

GV1017
K5V3

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESTUDIOS DE POSTGRADO EN EDUCACIÓN FÍSICA
MENCIÓN GERENCIA DEL DEPORTE

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA PROMOCIÓN DE LA
DISCIPLINA DEL KICKINGBALL EN EL ESTADO MÉRIDA**

Autor: Lic. Vladimir Valencia
Tutor: Dr. José R. Prado P.

Mérida, Febrero de 2008

DONACION

SERBIULA
Tullio Fabros Cordero

C.C. Reconocimiento

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESTUDIOS DE POSTGRADO EN EDUCACIÓN FÍSICA
MENCIÓN GERENCIA DEL DEPORTE

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA PROMOCIÓN DE LA
DISCIPLINA DEL KICKINGBALL EN EL ESTADO MÉRIDA**

Trabajo Especial de Grado para Optar al Título de Especialista en Educación Física
Mención Gerencia del Deporte.

Autor: Lic. Vladimir Valencia
Tutor: Dr. José R. Prado

Mérida, Febrero de 2008

ÍNDICE GENERAL

LISTA DE CUADROS.....	pp. v
LISTA DE GRÁFICO.....	vi
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA.....	03
Planteamiento del Problema	03
Objetivos de la Investigación.....	08
Objetivo General	08
Objetivos Específicos.....	08
Justificación de la Investigación.....	09
Alcances de la Investigación.....	10
Delimitación de la Investigación.....	11
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO.....	12
Antecedentes de la Investigación.....	12
Bases Teóricas.....	14
Planificación Estratégica	14
Gerencia Deportiva	18
Disciplina del Kickingball	24
Promoción Deportiva	30
Bases Legales	33
Operacionalización de Variables	35
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	36
Tipo de Investigación.....	36
Participantes	37
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	38
Validez del Instrumento.....	38
Confiabilidad del Instrumento.....	39
Técnica de Análisis de Datos	40
CAPÍTULO IV	
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	41
Diagnóstico que Sustenta la Propuesta.....	41
Conclusiones del Diagnóstico.....	52

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA.....	53
Exposición de Motivos	53
Objetivos de la Propuesta.....	54
Justificación de la Propuesta.....	57
Fundamentación de la Propuesta	58
Factibilidad de la Propuesta.....	60
Plan Operativo.....	62

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
Conclusiones	67
Recomendaciones.....	69

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	71
--	-----------

ANEXOS.....	74
--------------------	-----------

Anexo A Instrumento	75
Anexo B Instrumento de Validez.....	79
Anexo C Coeficiente de Proporción de Rangos.....	85
Anexo D Coeficiente Alfa de Cronbach.....	86

LISTA DE CUADROS

Cuadro	pp.
1 Operacionalización de Variables	35
2 Población	37
3 Actividades.....	42
4 Recursos.....	43
5 Objetivos.....	44
6 Responsabilidad.....	45
7 Formulación de Políticas.....	46
8 Toma de Decisiones.....	47
9 Jornadas.....	48
10 Publicidad.....	49
11 Motivación.....	50
12 Iniciativa.....	51

LISTA DE GRÁFICOS

Cuadro	pp.
1 Actividades.....	42
2 Recursos.....	43
3 Objetivos.....	44
4 Responsabilidad.....	45
5 Formulación de Políticas.....	46
6 Toma de Decisiones.....	47
7 Jornadas.....	48
8 Publicidad.....	49
9 Motivación.....	50
10 Iniciativa.....	51

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESTUDIO DE POSTGRADO EN EDUCACIÓN FÍSICA
MENCIÓN GERENCIA DEL DEPORTE

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA PROMOCIÓN DE LA DISCIPLINA DEL
KICKINGBALL EN EL ESTADO MÉRIDA**

Autor: Lic. Vladimir Valencia
Tutor: Dr. José R. Prado P.
Fecha: Febrero de 2008

RESUMEN

La presente investigación tiene por finalidad proponer un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida. El estudio se apoyó en una investigación de campo de tipo descriptiva, bajo la modalidad de proyecto factible; la población objeto de estudio esta conformada por diecisiete (17) dirigentes y gerentes deportivos del Kickingball en el estado Mérida. Para la recolección de la información se elaboró un instrumento: el cuestionario; el cual fue estructurado por 20 ítems para ser contestados a través de una escala tipo lickert. La validez del instrumento se determinó por juicio de experto y dió como resultado 0.89 y la confiabilidad por el coeficiente alfa de cronbach en 0.83, lo cual significa que puede ser aplicada a la población objeto de estudio. Los datos fueron tabulados, codificados y analizados a través de la estadística descriptiva, con distribución de frecuencias y porcentajes para representar posteriormente los datos obtenidos en cuadros y gráficos. Los resultados del diagnóstico permiten concluir que los dirigentes y gerentes deportivos del Kickingball poseen un bajo nivel de gerencia en el proceso de promoción de esta disciplina deportiva, debido entre otras cosas a lo nuevo de este deporte, la ausencia de capacitación gerencial relacionada con la promoción deportiva; desconocimiento del cómo formular y diseñar planes estratégicos para abordar este tipo de aspecto deportivo, entre otras que reflejan ineficiencia en el dirigente y gerente deportivo del Kickingball para seleccionar las metas, fijar objetivos y programar para alcanzarlas en forma sistemática, de manera tal que el proceso de promoción sea productivo, así como efectivo. Aspectos que conllevaron al diseño de un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida.

Descriptores: Gerencia, Planificación Estratégica, Promoción, Kickingball.

INTRODUCCIÓN

La dinámica de las organizaciones en los actuales tiempos, exige cambios permanentes así como una constante revisión de los procesos gerenciales que pretenden conducirla por la dirección adecuada. Cada vez más, el papel de los gerentes cobra relevancia al observar la urgencia por administrar organizaciones inmersas en entornos turbulentos y por tanto altamente inciertos, así como crear condiciones valiosas en la lucha constante por alcanzar las metas trazadas. El éxito de una organización está ineludiblemente asociado al éxito de su gente. Si los miembros de una organización realizan bien su trabajo y logran sus metas es lógico que, en consecuencia, la institución sea igualmente exitosa.

En este contexto, comprender la necesidad de dirigir eficientemente las organizaciones, bien sea públicas o privadas, exige analizar variables asociadas al desempeño gerencial de individuos que han asumido responsabilidades de conducción en estas instituciones u organizaciones públicas o privadas. La presente investigación, por tanto, pretende abordar este tema, a partir del diseño de un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida.

Por otra parte, es importante señalar que el estudio se desarrolló apoyado en la investigación de campo de carácter descriptiva, bajo la modalidad Proyecto Factible; para ello, la presente investigación se estructuró en seis capítulos, los cuales contiene los siguientes puntos: El Capítulo I, plantea la problemática a estudiar, la descripción de la misma, justificación de la investigación, objetivo general y específicos, alcances, así como la delimitación del estudio.

El Capítulo II, denominado Marco Teórico, contiene los antecedentes de la investigación, bases teóricas, legales y operacionalización de variables.

El Capítulo III, Marco Metodológico, donde se indica el tipo de estudio, la descripción de la metodología, los participantes, la técnica de recolección de datos, validez y confiabilidad del instrumento, así como la técnica de análisis de datos.

El Capítulo IV, presenta los resultados del diagnóstico que sustentan la propuesta: tabulación, análisis, interpretación y gráficos en diagramas de barra diferenciados en promedios de frecuencias por cada opción y en función de las dimensiones e indicadores respectivos, así como las conclusiones del diagnóstico.

El Capítulo V, se refiere a la propuesta, en él se describe su: presentación, fundamentación, objetivos, estructura y factibilidad de la misma.

El Capítulo VI, se formulan las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación. Finalizando con las referencias bibliográficas y los anexos que apoyan lo referido en el cuerpo del trabajo.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

El deporte es considerado parte del engranaje social; por ello, podría analizarse en términos de su relación con otras instituciones sociales, económicas, educativas o políticas. En general, estas relaciones suelen ser contextuales, es decir, referidas a contextos y tiempos concretos, a actores y dinámicas sociales en un momento histórico particular.

En tal sentido, las actuales demandas en el sector deportivo no están aisladas de sucesos mundiales, ni de las relaciones intersectoriales. Las organizaciones de hoy son cambiantes, con modelos de desempeño basados en procesos; organizaciones que permiten abrir sus puertas a las fronteras más equidistantes. Este cambio de paradigmas en las organizaciones deportivas, modelos conceptuales o herramientas que facilitan la gestión: la calidad total, planificación estratégica, gerencia deportiva, entre otros aspectos, reflejan la adopción por parte del ámbito deportivo de los elementos básicos de la gerencia en la búsqueda de mayores estándares de calidad en la promoción y participación de la actividad deportiva.

En este mismo orden de ideas, es importante resaltar que la gerencia deportiva es considerada, como el conjunto de decisiones y acciones que los dirigentes de una organización deportiva toman para la producción del servicio deportivo. Al respecto, Chiavenato (2000), señala que gerenciar es el proceso de administrar los recursos organizacionales para conseguir los objetivos con eficiencia y eficacia. Por lo antes expuesto, el dirigente deportivo es el gerente que planifica la misión del ente deportivo, organiza, dirige y valora el desempeño de los diferentes actores para lograr calidad y productividad en la organización. De manera que le corresponde ejecutar

procesos gerenciales eficientes mediante acciones centradas en los medios, en los métodos y procedimientos que garanticen la producción deportiva con la menor inversión posible. Dentro de este marco, cabe mencionar, que la gerencia es un proceso en el que se debe trabajar con y a través de individuos y grupos para el logro de los objetivos organizacionales, a fin de elevar su calidad en términos de eficacia y eficiencia dado que todos los cambios que se pretenden dependen de la capacidad con que los funcionarios lo administren o la gerencien.

En consideración a lo expresado, es necesario señalar que el gerente deportivo tiene entre sus funciones todo lo relacionado a la ocupación del tiempo libre, el cual resulta, para todos en general y para los jóvenes en particular, un problema de connotaciones no muy concientes culturalmente pero de graves consecuencias en la vida y en el desarrollo de todos aquellos que hacen un uso del mismo en desmedro de su bienestar social, familiar y personal. Al respecto Machado; (1997) señala que: “un gerente deportivo es aquel que su tendencia es, a integrar y globalizar, reunir partes cada vez mayores en conjunto, con la finalidad de lograr el contacto con la comunidad y promover la organización deportiva.”

De allí, que se pueda afirmar que, el dirigente deportivo en su rol de gerente, gestor del proceso deportivo que involucra la promoción y masificación de las diferentes disciplinas deportivas que atraen el interés de la mayoría de la población, debe transformar su práctica para desempeñarse como un mediador de la promoción deportiva, al trazar un puente entre la disciplina deportiva, los deportistas, la comunidad y los entes deportivos, partiendo de los intereses y necesidades de los deportistas. Es decir, vincula a todos los actores en la búsqueda de la promoción y masificación de actividades deportivas que contribuyan a lograr que un porcentaje importante de la población se incorpore a la práctica deportiva con fines estéticos y de salud.

De esta manera, la práctica del dirigente deportivo como gerente no debe reducir exclusivamente su actuación a prácticas para el logro eficaz de la enseñanza de una disciplina deportiva, sino que estas además deben originarse en sus convicciones y pensamientos; de manera que, el gestor deportivo en su desempeño pone en práctica un conjunto de estrategias que le permitan la promoción y masificación eficiente de las disciplinas deportivas que puedan contribuir en atraer el interés de la población por la práctica deportiva.

Asimismo, el dirigente deportivo como gestor en la promoción y masificación deportiva, muestra la capacidad que posee para mantener la orientación de las acciones en el uso de estrategias adecuadas para mejorar el trabajo inherente al desarrollo de dicho proceso en las comunidades. Desde esta perspectiva, la gerencia y el liderazgo deportivo centran su dinamismo y su integridad en la capacidad de dirección y de gestión, con una máxima conducción operativa para lograr una reacción en cadena de todos los participantes de la actividad deportiva. La gerencia de todo proceso conlleva a mejorar la eficiencia y la eficacia, por lo que debe atender a la calidad y a la utilización de los recursos de la mejor manera en el menor tiempo. Entendiendo que, de acuerdo con lo que plantea Chiavenato (2001), “la eficiencia está referida al cómo se realizan las tareas y de qué manera se ejecutan y la eficacia está relacionada con el para qué se ejecutan, qué resultados se obtienen y qué objetivos se persiguen”.

En este sentido, la calidad de la actividad deportiva depende de la calidad del dirigente deportivo y éstas a su vez dependen y se relacionan con la calidad de elementos organizativos y de los procesos técnico - administrativo de la institución u organización deportiva, pero es necesario tomar en cuenta la misión política y cultural y sus objetivos. En consecuencia, los procesos gerenciales de organización deportiva están a cargo del gerente deportivo, quien es la persona que dentro de la estructura organizativa representa el nivel de responsabilidad por la dirección de un grupo de

personas y acciones que se ejecutan con la finalidad de alcanzar los objetivos institucionales que orienten al desarrollo de la actividad deportiva.

De lo antes expuesto se deriva que el gerente deportivo es el líder que motiva, anima e influye en los protagonistas del quehacer institucional para que centren sus esfuerzos en mejorar la calidad de la prestación del servicio deportivo. Tal influencia la realiza mediante la planificación de la misión de la organización deportiva, la organización de la misma, la coordinación gerencial, el fortalecimiento de un clima organizacional y la supervisión que posibilite el desarrollo del proceso de la actividad deportiva como objetivo primordial de la organización.

