

Análisis de las estrategias de comunicación de la Fundación “Tras La Perla” de la ciudad de Santa Marta para la promoción del deporte y la cultura.

Analysis of the communication strategies of the "Tras La Perla" Foundation of the city of Santa Marta for the promotion of culture and sport.

RESUMEN

El deporte desde siempre ha sido para los niños y jóvenes un método de distracción, sobre todo en los estratos más bajos ha funcionado para evitar que estos opten por recorrer a alternativas como las drogas, el alcohol, el vandalismo y demás por el afán de hacer más "amena" su vida. Por otro lado, existen fundaciones como "Tras La Perla" que se encargan de generar recursos para patrocinar a estos jóvenes talentosos en el deporte, que no tienen los beneficios porque sus padres no los pueden costear.

Por lo anterior, nuestro objetivo con esta investigación es conocer qué hacen estas organizaciones para lograr cumplir su misión y visión, es decir, cómo es su metodología de trabajo, qué hay detrás y qué clase de actividades realizan para conseguir estos recursos.

Por último, hablar directamente con los jóvenes y conocer desde su experiencia lo que para ellos significa el respaldo no solo monetario que reciben de estas fundaciones.

Palabras claves: Sociedad, organización, jóvenes, fundación, deporte.

Abstract

Sports have always been for children and young people a method of distraction, especially in the lower strata has worked to prevent them from choosing to resort to alternatives such as drugs, alcohol, vandalism and others for the sake of making their lives more "enjoyable". On the other hand, there are foundations such as "Tras La Perla" that are in charge of generating resources to sponsor these talented young people in sports, who do not have the benefits because their parents cannot afford them.

Therefore, our objective with this research is to know what these organizations do to achieve their mission and vision, that is, what their work methodology is like, what is behind it and what kind of activities they carry out to obtain these resources.

Finally, to speak directly with the young people and learn from their experience what the non-monetary support they receive from these foundations means to them.

Keywords: Society, organization, youth, foundation, sport.

INTRODUCCIÓN

El deporte siempre ha sido una actividad de gran relevancia e importancia en todo el mundo, tan grande es su poder que puede ser utilizado para educar, crear nuevos valores e incluso transformar conciencias y corazones, es beneficioso para la salud física y mental, además, ejerce influencia en el propio deportista y en el público o fanáticos que lo aprecian es sus diversas modalidades. El deporte no tiene rango, ni edad, no conoce de razas, colores, ni de distinciones, es una base que permite a una sociedad ir más allá y cruzar sus propios límites.

Teniendo en cuenta que el deporte es tan destacado por ir más allá de una actividad física, en este proyecto se pretende demostrar por este puede impactar en la vida de un joven y cambiar no sólo su cuerpo, sino también modificar sus pensamientos e ideologías debido al impacto ocupacional que tiene el mismo sobre quien lo práctica. En la ciudad de Santa Marta sus habitantes disfrutan de los deportes y mantienen muy centrada su atención cuando se presentan noticias referenciadas a él, incluso lo practican y lo hacen parte de su rutina. El barrio Pescaíto es pionero en esta parte y por ello promueve su desarrollo y continuidad, siendo promotor de buenos valores y aprendizaje.

La estabilidad emocional en los jóvenes a través del deporte, determina ciertos factores de riesgo que inciden en su comportamiento ante la sociedad y el mundo.

El deporte es sin lugar a dudas una herramienta fundamental para el desarrollo de una sociedad. Todo el mundo tiene derecho a hacer deporte, porque la práctica del mismo no supone sólo una actividad física, supone mucho más, entre otras aportaciones, el deporte permite obtener unos valores, una disciplina y sobre todo un desarrollo personal y social que mejora al individuo en sí y sus relaciones sociales. Por todo ello, aquellas personas que viven en situación de vulnerabilidad social son las que más lo necesitan. (Borja 2015).

Son muchos los adolescentes que han decidido cambiar su estilo de vida, dejar de lado la vulnerabilidad, la exclusión y la práctica de las malas costumbres mediante la realización del deporte.

Los valores y principios permiten un mayor desarrollo y comportamiento, de esta manera los jóvenes están aptos o preparados para ejercer un rol en la sociedad, ser reconocidos y ser personas que promuevan la toma de decisiones y la participación de la población. ¿Qué convierte al deporte en una herramienta de cambio? ¿De qué manera se implementa para lograr los objetivos? ¿En realidad existe una transformación psicosocial a largo plazo? Beatriz Mejía (2015) expresó que “el deporte tiene la capacidad de transformar a los niños y jóvenes en personas de bien y que uno de sus principales motivadores es el Reconocimiento”.

Tomando en cuenta lo antes mencionado la Fundación “Tras La Perla”, trabaja en planes de acción y de desarrollo sostenible para potenciar la calidad de vida de la ciudad. Pero para que esta iniciativa pueda mantenerse se necesita del compromiso y apoyo de cada habitante para la correcta implementación de las estrategias, de no ser así, la ayuda no llegaría por completo a toda la región, ya que la idea es expandir este gran proyecto y promover el cambio en la humanidad. Consideramos que la práctica deportiva está revestida de recursos y valores tan importantes como la cooperación y la confianza. El deporte puede, a su vez, realizar un efecto organizador en la población, al establecer estructuras que pueden ser aprovechadas por la comunidad para otros usos. En este sentido, las asociaciones y grupos deportivos pueden dar respuesta, en primer lugar, a la necesidad de los actores sociales de practicar deporte. (Pérez-Flores, 2015).

De esta manera los jóvenes de la comunidad de Pescaíto, en Santa Marta están en el proceso de transformación y en el deber de mantener las buenas costumbres y con miras de incentivar a más personas, contando con personal profesional calificado, métodos, técnicas y herramientas adecuadas para cumplir las metas y sueños planteados, todo con el fin de evitar un deterioro en la ciudadanía.

A raíz del anterior concepto, se plantea la siguiente pregunta problema ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales implementadas por la Fundación "Tras La Perla" para lograr la resolución de problemas sociales a través de prácticas deportivas en los jóvenes del barrio Pescaíto?

Pertinencia: Dadas las condiciones de vida de muchas familias en el barrio Pescaíto, de la ciudad de Santa Marta, es relevante la realización de la presente investigación que se cumple con el objetivo de dar a conocer las bases sobre las cuales se trabaja, con respecto a las

estrategias comunicacionales de la organización "Tras La Perla", dispuesta a apoyar los proyectos y sueños deportivos de los jóvenes de bajos recursos; además, hacer visibles las estrategias que permiten que esto se cumpla y sea autosustentable. Por último, reconocer el impacto que se genera no solo en estos niños que hacen parte de este proyecto, sino dentro de la sociedad en general, reconociendo que el deporte funciona como ente transformador de la misma, todo esto justificando la elección del tema de investigación cuyo eje fundamental nos lleva a entender las dinámicas que desarrolla la fundación a través del contacto directo de los jóvenes deportistas.

Viabilidad: Tras La Perla es una organización que tiene una página web bastante completa, además, contamos con Pilar Galvis coordinadora de la Fundación Tras La Perla y Diana Ortega coordinadora de la Fundación Fútbol Con Corazón en la ciudad Santa Marta quienes nos brindarán información necesaria para complementar este proyecto.

