscribe a chicos que no estudian, o que estudian en otra universidad y representan a otra. Son varias cosas que deja abierto y que el organismo que debería regular o sancionar en este caso, debería ser la FEDUP, sin embargo es muy pasiva y con tal de que alguien organice uno o dos campeonatos se contentan. Entonces sí, debería desde el núcleo moverse mucho más en cuestión de regular, sancionar, de mantener más activo el deporte. Yo pienso que si hace falta una mano ahí para que se siga adelante, también creo que muchas universidades están trabajando en pro del deporte y con una FEDUP mucho más activa, sería un paso positivo para poder llegar a competir internacionalmente.

Sí es un poco criticable su trabajo, deberían ser mucho más proactivos. Han estado presentes durante mucho tiempo pero falta un impulso ahí. No creo que tienen una oficina para ellos específicamente, de hecho el manejo de la FEDUP se da a través de la asistente del rector de la Universidad Agraria.

## **ANEXO 9**

### **ENTREVISTAS A PROFESORES DE CLUBES UDLA**

## **Entrevistas a profesores de clubes deportivos UDLA**

### **Entrevista a Manáí Castillo profesora de yoga**

Yo soy Manáí Castillo Velasco y soy la instructora del club de Yoga.

#### **¿Cómo fue convocada por la universidad?**

Bueno por un lado fue porque una docente había renunciado entonces se contactaron conmigo a través de mi papá que da las clases de Yoga en la sede Queri.

#### **¿Le han proporcionado todo lo necesario para impartir sus clases?**

Sí, hay las colchonetas y bueno en realidad el trabajo que yo hago acá es más sencillo entonces no se necesitan muchos implementos.

#### **Tomando en cuenta que las instalaciones de la Universidad no son precisamente las óptimas, ¿considera usted que el espacio que le dan para impartir sus clases es suficiente?**

Sí considero que debería haber un espacio más adecuado para yoga porque siempre hay que retirar las bancas, volverlas a poner y llevar las colchonetas, y a veces el espacio si queda un poco corto. A mi me gusta trabajar como se pueda.

#### **¿Cómo se maneja el tema del sílabo?**

Eso va de mi parte; yo hago el sílabo. En un principio me dieron una introducción acerca de cómo van a ser las cosas, pero no desde el punto de qué es lo que debo dar como materia.

#### **¿Cómo aportan ustedes a la formación integral de los alumnos? Es decir, fuera del deporte, en el tema de la salud física y emocional. ¿La universidad les ha impuesto hacerlo de alguna manera?**

Claro, o sea no me dijeron pero yo sí trabajo así. No es solamente un trabajo físico sino que trato de que se sientan bien los alumnos más allá de que hagan la práctica o no, se trata de que se sientan cómodos y que vayan porque se sienten bien y les gusta mas no por obligación porque tienen que cumplir con la materia. Eso es algo que afectaría a todo el grupo entonces lo que me importa es que haya un grupo estable.

**¿Cómo cree que los alumnos toman el hecho de no tener las instalaciones adecuadas?**

Sí creo que les baja un poco el ánimo. Ahora ya no tanto, ya se acostumbraron, al principio si se quejaban por tener que recoger todo y volver a poner y preguntaban por qué no existe un espacio solamente para el Yoga, etc.

**¿Considera que tiene todo el apoyo de la Universidad?**

Sí considero que hay el apoyo, lo que sí creo es que falta un poco más de investigación. Inmiscuirse un poco más. Digamos... hay la voluntad, sí la hay pero no hay mucho interés de avanzar en el yoga. Ver más el interés de los chicos. Solo les preocupa que se de la clase y ya.

**¿Qué le gustaría proponer para la mejora de los clubes?**

Creo que se debería consultarles a los alumnos qué es lo que ellos esperan de los clubes o que sienten que ha faltado o qué está bien pero hay que mejorar... Concretamente lo que hay que mejorar son los espacios y por ahí también he tenido mucha dificultad con el internet. Me gusta trabajar contemporáneamente y les hago ver a los chicos videos y siempre me falla el internet, si yo no llevo el video bajado, nunca puedo reproducir el video. Quizá también se necesita más difusión de los clubes y que haya un seguimiento más profundo.

**¿Considera efectivo el trabajo de la coordinación de clubes? ¿Del 1 al 10 con cuánto la calificaría?**

Un 7 u 8. Quizás por esto de que falte el espacio. Los clubes son bien importantes, les ayuda a los chicos a distraerse de las cosas obligatorias entonces creo que ahí entran un montón de otras cosas a parte de lo académico y por eso debería haber más interés de las autoridades y ofrecer más cosas.

**Entrevista a Arturo Castillo profesor de yoga**

Mi nombre es Arturo Castillo y desde hace tres semestres soy el instructor de yoga de la UDLA.