Ante la ausencia de entes deportivos en las comunidades, que permita organizar y generar actividades deportivas para el desarrollo y masificación del deporte en sus diferentes disciplinas, se hace necesaria la incursión del gerente deportivo en la organización y consolidación de escuelas deportivas que contribuyan a la formación integral del niño, en especial el joven merideño, utilizando como medio la inclinación por la práctica deportiva, con el único propósito de orientar y promover futuros ciudadanos con alta calidad de vida y condiciones que permitan optimizar mejores niveles; bien sea en actividades lúdicas, deportes de desarrollo, contando para ello con la asistencia del personal preparado que permita un proceso de entrenamiento sistemático y organizado que los conduzca a lograr niveles superiores, así como destrezas en la especialidad correspondiente, o simplemente incorporarlos a una actividad más sana.

Sin embargo en la actualidad, se observa en las organizaciones deportivas, serias debilidades en su gerentes para la formulación y ejecución de planes estratégicos de promoción de las diferentes disciplinas deportivas que puedan atraer el interés de grupos importantes de la población (niños, niñas y jóvenes) para su práctica constante; lo cual establece una problemática que está afectando el desarrollo del deporte en sus diferentes disciplinas y que genera en la organización deportiva un

clima desfavorable hacia el fomento de la práctica deportiva. Por cuanto, la ausencia de motivación para el desarrollo de estas, no permite un crecimiento organizacional centrado en la necesidad de formar individuos sanos que conduzcan a un fortalecimiento deportivo de la comunidad, esto dificulta el logro de un trabajo deportivo y productivo; situación que es propicia para que los gerentes presenten cambios de actitudes y valores en las comunidades y ganar aceptación, integrados y valorados dentro de la sociedad a la cual prestan su servicio.

De igual manera, es importante señalar que en la actualidad la disciplina de Kickingball, deporte relativamente nuevo que permite la ejecución de al menos cuatro (4) juegos pre deportivos, donde se aplican las destrezas del fútbol, béisbol, softball y bowling, cumpliendo con las normas de los mismos, lo cual conduce a la formación de principios culturales y valores, para que la persona construya y cultive la práctica deportiva; los gerentes y dirigentes pudieran estar obstaculizando su expansión y masificación en el estado Mérida, debido entre otras cosas a la ausencia de planes y programas de promoción deportiva del Kickingball, que lleguen a los diferentes sectores de la comunidad, es decir, instituciones escolares, gremiales, comunitarias, entre otras que pudieran adoptar dicha disciplina deportiva para su práctica cotidiana.

De lo antes expuesto, surge la necesidad de generar acciones que permitan la promoción efectiva del Kickingball, como disciplina deportiva en las diversas comunidades que conforman el estado Mérida, bajo procedimientos de planificación y reflexión que permitan lograr mejorar la calidad de vida a través de la actividad deportiva. Por estas razones, surgen las siguientes interrogantes:

¿Existen estrategias que permitan la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida?

¿Qué estrategias deben ser utilizadas en la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida?

¿Que aspectos se deberían tomar en cuenta al momento de implementar un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Presentar un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar las estrategias que permitan la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida.
- Determinar las estrategias que contribuyen en la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida.
- Diseñar un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida

Justificación de la Investigación

Hoy en día las instituciones reconocidas presentan altos niveles de organización, esto es motivado a algunos factores, tales como; el aumento de la oferta y la demanda y los altos niveles de competitividad. Esto conlleva a que las instituciones eleven su calidad gerencial, obviamente de la mano de individuos que las sustentan.

Existe entonces la necesidad de disponer de individuos que se encarguen de dirigir de manera eficaz y eficiente las organizaciones deportivas que brindan sus servicios a diferentes grupos de nuestra sociedad. Por esta razón se justifica que esta investigación aborde la promoción del kickingball.

Así mismo, en el ámbito institucional el estudio muestra su relevancia debido a que el mismo busca servir de referencia a otras investigaciones en el área. De igual forma, la propuesta será un apoyo académico y práctico que ofrece la Universidad de Los Andes, a través del post grado en Educación Física de la Facultad de Humanidades y Educación, para el fortalecimiento de los aspectos gerenciales del gestor deportivo en la búsqueda de elevar la calidad y eficiencia de los servicios que estos administran.

Al mismo tiempo, el estudio busca beneficiar de forma directa a un alto porcentaje de niñas y jóvenes que se incorporen de forma sistemática y organizada a la práctica del Kickingball, es decir que la misma favorece de forma directa a uno de los sectores más importantes de la comunidad.

Por otra parte hay que destacar los beneficios que vienen inmersos en el fenómeno deportivo, que van desde una mejor calidad de vida hasta la integración de nuestra sociedad.

De igual manera, es importante por los aportes que brinda desde el punto de vista teórico, metodológico, práctico y académico; en lo teórico aporta conceptos, teorías, antecedentes que sustentan la problemática planteada y constituye una herramienta para futuros investigadores que desean hacer estudios más profundos y relevantes sobre el presente tópico. Metodológicamente es importante porque se diseñará un instrumento que permitirá recoger la información requerida para describir y analizar la problemática planteada. También, en lo práctico se diseñará un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida.

Alcances de la Investigación

El presente estudio busca lograr, expandir la práctica deportiva del Kickingball en el estado Mérida, a través de una serie de actividades de promoción, tales como jornadas, campañas, encuentros y talleres que posibiliten la incorporación de un porcentaje significativo de la población a la práctica de esta disciplina deportiva, lo cual requiere de capacitar todos los recursos técnicos que llevarán adelante su implementación, previendo también, la capacitación de aquellos que tendrán a su cargo las tareas de monitoreo y evaluación.

En el aspecto administrativo el estudio busca que el gerente deportivo, adquiera los conocimientos necesarios para combinar las estrategias, técnicas y recursos disponibles de manera eficiente, para facilitar el logro de los objetivos trazados en el proceso de promoción deportiva del Kickingball, en forma conjunta con la comunidad; a través del cumplimiento de diversos roles gerenciales, entre los que se destacan: el de liderazgo, comunicación, motivación, innovación y toma de decisiones.

Esta investigación es relevante desde el punto de vista social, porque a través del desarrollo de la misma se detecta una problemática que puede repercutir a nivel nacional, regional y local, y a su vez, facilitará a través del análisis de los resultados,

las recomendaciones y conclusiones que permitirán darle solución a esta situación en el campo de la gerencia del deporte.

Delimitación de la Investigación

El estudio está dirigido a proponer un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida. La misma se llevó a cabo durante el año 2007. Los resultados obtenidos del estudio permitieron identificar las características principales del gerente del deporte en la promoción del Kickingball, ofreciéndoles alternativas que conduzcan a obtener los mejores resultados, en la forma más eficaz, segura y con menos tiempo y esfuerzo.

Al mismo tiempo, es importante resaltar que el estudio tomó clubes de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida, seleccionado como participantes en estudio a los directivos, dirigentes y entrenadores de esta disciplina deportiva, a través de los cuales se realizó el diagnóstico sobre la situación problemática planteada.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

Las investigaciones previas están referidas a los conocimientos que han venido obteniéndose a través de estudios rigurosos sistemáticos y organizados, en una temática particular. En este caso, fue realizada una exhaustiva revisión bibliográfica de la literatura orientada a la búsqueda de otros estudios similares referidos a la promoción deportiva y el Kickingball, entre las cuales destacan:

Hernández (2003) realizó una investigación titulada “plan de promoción deportiva en el estado Zulia”. El estudio estuvo enmarcado en la modalidad del proyecto factible, apoyado en una investigación de campo de carácter descriptiva, utilizando un cuestionario y una escala de estimación tipo likert aplicado a una muestra de 70 dirigentes deportivos del estado Zulia. Concluye que los dirigentes deportivos sujetos al estudio poseen debilidades con respecto la formulación y ejecución de planes, acciones o actividades de promoción deportiva en las comunidades del estado Zulia, lo cual ha traído como consecuencia un bajo nivel en la participación de la población en las actividades deportivas desarrolladas por entes deportivos del estado. Recomienda un plan de acción para fortalecer los aspectos relacionados con la promoción deportiva en el estado.

El estudio citado sirve de aporte dada la información que ofrece en relación a las debilidades que presentan los dirigentes deportivos en la promoción de la práctica deportiva, y también por el plan de acción que propone el cual sirve de referencia para considerar los conocimientos adquiridos por el investigador que se cita.

De igual manera Rebolledo (2003) realizó una investigación sobre “El gerente como promotor deportivo en las comunidades del estado Anzoátegui”, tuvo por objetivo, diagnosticar las funciones y habilidades del gerente como promotor deportivo. La misma se enmarcó en una investigación de campo de carácter descriptivo, utilizó como instrumentos de recolección de datos el cuestionario con una escala de estimación tipo likert, aplicada a una muestra de 25 gerentes deportivos del estado Anzoátegui. Concluye señalando que los gerentes deportivos poseen grandes debilidades en relación al proceso de promoción deportiva en las comunidades, por cuanto los mismos carecen de los conocimientos necesarios para diseñar planes y programas para tal fin. Recomienda realizar jornadas de formación y capacitación sobre promoción deportiva a los gerentes sujetos de estudio. De tal manera los estudios mencionados proporcionan aportes importantes en relación a las debilidades presentadas por los gerentes en la promoción deportiva, por cuanto los datos aportados se transforman en sustento de la situación problemática mencionada en el presente estudio.

www.bdigital.ula.ve

Por otra parte, Vielma (2006) desarrollo un trabajo de investigación titulado “Creación de una escuela menor de kickingball; una propuesta para la parroquia Jacinto Plaza del municipio Libertador del estado Mérida”; con el objetivo proponer la creación de una escuela menor de Kickingball en la comunidad de Santa Catalina del Chama, Parroquia Jacinto Plaza, Municipio Libertador del Estado Mérida – Venezuela. El mismo se desarrolló bajo la modalidad de proyecto factible basado en una investigación de campo de carácter descriptivo, en una muestra conformada por veinte (20) individuos miembros de esta comunidad; a quienes se les aplicó la Matriz FODA. Concluyó que existe el interés y vocación en los niños y jóvenes de la comunidad de Santa Catalina del Chama por el Kickingball, por cuanto se evidenció que estos poseen habilidades y destrezas naturales necesarias para la práctica de esta disciplina deportiva; además tienen una gran pasión por las actividades deportivas lo que se transforma en un factor de apoyo positivo a la propuesta desarrollada en el presente estudio.

El aporte proporcionado a la presente investigación esta relacionado con la metodología aplicada, la cual sirvió de referencia en función de la creación de escuelas deportivas de Kickingball, como estrategia para la promoción de esta disciplina deportiva en el Estado Mérida.

Luego de establecidos los antecedentes que sustentan y generan aportes además de sugerencias a la investigación, se tomaron como bases algunas de las teorías existentes, las que fueron recolectadas a través de la revisión documental, estas afianzan y constituyen los pilares fundamentales y teóricos del estudio.

Bases Teóricas

Planificación Estratégica

La planificación estratégica proporciona la dirección que guiará la misión, los objetivos y las estrategias de la empresa, pues facilita el desarrollo de planes para cada una de sus áreas funcionales. Un plan estratégico completo guía cada una de las áreas en la dirección que la organización desea seguir y les permite desarrollar objetivos, estrategias y programas adecuados a las metas. La relación entre la planificación estratégica y la de operaciones es parte importante de las tareas de la gerencia.

La planificación estratégica es necesaria para asegurarse la formulación de una estrategia sólida para cualquier organización; al mismo tiempo, es inútil cuando la dirección no utiliza como un modo de incrementar el nivel de conciencia estratégica en la empresa, todo sistema de planificación estratégica por sencillo que sea, es útil, pues cumple con la misión de proporcionar un apoyo metodológico (poner fecha y orden a la tarea estratégica) a algo que la dirección general ya quería hacer. En tal sentido, Jaramillo (1998), señala que “la Planeación Estratégica: Especifica la

relación de la organización con su ambiente en función de la misión, los objetivos, las estrategias y el plan de cartera.”

En función de lo citado, es necesario referir que el análisis del entorno está cifrado en identificar las oportunidades que se presentan para la empresa y las amenazas que se vislumbran en el futuro. El análisis interno de la empresa figura en los puntos fuertes y débiles de la organización, por comparación implícita con las demás empresas del sector. Ello tiene que ver con su habilidad distintiva (la fortaleza principal), y se presume que una empresa desarrolla fortalezas en el campo que considera como área estratégica. Los objetivos de la organización. Se derivan de la misión. Son guías para valorar el grado de movimiento hacia el logro de la misión y constituyen la base para determinar los objetivos operativos para las subunidades y los departamentos de la organización.

La planificación es considerada como un instrumento gerencial que permite que el desempeño de la organización no se desvíe de los objetivos principales de la misma; la elaboración de planes a corto, mediano y largo plazo coadyuvará a que las metas se logren de una manera eficiente. Asimismo, la verificación de la ejecución de los diferentes planes que permitan hacer variaciones en los mismos, identificando los elementos que ocasionan la variación y la corrección para retomar el mundo de lo planificado (replanificar). Dependiendo de sí los objetivos que se desean alcanzar en el tiempo son de corto o mediano plazo, se deben elaborar planes estratégicos.

En este sentido, Etzioni (2000), señala que los modelos de planificación dependerán de los objetivos que se desean alcanzar, el tiempo en que se quieren lograr, los factores que intervienen ya sean internos o externos a la organización, y el control que la organización tenga de estos factores. En función de lo expresado el autor divide en tres fases la planificación:

- **Plan Estratégico:** Es la naturaleza básica y la dirección de la organización, de igual modo es el punto de partida del proceso de planificación de la organización. Exige un acercamiento cuantitativo (objetivos y planes de acción de apoyo) a los resultados del plan, que provee el vínculo con el plan operativo y presupuesto anual.
- **Plan Operativo:** Es la implementación del plan estratégico de acuerdo con el presupuesto. El plan operativo y el presupuesto se enfocan muy específicamente en cómo la organización lleva a cabo el plan estratégico. Diseñado especialmente para un período de un año, el mismo define cómo se realiza el negocio sobre la base de los planes de acción.
- **Manejo de los resultados:** Es la comparación del desempeño con relación al plan; el manejo de los resultados que provee al equipo de planificación de un mecanismo para monitorear la implementación y estos en relación con el plan estratégico, el operativo y el presupuesto.