Con respecto a la delimitación de la investigación, se realizará únicamente en el rango de edad entre 14 a 17 años, solo se incluirá a los jóvenes de la Fundación Fútbol Con Corazón del barrio Pescaíto de la ciudad de Santa Marta.

El samario Carlos Vives reconocido a nivel mundial por las significativas letras de sus canciones, se ha convertido en un líder de transformación social con la Fundación Tras La Perla, cuyo fin es devolver la fe al barrio Pescaíto, su objetivo es potenciar a la comunidad a través de proyectos y planes de recuperación y promover la calidad de vida, para crear un equilibrio y sostenibilidad en este sector.

La Fundación Fútbol Con Corazón hace su activa participación mencionando que: uno de cada tres colombianos vive en la pobreza mientras que el 65% de los jóvenes abandonan la escuela. Esto lleva a que una alta proporción de estos jóvenes sean reclutados por pandillas o forzados a prostituirse.

El objetivo de la Fundación Fútbol Con Corazón es que a través de su escuela los jóvenes de estratos 1 y 2 tengan una alternativa para disponer de su tiempo libre y que aprendan a tomar “buenas decisiones a través de fútbol”.

Relevancia: Es relevante ya que la intención es velar por el bienestar de los jóvenes, tomando en cuenta el deporte como herramienta de cambio que los enseña a ser responsables, disciplinados, buenos compañeros y excelentes ciudadanos. El aprendizaje no solo se queda en la cancha trasciende hasta sus hogares y sus padres están agradecidos por el apoyo y el reconocimiento que les hacen a sus hijos. Los beneficiarios directos son los jóvenes. Se ajusta al perfil del comunicador social porque lo que busca es proyectar ideales y valores que sean de provecho para la sociedad, por lo que esta fundación trabaja para mejorar la calidad de vida de los niños en el barrio Pescaíto.

Siguiendo la línea de investigación institucional, con relación al presente proyecto, encontramos que: la responsabilidad social es un aspecto relevante, es decir, se toman en cuenta el beneficio de la comunidad, el bienestar de la organización, y además la innovación en la aplicación de los procesos pedagógicos. Todo lo anterior, evidencia que existen similitudes en las bases de estas instituciones, tanto a nivel social, como a nivel interno.

Fundamento Teórico

En este punto se explicarán conceptos básicos importantes para que esta investigación sea más fácil de analizar y comprender:

Deporte:

Aunque la Real Academia Española describe el deporte según Ulloa & Ortís (2016) “como una actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas, según José María Cagigal “como verbo significa divertirse, regocijarse, hacer alarde de algo, hacer gracias con algo y como Sustantivo pasatiempo, diversión, juguete, burla, amorío, pero también caza y educación física (hasta se aplica a las carreras de sacos)”.

Según lo anterior, el deporte deja de ser solo actividad física y se convierte en también una herramienta de entretenimiento, aprendizaje, a su vez que ayuda y fortalece a la salud mental.

Los deportes pueden incluir actividades físicas como correr, nadar, saltar, lanzar, levantar pesas, entre otros, y también actividades mentales como el ajedrez. A menudo, los deportes se practican en equipo, lo que fomenta el trabajo en equipo, la camaradería y la cooperación.

“El deporte no solo es mejorar para la salud física, sino también para la salud mental, ya que puede reducir el estrés y mejorar el estado de ánimo. Además, los deportes pueden ser una excelente manera de socializar y desarrollar habilidades importantes como la disciplina, la perseverancia y el liderazgo.”

Por su parte, José Luis Pérez Triviño lo define de la siguiente manera: “los deportes son juegos, pero no todos los juegos son deportes. Su definición de juego es cualquier actividad que se propone lograr un específico estado de cosas usando medios permitidos por las reglas donde éstas prohíben los medios más eficientes para conseguir el objetivo del juego en favor de los menos eficientes y donde las reglas son aceptadas puesto que hacen el juego posible. En la medida en que el deporte es asimilado a los juegos, su definición incluye sus principales elementos o rasgos, pero lo que distingue al deporte de los juegos son otras características: 1) es un juego de habilidad; 2) en concreto, de habilidad física; 3) es una actividad que recibe un amplio seguimiento por los practicantes; 4) es una actividad que ha logrado un cierto nivel de estabilidad institucional”.

Comunicación estratégica,

De la autoría de F.J. Garrido M, artículo publicado el año 2017, en esta investigación el autor reconoce las estrategias de comunicación como concepto que se presenta a veces esquivo para estudiantes y profesionales ya que podríamos decir que se ha tendido a mitificar sus alcances, construcción e incluso las posibilidades reales de la planificación estratégica, al punto de confundirla a veces con acciones en sí misma. Al comprender la estrategia de comunicación como una orientación teórica diseñada para el mediano y largo plazo, podemos entender también como dependerá de nuestra capacidad de indagación, diagnóstico y análisis, así como de las competencias prácticas que poseamos, la solución intelectual que podamos construir para dar forma a esta directriz que llamamos estratégica”.

La estrategia de comunicación es un plan sistemático y coordinado que se utiliza para transmitir mensajes específicos a un público objetivo con el fin de lograr objetivos de comunicación específicos. Esta estrategia puede incluir una variedad de tácticas de comunicación, como publicidad, relaciones públicas, marketing, eventos, patrocinios y medios sociales.

En resumen, la estrategia de comunicación se enfoca en cómo se comunicará una organización o empresa con su audiencia, cómo se difundirán los mensajes clave y cómo se logrará el impacto deseado en el público objetivo. La estrategia de comunicación es esencial para garantizar que una organización pueda construir y mantener una imagen positiva, aumentar la conciencia sobre su marca, productos o servicios y alcanzar sus objetivos de negocio.

Estrategia de comunicación:

Edgar Morín, define una estrategia como:

“El término estrategia como una serie de acciones, programadas y planificadas, que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención, sobre una situación establecida. Operativamente, la estrategia parte de la realización de ciertos objetivos, de principios rectores que coordinen la puesta en marcha de una gran diversidad de acciones que permitan llegar a las metas deseadas. Ahora bien, referirnos específicamente a un tipo de estrategia, determina la programación y la intención con la cual se va llevar a cabo.

Es decir, una estrategia de comunicación es un plan detallado y estructurado que una empresa, organización o individuo desarrolla para transmitir un mensaje específico a su audiencia.

La estrategia de comunicación define los objetivos de comunicación, el público objetivo, los mensajes clave, los canales de comunicación y las tácticas que se utilizarán para alcanzar los objetivos de comunicación.

En general, una estrategia de comunicación se desarrolla para mejorar la comprensión, la percepción o la actitud de la audiencia sobre un producto, servicio, empresa u organización. También puede ser utilizado para informar al público sobre una causa social o para persuadir a los clientes a tomar una acción determinada.

Para desarrollar una estrategia de comunicación efectiva, es importante tener en cuenta el contexto en el que se va a implementar la estrategia, los objetivos específicos que se quieren alcanzar, las características del público objetivo y los canales de comunicación más adecuados para llegar a ellos.

Antecedente de Orden Internacional

Pérez Flores, A. M. y Muñoz Sánchez, V. M. (2018).