### **¿Cómo fue convocado por la universidad?**

La Universidad no me convocó. Yo fui invitado a la Facultad de Comunicación a un debate sobre los medios públicos y privados de comunicación. Yo soy columnista del semanario Líderes de El Comercio desde hace diez años. Entonces esa columna atrajo la atención de algún estudiante que decidió sugerir mi nombre para el debate entonces vine al debate y como yo suelo decir, fue amor a primera vista. Me encantó la universidad, el entorno, los jóvenes, entonces planteé a la Universidad dos propuestas, una para colaborar en la Facultad de Comunicación y otra para todo este tema de las técnicas psico relajantes para el manejo del estrés y para mejorar el nivel académico a través de estas técnicas. Aunque también yo pretendía que esto fuera extensivo para el personal administrativo y docente de la Universidad. Finalmente se concretó y estoy trabajando con los estudiantes lo cual no quiere decir que los docentes no puedan llegar. De hecho tengo algunos docentes que vienen de vez en cuando a las prácticas.

### **¿Cómo se maneja el tema del sílabo?**

En general propongo yo pero intento dentro de lo posible calzar en un esquema que sea intelectualmente aceptable. Yo no soy un profesor de yoga estrictamente ortodoxo con una doctrina X; soy una persona abierta al conocimiento universal, yo mismo soy un lector ávido de filosofía, psicología y demás. Es por esto que yo tengo planteamientos muy concretos aún en el entorno de la clase que aparentemente es una cuestión corporal, o que se sustenta en lo corporal, sin embargo hay una propuesta intelectual bien sustentada desde la sociología, la psicología, entonces siempre mi enfoque está...la clase es también una ocasión para abordar otros temas, aunque no con el rigor académico que a mi me encantaría, sin embargo entre lo corporal siempre está presente el tema intelectual, para mi es un tema sustancial. Además para mi es sustancial el valor de la palabra y sobre todo el valor de la palabra sustentada en los hechos. Yo intento que mis estudiantes vean una coherencia entre lo que predico y lo que hago.

**Tomando en cuenta que las instalaciones de la Universidad no son precisamente las óptimas, ¿considera usted que el espacio que le dan para impartir sus clases es suficiente?**

Bueno yo concretamente, tengo que hablar por mi mismo, yo afronto muchas dificultades cotidianamente. El espacio en el que trabajo es reducido, de hecho es un espacio improvisado. Las tardes aquí tenemos que con los alumnos sacar las bancas, esperar a que alguien de limpieza aparezca para pedirle que limpie el aula y luego nosotros mismo trasladar las colchonetas y armarlas, ahí pierdo 20, 25 minutos. Y hay otros días en que inclusive me toca pedirles a los chicos que dejemos desarmado todo porque a continuación hay clases de otras materias diferentes al yoga. Entonces pierdo un montón de tiempo en esto y es un tremendo inconveniente, no es lo idóneo.

**¿Cómo se manejan las clases con respecto a esto, y cómo cree que los alumnos toman esta circunstancias?**

Los alumnos están inconformes y de hecho me ha ocurrido muchas veces que alumnos que venían puntualmente ahora llegan tarde porque saben que si llegan primeros deben ayudar a organizar el aula. Los jóvenes suelen quejarse, manifestar su incomodidad, dicen: deberían tratarnos mejor, para eso pagamos... este tipo de quejas.

**¿Considera que tiene todo el apoyo de la Universidad?**

Bueno voy a ponerlo en orden. Punto número uno, me he hallado en un entorno de libertad, nadie está sobre mi condicionándome, hay una confianza respecto de mi competencia profesional y respecto de mi ética como sujeto. Nunca he tenido inconvenientes y no he generado situaciones para erosionar esa confianza. Luego, hay temas que son más profundos que debo decirle honestamente que no quisiera involucrar en este momento pero obviamente si tengo que hablar de lo que sería para mi óptimo, a mi me encantaría por ejemplo tener un compromiso con la universidad estable, no solamente por semestres. Al término del semestre anterior por ejemplo, estuve inactivo por tres meses sin sueldo que es una cosa bien difícil. Debo hablar por mi, a mi me hizo pedazos mi economía, porque yo no tengo un negocio u otra cosa que me permitiera seguir trabajando. Básicamente yo estoy viniendo de mañana y tarde a la Universidad a dar clases y a mi me encantaría tener un compromiso extenso y trabajar. Ahora por ejemplo estoy proponiendo, espero tener acogida, yoga 2. Que es una cosa mucho más enfocada y que se orienta al mejoramiento académico y

desarrollo humano e integral a través de estas disciplinas. Lo cual ya implica hacer un estudio investigativo, estadístico... Tengo ya una lista de alumnos que están muy entusiasmados en que quieren aplicar esto porque dicha sea la verdad, que yo sepa ninguna universidad lo ofrece porque seguramente lo dan por sentado, técnicas de estudio, cómo trabajar en el asunto mental, el enfoque mental, la concentración y atención, etc. Temas que considero sustanciales. Se exige estudiar pero no se dice cómo y ese es un mal de la educación general. Para cerrar su pregunta, me gustaría evidentemente tener una relación estable con la Universidad y generar más ocasiones u otros escenarios para relacionarme con los jóvenes. Es decir, yo tengo un potencial que no se restringe solamente a la clase de yoga sino que puede darme en otros ámbitos, pero obviamente la Universidad es quien tiene la palabra en esto.