En definitiva, la planificación es un proceso donde se combinan recursos y actividades, que deben de ser ejecutadas en un plazo determinado y tiene como finalidad la obtención de cambios positivos de alguna situación existente ya determinada. Asimismo, debe concebir y formular una serie de objetivos específicos, proponer los recursos, revisar los factores externos e internos, planear las técnicas y procedimientos, fijar plazos definidos para ejecutar las acciones que se planifiquen teniendo en cuenta los recursos, la coherencia que los planes deben formar como una unidad coherente hacia el logro de los objetivos, entre otros.

Al respecto, toda planificación debe reunir las siguientes características debe ser: flexible para que pueda ser adaptada y modificada a las distintas situaciones, debe tener continuidad en el tiempo, debe ser organizada y coordinada que permita la distribución ordenada de las responsabilidades en las actividades de dirección

y administración, en relación a medios, recursos y tiempo, además, poseer correspondencia con los planes macro. En este sentido, Sallenave (1999) señala que: “La planeación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo, es solo una expresión pomposa para designar la lógica que sigue el patrón de sus acciones”.

Por otra parte, Francés (2001) señala lo siguiente: La planificación es un proceso en el cual se definen de manera sistemática los lineamientos estratégicos, o línea maestra, de la empresa u organización y se desarrolla para la acción, se asignan recursos y se plasman en documentos llamados planes. La planificación estratégica toma en cuenta la incertidumbre mediante la identificación de las oportunidades y amenazas en el entorno, tratando de anticipar lo que otros actores puedan hacer. Asimismo, consiste en la formulación de políticas y estrategias debidamente pensadas que ayudan a tomar decisiones.

Tomando en cuenta estas definiciones se puede establecer que la planeación es una función de todos los gerentes, de carácter y de alcance que varía con la naturaleza de las políticas y planes establecidos. Si se generaliza este término, es más fácil comprender por qué se hace distinción entre la elaboración de políticas y el establecimiento de normas para la toma de decisiones. Entonces, este proceso se puede definir como la selección de misiones y objetivos, las estrategias políticas, programas y procedimientos para lograrlos; toma de decisiones, selección de un curso de acción entre varias alternativas.

De allí, que mirando hacia el futuro para determinar el curso de acción que la institución deberá seguir para alcanzar sus objetivos, esta debe basarse en un proceso continuo, debido a la naturaleza dinámica de la comunidad organizacional. Las condiciones cambiantes al exterior, así como al interior de la institución significan que los planes deberán: reajustarse y actualizarse continuamente. En este sentido, Bierman (1998) refiere que existen cinco elementos de la planificación estratégica:

El primero de ellos consiste en identificar los problemas y las oportunidades que existen. La identificación de estos problemas y las oportunidades representan uno de los productos resultantes más favorables de una buena planeación estratégica. El segundo elemento se refiere a la fijación de metas (objetivos). La fijación de metas no puede ser considerada independiente de la identificación de las oportunidades. La fijación de metas habrá de considerarse sumamente importante y un elemento decisivo. El tercer elemento es diseñar un procedimiento para encontrar posibles soluciones o caminos que la empresa pueda seguir para encontrar una solución. El cuarto elemento es escoger la mejor solución, suponiendo que existan posibles soluciones y se conozcan los objetivos de la empresa. El quinto y último elemento es tener algunos procedimientos de control para comprobar que resultados se obtuvieron con la mejor solución. (p. 127)

En consideración a lo expresado, se debe destacar que la planificación estratégica puede definirse como la formulación, ejecución y evaluación de acciones que permitirán que una organización logre sus objetivos. La formulación de estrategias incluye la identificación de las debilidades y fortalezas internas de una organización, la determinación de las amenazas y oportunidades externas de la misma, el establecimiento de misiones, fijación de objetivos, desarrollo de estrategias alternativas, análisis de las mismas y la decisión de cuáles escoger. Por otra parte, la ejecución de estrategias por parte de la organización requiere que la misma establezca metas, diseñe políticas, motive a sus miembros y asigne recursos de tal manera que las estrategias formuladas puedan ser llevadas a cabo en forma exitosa, para luego a través de la evaluación de las estrategias se comprueben los resultados de la ejecución y formulación.

Gerencia Deportiva

Es imposible concebir una organización separada de la gerencia, de las diferentes actividades o funciones que deben cumplir las personas y demás recursos que conforman las organizaciones, donde la gerencia cumple una función primordial, como lo señala Stoner (1998) cuando afirma:

El éxito que tenga una organización para alcanzar sus objetivos y satisfacer las necesidades de la sociedad depende del acierto con que los gerentes desempeñan sus cargos.... Así como los gerentes funcionan dentro de la organizaciones como grupo es factor clave del comportamiento de una sociedad o nación (p. 201)

Asimismo, es necesario señalar que el desarrollo gerencial exige una serie de requisitos para que las personas que se dedican a esta actividad puedan actuar racionalmente dentro la misma, como indica Villegas (1996).

Primero: El desarrollo gerencial exige que la persona tenga características individuales que la capaciten para su desempeño como gerente.

Segundo: La persona que desea desarrollarse como gerente debe poseer una formación profesional básica en un campo definido del conocimiento, que le ha satisfecho una serie de expectativas culturales y profesionales.

Tercero: El profesional de la gerencia debe de capacitarse en esta área. Estar perfectamente convencido del papel de la gerencia en la conducción organizacional.

Cuarto: El gerente debe haber estudiado el desarrollo gerencial como disciplina y la ha adoptado como campo de especialización profesional.

Quinto: El profesional que se desarrolla como gerente debe poseer características innatas de dirigente, ya que no se puede hacer un gerente de una persona que no desea serlo, e inversamente, aunque se desee ser gerente, es posible que las condiciones de la persona no sean las más adecuadas para su desarrollo en el cargo.

Lo expuesto permite señalar que es así como el gerente debe propiciar factores válidos de coordinación y control de actividades para el normal funcionamiento de la organización y debe estar actualizado en cuanto a las metodologías más modernas y

adecuadas a las necesidades de la organización. Además, la gerencia debe adaptarse a los cambios que ocurren en el contexto en que opera, asumir riesgos responsablemente y enfrentarse a dichos cambios. Por otra parte, el gerente debe ser capaz de integrar los recursos de que dispone, manteniendo unido al personal a pesar de las diferencias que le caracterizan, desarrollando los talentos individuales y liberando de este modo, a la organización de las dependencias exclusivas de una determinada persona. El gerente debe esforzarse en la formación de equipos motivados para el logro de los fines organizacionales. Es importante destacar que el proceso de desarrollo gerencial implica el crecimiento equilibrado de la persona en tres áreas básicas del desarrollo individual, como considera Villegas (1996):

La primera de ellas es el área cognoscitiva, en la que la persona adquiere constantemente los conocimientos, conceptos e informaciones que le permitirán afrontar situaciones con el equilibrio y la madurez requeridos por la organización. La segunda se refiere al área emocional, en las que se desarrollan intereses, valores y apreciaciones, así como procesos adaptativos referidos a la realidad normativa de la organización. En esta área el logro más importante consiste en la oportunidad de armonizar los intereses del individuo con los intereses de la organización, mediante procesos de integración e internalización de principios y realidades que fundamentan la vida de las empresas como organizaciones sociales. La tercera se refiere a la conducta del individuo, cuyo énfasis se orienta a generar esquemas de comportamiento que permitan aplicar en la práctica los conocimientos adquiridos, observando todos aquellos elementos de carácter regulador que se establecen para tales fines. (p. 62)

En cuanto a lo planteado por el autor, se puede afirmar que la función gerencial continúa siendo la misma por muchos años, por cuanto lo que realmente cambia en forma acelerada son las circunstancias dentro de las cuales actúan algunos gerentes para lograr los objetivos organizacionales, pues, desde este punto de vista, se intercambian varios elementos como la personalidad del gerente, la forma en que actúa y se desenvuelve en el ambiente empresarial y el profesionalismo que le caracteriza para el logro de óptimos resultados. De allí que el énfasis principal está en la capacidad del gerente para apreciar los cambios e internalizarlos, haciendo aquellas

aplicaciones que sean necesarias en sus relaciones internas con la organización y externa con el mundo que le rodea.

Es necesario resaltar que en el caso de la gerencia del deporte, esta es considerada como el conjunto de decisiones y acciones de los dirigentes para la producción del servicio deportivo; en donde, el gerente del deporte es el que planifica la misión del ente deportivo, organiza, dirige y valora el desempeño, para lograr altos estándares de calidad y productividad deportiva. De manera que le corresponde ejecutar procesos gerenciales eficientes mediante acciones centradas en los medios, en los métodos y procedimientos que garanticen una alta productividad deportiva con la menor inversión posible. En tal sentido, Acosta (2005) señala que:

Gerente deportivo es aquella persona con la formación necesaria para llevar a cabo la planificación, ejecución, coordinación y control de las actividades que se desarrollan en una institución deportiva sin descuidar los factores exógenos que a la misma pueden afectar.

Dentro de este marco, cabe mencionar, que la gerencia es un proceso en el que se debe trabajar con y a través de individuos y grupos para el logro de los objetivos organizacionales, a fin de elevar su calidad en términos de eficacia y eficiencia dado que todos los cambios que se pretenden dependen de la capacidad con que los funcionarios lo administren o la gerencien.

Por otro lado, la gerencia y el liderazgo deportivo centran su dinamismo y su integridad en la capacidad de dirección y de gestión, con una máxima conducción operativa para lograr una reacción en cadena de todos los participantes de una organización deportiva. La gerencia de todo proceso conlleva a mejorar la eficiencia y la eficacia, por lo que debe atender a la calidad y a la utilización de los recursos de la mejor manera en el menor tiempo. Entendiendo que, de acuerdo con lo que plantea Chiavenato (2000), “la eficiencia está referida al cómo se realizan las tareas y de qué manera se ejecutan y la eficacia está relacionada con el para qué se ejecutan, qué resultados se obtienen y qué objetivos se persiguen”.

En tal sentido, la calidad de la actividad deportiva depende de la calidad del entrenador, dirigente o gerente deportivo, éstas a su vez dependen y se relacionan con la calidad de elementos organizativos de los procesos técnicos y administrativos de la institución deportiva, pero es necesario tomar en cuenta la misión política, cultural y sus objetivos. Por su parte, Ferrando (2000) afirma que “la gerencia deportiva es el conjunto de actos articulados entre sí, que emprende el equipo directivo para promover la actividad deportiva de una disciplina en particular”. En consecuencia, los procesos gerenciales de la organización deportiva están a cargo de los directivos, quienes son las personas que dentro de la estructura organizativa representan el nivel de responsabilidad por la dirección de un grupo de individuos y acciones que se ejecutan con la finalidad de alcanzar los objetivos institucionales que orientan el desarrollo de la actividad deportiva.

De lo antes expuesto se deduce que el gerente deportivo es el líder que motiva, anima e influye en los protagonistas del quehacer institucional para que centren sus esfuerzos en mejorar la calidad de la actividad. Tal influencia la realiza mediante la planificación de la misión, organización, la coordinación deportiva, el fortalecimiento de un clima organizacional y la supervisión que posibilite el desarrollo y promoción deportiva, como objetivo primordial de la organización.

En este orden de ideas, es preciso señalar que el dirigente deportivo en su actuación de líder debe gerenciar la organización deportiva mediante el ejercicio de una serie de características personales y profesionales, descritas por Acosta (2005) de la siguiente manera:

- Responsable, al asumir actitudes que le permitan cumplir de una manera organizada con sus funciones y acarrear sus consecuencias.
- Ético, al demostrar en su actuación personal y profesional normas de conducta (enmarcadas en la escala de valores acordes con el hombre de este nuevo milenio)

que le permitan poner de manifiesto la equidad, imparcialidad, integridad y honestidad.

- Optimista y perseverante, para actuar con una actitud positiva y constructiva frente a realidades adversas, y para insistir en la búsqueda de medidas y oportunidades que permitan el mejoramiento personal y profesional del personal a su cargo.
- Reflexivo y crítico, al valorar los logros del personal y plantear metas realistas. Asimismo evaluar hasta que punto se ha logrado y si las mismas están con el entorno.
- Creativo, es decir, que pueda aprovechar los elementos disponibles y generar alternativas de soluciones efectivas, tanto en el ámbito administrativo, como deportivo. Asimismo un estimulador de la creatividad del personal a su cargo, que permita el diseño y la experimentación de nuevos métodos, técnicas y procedimientos deportivos.
- Honesto, para reconocer que como ser humano tiene sus propias limitaciones y que al equipo de trabajo puede ayudar en el desarrollo del proceso administrativo-deportivo dentro de la institución.
- Comunicador, de manera que pueda expresar sus ideas con claridad y aceptar los planteamientos de los demás, a través de un diálogo en busca de alternativas, que le permita establecer una relación armoniosa con la comunidad del entorno. (p. 178)

Por otra parte, el gerente de acuerdo con el contexto donde actúe debe atender algunas responsabilidades básicas, como las señaladas por Rivas (1999) como: “Incrementar el estado de tecnología de la organización. Incrementar la productividad. Satisfacer a los empleados. Contribuir con la comunidad”. (p. 17). Lo planteado por los autores consultados, permite inferir que el gerente necesario dentro

de toda organización, estará representado por una persona competitiva, creativa, comunicativa y flexible que se adapte a diversas situaciones. Sin embargo el estilo y las habilidades gerenciales que utilice dependerán de su formación personal y profesional.