Deporte, cultura y sociedad: un estado actual de la cuestión

Planteamos como objetivos principales presentar las últimas investigaciones realizadas en torno al deporte desde distintas disciplinas y articularlas en base a temáticas, para poder realizar una panorámica amplia de los intereses actuales de investigación. Este artículo tiene una vertiente teórica fuerte, sin embargo, incorpora también datos empíricos y tendencias a nivel general. También pretendemos realizar un ejercicio de meta teorización (García Selgas, 1994; Ritzer, 1996) en base a las líneas de investigación y temáticas presentadas en este estado actual de la cuestión.

Las investigaciones recogidas se sitúan en un arco temporal muy cercano, recogiendo principalmente los últimos 17 años. Se considera al deporte como una importante herramienta de intervención social que ofrece un espacio de socialización centrado en la transmisión de valores, que fomenten la construcción de relaciones sociales basadas en la cooperación y confianza, y reduzcan comportamientos violentos.

Por otra parte, la práctica del ejercicio y el deporte, además de facilitar la mejora de las relaciones sociales de tipo primarias, aporta mejoras físicas y cognitivas, que tienen una relación significativa con la mejora de la autoestima en personas mayores.

La práctica regular del ejercicio físico y deporte ayudan a maximizar la percepción subjetiva de la sensación de felicidad. En este sentido, la práctica deportiva es un bien con alto valor de deseabilidad social entre la población, puesto que puede llegar a aportar grandes beneficios económicos, físicos, cognitivos y sociales.

Antecedente de Orden Nacional

Pujadas i Martí, X. y Arias Trujillo, R. (2016).

Presentación del dossier “Deporte y sociedad”

Con este nuevo número que Historia Crítica presenta al lector —“Deporte y sociedad”—, la revista busca no solo dar a conocer diversos avances investigativos relacionados con el tema del deporte, sino, sobre todo, destacar la relevancia que tiene este tipo de estudios para abordar aspectos muy variados de la sociedad y, por lo tanto, para ayudar a comprenderla mejor.

En las décadas de 1960 y 1970, trabajos pioneros, algunos de ellos provenientes de la sociología, ya habían sugerido la importancia que podían tener los asuntos relacionados con las prácticas deportivas. En este contexto, la tradicional visión narrativa e historicista de las décadas anteriores estaba dando paso a nuevas teorías inspiradas en la “historia de los hechos sociales” y en la sociología, las cuales, desde el mundo académico, plantearon los límites de una visión evolutiva y universalista del deporte, así como la necesidad de abordar su estudio en tanto que un fenómeno social y cultural complejo. En particular, bajo el impulso de investigadores fundamentalmente británicos, norteamericanos y franceses, poco a poco los historiadores empezaron a estudiar lo social a partir del deporte. Esas investigaciones no tardaron en demostrar que el deporte, lejos de ser natural, intrínseco al ser humano y por lo tanto universal, es un fenómeno histórico. No ha existido siempre, no ha permanecido incólume a los avatares de la historia. Todo lo contrario: es una práctica que, como tal, cambia según las transformaciones que afectan a la sociedad.

Esta nueva visión del fenómeno deportivo como objeto de estudio histórico comportaba, en realidad, la aparición de una nueva historia del deporte influenciada por las transformaciones en las ciencias sociales de la década de 1960, la creciente popularización del deporte en todo el mundo y un inicial reconocimiento académico de la historia del deporte en los departamentos de

historia, ciencias sociales y ciencias de la Actividad Física. Autores como Norbert Elias y Eric Dunning en el Reino Unido —entre 1966 y 1970—, o Allen Gutmann en Estados Unidos ya en la década de 1970, pusieron de relieve la especificidad del deporte como un fenómeno contemporáneo que debe ser estudiado en su contexto social. En este escenario de cambio, otro aporte de las investigaciones sobre el deporte consistió, precisamente, en analizarlo de manera relacional: la importancia de este tipo de estudios no radica tanto en el deporte en sí mismo, como en lo que éste puede decirnos acerca del marco social en el que se encuentra.

Desde el último tercio del siglo XX, numerosas investigaciones han contribuido a esclarecer asuntos relacionados con la política, la cultura, la educación, el mercado, la globalización, los medios de comunicación. Otras más han querido analizar el proceso que condujo del mundo amateur al profesionalismo, estudiando problemas tan variados como las formas de ocio, las iniciativas privadas, los mecanismos de ascenso social, el papel del Estado que suele incluir el amplio campo de la educación. En fin, son tan solo algunos ejemplos que quieren resaltar, a través de la multiplicidad de usos que se le han atribuido al deporte, la importancia que puede tener este fenómeno para abordar y explicar mejor la sociedad.

Cuando hablamos de deporte, nos referimos en concreto a las actividades físicas cuyos contornos empezaron a delinearse con precisión en la Inglaterra victoriana. Más allá de evidentes continuidades con los ejercicios y los juegos físicos de siglos anteriores, el “deporte moderno” adquiere otros rasgos y, sobre todo, nuevos significados. Como producto sociocultural de las sociedades industriales, se irá caracterizando, entre otros factores, por la creciente importancia de 1) la racionalización y burocratización, encargadas de fijar objetivos, de reglamentar las prácticas, de organizar competencias, etc.; 2) la profesionalización; 3) la comercialización; 4) el espíritu competitivo, la búsqueda del triunfo, del récord.

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo descriptiva y exploratoria porque posee las siguientes características:

Según Sampieri, Fernández y Baptista (2006), la Investigación Descriptiva se emplea cuando el objetivo es el de detallar cómo son y cómo se manifiestan fenómenos, situaciones, contextos y eventos. Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para describir lo que se investiga. Describe tendencias de un grupo o población.

- Consideran a un fenómeno y sus componentes.
- Miden conceptos.
- Definen variables.

Mientras que la Investigación Exploratoria se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.

- Investigan problemas poco estudiados.
- Indagan desde una perspectiva innovadora.
- Ayudan a identificar conceptos promisorios.
- Preparan el terreno para nuevos estudios.

La investigación que se llevará a cabo para el presente proyecto, será exploratoria y descriptiva. Se analizarán las estrategias comunicacionales que implementa la Fundación Tras La Perla a través de su alianza estratégica con la Fundación Fútbol Con Corazón para alcanzar sus objetivos de transformación social a través del deporte, teniendo en cuenta el bienestar y educación de los jóvenes deportistas del barrio Pescaíto en la ciudad de Santa Marta.

ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

El enfoque de investigación será mixto, debido a que se tendrán en cuenta los instrumentos tanto cualitativos como cuantitativos, con el fin de obtener resultados más completos y satisfactorios para esta investigación.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

ALCANCE

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Sampieri, Fernández y Baptista (2006), definen al diseño como al plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. En el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza su diseño para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular o para aportar evidencia respecto a los lineamientos de la investigación (si es que no se tiene hipótesis).

Diseño de campo

Investigación no Experimental: Es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Se trata de estudios donde no hacemos variar de manera intencional las variables dependientes sobre otras variables.

Diseño Transversal, donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado.

Para fines de esta investigación se utilizará el diseño de campo, no experimental y transversal, debido a que se recolectarán datos en un tiempo determinado sin intervenir en el ambiente en que se desarrollan los jóvenes deportistas de la Fundación Fútbol Con Corazón.