No podría decir que la Universidad no ha tomado en serio a los clubes, dentro de las limitaciones de cómo están considerados los clubes yo tengo las facilidades que me permiten trabajar, no son las óptimas, y no quisiera pensar que no se toma en serio a los clubes porque es bien serio el tema de cómo los jóvenes, primero manejan su tiempo libre y luego su tema vocacional y luego como van descubriendo otros talentos. No es poca cosa haber generado un espacio como este en el que los jóvenes puedan probarse en otros ámbitos. Yo pienso que la Universidad está muy acertada y tengo la impresión de que invierte recursos importantes en hacer esto. Desde mi perspectiva yo creo que sí se toman en serio a los clubes. Pero yo creo que el asunto ha desbordado las expectativas que tenía en la Universidad. A mi por ejemplo me gustaría un día cualquiera venir, cuando les veo ahí a los jóvenes que están ahí tirados sin hacer nada, yo no tendría inconveniente en un día en la semana venir y hacer una gimnasia para todo el que esté ahí. Yo he hecho gimnasia para 120 personas ahí en la Carolina. En la Universidad hay un montón de ocio improductivo, habría que trabajar ese ocio improductivo. Entonces la Universidad yo creo que no es que no ha tomado en serio, sino que ha desbordado sus expectativas. Creció más rápido de lo que creía y hay que meterle ahí más recursos; mejores instructores, mejor infraestructura, etc.

### **¿Considera efectivo el trabajo de la coordinación de clubes?**

Yo aprovecho cada oportunidad que tengo para hablar bien de Felipe Arroyo. El Felipe es de las personas más eficientes que tiene esta organización y más talentosas. Al grado de que yo me tomé la libertad en una conversación informal con el rector de decirle: Carlos cuida de este muchacho, tienes una joya aquí, este muchacho vale oro para la organización, cuídale y hazle crecer, permítele que se desarrolle. Yo creo que

Felipe tiene un potencial extraordinario y esta organización tiene en él un sujeto muy valioso.

### **Entrevista a Juan Francisco Aguinaga entrenador de fútbol equipo femenino**

#### **¿Cómo fue convocado por la Universidad?**

Trabajo en la UDLA desde marzo del 2012, llegué justamente tras la salida de una de las entrenadoras de fútbol, de Verónica, y mi llegada es netamente para el fútbol femenino, ya con el tiempo en este semestre estoy también ayudando un poco con lo que es el club masculino, y tratando que de alguna forma también se integren el masculino con el femenino.

Yo trabajaba con Felipe Arroyo en el Colegio Británico, fuimos compañeros en la Universidad Católica y lo conocía de mi trabajo. Y cuando necesitaron un entrenador para fútbol femenino él vio mi trabajo en el colegio y propuso a Dani Cabezas el traerme a trabajar acá.

#### **¿Cómo se maneja el tema del sílabo?**

Este tipo de material que uno tiene que entregar al principio de cada semestre o de la temporada en la que vas a empezar es un poco difícil para nosotros, por lo menos en lo que es fútbol u otros clubes deportivos. Es difícil porque no siempre tienes una secuencia como para poder llegar. Con el fútbol femenino se me ha hecho un poco más difícil porque algunos momentos me ha tocado repetir clases o tratar de encuadrar lo que voy haciendo con lo que voy a hacer y no se avanza tan rápido entonces toca tener un retroceso, no porque no lo hagan sino porque tienes que perfeccionar. En este tipo de situaciones el fútbol es más mecanizar, tratar de que todo sea llevado de la mejor manera y eso es lo que ha estado dificultando un poco el aprendizaje porque claro al mecanizar tienes que hacer varias repeticiones y si no lo puedes hacer entonces tienes que seguir. Entonces en ese aspecto el sílabo ha sido muy incumplido de parte del fútbol femenino, pero se trata de abarcar en todo lo que más se pueda sobre la marcha.

#### **¿Cómo aportan ustedes a la formación integral de los alumnos? Es decir, fuera del deporte, en el tema de la salud física y emocional.**

Bueno no tienes como tal, sin embargo uno siempre tiene que tratar de guiar o sea tratar de formar integralmente, pero al estar en una universidad esto yo creo que

queda al margen y queda puesto para las demás personas, los demás docentes que tienen ese carácter sino también a ellos tendrías que exigirles de alguna forma que también en el sílabo de ellos tengan una parte física que sea doctrinal en la parte metodológica del área digámoslo así física no como materia sino la física como corpórea entonces claro, nosotros estamos formando o formamos gente pero ellos ya vienen preparados o sea si están en la Universidad la otras materias tienen que hacer su parte y a la parte integral, que es la moral, la ética que aunque te pueden dar como una materia, lo que sería ética y civismo. Pero ya los principios y valores, eso ya viene de la casa. Eso no puedes mucho cambiar, por ahí les puedes incentivar e inculcar algo pero ya cambiar es decisión de cada uno.

**Y en el tema de la salud, por ejemplo si tu ves a una chica subida de peso...**

Bueno ese ya es un campo que uno va a topar el tema en el momento en que te lo permitan porque por ahí es medio riesgoso. Ya tuvimos un tema anteriormente con una chica que tenía una discapacidad, ese tema se lo trató en coordinación, de muchos docentes que le tratábamos a esta niña, sí se tiene una parte en donde todos conjugamos y tratamos de darle lo mejor y tu vas viendo que hay ese problema y sin embargo lo tratamos muy profundamente porque poníamos más énfasis en esta chica y claro, un tema de obesidad o diabetes que pueda producir eso, es más por el tema de salud que la estética o verse bien. Hay que topar el tema, siempre hay que toparlo. Ahora con este tema se necesitaría de un nutricionista. A pesar de que ahora si se puede diagnosticar la obesidad o sobre peso simplemente con las medidas y las tablas que tienes para calcular. Uno puede guiar u orientar pero ya estarle siguiendo o haciendo un control ya creo que es de cada uno.