Disciplina del Kickingball

El Kickingball es una disciplina relativamente nueva sobre todo en Venezuela. De su inicio no se tiene una fecha exacta, pero se sabe que su origen se dio en colegios dirigidos por hermanas cristianas en los Estados Unidos donde se practicaba de manera recreativa. En Venezuela se comienza a practicar aproximadamente en la década de 1960 en colegios privados del centro del país que contaban con las instalaciones para este deporte. En Mérida se inicia la práctica del kickingball en colegios y escuelas desde principios de la década de 1970.

El kickingball es un deporte colectivo exclusivamente para las mujeres pero en el ámbito estudiantil su práctica es mixta de manera recreativa. Este deporte se practica en un campo de béisbol, Sofbol o campo abierto y las reglas en su mayoría se asemejan a las utilizadas en el Sofbol y la utilización de una pelota de fútbol No 4 (pelota de fútbol menor).

Un partido de Kickingball se divide en nueve periodos de juegos, cada uno de los cuales se llama entrada o inning. El equipo que anote más carreras a lo largo de las nueve entradas gana el partido. El juego comienza cuando una jugadora llamada lanzadora o pitcher, lanza la pelota hacia la pateadora del equipo contrario quien intenta patear la pelota hacia el interior del terreno de juego. Las jugadoras anotan carreras pateando la pelota y corriendo alrededor de una serie de bases, antes que le elimine alguna jugadora de campo del equipo contrario. Las pateadoras y corredoras pueden ser eliminadas de diferentes maneras.

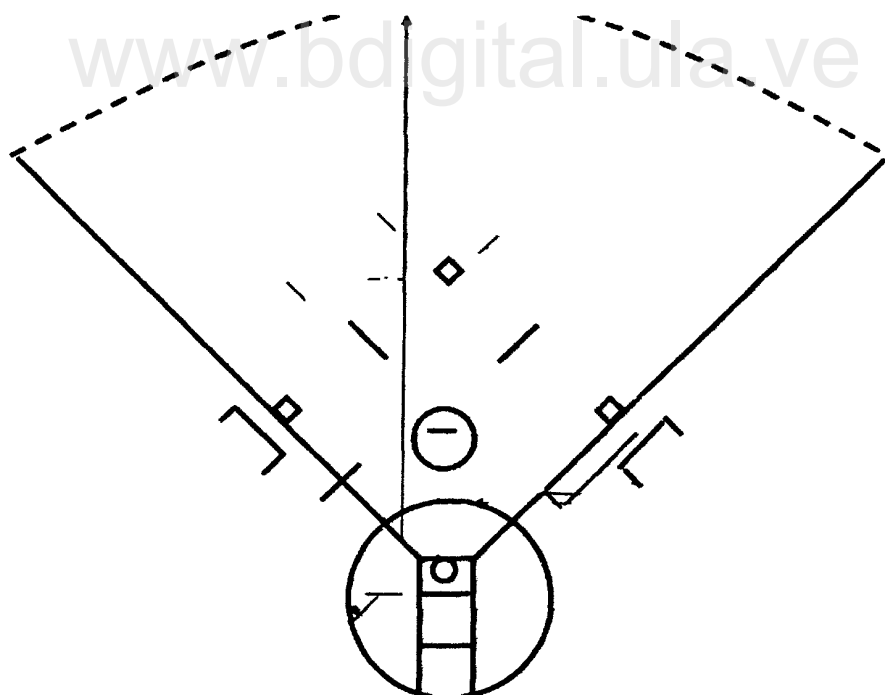
Las entradas están divididas en dos mitades, llamadas principio y final de entrada. Durante el principio de una entrada, un equipo patear mientras el otro está en el campo. Cuando el equipo que patear tenga tres jugadoras eliminadas, los dos equipos intercambian sus papeles y comienza el final de una entrada. Actualmente existe en Venezuela un reglamento elaborado en el primer congreso de kickingball en el año 1999 en el cual se da a conocer las reglas generales y particularidades de este deporte.

El Kickingball, según lo expresado por Suárez (2005) es un deporte de bajo impacto que puede ser practicado por todas las personas que deseen hacerlo, pues a diferencia del béisbol su duración máxima es de 2 horas y se puede culminar después del 5° Inning; no es un deporte nuevo en Venezuela, pero la información referida al mismo es escasa o casi nula, por lo que no se ha podido profundizar más el tema de cómo se dio inicio a la práctica de este deporte, quién lo ideó, su historia, su evolución, entre otras.

Regularmente, el partido consta de nueve entradas o innings, considerándose juego legal al concluir la 5ª entrada. Su duración máxima será de dos horas, es decir, que si el partido va por el 6° inning y han transcurrido las dos horas de juego, se juega ese inning completo y concluye el partido, siendo el ganador el equipo que para ese momento tenga mayor cantidad de carreras anotadas. No se abrirá el inning cuando falten menos de 5 minutos.

En este mismo orden de ideas, es necesario hacer una breve reseña histórica de esta disciplina, señalando que a principio de la década de 1.960, en los juegos vacacionales de los Colegios de Estados Unidos de América (USA), se ideó un entretenimiento, con la intención de usar la menor cantidad de material deportivo. Así pues, se comenzó la práctica del Kickingball. Jugado con un balón de "Fútbol" por un grupo de niños y niñas recogiendo la pelota golpeada por el pie, muy similar al

Actualmente en las escuelas primarias de USA, se juega de la siguiente manera, cada aula (sección) conforma un espacio dividiéndose en 4 grupos que desempeñan las siguientes labores: 1º) pateadores, 2º) el Infield o cuadro interior. 3º) el Outfield o cuadro exterior, y 4º) la banca que estará esperando la rotación que se hará de la siguiente manera: al realizarse 3 Outs, el equipo 1 pasa a ocupar la posición del 2, el 2 la del 3, el 3 la del 4 y el 4 la del 1; los de la banca patean, los pateadores al Infield, el Infield al Outfield y el Outfield pasa a la banca hasta que se completen 3 nuevos Outs, que permitan la próxima rotación.



26

Orígenes del Kickingball

El Kickingball llegó a Venezuela en el año 1.965, a la Academia Merecí de Cerro Verde, estado Miranda; de la mano de la profesora Sharito Ramírez, quien lo presencio en USA y trajo la idea que “vendio” a los colegios Santa Rosa de Lima y Sagrado Corazón, quienes organizaron el primer torneo intercolegial, teniendo como primer obstáculo la falta de canchas. Estuvieron tutelado por la Corporación Criollitos de Venezuela hasta el año 1.975 en ese año se funda la liga metropolitana de Kickingball. Desde ese momento la Federación Venezolana de Béisbol tomo la disciplina para conducirla, aunque fue solo en el papel, ya que el Kickingball a estado separado de ellos casi siempre.

Para el año de 1.980 se realizo el primer Encuentro Nacional en Cabudare, Estado Lara. A partir de ese momento se siguieron realizando encuentros en buena parte del país, con la falla que implicaba la falta de un reglamento uniforme, un ente organizador que rige la disciplina. A todas estas, en USA, a mediados de los 80 se creó una Asociación llamada The World Adult Kickball Asociación Inc; que según establece en sus principios, se creó para llenar el vacío de espacio de juegos para adultos. Esta organización mantiene el régimen de deporte recreativo, que se practica en las Escuelas Norteamericanas, sosteniendo el carácter mixto, obligando a tener en el juego el mismo número de mujeres y hombres, en caso de realizarse un cambio debe hacerse entre personas del mismo sexo.

A diferencia de USA, en Venezuela se practica este deporte con la participación única de mujeres. En el año 2.000 la organización denominada FUNDESOL convocó el Primer Congreso Nacional de Kickingball en la población de Laurel, Estado Miranda, con el objeto de conformar un Reglamento Nacional que rija la disciplina. Este congreso contó con la presencia de 12 Estados: Aragua, Bolívar, Carabobo, Delta Amacuro, Falcón, Guarico, Distrito Capital, Miranda, Mérida, Lara, Monagas y Zulia; en donde se lograron importantes acuerdos.

Vale destacar que el Kickingball fue incluido como deporte oficial en los Juegos Universitarios Nacionales de Educación Superior (JUVINES), desde las eliminatorias del Pre-Juvines 2.001, realizadas en Mérida, Estado Mérida, hasta los próximos Juvines 2.002 (Octubre) realizados en Valencia, Estado Carabobo. Fue para el 29 de Septiembre del 2.001, cuando se constituyó la Federación Venezolana de Kickingball (FEVENKIC), con nueve (9) Asociaciones deportivas constituidas que son: Anzoátegui, Bolívar, Carabobo, Delta Amacuro, Miranda, Monagas, Nueva Esparta, Sucre y Zulia, los cuales eligieron la primera Junta Directiva.

Para el año 2.002 en la ciudad de Mérida se abre la escuela del Estado para fortalecer y capacitar a las niñas, jóvenes y adultos que deseen practicar este deporte en forma organizada, dicha escuela funciona en las instalaciones del Club Militar los días Miércoles y Viernes por las tardes. El primer paso en cuanto a Campeonato Nacional de desarrollo de esta novel Federación ocurrió en Marzo de 2.002 en la ciudad de Mérida, Estado Mérida, con importante ayuda de la ilustre Universidad de Los Andes, ULA.

Según la Asociación de Kickingball del Estado Mérida ASOKICME, este es un término inglés que traduce: pateando balón o patear balón. Asimismo, señala en los años 60 en los juegos vacacionales de los colegios norteamericanos, se ideó un entrenamiento, con la intención de usar la menor cantidad de material deportivo. Así entonces, se comenzó la práctica del Kickingball; jugando con un balón de fútbol por un grupo de niños y niñas recogiendo la pelota golpeada con el pie, muy similar al béisbol, pero sin guantes y sin bate.

Esta disciplina deportiva se desarrolla a través del enfrentamiento de dos equipos, cada uno de ellos conformado por diez jugadoras y consiste en anotar el mayor número de carreras que sean posibles y evitar que el otro equipo las anote, ganando al final del partido el equipo que haya anotado más carreras en conformidad con el reglamento que rige dicha disciplina. Al respecto Suárez (2005) señala que:

- El Kickingball es un juego entre dos equipos de diez jugadores cada uno, con suficientes sustitutos y entrenadores, bajo la dirección de un representante, jugado de acuerdo con estas reglas, en un campo oficial .
- El objetivo de cada equipo es ganar por medio del mayor número de carreras anotadas, de acuerdo con estas reglas.
- La distancia entre todas las bases será de 21,10 metros la distancia entre el punto del plato (home plate) y el frente del cajos del lanzador será de 14.60 metros.
- La distancia entre el plato y la segunda base será de 29.69 metros.
- En el punto donde se encuentran el plato se trazará un círculo cuyo diámetro será de sesenta centímetros (treinta centímetro de radio). Este círculo estará considerado la zona de strike.
- La pelota oficial de Kickingball será de forma regular, tipo semicuero, numero S-4, de siete libras, y debe medir no menos de 63 centímetros de circunferencia.
- Los uniformes: estarán compuestos de camisa o franela, pantalón, gorra (opcional), medias de diseño regular para fútbol y guayos, serán usados por todas las jugadoras. No se permite usar botones de vidrio o metal pulido en el uniforme. Las camisas o franelas de los jugadores deben ir numerados, no permitiéndose la repetición de números de un mismo equipo. La eventual falta de números no impedirá su participación, pero el árbitro pasará el uniforme al organismo competente quien tomará las medidas pertinentes.

Por otra parte, el desarrollo de esta disciplina deportiva proporciona reglas constitutivas que las atletas deben conocer y cumplir, lo cual contribuye a la construcción de valores importantes para la convivencia social, de igual manera, ayuda en el desarrollo de habilidades y destrezas deportivas entre las que lo practican.

Al mismo tiempo, es importante señalar que este deporte cuenta con una Federación Nacional y una Asociación del Estado, así como con su propio reglamento y estatutos que rigen tanto el juego como los clubes.

En consideración a lo expresado, es importante resaltar que esta disciplina deportiva requiere de la estructuración de planes y programas de promoción que permitan darlo a conocer en el área comunitaria y escolar, señalando las ventajas, objetivos y metodología para la práctica de este deporte.

Promoción Deportiva

El deporte se ha convertido, en la sociedad en un modo enormemente popular de emplear el tiempo de ocio de los ciudadanos. A medida que el hombre ha ido transformando su entorno natural, ha modificado también las habilidades necesarias para adaptarse a él. Quizá una de las razones por las que el deporte ocupa un lugar tan destacado en los actuales momentos se deba a los grandes cambios operados en la actividad diaria de los seres humanos.

Los desplazamientos en medios de transporte, la mecanización creciente de las herramientas, las prolongadas jornadas de trabajo en espacios reducidos y con escasa movilidad física, la invasión masiva de la informática en los más diversos sectores de la producción y de los servicios, entre otros, todo ello contribuye, precisamente, a resaltar la importancia que tiene mantener un mínimo de actividad física que facilite el funcionamiento de un organismo que es fruto biológicamente de un proceso de adaptación a circunstancias muy diferentes de las que hoy constituye la vida cotidiana. Al respecto, Gutierrez (1995) expresa que “parece que muchos coinciden en señalar que la progresiva relevancia del deporte, así como el deterioro en las formas de practicarlo, sobre todo en los últimos tiempos, ha puesto en tela de juicio esa tradicional creencia de que el deporte promueve los valores éticos y forma el carácter”

Es por ello, el gran interés de la sociedad actual por promover la práctica deportiva, como contribución al desarrollo completo de la persona al sumir el cuidado de su cuerpo y el desarrollo de esta dimensión como un aspecto central, además en la práctica deportiva se vivencian y aprenden los valores del trabajo en equipo, la perseverancia, la orientación a metas, entre otras. De allí, que la actividad deportiva realizada de forma colectiva, es entendida como una experiencia formativa, continua, selectiva, electiva y vinculada a una disciplina, por cuanto constituye para el ser humano una experiencia altamente significativa, que a la vez interpreta ampliamente sus intereses.