Esta investigación tiene como enfoque entrevista semi estructurada, con el fin de dar a conocer las herramientas comunicacionales de la fundación tras la perla de la ciudad de Santa Marta, de la cual según Se considera que las entrevistas semiestructuradas son las que ofrecen un grado de flexibilidad aceptable, a la vez que mantienen la suficiente uniformidad para alcanzar interpretaciones acordes con los propósitos del estudio.

INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS

Según Hernández Sampieri (1998, pg. 234) “una vez que seleccionamos el diseño de investigación apropiado y la muestra adecuada de acuerdo con nuestro problema de estudio, la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre las variables involucradas en la investigación”.

Recolectar los datos implica tres actividades estrechamente relacionadas entre sí:

- Seleccionar un instrumento de medición.
- Aplicar ese instrumento de medición, es decir, medir las variables.
- Preparar las mediciones obtenidas para que puedan analizarse correctamente.

Esta investigación tendrá en cuenta los enfoques cuantitativo y cualitativo donde se emplearán entrevistas y encuestas que permitirán obtener una información veraz y precisa sobre las estrategias comunicacionales aplicadas por la Fundación Tras La Perla y la Fundación Fútbol Con Corazón en el proceso de transformación social de los jóvenes futbolistas del barrio Pescaíto en la ciudad de Santa Marta, estos enfoques ayudarán a comprender el tema planteado.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para seleccionar una muestra, Sampieri et al, (2003, p. 300), lo primero que hay que definir es la unidad de análisis (personas, organizaciones, comunidades, situaciones, eventos, etc.). El sobre qué o quiénes se van a recolectar datos depende del enfoque elegido, (cuantitativo, cualitativo o mixto), del planteamiento del problema a investigar y de los alcances del estudio.

- **Muestra (enfoque cuantitativo):** Subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población.
- **Población o universo (enfoque cuantitativo):** Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones (características de contenido, de lugar, en el tiempo).

Tipo de muestra

Sampieri et al, (2003), clasifican las muestras en dos grandes ramas: las muestras probabilísticas y no probabilísticas.

- **Probabilística:** Subgrupo de la población en el que todos los elementos de ésta tienen la misma posibilidad de ser elegidos.
- **No probabilística:** Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación.

En esta investigación se tendrá en cuenta la muestra no probabilística debido a que es un estudio transversal mixto por medio de entrevistas y encuestas.

- **Población:** Directivos y miembros que participan activamente en el proyecto de la Fundación Tras La Perla en la ciudad de Santa Marta.
- **Muestra:** Nicolás Vargas, Analista de Barrio y Ciudad de la Fundación Tras la Perla y Natalia Pinzón miembro del equipo de comunicaciones de la Fundación.

FASES

1. Trasladarnos a las instalaciones de la Fundación Tras la Perla, ubicada en la calle 8 #6-09, Casa de los Pescaíto, barrio Pescaíto para contactarnos con las personas que nos facilitarán la información.
2. Entrevistar a los directivos o trabajadores de la fundación.

3. Recolectar las encuestas
4. Analizar el contenido y confrontarlos con los resultados de la entrevista.
5. Implementar los resultados en nuestra investigación.

Resultados

“Tras La Perla es una iniciativa ciudadana que nació hace un poco más de tres años y en este corto tiempo hemos recibido el cariño y el apoyo de todos aquellos que conocen y comparten el calibre de nuestros sueños. Hemos aprendido muchas cosas junto a la gente y junto a las instituciones que trabajan a nuestro lado; hemos aprendido también que las buenas intenciones son las más difíciles de llevar a cabo y que, precisamente por eso, es tiempo de seguir nadando. Tengo puestos mis mochos de jean, una máscara para bucear y la sal de nuestro mar en la espalda. Le vamos a mostrar al mundo por qué el padre Antonio Julián nos llamó La Perla de la América. Vuelvo a estar parado frente al morro, levanten la mano los que se lanzan conmigo”: Carlos Vives.

La fundación Tras la Perla es una iniciativa social que busca recuperar la identidad de la ciudad de Santa Marta, al igual que en la región Caribe. Actualmente el trabajo de la organización se basa en tres enfoques. Iniciando por el enfoque denominado “Barrio”, en el que se busca recuperar la esencia de las localidades de la ciudad, que estas sean cuidadas por sus habitantes, tomando a Pescaíto como pilar de todos los proyectos que planean realizar en Santa Marta.



Gráfico #1. Enfoque de trabajo “Barrio”. Autoría: propia. 2023

Como segundo enfoque se encuentra “Ciudad”, en el cual, Tras la Perla articula diferentes acciones que promueven el desarrollo de la ciudad, buscando el concurso de múltiples actores nacionales e internacionales para potenciar la calidad de vida en Santa Marta.



Gráfico #2. Enfoque de trabajo “Ciudad”. Autoría: propia. 2023

Su último enfoque es “Región”, la región de La Perla, enunciada por el padre jesuita Antonio Julián, incluía la Sierra Nevada y el actual departamento de la Guajira. por eso, en el nivel regional, les corresponde promover el desarrollo sostenible ambiental, social, económico y humano.

“LA PERLA DE LA AMÉRICA ES UNA REGIÓN QUE SUPERA LAS BARRERAS DEL ACTUAL MAPA POLÍTICO COLOMBIANO”.



Gráfico #3. Página web Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

Como objetivo general, se planeó un análisis de las estrategias de esta fundación para hacer efectivo el sostenimiento de los jóvenes deportistas en el barrio Pescaíto y aunque el proyecto principal de Tras la Perla con el deporte se conocía como “Fútbol con Corazón” actualmente no se trabaja, pero funcionaba de la siguiente manera:

Fútbol Con Corazón es una empresa social que trabaja en la educación socioemocional de niños, niñas y jóvenes, utilizando el fútbol como herramienta pedagógica. Cuenta con 16 años de experiencia, tiene sede en 7 países a nivel mundial, también tiene más de 180 mil jóvenes, y 400 entrenadores formados.



Gráfico #4. Página web Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

Gracias a la gestión de Tras La Perla se logró financiar la implementación de un programa de fútbol para el desarrollo a cargo de la Fundación Fútbol con Corazón en Pescaíto. Con una cobertura inicial de 230 niños y niñas durante tres años continuos, el programa promueve la formación integral en valores, habilidades deportivas y habilidades para la vida, así como un seguimiento y acompañamiento en las actividades escolares.

Video: <https://vimeo.com/234423895>.

Tras La Perla, se dedicaba a realizar proyectos que beneficiaban a los jóvenes del barrio Pescaíto, en donde le facilitaban todo el proceso de iniciativa para su desarrollo en el ámbito deportivo, como es el caso de la fundación “Fútbol Con Corazón” que antes se encontraba vinculada con esta.

Fútbol con Corazón en el barrio Pescaíto aparte de su fundación antes aliadas realizaban distintas actividades deportivas en donde demostraban sus habilidades para la vida, fomentar la formación integral en valores, esta fundación también se dedicaba a ir a las escuelas del mismo barrio, para atraer más jóvenes.



Gráfico #5. Página web Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

Esta fundación también realiza actividades académicas para el desarrollo en los jóvenes en su vida como lo es el emprendimiento, no solo son enfocados por el deporte, si no, para el desarrollo de emprendimiento y futuros líderes. Tras La Perla, también enfocó a su público no solo al deporte, realizaron talleres diferentes, como lo fueron los procesos de cómo ser un gran emprendedor y líderes comunitarios.