**Tomando en cuenta que las instalaciones de la Universidad no son precisamente las óptimas, ¿considera usted que el espacio que le dan para impartir sus clases es suficiente?**

Bueno, mira que la Universidad está preparada de alguna forma para recibir a 20 por clase más o menos y la cancha de fútbol, tienes dos espacios la cancha de fútbol y la de básquet, y si es una cancha pequeña como para querer participar en un torneo de 11, sin embargo te da las facilidades para que puedas hacer un torneo de 5-5 o 7-7 a lo mucho, entonces uno tiene que adaptarse a lo que tiene porque cuando vienes acá no puedes exigir tampoco que te hagan una cancha de fútbol 11 contra 11 (que ya mismo estará lista, esperemos que en septiembre podamos disfrutarla también) pero tú sabes a lo que vienes entonces cuando estás como profesor tienes que encajar en

lo que justamente el recurso humano, el material didáctico que tienes y tienes que llevarlo de la mejor manera. El apoyo de materiales en los cursos han sido importantísimos de parte de la Universidad. El área verde, el área física no nos ayuda como tal, sin embargo sabemos que estamos en un proceso de cambio y que seguimos mejorando.

**¿Considera que tiene todo el apoyo de la Universidad?**

Me ha dado mucha apertura, realmente que como docente yo no me quejo. Yo he pedido balones y los he tenido, no ha habido ninguna queja, si necesitara algo yo sé que podría acudir a la coordinación y estarían facilitándome lo que se necesita y que yo he visto he palpado un poco la coordinación con Felipe y hemos visto que hay aspectos que uno puede toparlos y hay otros que no, obviamente porque por ahí tiene un financiamiento y un cupo lógicamente cada club y no te puedes exceder, pero en lo que queda y eso te queda para los siguientes niveles, puedes seguirlos ocupando.

**Topando nuevamente el tema de las instalaciones, ¿Cómo se manejan las clases con respecto a esto, y cómo cree que los alumnos toman esta circunstancias?**

Bueno, se adaptan porque saben cuáles son las instalaciones que hay y con lo que cuentan. Tienen las ganas todos de querer jugar al fútbol en este caso, entonces se adaptan. Yo me quedo muy contento con la actitud que tienen los alumnos. A veces el espacio es muy reducido y sin embargo quieren jugar todas. Vienen 12 y entonces jugamos 6 contra 6 y lo hacen, si es que estamos 5 contra 5 lo hacemos, si estamos 15 hacemos tres equipos. Y la disponibilidad de todas las personas que entran a la cancha es importantísimo. Creo que me he encontrado con un grupo humano, no solamente con las niñas con las que entreno, sino de toda la universidad. Muy respetuoso, muy inteligente, entonces yo me siento complacido con la universidad porque sobre todo lo que voy viendo es que los alumnos son realmente formados y con respeto y en solidaridad.

**¿Considera efectivo el trabajo de la coordinación de clubes?**

Para mi sí. No vi una coordinación anterior, no puedo compararla con nada más pero el trabajo que Felipe hace yo lo sigo de cerca y ahora me va a tocar hacer a mi, entonces tengo que superar todo lo que el ha hecho y es complicado porque él ha hecho muchísimas cosas. Ahora se tiene la clausura de clubes que antes cuando yo llegué no había entonces ahora todo debe ser institucional, debe haber un evento en el cual se presenten a los clubes para que los alumnos puedan ver a cuál quisieran

integrarse el siguiente semestre. Felipe ha dado mucha apertura a todos los clubes. Viene algo nuevo o innovador y le está dando la cabida. Si es que tienes el profesor en hora bueno y si es que no los tienes pues tratar de implementar y buscar darle la solución inmediata.

Ahora Felipe va a salir del área de clubes y tomo yo la coordinación de clubes, decisión de Dani Cabezas, el jefe máximo en el área de Servicios Estudiantiles, y Felipe va para el área de Marketing entonces yo voy a tomar la coordinación. Espero como bajo estar a la par de las cosas que Felipe hacía y superarle en todo lo que ha hecho va a ser difícil pero no va a ser imposible.

### **¿Qué le gustaría proponer para la mejora de los clubes?**

Bueno hay una situación que uno como profesor la vive, es la ausencia al club. Se inscriben muchas veces por novelería, por el amigo o el novio o alguna cosa así, pero no concientizan realmente que es y como no hay una nota al final del semestre para algunas carreras, entonces simplemente van o si no van no les interesa en lo más mínimo. Creo que para el siguiente semestre vamos a tener una reunión de clubes ya estamos más o menos viendo, que deban perder por faltas, tal vez no por la nota pero si por las faltas que lleguen a tener en ese momento puedan perder el club y tengan que retomar otra vez el mismo club. No es que te saltas y te cambias de club sino repites para aprender.