En tal sentido, es importante señalar que promoción deportiva propone la creación de diferentes espacios destinados a la práctica del deporte, actividad física y el juego, con el objeto de promover la inclusión del mayor porcentaje de personas a la práctica deportiva; por cuanto según expresa Cabillon (2005) “el deporte y la actividad física en el mundo de hoy son considerados medios aptos para combatir males de la vida moderna como el sedentarismo, tensiones, obesidad, estrés, en fin, trastornos que produce la vida actual” .

De allí, la necesidad de promover de forma activa la práctica constante de la actividad deportiva por parte del ciudadano, debido a que la vida moderna ha reducido enormemente la actividad física de muchas personas. Las condiciones de este tipo de vida ya no exigen hacer ejercicio con una frecuencia y un volumen suficiente como para generar beneficios en la salud. A pesar de aumentar las oportunidades, la población en general no hace ejercicio voluntariamente, por lo que existe la necesidad urgente de planes de promoción de la actividad deportiva para establecer su pertinencia, estimular patrones de actividad frecuente con miras a largo plazo y ayudar a que la gente joven reconozca el valor del deporte para la salud.

De la misma manera, en la promoción deportiva es necesario estimular, organizar, coordinar y dirigir los recursos humanos y materiales, con el propósito de lograr objetivos deportivos, por lo que es indispensable que el gerente deportivo posea conocimientos en el diseño de metodologías de trabajo comunitario, poseer conciencia que le permita identificar las fortalezas y debilidades presentes, debe promover la participación y cooperación de la comunidad, a fin de abocarse de manera conjunta a la solución de los problemas presentados. En este orden de ideas, Cabillon (2005) expone que el gerente como promotor deportivo: "... es un agente de cambio social, comprometido con el medio y decidido a lograr la participación de toda la comunidad, como forma de alcanzar lo objetivos previstos..." (p. 68). Es un recurso humano para buscar soluciones a los problemas del medio en que se desenvuelve y así lograr la incorporación masiva de la comunidad a la práctica deportiva.

Es importante señalar que la promoción deportiva busca la incorporación masiva de la población a la práctica de actividades deportivas recreativas y para la salud, convirtiendo a las organizaciones deportivas en los principales entes proveedores de los servicios para el mejor aprovechamiento del tiempo libre y de ocio de la población. A través de este, se busca fomentar la participación activa de la sociedad civil, involucrándola en la conformación de los organismos para la promoción deportiva, así como también en la elaboración de los planes y estrategias deportivas dirigidas a sus comunidades. En tal sentido, Del Solar (2005) expresa que "la promoción deportiva se basa en la necesidad de lograr la incorporación de la gran mayoría de la población a la practica de actividades deportivas"

Promocionar una disciplina deportiva conlleva a establecer los parámetros y las limitantes que este hecho implica, entonces es imprescindible regirse por normas y reglamentos que a su vez dependen de leyes. Por ello es necesario un basamento legal.

Bases Legales

La Fundamentación legal de la investigación esta establecida en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). La ley Orgánica del Deporte (1995); en relación a la constitución, en su artículo 111, establece que:

Todas las personas tienen derecho al deporte y la recreación como actividades que benefician la calidad de vida individual y colectiva. El Estado asumirá el deporte y la recreación como política de educación y salud pública y garantizará los recursos para su promoción. La educación física y el deporte cumplen un papel fundamental en la formación integral de la niñez y la adolescencia. Su enseñanza es obligatoria en todos los niveles de la educación pública y privada hasta el ciclo diversificado, con las excepciones que establezca la Ley. El Estado garantizará la atención integral de los y las deportistas sin discriminación alguna, así con el apoyo al deporte de alta competencia y la evaluación de las entidades deportivas del sector público y privado, de conformidad con la ley. La Ley establecerá incentivos y estímulos a las personas, instituciones y comunidades que promuevan a los y las atletas y desarrollen o financien planes, programas y actividades deportivas en el país. (p. 15)

Este artículo de la constitución conforma el basamento jurídico por el cual debe regirse todo lo referente a la actividad deportiva en el país; así mismo establece la responsabilidad del Estado para el cumplimiento de lo estipulado en dicho artículo. Al mismo tiempo, la Ley del Deporte (1995) en el artículo 3, establece que:

El deporte tiene por finalidad fundamental coadyuvar en la formación integral de las personas en lo físico, intelectual, moral y social, a través del desarrollo, mejoramiento y conservación de sus cualidades físicas y morales; fomentar la recreación y la sana inversión del tiempo libre; educar para la comprensión y respeto recíprocos; formar el sentido de la responsabilidad y amistad; así como estimular el mayor espíritu de superación y convivencia social, la competitividad, la tenacidad, la autoestima, el bienestar de la población y el espíritu de solidaridad entre las naciones (p. 5).

En función a lo que expresa el artículo, es importante referir que el mismo refleja la necesidad de promover la práctica deportiva como un recurso para

contribuir a la formación integral del venezolano. Así como, la necesidad de lograr insertar en el ámbito deportivo los aspectos fundamentales de la gerencia con la finalidad de alcanzar altos niveles de eficiencia en la promoción de las diversas disciplinas deportivas.

Establecidas las bases legales y su importancia para la investigación es determinante contar con la metodología que nos indique los pasos a seguir en la elaboración del plan estratégico para la promoción de la disciplina del kickinball en el Estado Mérida.

www.bdigital.ula.ve

Cuadro 1

Operacionalización de Variables

Objetivo General: Proponer un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida.

<i>Objetivos Específicos</i>	<i>Variable</i>	<i>Dimensión</i>	<i>Indicador</i>	<i>Ítem</i>
Diagnosticar las estrategias que se ejecutan en la actualidad para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida. Determinar las estrategias que contribuyen en la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida.	Plan Estratégico	Gerencia Deportiva	- Actividades.	1,2
			- Recursos.	3,4
			- Objetivos.	5,6
			- Responsabilidad.	7,8
			- Formulación de Políticas.	9,10
Diseñar un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida	Promoción del Kickingball	Estrategias	- Toma de Decisiones	11,12
			- Jornadas.	13,14
			- Publicidad.	15,16
			- Motivación.	17,18
			- Iniciativa.	19,20

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de Investigación

La presente investigación tuvo por finalidad proponer un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida. La misma se apoyó en una investigación de campo, dado que la información se obtendrá en forma directa de los dirigentes y gerentes deportivos de la disciplina de Kickingball, en sus ambientes de trabajo, al respecto, la investigación de campo, según Sabino (1997) expresa que “se basó en los datos primarios, obtenidos directamente de la realidad” (p. 98).

Asimismo, es descriptiva, debido a que bajo esta concepción, el estudio planteado describió en forma específica las características inherentes a la investigación. En esta dirección Hernández, Fernández y Baptista (1998: 60), expresan que: “Los estudios descriptivos consisten en describir situaciones y eventos. Es decir como se manifiesta cada fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”.

Finalmente se enmarcó en la modalidad de proyecto factible, por cuanto consistirá en elaborar una propuesta para darle solución al problema planteado. En este sentido, la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2001: 7) define el proyecto factible como: “Un modelo operativo variable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales”.

Dada la naturaleza de la modalidad de proyecto factible, la presente investigación se desarrolló en tres fases en concordancia con lo expresado por Hurtado (2000), estas son:

Fase I Diagnóstico: Permitió realizar una investigación de campo, se elaboró el instrumento necesario para obtener el diagnóstico sobre las variables en estudio; los mismos fueron validados través del juicio de tres expertos, luego se aplicaron y los datos obtenidos fueron tabulados, delimitando las frecuencias y porcentajes.

Fase II Factibilidad: Sobre la base del análisis de los resultados obtenidos en los instrumentos aplicados, se emitieron las respectivas conclusiones que permitieron observar la existencia de la posibilidad cierta de desarrollar el plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida.

Fase III Diseño: Abarcó el diseño de un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida.

Participantes

En esta investigación los participantes están conformados por cinco (05) directivos de la Asociación de Kickingball del Estado Mérida, cuatro (04) entrenadores y ocho (08) directivos pertenecientes a igual número de clubes.

Cuadro 2

Participantes

Institución	Directivos Asociación	Entrenadores	Dirigentes Clubes
Asociación y Clubes de Kickingball,	05	04	08
Total de Participantes	17		

Fuente: Asociación de Kickingball del Estado Mérida (2007)

Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos

La técnica que se utilizará para la recolección de datos será la encuesta. La misma se aplicará a todos los participantes señalados anteriormente; según Hernández y otros (1998: 263) una encuesta “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmación o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se les administra”. Y como instrumento el cuestionario . El cual es definido por Hernández y otros (1998) como:

Un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se les administra. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que muestre su reacción eligiendo uno de los cinco puntos de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el sujeto obtiene una puntuación respecto a la afirmación y al final se obtiene su puntuación total sumando las obtenidas en relación con todas las afirmaciones. (p. 263)

En este mismo orden de ideas, para el diseño del cuestionario se recurrió a la escala tipo likert, el cual según Hernández y otros (1998: 263): “Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se administra”. En el caso específico del estudio, el instrumento estuvo elaborado por veinte (20) ítems con cinco alternativas: siempre (S), casi siempre (C/S), algunas veces (A/V), casi nunca (C/N) y nunca (N). (Ver Anexo A)

Validez del Instrumento

La validez para Hernández y otros (1998: 143), “se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que mide”. Para analizar la validez de contenido se utilizará la técnica de “juicio de expertos” que permite determinar si los ítems usados en la conformación del cuestionario son

adecuados en cuanto a si estos miden las variables objeto de estudio. En tal sentido se entregaron los instrumentos a un grupo de tres expertos con el grado de magíster en educación, quienes emitieron algunas consideraciones en cuanto a pertinencia, redacción, correspondencia del ítem y opciones. (Ver Anexo B)

La validación de los instrumentos se efectuó en primer lugar con la revisión del marco teórico que sustenta las dimensiones a evaluar, considerando tanto los objetivos específicos como la estructura del contenido de cada uno de los ítems. Luego se aplicó el Coeficiente de Proporción de Rango CPR., que según, Hernández (1995: 3) define como: “El algoritmo que permite calcular la validez de contenido de cada ítems, la validez de contenido de todo instrumento y el nivel de concordancia entre jueces que validarán la prueba”. El CPR se interpreta de la siguiente manera:

1. Menor que 0.80, validez y concordancia inaceptables.
2. Mayor de 0.80 y menor de 0.90, buena validez y concordancia.
3. Mayor de 0.90 hasta un máximo de 1.00, excelente validez y concordancia.

Como resultado de la validez de la prueba, se obtuvo como Coeficiente de Proporción de Rangos un valor igual a 1 cuyo valor indica que la prueba presente tiene una excelente validez y concordancia, en este sentido el CPR fue igual a: 0.95, por lo cual se considera un instrumento altamente válido. (Anexo C).

Confiabilidad del Instrumento

Para obtener la confiabilidad de los instrumentos se procedió a realizar una prueba piloto diez (10) sujetos, la cual se aplicó a un grupo de dirigentes y gerentes deportivos de otra disciplina deportiva con características similares a la población en estudio y ajenos de la misma, en concordancia con lo expresado por Hernández y otros, (1998: 426) quienes señalan que: “En esta prueba se analiza si las instrucciones se comprenden y si los ítems funcionan adecuadamente. Los resultados se usaran para calcular la confiabilidad y de ser posible la validez del instrumento de medición.

Asimismo, es importante señalar que el instrumento de medición debe contener a todos los ítems del dominio de contenido de las variables a medir. En este sentido Hernández y Otros, (1998) señala:

Requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente. (p.251).

A efectos de interpretar los resultados obtenidos, será necesario recurrir a los niveles de confiabilidad establecidos por Best (1990) citado por Chávez (1994), según el cual de acuerdo a esta escala, mientras más se acerca a 1 el valor del índice de confiabilidad, más alto es el grado de confiabilidad.

Los datos obtenidos se procesaron en forma computarizada aplicando como estimador el Coeficiente de Cronbach para proporcionar una medida de consistencia interna del cuestionario, utilizando para ello un paquete estadístico SPSS para Windows versión 10.0, como resultado de la confiabilidad aplicada a la prueba piloto, se obtuvo un Coeficiente Alpha = de 0.8348, el cual se interpreta como instrumento altamente confiable. (Anexo D)

Técnica de Análisis de los Datos

Una vez aplicado el instrumento y obtenidas las respuestas, se procedió a analizar cuantitativa y cualitativamente los mismos de acuerdo al carácter de cada uno. En consecuencia se realizó el vaciado de los datos a un tabulador para tal fin, que permitió derivar las frecuencias y porcentajes correspondientes a las alternativas presentadas; seguidamente estos fueron referidos a través de cuadros y gráficos donde reflejaron la importancia de los aspectos emitidos en el planteamiento, así como la fundamentación técnica de la investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Diagnóstico que Sustenta la Propuesta

Se establece en este capítulo, los aspectos más relevantes de la investigación, producto de la aplicación del instrumento de recolección de información y en base a las variables, dimensiones e indicadores que orientaron el estudio; en tal sentido, se presentan los resultados de la aplicación del cuestionario a través de cuadros y gráficos cuantitativos y cualitativos. Para ello se estableció el sistema de análisis al cual Ander (1998) se refiere:

Los datos en sí mismo tienen limitada importancia, es necesario hacerlos hablar. En ello consiste la esencia del análisis, es resumir las observaciones llevadas a cabo en forma tal que proporcionen respuestas a las interrogantes planteadas en la investigación. (p.14)

Los datos se tabularon en cuadros de frecuencia y porcentajes, realizando un análisis descriptivo de las frecuencias observadas en cada uno de los ítems del cuestionario, los que se presentaron en cuadros y gráficos; asimismo, se agruparon de acuerdo a los indicadores del estudio, en ellos se reflejan la frecuencia acumulada y los porcentajes por cada ítem, lo que condujo al análisis cualitativo de los mismos. Para visualizar esta información numérica, se procedió a elaborar gráficos de barras, los cuales están segmentados de acuerdo a las alternativas: siempre (S); casi siempre (CS); algunas veces (A/V), casi nunca (CN) y nunca (C).