Las redes sociales de esta fundación cuentan con más de 4.000 seguidores, en donde realizan publicaciones de sus jóvenes haciendo las actividades e incitando a sus seguidores a inscribirse.

Fútbol Con Corazón, el Banco Interamericano de Desarrollo y la estrategia Tras La Perla, en Pescaíto, barrio de Santa Marta, Colombia, involucra en diferentes fases a todos los actores comunitarios para su empoderamiento y liderazgo.

De esta manera, podemos concluir que el apoyo financiero para estos jóvenes deportistas se dio a través de patrocinios de grandes empresas y aliados como: Fundación sus Buenos Vecinos, Velez, Gran Colombiano Gold, PanaPark Free Zone, Jamar, Caracol Televisión, Sura, Comfama, Fundación Bolívar Davivienda, Durex, Fundación Alberto Motta, Bavaria, EPM.



Gráfico #6. Página web Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

Las redes sociales de su fundación

Para identificar las estrategias comunicacionales de la Fundación Tras La Perla a través de sus redes sociales, a continuación se detalla cada una, definiendo el tipo de contenido que contiene cada una y su función para la organización.

Instagram para la Fundación Tras la Perla

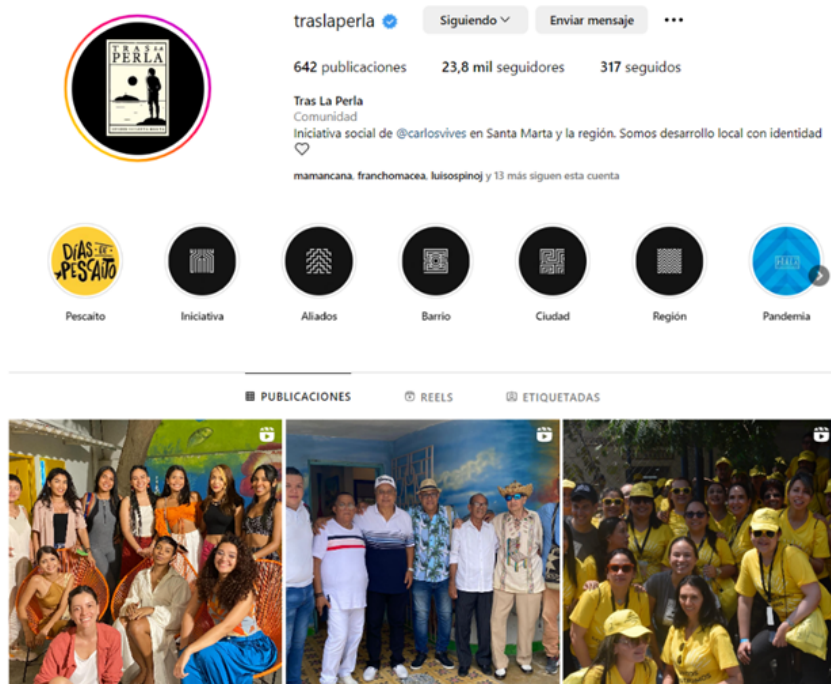


Gráfico #7. Instagram Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

La presencia en redes sociales de la fundación Tras la Perla se ha posicionado de manera importante gracias a la creación de contenido y todas las herramientas que esta plataforma provee para mostrar de la mejor manera y con mucho detalle toda la imagen e identidad de esta organización.

Se puede evidenciar como la más importante y la más seguida con 20 mil usuarios, esto la convierte en la red social principal de la fundación. Con una interacción por medio de historias diarias e historias destacadas que dejan conocer cada detalle de la fundación y sus logros, así mismo las personas con las que trabaja.

En su contenido los reels son los que más cobran protagonismo, y es que esta forma de mostrar recopila mucho material y así lo hace dinámico para siempre mantener al espectador interesado en ver aún más de lo que se hace dentro de esta fundación. En cabeza de su fundador Carlos Vives cada aparición en redes le da aún mayor visibilidad siendo esta su estrategia más

fuerte, ya que al ser una figura pública y de respeto cultural para el país, respalda la identidad de la organización, siendo así que cada post en la página con su participación es la de mayor éxito.

Enlace página de Instagram

<https://www.instagram.com/traslaperla/>

Twitter para la Fundación Tras la Perla



Gráfico #8. Twitter Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

La red social de Twitter por su naturaleza práctica y de resumen en la información nos muestra un perfil más informativo del perfil de la fundación con su slogan insignia presente en todas las demás redes sociales “Desarrollo local con identidad”.

Su alcance es importante y aunque es la que menos seguidores tiene, su crecimiento va en aumento conforme las interacciones continúan. En este perfil las actualizaciones en sus publicaciones van desde enlaces con más información y de noticias relacionadas con la fundación, así como contenido de sus aliados en función de las actividades desarrolladas en los proyectos que actualmente se ejecutan. Siguen en su mayoría a organizaciones políticas y sin ánimo de lucro, posicionándose como un perfil con un contenido social importante.

En sus interacciones los hashtag están presentes en cada uno de sus post, generando recordación entre los usuarios de esta red social.

Enlace del perfil en twitter

<https://twitter.com/traslaperla?lang=es>

Enlace de actividades con aliados de la fundación

https://twitter.com/atesa_esp/status/1632820622622326790?s=46&t=1dfEYqU5_QHJf7xASFqIt
[W](#)