**ANEXO 10**

**FOCUS GROUP ALUMNOS QUE ASISTEN A CLUBES**

## **FocusGroup de estudiantes que asisten a clubes**

### **1. ¿Cuál es la razón por la que entraste a participar en un club deportivo?**

**Valeria:** La razón por la cual entre a participar en un club deportivo fue porque era requisito para cumplir con la malla académica de mi carrera.

**María José:** Porque era un requerimiento para completar la carrera.

**Cristian:** Por obligación de la malla curricular.

**Belén:** Obligación de la malla.

**Roberto:** Desde hace mucho tiempo entrenaba y me gusta ser parte de un equipo.

**Daniel:** Por obligación de mi malla académica.

### **2. ¿Consideras que lo que te ofrecen los clubes es satisfactorio?**

**Valeria:** Hay buenas opciones de club en la Universidad, sin embargo creo que hay que trabajar más en promocionar la participación en los mismos y se podría añadir nuevas opciones.

**María José:** Los clubes son variados pero no tienen buenos profesores y los horarios son muy tarde o incluso en otras sedes diferentes a la Granados.

**Cristian:** Parcialmente, ya que las instalaciones no fueron las apropiadas sin embargo el profesor estaba capacitado.

**Belén:** Sinceramente no, considero que lo que tienen para ofrecer es muy mediocre así que no me parece satisfactorio.

**Roberto:** La verdad no, la Universidad debería brindar más apoyo a los estudiantes y a los profesores. Además, es importante que el material didáctico sea el apropiado al igual que las canchas.

**Daniel:** Yo no creo que lo que ofrecen es suficiente, debería haber más opciones.

### 3. ¿Qué piensas de los profesores, de sus aptitudes, conocimientos y manera de dar las clases?

**Valeria:** En los clubes que estuve, los profesores parecían que sí tenían un buen conocimiento de la materia y que dominaban el tema, por otro lado en ocasiones a los clubes no se les daba la importancia necesaria ni la seriedad que deberían tener y los profesores no iban a las clases.

**María José:** No tienen buenos profesores para clubes, no son especializados en su área.

**Cristian:** Considero que son personas con gran experiencia y con capacidad de dar clases.

**Belén:** Me parece que los profesores son buenos pero no tienen herramientas necesarias ni espacio suficiente para impartir sus clases.

**Roberto:** El profesor que yo tuve fue muy bueno y me ayudó en mi conocimiento sobre el vóley.

**Daniel:** Del único que tuve sí era bueno y dedicado.

### 4. ¿Consideras que haz desarrollado satisfactoriamente tus destrezas personales?

**Valeria:** Pienso que las clases de los clubes sí fueron buenos, pero no llegan a un nivel aún de excelencia.

**María José:** Las clases eran monótonas y el hecho de que para mí eran obligatorias perdía el interés en la misma desde el principio. Nunca pude escoger un club por lo que me gusta sino escogía cualquier club que tenga un horario que me convenga. Pero en sí los clubes no me ayudaron en desarrollar mis destrezas personales ni a crear una, estuve en el club de Capoeira y de Baile tropical y no aprendí ninguna.

**Cristian:** No completamente, ya que al ser una actividad que escogí por el horario y obligación de la malla no fue mi actividad favorita en la universidad.

**Belén:** La verdad no, creo que fue una clase de relleno que en general los alumnos no toman en serio por eso no se avanza.

**Roberto:** Sí, el profesor y mis compañeros me ayudaron mucho.

**Daniel:** En los clubes no, para nada.

##### **5. ¿Qué piensas sobre el apoyo que da la Universidad para los clubes?**

**Valeria:** Creo que a la Universidad de Las Américas todavía le falta desarrollarse en este ámbito y brindar un mejor apoyo.

**María José:** La Universidad ha aumentado la variedad de clubes y me parece algo bueno que hay que reconocerlo, sin embargo las aulas para clubes no son las indicadas por ejemplo cuando yo tenía Bailes Tropicales era en una clase del subsuelo para una capacidad de 15 personas y éramos como 30.

**Cristian:** Considero que la UDLA debería realizar más eventos para promover los clubes, para que el interés se incremente al igual que mejorar las instalaciones donde los mismos se desarrollan.

**Belén:** Yo creo que la Universidad no apoya en nada la verdad, tengo algunos amigos que son deportistas y también se quejan porque no pueden avanzar, ni siquiera pueden conformar una selección y no es porque los alumnos no quiera, sino porque la Universidad no ayuda.

**Roberto:** El apoyo es muy malo ya que la universidad no cree que los deportes son algo favorable, y si no es así, hacen sentir eso a los estudiantes.

**Daniel:** Hasta lo que yo sé no les apoyan mucho.

##### **6. ¿Consideras efectivo el trabajo de la coordinación de clubes?**

**Valeria:** Sinceramente no estoy enterada de quién está a cargo de la coordinación de clubes, ya que como mencioné anteriormente, solo me inscribí en ellos porque era requisito en la malla curricular.