A continuación se presentan los cuadros y gráficos segmentados de acuerdo a las variables, dimensiones indicadores y alternativas antes señaladas, lo cual permitirá una mejor visualización de la información numérica, así como del análisis cualitativo:

Cuadro 3

Variable: Plan Estratégico

Dimensión: Gerencia Deportiva

Indicador: Actividades

Nº	Ítem		Alternativas				
			S	C/S	A/V	C/N	N
01	La gerencia de la disciplina del Kickingball realiza constantes actividades de promoción de esta disciplina deportiva?	F	0	2	7	5	3
		%	0	11.7	41.2	29.4	17.7
02	¿Posee la dirigencia de la disciplina del Kickingball un plan de actividades de promoción de la misma.?	F	0	0	3	8	6
		%	0	0	17.7	47.1	35.2

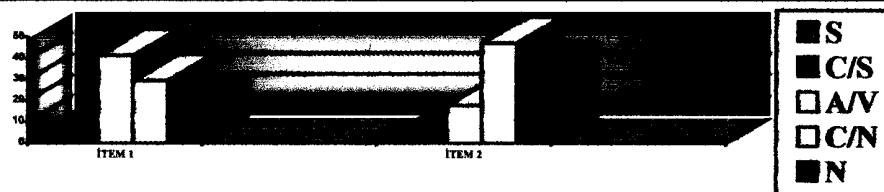


Gráfico 1 Indicador: Actividades

Las respuestas emitidas por la población sujeto de estudio y tabuladas en el cuadro 3, gráfico 1, muestran en relación al ítem 1 que los encuestados señalan en un 41.2% que algunas veces la gerencia de la disciplina del Kickingball realiza actividades de promoción de esta disciplina deportiva, el 29.4% casi nunca, 17.7% nunca y el 11.7% casi siempre. Al mismo tiempo, los encuestados en función al ítem 2, respondieron en un 47.1% que casi nunca la dirigencia de la disciplina Kickingball posee un plan de actividades de promoción de la misma, 35.2% nunca y 17.7% algunas veces.

Los resultados obtenidos reflejan la ausencia de formulación y ejecución de planes de promoción de la disciplina del Kickingball, lo cual produce cierta deficiencia en la captación de nuevos practicantes que contribuyan a generar un proceso de masificación efectiva que transforme a esta disciplina deportiva entre unas de las más aceptada por la población merideña, en especial entre niños, niñas y jóvenes. Al respecto, Ferrando (2000) señala que “la planificación estratégica en el ámbito deportivo es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos y objetivos”.

Cuadro 4

Variable: **Plan Estratégico**Dimensión: **Gerencia Deportiva**Indicador: **Recursos**

Nº	Ítem		Alternativas				
			S	C/S	A/V	C/N	N
03	¿Cuentan los dirigentes deportivos del Kickingball con los recursos necesarios para la promoción de esta disciplina deportiva?	F	0	2	4	8	3
		%	0	11.7	23.5	47.1	17.7
04	¿Considera de utilidad generar planes estratégicos de promoción del Kickingball para el uso adecuado de los recursos existentes?	F	9	5	3	0	0
		%	52.9	29.4	17.7	0	0

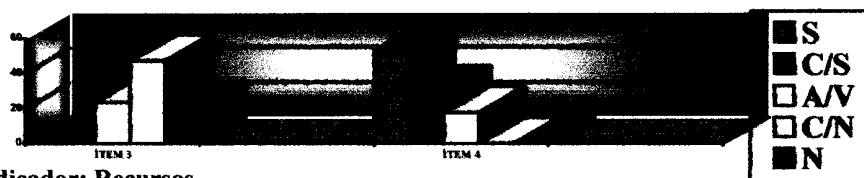


Gráfico 2 Indicador: Recursos

En relación a los resultados emitidos por los encuestados, reflejados en el cuadro 4 y gráfico 2, se observa que en el ítem 3, opinaron en 47.1% que casi nunca los dirigentes deportivos del Kickingball cuentan con los recursos para la promoción de esta disciplina, el 23.5% algunas veces, 17.7% nunca y 11.7% casi siempre. Igualmente, en el ítem 4, se muestra que la población en estudio manifiesta en un 52.9% que siempre considera necesario generar planes estratégicos de promoción del Kickingball para el uso adecuado de los recursos existentes, 29.4% casi siempre y 17.7% algunas veces.

Estos resultados reflejan que los sujetos en estudio carecen de los recursos necesarios para desarrollar de forma efectiva actividades de promoción deportiva de la disciplina de Kickingball, aspectos que puede ser minimizado a través del diseño de una planificación estratégica gerencial que permita un uso adecuado y provechoso de los recursos con que se cuenta. En tal sentido, Etzioni (2000) que la "planificación estratégica es el proceso de decidir sobre objetivos de la organización, sobre los cambios de estos objetivos y políticas que deben gobernar la adquisición, uso y organización de estos recursos".

Cuadro 5

Variable: **Plan Estratégico**Dimensión: **Gerencia Deportiva**Indicador: **Objetivos**

Nº	Ítem		Alternativas				
			S	C/S	A/V	C/N	N
05	¿Se encuentran establecidos en un plan estratégico los objetivos a lograr a través de la promoción del Kickingball?	F	0	0	0	10	7
		%	0	0	0	58.8	41.2
06	¿Es necesario que los dirigentes deportivos del Kickingball, establezcan objetivos que contribuyan a la promoción de la misma?.	F	9	8	0	0	0
		%	52.9	47.1	0	0	0

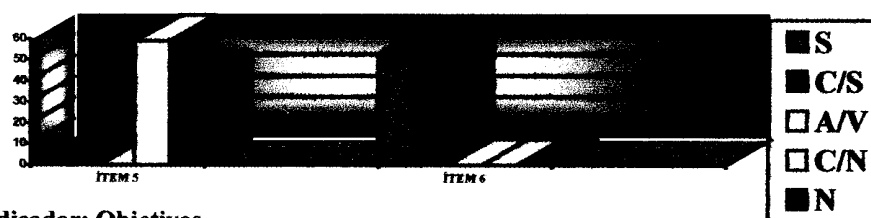


Gráfico 3 Indicador: Objetivos

Los resultados contenidos en el cuadro 5 y gráfico 3 reflejan que la población encuestados para el ítem 5, afirman en un 58.8% que casi nunca se encuentran establecidos en un plan estratégico los objetivos a lograr a través de la promoción del Kickingball, y el restante 41.2% nunca. De igual forma, en relación al ítem 6, respondieron en un 52.9% que siempre es necesario que los entes deportivos del Kickingball, establezcan objetivos que contribuyan a la promoción de la misma y 47.1% casi siempre.

Estos resultados, conduce a referir que en las organizaciones deportivas relacionadas con el Kickingball, no se formulan planes gerenciales con objetivos dirigidos a la promoción de esta disciplina deportiva, lo que pudiera estar sucediendo debido al desconocimiento de los dirigentes y gerentes deportivos de todo lo relacionado con al formulación y estructuración de los planes estratégicos gerenciales. Al respecto, Sallenave (1999) expresa que en “la planificación estratégica un requisito obvio para un objetivo es que su logro debe apoyar los propósitos y misiones básicos de la organización. Además, debe guiar a la misma en la dirección identificada por los propósitos y misiones básicos” (p. 35).

Cuadro 6

Variable: **Plan Estratégico**Dimensión: **Gerencia Deportiva**Indicador: **Responsabilidad**

N°	Ítem		Alternativas				
			S	C/S	A/V	C/N	N
07	¿Se establece a través de un plan estratégico las diferentes responsabilidades en materia de promoción del Kickingball?	F	0	0	0	5	12
		%	0	0	0	29.4	70.6
08	¿Posee los entes deportivos relacionados con el Kickingball, personal responsable de las actividades de promoción?.	F	15	2	0	0	0
		%	88.3	11.7	0	0	0

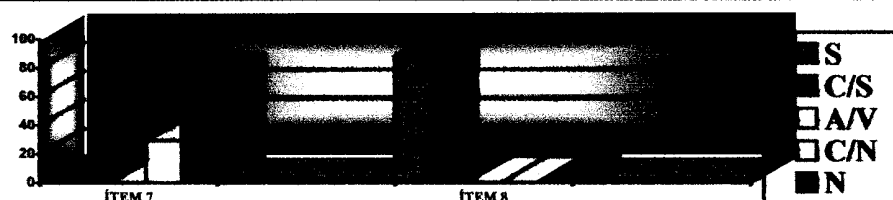


Gráfico 4 Indicador: Responsabilidad

Los datos reflejados en el cuadro 6 y gráfico 4 en relación al ítem 7, evidencian que la población encuestada opina en un 70.6% que nunca se establecen a través de un plan estratégico las diferentes responsabilidades en materia de promoción del Kickingball, el 29.4% casi nunca. Por otra parte, en cuanto al ítem 8, opinaron en un 88.3% que siempre los entes deportivos relacionados con el Kickingball, poseen personal responsable de las actividades de promoción y el 11.7% casi siempre.

Lo expuesto anteriormente, permite indicar que las organizaciones deportivas relacionadas con el Kickingball, poseen personal responsable para realizar trabajo de promoción de esta disciplina, estas no generan un plan estratégico gerencial que establezca de forma organizada y funcional las responsabilidades, así como actividades a realizar por los encargados de la promoción deportiva con al finalidad de realizar un trabajo organizado, sistemático y efectivo. En tal sentido, Steiner (1998) señala que en la planificación estratégica se establecen con claridad las actividades a desarrollar por cada uno de los responsables de las acciones y procesos allí establecidos” (p. 20).

Cuadro 7

Variable: **Plan Estratégico**Dimensión: **Gerencia Deportiva**Indicador: **Formulación de Políticas**

N°	Ítem		Alternativas				
			S	C/S	A/V	C/N	N
09	¿Poseen los entes deportivos del Kickingball, políticas efectivas de promoción de esta disciplina deportiva?	F	0	0	0	6	11
		%	0	0	0	35.3	64.7
10	¿Considera necesario formular políticas efectivas de promoción del Kickingball a través de planes estratégicos?	F	16	1	0	0	0
		%	94.1	5.9	0	0	0

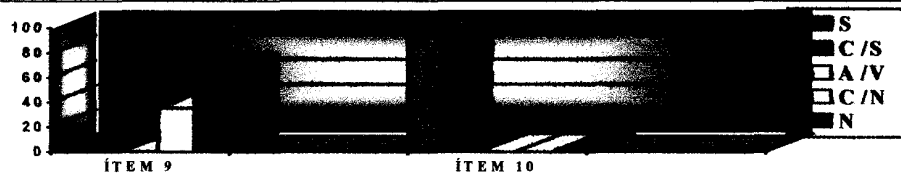


Gráfico 5 Indicador: Formulación de Políticas

Según los resultados que se muestran en el cuadro 7 y gráfico 5, se puede observar que en el ítem 9, la población en estudio opinó en un 64.7% que nunca los entes deportivos del Kickingball, poseen políticas efectivas de promoción de esta disciplina deportiva, el 35.3% casi nunca. Asimismo, en relación al ítem 10, respondieron en un 94.1% que siempre consideran necesario formular políticas efectivas de promoción del Kickingball a través de planes estratégicos, el 5.9% casi siempre.

Los resultados, muestran que la población sujeto de estudio considera que a pesar de no existir en la actualidad políticas claras y efectivas para la promoción del Kickingball, los dirigentes y gerentes de este deporte deben crear los espacios necesarios para la formulación de un plan estratégico gerencial donde se formulen de forma organizada y sistemáticas la políticas de promoción que permitan atraer la mayor número de personas a la práctica deportiva del Kickingball. Al respecto, Sallenave (1999) refiere que “la planificación estratégica contribuye a la formulación de políticas que favorecen en la organización la identificación y definición de sus principios y fines”.

Cuadro 8

Variable: **Plan Estratégico**Dimensión: **Gerencia Deportiva**Indicador: **Toma de Decisiones**

N°	Ítem		Alternativas				
			S	C/S	A/V	C/N	N
11	¿Participa en el proceso de toma de decisiones para la estructuración de los planes de promoción del Kickingball?.	F	0	0	2	6	9
		%	0	0	11.8	35.3	52.9
12	¿Considera que los planes estratégicos facilitan el proceso de toma de decisiones en la promoción deportiva?	F	10	5	2	0	0
		%	58.8	29.4	11.8	0	0



Gráfico 6 Indicador: Toma de Decisiones

Los resultados obtenidos, reflejados en el cuadro 8 y gráfico 6, muestran que los encuestados en el ítem 11, opinaron en un 52.9% que nunca participan en el proceso de toma de decisiones para la estructuración de los planes de promoción del Kickingball, el 35.3% casi nunca y 11.8% algunas veces. Por otra parte, en cuanto al ítem 12, respondieron en un 58.8% que siempre consideran que los planes estratégicos facilitan el proceso de toma de decisiones en la promoción deportiva, el 29.4% casi siempre y 11.8% algunas veces.