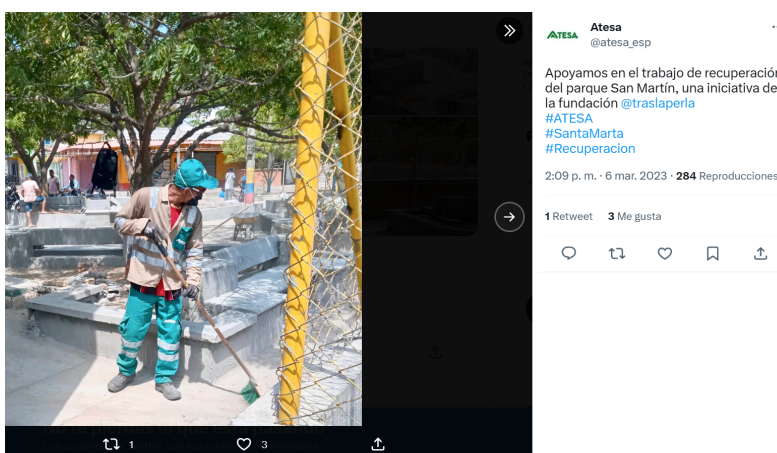


Gráfico #9. Twitter Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

Facebook para la Fundación Tras la Perla

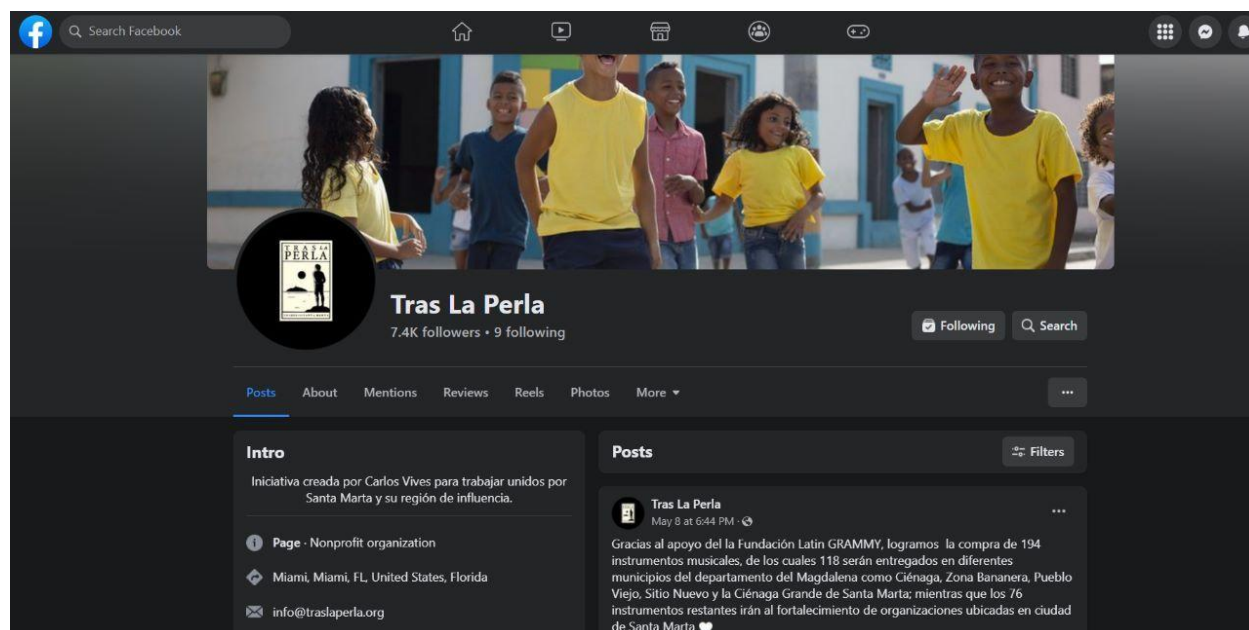


Gráfico #10. Facebook Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

La red social de Facebook para la fundación Tras la Perla es una de las plataformas digitales más importantes contando con una audiencia de más de siete mil seguidores. En los detalles de la página tiene en su información de contacto su página web principal y su correo electrónico para que así las personas interesadas en comunicarse o participar puedan hacerlo de manera directa.

En este espacio se muestra todo su contenido audiovisual de manera entretenida con una alta calidad estética, Facebook cuenta hoy día con un alcance de audiencia en sus contenidos importante y con más de siete mil seguidores, expone de manera entretenida las actividades que se realizan con los proyectos que lideran. Esta red social permite transmitir y compartir haciendo que todos estos avances se puedan conocer en toda la ciudad y el país.

En esta red social también se han dedicado a realizar publicaciones tipo reels, documentando cada uno de los proyectos que desarrollan, además, exponen la labor social a nivel local y regional con el fin de visibilizar aquellas comunidades que se ven afectadas por el cambio climático, como por ejemplo las comunidades palafíticas de la Ciénaga Grande del Magdalena.

https://fb.watch/kiKE1i_5Yo/

Enlace de la página de Facebook

<https://www.facebook.com/reel/556208399966939>

Enlace de contenidos publicados

TikTok para la Fundación Tras la Perla



Gráfico #11. TikTok Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

Dentro de sus estrategias de comunicación, establecerse en todas las redes sociales ha sido uno de sus objetivos principales. La red social Tik Tok es la nueva plataforma después de Instagram con uno de los alcances más importantes de audiencia a nivel mundial ya que es donde más se concentra la población que consume contenido digital y que en el caso de Tik Tok son personas jóvenes.

El público objetivo en esta plataforma es la población joven que hoy día usa cada vez más esta popular red social, con menos de cien seguidores apenas incursiona en este espacio donde también apunta a posicionarse enlazando la imagen pública de su fundador Carlos vives como un gancho de publicidad.

LinkedIn para la Fundación Tras la Perla

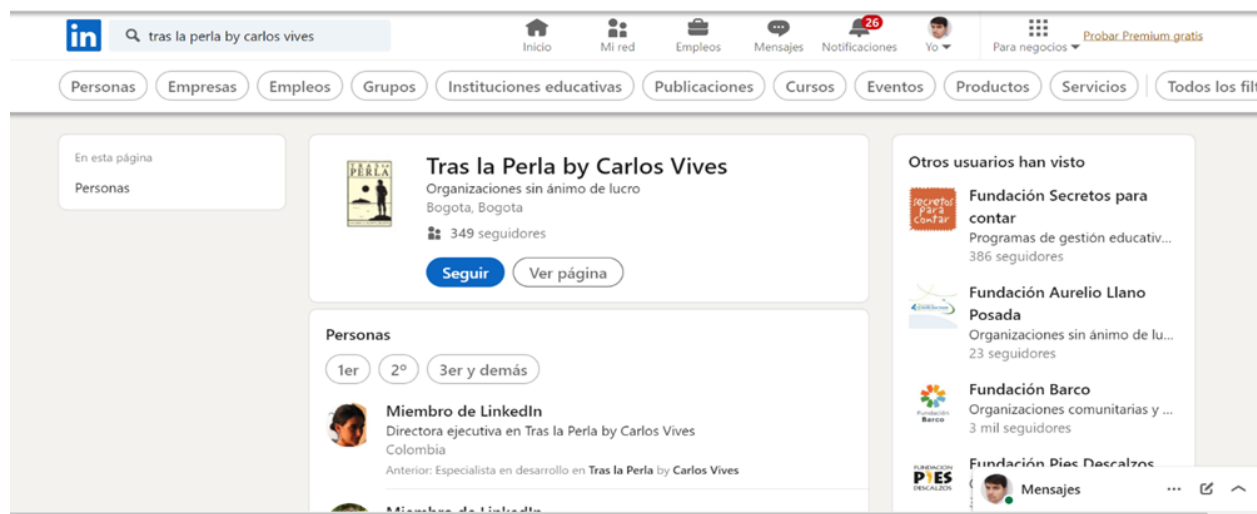


Gráfico #12. LikedIn Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

La fundación Tras la Perla como un perfil profesional en la plataforma LinkedIn nos muestra un perfil estrictamente serio, en el que está categorizado como una organización sin ánimo de lucro con un grupo de trabajo estructurado por perfiles profesionales y su cargo y posición dentro de la fundación.

Esto tiene como principal objetivo dar a conocer el trabajo riguroso desarrollado por personas con carreras afines con los principios que proponen este tipo de organizaciones, así también saber quiénes están detrás de cada proyecto que se propone y ejecuta. Así mismo aporta mayor credibilidad con una estructura seria que busca trabajar de la mano y al mismo nivel de las empresas públicas y privadas del país que tengan un enfoque social sostenible.

Perfiles publicados que están relacionados con la fundación tras la perla:



Miembro de LinkedIn

--

Perímetro Urbano Santa Marta

Actual: Coordinador de proyectos y sostenibilidad en **Tras la Perla by Carlos Vives**

Gráfico #13. LinkedIn Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023



Miembro de LinkedIn

Directora ejecutiva en Tras la Perla by Carlos Vives

Colombia

Anterior: Especialista en desarrollo en **Tras la Perla** by **Carlos Vives**

Gráfico #14. LinkedIn Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023



Miembro de LinkedIn

Relaciones con Comunidades | Desarrollo Social | Sostenibilid...