**María José:** No estoy realmente segura que es lo que la coordinación hace.

**Cristian:** Personalmente creo que podrían mejorar, creo que les falta un camino largo por recorrer.

**Belén:** Me parece que el trabajo de la coordinación es casi nula, o sea coordinan las cosas que suceden en el diario vivir supongo, pero no hacen nada más interesante.

**Roberto:** No, si fuera satisfactorio tendrían más apoyo de la administración y de los estudiantes.

**Daniel:** No se ni que hacen además del torneo de fútbol.

### **7. ¿Qué piensas de las instalaciones para ejercer deporte en la UDLA?**

**Valeria:** Pienso que el mayor problema de los clubes de la UDLA son sus instalaciones, no hay áreas adecuadas para poder desarrollar las actividades de los mismos. Si existiría una mejora en esto, personalmente creo que se podría sacar un mejor provecho de los clubes y lograr incluso un mayor sentimiento de pertenencia de parte de los alumnos hacia la Universidad.

**María José:** Como dije antes, no creo que sean las adecuadas para cada deporte y dejan mucho que desear.

**Cristian:** Son muy limitadas con respecto a la cantidad de alumnos.

**Belén:** Creo que no son buenas para ejercer deportes de la manera adecuada, en realidad me parece que para algunos hasta es molesto entrenar así, por eso no van.

**Roberto:** Las instalaciones son muy malas, no están preparadas para la cantidad de estudiantes que hay.

**Daniel:** Son pésimas, muy chiquitas y para otro tipo de deportes además de futbol y básquet creo que no hay.

### **8. ¿Estarías interesado en pertenecer a una selección de la Universidad?**

**Valeria:** Actualmente no porque no dispongo de tiempo.

**María José:** No estoy interesada en pertenecer a ningún club o selección.

**Cristian:** No actualmente.

**Belén:** La verdad no, no me interesan.

**Roberto:** Sí, me gustan mucho los deportes.

**Daniel:** No, para nada.

**9. ¿Qué cosas cambiarías de los clubes, o que propondrías para su mejora?**

**Valeria:** Creo que las instalaciones y el sentido que se les da a los clubes, es decir, que no sea un requisito para cumplir con una malla académica, ya que al ser una obligación los vuelve menos atractivos.

**María José:** Yo cambiaría la infraestructura, pondría profesores especializados y mejores horarios.

**Cristian:** Para empezar debería ser opcional, tener aulas específicas, y también sería un incentivo que haya por ejemplo premios para alumnos destacados como viajes dentro del país, oportunidades de pasantías, o algún certificado que motive la participación.

**Belén:** Yo cambiaría las instalaciones, tal vez no es posible actualmente pero básicamente eso es lo que peor me parece.

**Roberto:** Las instalaciones, el material y el nivel de competencia. Realizaría equipos permanentes y no espontáneos.

**Daniel:** Deberían informar más sobre lo que tienen, recién me dijeron que siempre han tenido Yoga y yo me entere en octavo semestre. Apoyarles más, hacer más actividades que involucren a los deportes.

**ANEXO 11**

**FOCUS GROUP ALUMNOS QUE NO ASISTEN A**

**CLUBES**

## FocusGroup de estudiantes que no asisten a clubes

Yo me llamo Micaela tengo 20 años estudio publicidad y estoy en quinto semestre. Yo sí hago deporte, hago danza pero no hago aquí en la U porque hay posibilidades de hacer danza moderna pero yo hago danza contemporánea entonces no hay eso y además creo que mis horarios y mi carrera me exigen demasiado como para hacerlo aquí mismo. Yo hago afuera o en casa.

Mi nombre es Camila Granja estudio publicidad y estoy en quinto semestre. No hago deporte y no tampoco aquí en la U, quizás por el tiempo y la disponibilidad de horarios.

Mi nombre es Karen, tengo 22 años, estudio publicidad en quinto semestre. Ahorita no hago deporte porque no tengo tiempo y no hago en la U, y nunca he hecho en la U.

Mi nombre es Estefanía, estudio psicología en segundo semestre y por ahora no hago deporte porque no tengo tiempo y tampoco he hecho deporte nunca en la universidad.

Yo me llamo Esteban, estudio psicología en segundo semestre y no hago deporte en la U porque me iba a meter en un club pero los horarios no coincidían con mi tiempo libre.

Mi nombre es Erik, tengo 20 años estudio psicología y estoy en segundo semestre No hago deporte porque el club que yo quería coger estaba ya copado de gente entonces voy a ver si el siguiente semestre puedo hacerlo.

**¿Les parece interesante o no que haya clubes en la u?**

**¿Creen que lo que la UDLA ofrece es atractivo? ¿Sí, no, por qué?**

**Micaela:** Yo no conozco mucho que clubes hay aquí pero de los que sé que hay me parece muy bien que haya equipos de fútbol y esas cosas, también me gusta mucho que haya Yoga, eso quisiera hacer pero se cruzaba con mis horarios y a parte de eso no conozco nada más.

**Camila:** Me parece que hay una variedad de cosas que se pueden hacer pero creo que los horarios son muy limitados, para entrar a un club creo que debería haber disponibilidad de horarios para que los estudiantes puedan acoplarse porque sino se vuelve imposible. Por ejemplo yo tengo un horario que entro a las 7:15 y salgo a las 2:30 y si quiero coger un club me toca a las 5 de la tarde y no lo vas a hacer porque ya te vas a la casa y no vas a volver por un club.