Lo expuesto, conduce a señalar que la gerencia deportiva establecida en la disciplina del Kickingball, se desarrolla bajo modelos tradicionales donde los procesos de toma de decisiones son cerrados o exclusivos de los altos dirigentes, lo cual redundaría de forma negativa en el desempeño organizacional de dichos entes, así como en la promoción de esta disciplina deportiva. En tal sentido, Sallenave (1999) señala que la planificación estratégica permite un proceso de toma de decisiones participativo y efectivo que contribuye a visualizar de forma positiva el direccionamiento de la organización hacia el futuro”.

Cuadro 9

Variable: **Promoción del Kickingball**Dimensión: **Estrategias**Indicador: **Jornadas**

N°	Ítem		Alternativas				
			S	C/S	A/V	C/N	N
13	¿Se desarrollan jornadas de promoción del Kickingball?	F	0	0	7	6	4
		%	0	0	41.2	35.3	23.5
14	¿La dirigencia regional posee un plan estratégico contentivo de jornadas de competencias con el propósito de promover la práctica deportiva del Kickingball?	F	0	0	0	11	6
		%	0	0	0	64.7	35.3

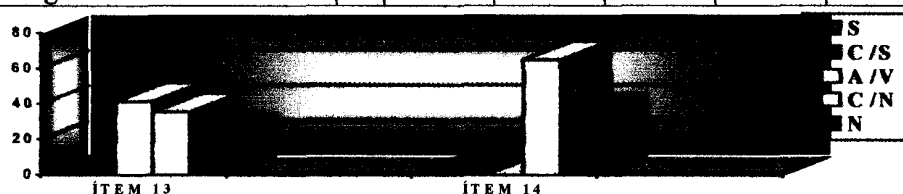


Gráfico 7 Indicador: Jornadas

Tomando en cuenta los promedios de frecuencia obtenidos por las respuestas de la población en estudio, en relación al ítem 13, registrados en el cuadro 9 y gráfico 7 se puede observar que los mismos opinaron en un 41.2% que algunas veces se desarrollan jornadas de promoción del Kickingball, el 35.3% casi nunca y 23.5% nunca. Al mismo tiempo, en el ítem 14, respondieron en un 64.7% que casi nunca la dirigencia regional posee un plan estratégico contentivo de jornadas de competencias con el propósito de promover la práctica deportiva del Kickingball y el 35.3% nunca.

En consideración a los datos obtenidos, es necesario señalar que los mismos revelan una tendencia pronunciada en relación a la ausencia de un plan estratégico de promoción del Kickingball, que permita la conquista de amplios sectores de la población en la práctica de dicha disciplina, con la finalidad de ubicarla en los primeros lugares de preferencia de los habitantes del estado Mérida. En tal sentido, Del Solar (2005) expresa que “una efectiva promoción deportiva debe estar enmarcada en un plan gerencial donde se establezcan los objetivos y propósitos claros”.

Cuadro 10

Variable: **Promoción del Kickingball**Dimensión: **Estrategias**Indicador: **Publicidad**

Nº	Ítem		Alternativas				
			S	C/S	A/V	C/N	N
15	¿Cuenta el Kickingball con apoyo publicitario para su promoción?	F	0	0	0	0	17
		%	0	0	0	0	100
16	¿La formulación de un plan de promoción de Kickingball se maneja a través de los medios de comunicación?	F	0	0	0	3	14
		%	0	0	0	17.7	82.3

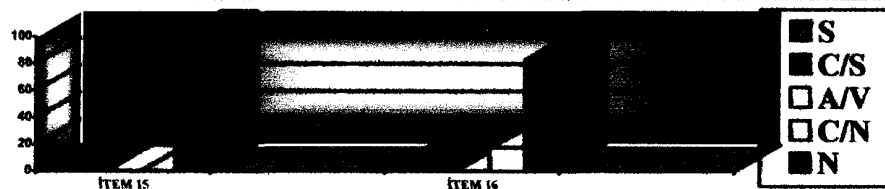


Gráfico 8 Indicador: Publicidad

Los resultados contenidos en el cuadro 10 y gráfico 8 muestran los resultados emitidos por la población encuestada en el ítem 15, donde respondieron en un 100.0% que nunca cuenta el Kickingball con apoyo publicitario para su promoción. Por otra parte, en el ítem 16, opinaron en 82.3% que nunca la dirigencia regional formula un plan de promoción del Kickingball a través de los medios de comunicación social y el 17.7% casi nunca.

Estos resultados, permiten señalar que ante la carencia de medios publicitarios que contribuyan a desarrollar un proceso de promoción del Kickingball, es necesario generar alternativas que conduzcan al aprovechamiento de los medios de comunicación como recursos publicitarios para la promoción de esta disciplina deportiva, para ello se requiere de la conformación de planes estratégicos que contemple de forma organizada la promoción publicitaria. Al respecto, Del Solar (2005) señala que en “la promoción deportiva el primer recurso publicitario son los medios de comunicación”.

Cuadro 11

Variable: **Promoción del Kickingball**Dimensión: **Estrategias**Indicador: **Motivación**

Nº	Ítem		Alternativas				
			S	C/S	A/V	C/N	N
17	¿Las actuales actividades de promoción del Kickingball poseen la motivación necesaria para atraer el interés de la gente?	F	0	0	4	6	7
		%	0	0	23.5	35.3	41.2
18	¿Considera necesario motivar a la dirigencia en la promoción del Kickingball?	F	13	4	0	0	0
		%	76.5	23.5	0	0	0

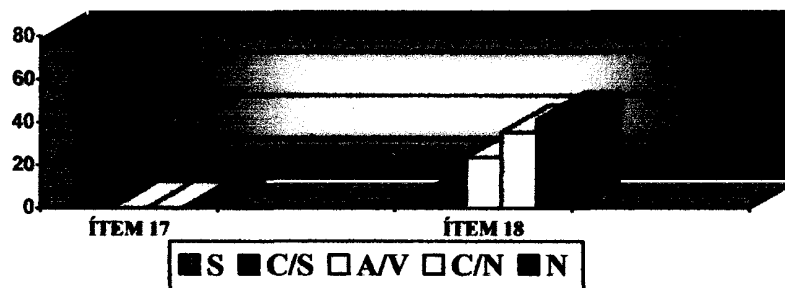


Gráfico 9 Indicador: Motivación

Al observar el cuadro 11 y gráfico 9, ítem 17, se evidencia que la población en estudio respondió en un 41.2% que nunca las actuales actividades de promoción del Kickingball poseen la motivación necesaria para atraer el interés de la gente, el 35.3% casi nunca y 23.5% algunas veces. Al mismo tiempo, en relación al ítem 18, los encuestados opinaron en un 76.5% que siempre consideran necesario motivar a la dirigencia en la promoción del Kickingball y el restante 23.5% casi siempre.

En tal sentido, es importante resaltar que los resultados evidencian que según la población en estudio, las actividades de promoción del Kickingball que se realizan en la actualidad carecen del aspecto motivacional necesario para atraer el interés de la población por la práctica esta disciplina deportiva. Al respecto, Romero (1999) señala que “motivar al logro en la búsqueda de la eficiencia es pensar en el uso de los recursos y valorar esos recursos, con la finalidad de lograr las metas propuestas en menor tiempo”.

Cuadro 12

Variable: **Promoción del Kickingball**Dimensión: **Estrategias**Indicador: **Iniciativa**

Nº	Ítem		Alternativas				
			S	C/S	A/V	C/N	N
19	¿Cuenta la dirigencia con la iniciativa necesaria para la promoción del Kickingball?	F	3	6	4	2	2
		%	17.6	35.3	23.5	11.8	11.8
20	¿La dirigencia regional ha propuesto un plan estratégico de promoción del Kickingball?	F	0	0	3	12	2
		%	0	0	17.6	70.6	11.8

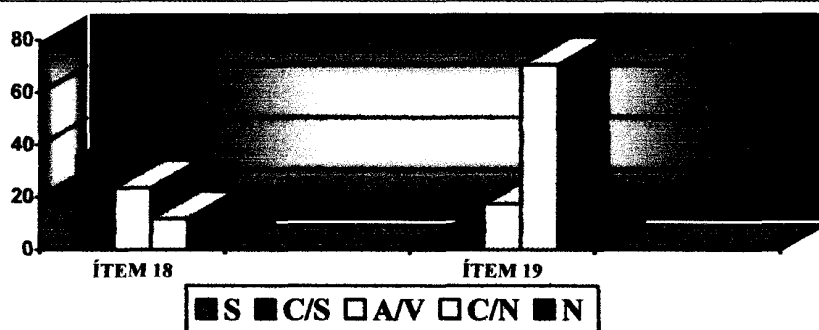


Gráfico 10 Indicador: Iniciativa

Con respecto al cuadro 12 y gráfico 10, perteneciente al indicador iniciativa, correspondiente al ítem 19, se tiene que los encuestados opinaron en un 35.3% que casi siempre la dirigencia muestra poseer la iniciativa necesaria para la promoción del Kickingball, el 23.5% algunas veces, 17.6% siempre, 11.8% casi nunca y 11.8% nunca. Al mismo tiempo, en función al ítem 20, los docentes respondieron en 70.6% que casi nunca la dirigencia regional ha propuesto un plan estratégico de promoción del Kickingball, el 17.6% algunas veces y el 11.8% nunca.

Los resultados reflejan que la población consultada manifiesta que a pesar de poseer la iniciativa necesaria para llevar a cabo actividades de promoción deportiva del Kickingball, estos no han presentado un plan para dicho fin, lo cual pudiera estar sucediendo por el desconocimiento de estos sobre la formulación y diseño de un plan estratégico. En tal sentido, Del Solar (2005) señala que “en la promoción deportiva el aspecto fundamental es la iniciativa en la propuesta de acciones a tomar”.

Conclusiones del Diagnóstico

Tomando en consideración las teorías que sustentan la investigación, los objetivos, variables y los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos aplicados a la población en estudio, se concluye lo siguiente:

Se debe destacar que los resultados permiten evidenciar que los sujetos en estudio presentan debilidades en relación a la formulación y diseño de planes estratégicos para la promoción deportiva del Kickingball, por cuanto reflejan dificultad para desarrollar actividades promocionales, carencia de recursos y desconexión de los objetivos de los entes deportivos con la promoción de esta disciplina deportiva, aspectos que hacen notar la presencia de un bajo nivel gerencial en la dirigencia deportiva del Kickingball, que esta obstaculizando su crecimiento como deporte de conjunto en el estado Mérida.

Al mismo tiempo, se observa confusión en lo relacionado a la asignación de la responsabilidad de promoción, ausencia de políticas claras y coherentes para el fomento de este deporte, así como debilidad en el proceso de toma de decisiones por cuanto no cuentan con la información necesaria para tal fin; elementos que se transforman en agentes perturbadores en la promoción del Kickingball, en el estado Mérida.

Al mismo tiempo, es necesario resaltar que los resultados muestran la ausencia de jornadas de promoción, planes publicitarios, poca motivación e iniciativa en la dirigencia para formular planes estratégicos gerenciales que contribuyan al buen desarrollo del aspecto promocional del Kickingball.

En consideración a lo antes expuesto, se debe destacar que los resultados obtenidos muestran la necesidad de proponer un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida, debido entre otras cosas a la ventajas económicas, sociales y deportivas que esta disciplina ofrece al deporte escolar, gremial y comunitario.

CAPÍTULO V

La Propuesta

Plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida.

Exposición de Motivos

La propuesta de plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida, surge debido a la necesidad detectada en el diagnóstico realizado a los dirigentes y gerentes deportivos de esta disciplina en relación al proceso de promoción que se desarrolla en el Estado Mérida; por cuanto allí, se pudo evidenciar que existen ciertas debilidades en relación al desarrollo de dicho proceso por cuanto se nota la ausencia de estrategias, actividades y acciones organizadas de forma sistemática para promover la práctica de este deporte en la región.

De allí, que la presente propuesta este basada fundamentalmente en el diseño de estrategias gerenciales para la promoción de la práctica deportiva del Kickingball, como una alternativa viable de solución a las limitaciones que poseen los dirigentes y gerentes deportivos en relación a la promoción de la misma. Estas tienen por objetivo fundamental darle herramientas al dirigente y gerente deportivo, para que desarrolle de una manera efectiva un proceso de promoción que involucre a todos los sectores, específicamente al ámbito escolar, gremial y comunitario que contribuya a lograr en un mediano y largo plazo la incorporación masiva de la población a la práctica organizada y sistemática del Kickingball, en gran parte del territorio que ocupa el estado Mérida.

Descripción del Contexto

Datos Generales

Identificación: Contexto Deportivo

Ubicación Espacial:

Asociación de Kickingball del Estado Mérida (ASOKICME).

Visión y Misión:

Visión: Lograr que un alto porcentaje de la población se incorpore de forma sistemática a la disciplina del Kickingball con fines competitivos, recreativos o de salud, por cuanto su práctica constante tendrá incidencia directa en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad y se convertirá en factor relevante de su desarrollo integral.

Misión: Promover a través de diversas actividades la práctica organizada y sistemática del Kickingball., en el Estado Mérida.

Objetivo General:

Promover la práctica deportiva del Kickingball en el Estado Mérida de forma organizada y sistemática.