Perímetro Urbano Santa Marta

Actual: Director de operaciones en **Tras la Perla** by **Carlos Vives**

Gráfico #15. LinkedIn Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023



Miembro de LinkedIn

Psicóloga Especialista, Universidad del Magdalena

Perímetro Urbano Santa Marta

Actual: Directora de proyectos de Pescaito en **Tras la Perla** by **Carlos Vives**

Gráfico #16. LinkedIn Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

Alianzas para la solución de problemáticas sociales

Determinar el éxito de las estrategias comunicacionales de la Fundación ‘Tras La Perla’ en la resolución de problemas sociales. Básicamente, el foco de la función Tras la Perla, es la resolución de problemáticas sociales en Santa Marta y la región, teniendo como estrategias las siguientes:

Como estrategia principal se encuentra que el artista Carlos Vives, además de ser el dueño de la fundación sea la imagen, esto, porque al ser un personaje tan reconocido permite que las alianzas y las relaciones públicas se den de manera más fácil, e incluso que sean las mismas empresas quienes quieran ser patrocinadores de cada proyecto que Tras la Perla inicia.



Gráfico #17. Aliados Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

La segunda estrategia es estar presente en todas las plataformas y redes sociales que existen (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, Tiktok), es decir, donde quiera que busques “Tras la Perla” encontrarás información sobre la fundación, sus acciones, sus aliados, proyectos, noticias sobre ellos e iniciativas sociales. Esto a nivel de comunicaciones permite que la información sea masiva y sea cada vez más popular.

Se encuentran presentes desde la red social más juvenil como Tik Tok, hasta una más profesional como LinkedIn:

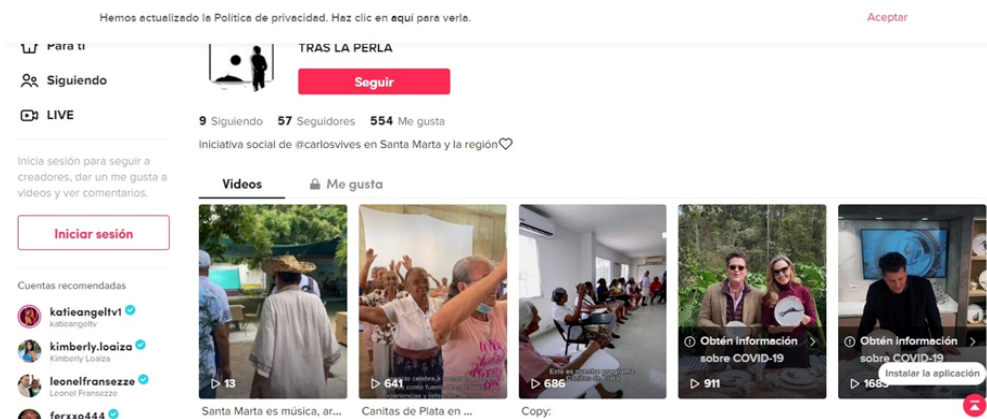


Gráfico #18. TikTok Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

Tik Tok: <https://www.tiktok.com/@traslaperla>

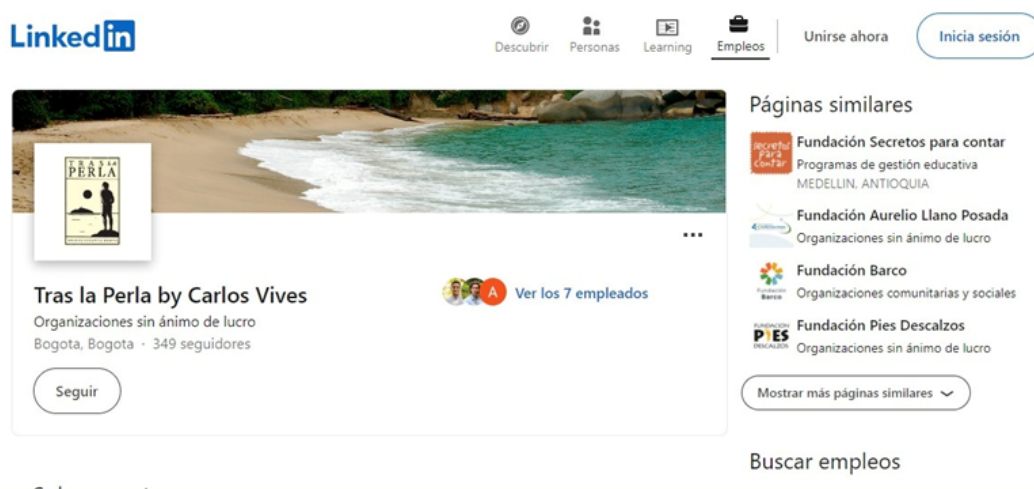


Gráfico #19. LinkedIn Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

LinkedIn:

https://co.linkedin.com/company/traslaperla?original_referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

Como última estrategia, la página web está perfectamente diseñada para cada público, de manera que es fácil encontrar cada sesión e ir directamente a lo que se está buscando sin perderse en medio de todo el contenido.

Diseñar o programar una página web es complicado, ya que es necesario que todo esté a la vista, que cada hipervínculo te transporte al contenido que el usuario busca y que todo esté perfectamente distribuido y esto está logrado por la fundación, existe un perfecto orden y armonía en cada sesión. Lo anterior, permite que el tercer objetivo de esta investigación se haya logrado, ya que, al la página web no solo ser perfectamente estética, sino funcional y práctica, lo convierte en una estrategia exitosa de comunicación.



Gráfico #20. Página web Fundación Tras la Perla. Autoría: propia. 2023

Conclusiones y recomendaciones

Basado en el análisis de la investigación desarrollada para el estudio de las estrategias de comunicación de la fundación Tras la Perla, se puede concluir que, aunque su enfoque social que en un principio estaba centrado en el deporte como un catalizador de problemáticas sociales en poblaciones vulnerables, hoy día su foco central trabaja con otras iniciativas lejos del deporte y no como su actividad principal con su proyecto insignia Fútbol con Corazón.

Sin embargo, la fundación es un claro ejemplo de cómo el marketing y el buen uso de las redes sociales es imprescindible para hacer que la información sea masiva y al mismo tiempo categorizada.

Se comprobó que la figura pública de Carlos Vives permite que las alianzas y patrocinios sean fáciles de conseguir e incluso, las mismas empresas se interesen por hacer parte de cada iniciativa social, ya sea de manera económica o incluyéndose de manera práctica en cada proyecto.

Se recomienda, dar mayor visibilidad a los líderes de los diferentes barrios en la ciudad de Santa Marta en su casco urbano, ya que estas figuras sociales aportan de manera significativa a la ejecución de todos los proyectos que pueda proponer la Fundación Tras La Perla.