**Karen:** Bueno yo vine de otra universidad entonces me parece súper innecesario esto de los clubes porque sinceramente son como materias extracurriculares que si a una persona le interesan de verdad podría cogerlo en otro lugar que sea algo mucho más profesional que aquí entonces no, no estoy de acuerdo con eso.

**Estefanía:** A mi me parece súper interesante que existan espacios donde tú puedas distraerte o puedas hacer actividades diferentes. Pero igual me parece que es algo negativo el límite de personas que reciben y los horarios.

**Esteban:** A mi sí me parece interesante que puedas coger un club porque te da la oportunidad de integrarte con personas a parte de tu carrera y de lo que he escuchado de otras personas que sí están en clubes, les gusta a la mayoría.

**Erik:** A mi me parece chévere que haya clubes pero creo que como no hay tantos profesores para los clubes, es súper limitado el número de personas que pueden inscribirse y a veces uno no logra coger ese club entonces ya se vuelve innecesario. Creo que no está bien organizado.

#### **¿Qué esperarían de la UDLA para comprometerse como para formar parte de un club o una selección de deporte?**

**Micaela:** Yo creo que me interesarían más los clubes si ofrecieran algo como para participar en algunas cosas a nivel más profesional, por ejemplo hay un club de salsa aquí pero si fuera mucho más competitivo me parecería mucho más interesante que solamente como un extracurricular.

**Camila:** Bueno lo más importante es que debe haber disponibilidad de horarios porque es de lo que la mayoría se queja en realidad. Además igual hacerlo más profesional. Casi todas las universidades tienen selecciones y compiten y la nuestra no, yo nunca he visto a la UDLA en un campeonato de nada entonces si me parece interesante fomentar esto de que se vaya a representar a la Universidad.

**Karen:** Yo creo que sí, se debería hacer algo mejor por los clubes, tener espacios buenos para desarrollar algún tipo de actividad porque eso de coger un aula y adecuarle según las necesidades es un poco incómodo. Por ejemplo si hay baile, se necesita otro tipo de instalaciones para poder hacer un buen baile. No algo como un relleno, si fuera una propuesta más interesante, con espacio y tiempo sería más chévere.

**Estefanía:** Igual comparto la idea con ella, es necesario espacios adecuados para esto y también la flexibilidad del tiempo, que tu puedas adecuar tus horarios a eso y que no quede un espacio tan largo de espera para poder tomar el club.

**Esteban:** A mi me parece que lo más importante son los horarios que creo que es el impedimento más grande para que la gente coja un club pero al mismo tiempo es verdad que no pueden coincidir todos los horarios siempre.

**Erik:** Yo estoy de acuerdo con las chicas que dijeron que los clubes deberían ser un poco más como para que nos conozcan en la Universidad y sea más competitiva, así llamaría más la atención y de hecho sobresaldríamos igual como universidad.

### **¿Qué ideas creen que sería chévere implementar?**

**Micaela:** Yo creo que estaría bacán que hagan como un show, o sea con danza o un festival en el que realmente se demuestren las cosas que hay porque a la final hay muchas oportunidades pero nadie sabe porque nadie conoce, entonces creo que eso, promover más los clubes estaría bueno.

**Camila:** Me parece que sería chévere poder fomentar ciertos eventos pero sé que mucha gente ha querido hacer por ejemplo PaintBall y no les dejaron porque tenían que recolectar no se cuántas firmas entonces yo creo que debe haber más apertura para que haya más campos para la gente.

**Karen:** Yo pienso que si es que se alían con academias o talleres reconocidos y que algunos profesores vengan a dar clases tal vez la gente se interesaría más. Tal vez hacer un *flashmob* en donde se pueda enseñar la capacidad de los clubes o la calidad de las cosas que se enseñan, sería chévere para que tengan acogida.

**Estefanía:** Yo creo que sería súper chévere que existieran días donde puedan participar todos, sería súper llamativo.

**Esteban:** Yo creo que una buena forma de promover o fomentar los clubes sería que un día hay algún tipo de festival que muestre lo que cada grupo enseña o desarrolla para que la gente sepa a lo que se va a meter o si le interesa o no. A veces no tenemos la suficiente información si solamente vemos el nombre del club y la hora.

**Erik:** Cuando empezamos el semestre sí saben hacer presentaciones aquí en el primer piso, pero no se vuelve tan llamativo porque a veces uno ya va a clases entonces solo ve un ratito y se pierden todas esas presentaciones entonces sí sería

bueno que existiera como que un día como el que suelen hacer del día de la salud o ferias de psicología o publicidad durante todo el día entonces así seguramente se podría conocer más acerca de los clubes que existen en la Universidad.

**¿Creen que la coordinación hace un buen trabajo avisándoles acerca de las actividades que proponen? ¿Cómo les gustaría enterarse de las actividades de los clubes?**

**Micaela:** Yo creo que el Udlanet no sirve mucho con respecto a eso, la verdad es que cuando a mi me llega un mail de ellos lo borro si es que no tiene que ver con mis clases entonces yo creo que publicidad tipo, no sé, que lo promuevan o adviertan aquí mismo, como carteles. Algo más directo que sea más visual porque que nos manden mails para mi no sirve de nada o que utilicen el Facebook tampoco porque nadie está pendiente de la página de la U o del *Twitter* ni nada de eso. Yo creo que debe ser algo más presente, más físico aquí.

**Camila:** Yo creo que deberían hacer activaciones aquí en la Universidad como promoviendo los diferentes eventos que van a realizar a más de... o sea redes sociales a mi si me parece un buen medio, quizá no entrar directamente a la página de la UDLA porque nadie lo va a hacer, es igual que el *mailing*. Yo no llego a mi casa y entro a ver la página de la UDLA a ver que pasa, entonces quizás que ellos vean los diferentes grupos de las carreras y tengan una base de datos y empiecen a mandar y a postear en el wall, y así te enteras.

**Karen:** Yo pienso que si estás hablando a jóvenes tienes que buscar la manera o el canal de cómo llegar a ellos. Todo el mundo está en Facebook y hay cosas que por ejemplo, nosotros en nuestra carrera tenemos una página de la U que es súper interesante porque posteamos cosas interesantes para los de la carrera. Entonces si se pueden anunciar por ahí yo no pienso que esté mal, videos, frases motivacionales porque a la final es un deporte, está bien, es distracción. La comunicación de nuestra carrera llega a nosotros por *Facebook*, la coordinación hace esto. De ahí si sería chévere ver la capacidad y calidad de los clubes. A veces yo creo que la gente no se lo toma en serio, son materias de relleno que uno tiene que cumplir pero hay gente que trabaja o no tiene tiempo entonces tiene que ser algo más visual en el patio de maderas.

**Estefanía:** Yo pienso que se deben ayudar de cosas llamativas que tú digas ah va a haber tal evento chévere. Cosas que te atrapen para que tú puedas asistir a eso porque sino es un desconocimiento total.

**Esteban:** Creo que presentar algo como publicidad física que la gente va a leer como quizás un flyer o carteles, algo más llamativo que sabes que la gente entra a la U ve eso y si le llama la atención vaya. Algo llamativo como cuando ponen los parlantes afuera y ponen publicidad física entonces así cómo sea te llama la atención de por qué ponen música y te acercas a preguntar. Algo diferente a lo del correo que nadie ve.

**Erik:** Conuerdo con mis compañeros, se necesita que hagan algo para demostrarnos que los clubes tienen algo bueno que ofrecer y tal vez la manera de hacer eso es por medio de ferias, eventos o algo así.

**ANEXO 12**  
**TRÍPTICO CLUBES**

# CLUB DE YOGA



**¿Todavía no estás  
inscrito en Yoga?**

**¡No esperes más!**

El hatha yoga usa técnicas físicas como posturas, estiramientos, respiraciones trabajando desde el alineamiento y la conciencia corporal para conseguir un cuerpo saludable y a la vez una mente tranquila.

**¡INSCRÍBETE HOY!**

Este tríptico es reciclable, cuando ya no lo uses depositalo en los contenedores de basura de papel de la UDLA

**Algo que  
seguramente no  
sabías del yoga:**

El Yoga es un método de gran antigüedad que procura prácticas y técnicas para el bienestar del ser humano. La palabra yoga proviene del sánscrito "yug" unir/Auncir, poner bajo yugo, haciendo referencia al esfuerzo que pone el ser humano, su autodisciplina, para obtener la concentración y unificación de la mente para quitar los automatismos (Eliade, M. 1984).

**Horarios:  
Lunes, miércoles y  
viernes  
15:45 - 17:00  
Aula 305**

**ANEXO 13**  
**VOLANTE CHARLA DEPORTIVA**

# CHARLA DEPORTIVA

**IVÁN VALLEJO**  
EN LA UDLA

¡Ven y conoce los logros  
y retos de su carrera  
deportiva!

**Miércoles 5 de noviembre de 2014**

**15:00**

**Auditorio Sede Granados**



**ANEXO 14**  
**VOLANTE COPA DEPORTIVA**  
**“YO AMO EL DEPORTE”**



**COPA DEPORTIVA  
"YO AMO EL DEPORTE"**

**PARTICIPA EN  
NUESTRA COPA  
DEPORTIVA  
ABIERTA PARA  
FÚTBOL, VÓLEY,  
BÁSQUET Y  
ESCALADA**

**FECHA DE INICIO:  
8 de noviembre 2014**

**VALOR DE INSCRIPCIÓN:  
7 DÓLARES  
(Hasta 12 jugadores por  
equipo)**

Para más información  
acércate a Coordinación de  
Clubes

**ANEXO 15**  
**INVITACIÓN MENCIÓN DE HONOR**



*Se complace en invitar a usted al cóctel anual de celebración  
a la mención de honor "Yo amo el deporte"*

*Día: Viernes 9 de enero de 2015*

*Hora: 19:00*

*Lugar: Auditorio Sede Granados*

*Traje semiformal*

**ANEXO 16**

**VOLANTE CONCURSO MASCOTA UDLA**



## **ANEXO 17**

### **DISEÑO DE PULSERAS “YO AMO EL DEPORTE”**

YO AMO EL DEPORTE



YO AMO EL DEPORTE



YO AMO EL DEPORTE