Referencias bibliográficas

- Abrigo, I., Hurtado, N., Jaramillo, P., & Mancero, N. (2018). La matriz de consistencia: una metodología de investigación para desarrollar el estado del arte para emprendimientos artesanales enfocados en las TIC's. INNOVA Research Journal, ISSN 2477-9024, Vol. 3, No.8.1 pp. 176-185, agosto. [fecha de Consulta 17 de noviembre de 2020]. Disponible en: <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/download/773/751/>
- Arias Padilla, Ianelleen, & Cardoso Quintero, Tomás Alberto, & Haney Aguirre-Loaiza, Héctor, & Arenas, Jaime Alberto (2016). Características psicológicas de rendimiento deportivo en deportes de conjunto. Psicogente, 19(35),25-36. [fecha de Consulta 22 de octubre de 2020]. ISSN: 0124-0137. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=497555220010>
- Balderrama-Ruedas, José Alfredo, & Díaz-Domínguez, Pedro José, & Gómez-Castillo, Rosa Isela (2015). ACTIVACIÓN FÍSICA Y DEPORTE: SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO ACADÉMICO. Ra Ximhai, 11(4),221-230. [fecha de Consulta 30 de octubre de 2020]. ISSN: 1665-0441. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=461/46142596016>
- Benavides Nieto, Alicia, & Romero López, Miriam, & Fernández Cabezas, María, & Pichardo Martínez, M. Carmen (2017). DEPORTE EN FAMILIA COMO PREVENCIÓN DE PROBLEMAS DE CONDUCTA DESDE EDADES TEMPRANAS. International Journal of Developmental and Educational Psychology, 3(1),449-456. [fecha de Consulta

30 de octubre de 2020]. ISSN: 0214-9877. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3498/349853365046>

Britapaz Avarez, Lismey, & Del Valle Díaz, Jorge (2015). Significado del deporte en la dimensión social de la salud. *Salus*, 19(0),28-33. [fecha de Consulta 30 de octubre de 2020]. ISSN: 1316-7138. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3759/375943551006>

Carta Europea del Deporte (1992). Recomendación N.º R (92) 13 del Comité de Ministros a los Estados Miembros sobre la Carta Europea del Deporte. [fecha de Consulta 09 de noviembre de 2020]. Disponible en:

<https://web.archive.org/web/20150924011818/http://www.femp.es/files/566-69-archivo/CARTA%20EUROPEA%20DEL%20DEPORTE.pdf>

Desarrollo. En: Significados.com. Consultado: 10 de noviembre de 2020, 07:02 pm. Disponible en: <https://www.significados.com/desarrollo/>

Durán González; Velasco Fernández; Iza Ordóñez; & al. (2016). Deporte y felicidad / Sport and Happiness. *Apunts Educación Física y Deportes*, vol. 33, núm. 130, 2017 [fecha de Consulta 22 de octubre de 2020]. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5516/551663500002/index.html>

Fuentes, G., & Lagos, R. (2019). Motivaciones hacia la práctica de actividad física-deportiva en estudiantes de La Araucanía. *Revista Ciencias de la Actividad Física UCM*, N° 20 (2), julio-diciembre, 1-13. DOI: <http://doi.org/10.29035/rcaf.20.2.3> [fecha de Consulta 30 de octubre de 2020]. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5256/525661608002/index.html>

García & Fernández-Truan (2018). Génesis de los deportes urbanos / Genesis of Urban Sports. *athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, vol. 18, núm. 1. [fecha de Consulta 29 de octubre de 2020]. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/537/53754772017/index.html>

GÓMEZ-COLELL, EVA (2015). Adolescencia y deporte: ausencia de referentes femeninos en los medios para las adolescentes. *Apunts Educación Física y Deportes*, (122),81-87. [fecha de Consulta 30 de octubre de 2020]. ISSN: 1577-4015. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5516/551656898010>

Google Académico. (s/f). Google.es. Recuperado el 11 de abril de 2023, de https://scholar.google.es/scholar?q=related:8i5Eo7UVGwwJ:scholar.google.com/&scioq=Comunicaci%C3%B3n+para+el+desarrollo+y+cambio+social&hl=es&as_sdt=0,5

Google Académico. (s/f). Google.es. Recuperado el 11 de abril de 2023, de https://scholar.google.es/scholar?q=related:8i5Eo7UVGwwJ:scholar.google.com/&scioq=Comunicaci%C3%B3n+para+el+desarrollo+y+cambio+social&hl=es&as_sdt=0,5

Latorre-Román, Bueno-Cruz, Martínez-Redondo, & al. (2019). Conductas prosociales y antisociales en el deporte escolar. *Apunts Educación Física y Deportes*, vol. 36, núm. 139, 2020 [fecha de Consulta 22 de octubre de 2020]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5516/551662300002/index.html>

Metodología de la investigación. En: *Catarina.udlap.mx*. Consultado: 17 de noviembre de 2020, 03:55 pm. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/hernandez_s_j/capitulo3.pdf

Metodología de la investigación. En: *Catarina.udlap.mx*. Consultado: 17 de noviembre de 2020, 04:00 pm. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/meni/jure_s_jr/capitulo3.pdf

Metodología de la investigación. En: *Catarina.udlap.mx*. Consultado: 17 de noviembre de 2020, 04:04 pm. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/arenas_m_a/capitulo3.pdf

Metodología de la investigación. En: *sites.google.com*. Enfoques mixtos. [Consultado: 17 de noviembre de 2020]. Disponible en: <https://sites.google.com/site/metodologiadeinvestigaciontese/enfoques-mixtos>

MinEducación (1995). Ley 181, Disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte. [fecha de Consulta 09 de noviembre de 2020]. Disponible en:

https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85919_archivo_pdf.pdf

Naciones Unidas (1981). Definición aprobada por la Asamblea General en su resolución 36/28. [fecha de Consulta 09 de noviembre de 2020]. Disponible en:

<https://www.un.org/es/sections/issues-depth/youth-0/index.html>

Pérez & Merino (2009). Definicion.de: Definición de fundación. [fecha de Consulta 09 de noviembre de 2020]. Disponible en: <https://definicion.de/fundacion/>

Pérez Flores, A. M. y Muñoz Sánchez, V. M. (2018). Deporte, cultura y sociedad: un estado actual de la cuestión. Revista de humanidades, n. 34, pp. 11-38, ISSN 1130-5029 (ISSN-e 2340-8995) [fecha de Consulta 22 de octubre de 2020]. Disponible en:

<http://revistas.uned.es/index.php/rdh/article/view/21881/18111>

Researchgate.net. Recuperado el 11 de abril de 2023, de

https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Garrido-4/publication/31735796_Comunicacion_estrategica_FJ_Garrido_M/links/56d8484108aee1aa5f7c3055/Comunicacion-estrategica-FJ-Garrido-M.pdf

Researchgate.net. Recuperado el 11 de abril de 2023, de

https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Garrido-4/publication/31735796_Comunicacion_estrategica_FJ_Garrido_M/links/56d8484108aee1aa5f7c3055/Comunicacion-estrategica-FJ-Garrido-M.pdf

Sociedad. En: Significados.com. Consultado: 10 de noviembre de 2020, 07:14 pm. Disponible en: <https://www.significados.com/sociedad/>

Transformación. En: DeConceptos.com. [fecha de Consulta 09 de noviembre de 2020].

Disponible en: <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/transformacion>

Trujillo & Martí. (2016). Presentación del dossier “Deporte y sociedad”, *Historia Crítica*, núm. 61, [fecha de Consulta 22 de octubre de 2020]. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/811/81146454002/index.html>

Ulloa & Ortís (2016). Exclusión social y deporte. *Investigación Económica*, vol. LXXV, núm. 297 [fecha de Consulta 22 de octubre de 2020]. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/601/60146802005/index.html>