Objetivos Específicos:

- Discutir los elementos básicos de la gerencia del deporte.
- Debatir los aspectos importantes de la planificación estratégica en la gerencia y promoción del deporte
- Analizar los aspectos relacionados con la promoción deportiva.
- Incorporar a través de encuentros deportivos de kickingball a la comunidad.

www.bdigital.ula.ve

Matriz de Intervención del Sistema por Áreas

Área	Requerimientos	Procesos a trabajar	Marco teórico	Modalidad de intervención
Formación y Capacitación	Capacitación gerencial	- Capacitación Gerencial. - Planificación Estratégica. - Promoción Deportiva.	- Gerencia. - Gerencia deportiva. - Planificación. - Planificación Estratégica. - Promoción Deportiva.	- Trabajo Grupal.
Promoción Escolar y Comunitaria	Reflejar las ventajas del Kickingball en el desarrollo de los programas de Educación Física.	- Kickingball y Educación Física.	- Kickingball. - Educación Física. - Relación del Kickingball y la Educación Física.	- Grupal - Personal
	Desarrollar eventos deportivos en la comunidad.	- Encuentros Deportivos. - Deporte y Comunidad	- Kickingball	- Grupal
Publicidad	Medios de Comunicación	- TV - Radio. - Prensa escrita. - Página web e Internet.	- Kickingball	- Grupal

Justificación de la Propuesta

La presente propuesta se justifica en el diagnóstico realizado a los dirigentes y gerentes deportivos del Kickingball, de allí surge la necesidad de diseñar un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida; en tal sentido, es importante señalar que mejorar las habilidades y destrezas gerenciales contribuirán a crear un proceso de transformación y cambio en la práctica tradicional que viene desarrollando el directivo o dirigente deportivo del Kickingball, en el proceso relacionando con la promoción de esta disciplina deportiva.

En función de lo expresado, las actividades están orientadas a cubrir las necesidades de la realidad de los dirigentes y gerentes del Kickingball en relación al proceso de promoción, por cuanto, las acciones propuestas debe expresar un conjunto de técnicas conductuales, que abarquen actividades, donde se aborden las deficiencias en la planificación, organización, dirección, control y toma de decisiones en el proceso gerencial que contribuyan a optimizar el mismo en estos dirigentes, para lograr elevar la calidad de su desempeño en la promoción de esta disciplina deportiva. Asimismo, en el ámbito deportivo la propuesta cobra relevancia, por cuanto servirá para solucionar un problema de tipo formativo, en cuanto a la planificación, desarrollo y seguimiento de los planes y programas de promoción deportiva como principal función de las asociaciones deportivas.

En definitiva, la investigación tiene relevancia en lo social por cuanto la misma conducirá a la búsqueda de alternativas para atender y solventar los problemas relacionados con el proceso de promoción deportiva del Kickingball, al estudio de teorías y modelos que permitan seleccionar adecuadamente las estrategias para elevar la capacidad gerencial de los dirigentes y gerentes deportivos en lo relacionado con la promoción deportiva.

Por otra parte, promover la práctica del Kickinball en el Estado Mérida

contribuirá a que niños, jóvenes y adultos dispongan de una alternativa más para la ocupación del tiempo libre en función del desarrollo integral de estos. Así pues los momentos de ocio pueden dedicarse a esta interesante disciplina deportiva.

Fundamentación de la Propuesta

La propuesta se fundamenta, en la planificación estratégica, en especial en las estrategias gerenciales como resultado del proceso de planeación, como la base para una correcta organización, dirección, control y evaluación. Es por ello que en la actualidad se reconoce a la estrategia como un factor clave en el éxito organizacional. En tal sentido, Palacios (1997) señala que "la esencia de toda estrategia es propiciar el cambio, dar lugar a un proceso de toma de decisiones para la movilización de los recursos con que cuenta la organización, para pasar de un estado actual a otro superior y deseado" (p. 75).

De allí, que en la actualidad utilicen según Bringas, (1997), dos tipos de planes: los planes estratégicos, que cumplen objetivos a largo plazo, proyectan el desarrollo de la organización considerando su realidad interna y externa y los planes tácticos y operativos, que indican cómo se implementan los planes estratégicos. Todo este proceso de dirección tiene su base en los elementos que aporta la planeación estratégica y sobre la que existe una multiplicidad de autores y puntos de vista. Al respecto este autor plantea que:

Planeación estratégica es el proceso de dirección institucional que permite estructurar un número determinado de actividades, acciones y operaciones para asegurar el futuro exitoso de la institución a tenor de las circunstancias presentes y futuras. Representa conceptualmente la unidad dialéctica de la estrategia y la táctica, por lo que ambos se complementan y excluyen mutuamente (p. 20).

En esta definición se destaca la estrecha relación que debe lograr la planeación estratégica al estructurar el proceso y llegar a establecer objetivos que sean realizables a corto plazo, lo que permite que la estrategia elaborada pueda implementarse en planes a más corto plazo. Por ello, se puede señalar que en la práctica, planeación estratégica y estrategia son términos que se utilizan por separado; sin embargo, de hecho se refieren a una misma actividad, son la expresión del proceso de proyectar resultados esperados y explica que la estrategia se basa en el desarrollo de procedimientos y/o partes coherentes en flujos de decisiones organizativas, bien planificadas a priori o desarrolladas a posteriori, referente a los medios y metas que la organización ha de llevar a cabo y que le permitan enfrentarse a problemas externos, resolver los internos y medir el proceso logrado. La esencia de la planeación estratégica será, entonces, la determinación del rumbo de la escuela, construir el camino que conducirá hacia la misión que se ha planteado, en forma decidida, objetiva y ambiciosa.

En tal sentido, es importante resaltar que la planeación estratégica en el ámbito deportivo es considerada como el modo de concebir y desarrollar estrategias deportivas que se distinguen de las demás por la activa participación de los diferentes factores, caracterizada por una concepción sistémica que toma en consideración la interacción de los diferentes elementos del sistema (factores internos) y de éstos con el entorno (factores externos), y su orientación prospectiva hacia el futuro; proceso que se realiza bajo la conducción de los máximos directivos deportivos. La planeación estratégica en organización deportiva es parte del proceso de dirección, que hace explícito, según Palacios (1997: 83):

- El fijar principios y valores éticos, políticos y sociales que respondan a intereses sociales y necesidades de sus miembros.
- El análisis de la situación actual y futura, decidir su dirección.
- La unidad entre la misión, la visión y los objetivos estratégicos, tácticos y operativos.

- Instrumentar estrategias específicas y acciones con las cuales se puedan cumplir los objetivos.
- Un sistema para el control y la evaluación de todo el sistema y sus resultados.

Bajo estas perspectivas, para la elaboración de la estrategia gerencial deportiva deben tomarse en consideración los criterios que brinda la planeación estratégica; que según Bierman (1998); son los siguientes: Debe ser ejecutada con la activa participación de todos los miembros de la organización. Es una forma de dirección participativa que, esencialmente, involucra a todos en la planificación, ejecución y control de las transformaciones necesarias para adaptarse a las exigencias del medio y lograr el compromiso colectivo de asumir determinados signos de identidad, de comprometer y definir objetivos deportivos.

Factibilidad de la Propuesta

Factibilidad Institucional:

La factibilidad de la presente propuesta se determinó atendiendo a los aspectos que le dan relevancia y razón para su viabilidad y ejecución, fundamentada en los resultados del diagnóstico y las teorías relacionadas con el gerente en la promoción deportiva. De allí que, se considera factible institucionalmente porque se cuenta con el personal especializado que puede asumir o abordar de manera eficiente los contenidos que se pretenden desarrollar en cada uno de los talleres, al igual que llevar a la práctica las estrategias de promoción que se propongan.

Factibilidad Legal

La propuesta posee factibilidad legal pues se basa en los fundamentos jurídicos que se mencionan a continuación: Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999); Ley del Deporte (1995), señalados en las bases legales de la investigación.

Factibilidad Social

La propuesta tiene relevancia social porque la practica de actividades deportivas recreativas y para la salud en forma organizada y sistemática por parte de la población se convierte en instrumento fundamental en esa búsqueda de un desarrollo sustentable del hombre.

Así pues, es imprescindible que se involucren de forma proactiva los entes públicos y privados ligados al deporte, tales como; Asociación de Kickingball del Estado Mérida, Institutos Municipales de Deporte, Fundación del Deporte del Estado Mérida (FUNDEMER), División de Deporte Escolar, Consejos Comunales y clubes.

Plan Operativo
Área Formación y Capacitación

Taller 1 Aspecto: Gerencia Estrategia: Taller Objetivo Específico: Discutir los elementos básicos de la gerencia del deporte.		
Contenido	Actividades	
– Actitud Gerencial – Perfil del gerente – Características personales y profesionales. – Roles. – Elementos Básicos de la Gerencia. – Gerencia del deporte.	– Presentación y Saludo – Dinámica de iniciación – Exposición del especialista sobre los temas pautados en agenda. – Formar equipos de trabajo – Discusión del material – Lluvia de ideas – Conclusiones – Evaluación del taller.	
Recursos	Tiempo	Evaluación
Humanos: Directivos, gerentes, dirigentes deportivos, autor de la Investigación y especialistas invitados.	8 Horas	– Por participación. – Por las conclusiones aportadas por los participantes. – A través de una encuesta.
Materiales: Equipos audiovisuales, materiales impresos, entre otros.		
Responsable: Investigador		

Taller 2 Aspecto: Planificación Estratégica Estrategia: Taller Objetivo Específico: <i>Debatir los aspectos importantes de la planificación estratégica en la gerencia y promoción deportiva.</i>		
Contenido		Actividades
– Planificación estratégica. – Diagnóstico estratégico. – Estrategias. – Planes de Acción. – Planificación estratégica y deporte.		– Bienvenida. – Breve explicación sobre la actividad. – Presentación del contenido. – Exposición sobre la Planificación Estratégica. – Lectura y discusión del material. – Información teórica básica – Trabajo de grupo. – Plenaria. – Conclusiones. – Evaluación del taller.
Recursos	Tiempo	Evaluación
Humanos: Directivos, gerentes, dirigentes deportivos, autor de la Investigación y especialistas invitados. Materiales: Equipos audiovisuales, materiales impresos, entre otros.	8 Horas	– Por participación hacia las intervenciones. – Por las conclusiones generadas.
Responsable: Investigador		

Taller 3**Aspecto: Promoción Deportiva****Estrategia: Taller****Objetivo Específico:** Analizar los aspectos relacionados con la promoción deportiva.

Contenido		Actividades	
– Concepto de promoción. – Promoción deportiva. – Publicidad. – Medios de Comunicación. – Eventos deportivos.		– Lectura de entrada. – Torbellino de ideas. – Formación de grupos de trabajo. – Análisis de lecturas complementarias. – Dinámica grupal. – Plenaria. – Evaluación de la jornada	
Recursos		Tiempo	Evaluación
Humanos: Directivos, gerentes, dirigentes deportivos, autor de la Investigación y especialistas invitados. Materiales: Equipos audiovisuales, materiales impresos, entre otros.		8 Horas	Por participación del personal presente.
Responsable: Investigador			

Área Promoción Escolar y Comunitaria

Taller 4

Aspecto: Kickingball en la Escuela

Estrategia: Taller

Objetivo Específico: Analizar los aspectos relacionados con la promoción deportiva.

Contenido		Actividades	
- Kickingball. - Educación Física. -Relación del Kickingball y la Educación Física. -Relación del Kickingball con otras disciplinas deportivas.		- Bienvenida. -Solicitar a los participantes las expectativas sobre la motivación al trabajo. -Entrega de material de apoyo. - Ponencia. -Dividir en grupos para analizar el material fotocopiado. -Suministrar material fotocopiado sobre el tópico tratado. -Evaluación de expectativas y de la jornada. -Reflexión -Intercambio de ideas. -Análisis y discusión	
Recursos		Tiempo	Evaluación
Humanos: Directivos, gerentes, dirigentes deportivos, autor de la Investigación y especialistas invitados.		8 Horas	Por participación activa del personal presente.
Materiales: Equipos audiovisuales, materiales impresos, entre otros.			
Responsable: Investigador			

Encuentros Deportivos Aspecto: Encuentros Deportivos Comunitarios Estrategia: Actividad Colectiva Objetivo Específico: Incorporar a través de encuentros deportivos de Kickingball a la comunidad.		
Contenido		Actividades
– Kickingball.		– Bienvenida. – Planificación de juegos. – Encuentro con la comunidad. – Organización de calendario. – Desarrollo del evento.
Recursos	Tiempo	Evaluación
Humanos: Equipos, comunidad, árbitros, dirigentes. Materiales: Balones, entre otros.	2 Jornadas diarias	Por participación activa.
Responsable: Investigador		

Área Publicidad

- Trabajar los medios de comunicación de la región.
- Visitas a radio, televisión y periódicos locales.
- Promoción de los encuentros, a través de los diferentes medios de comunicación.
- Diseñar diversos medios de publicidad para dar a conocer el Kickingball.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En base a los resultados obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, los objetivos y variables de la investigación, así como del diseño del plan estratégico y talleres, el investigador considera relevante presentar las siguientes conclusiones:

En referencia a diagnosticar las estrategias que se ejecutan en la actualidad para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida, se pudo evidenciar que los mismos poseen un bajo nivel de gerencia en el proceso de promoción de esta disciplina deportiva, debido entre otras cosas a lo nuevo de este deporte, la ausencia de capacitación gerencial relacionada con la promoción deportiva; desconocimiento del cómo formular y diseñar planes estratégicos gerenciales para abordar este tipo de aspecto deportivo, entre otras que reflejan ineficiencia en el dirigente y gerente deportivo del Kickingball para seleccionar las metas, fijar objetivos y programar para alcanzarlas en forma sistemática lo proyectado, de manera tal que el proceso de promoción sea productivo, así como efectivo.

Así mismo, en relación a las estrategias que contribuyen en la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida; es importante resaltar que las mismas deben estar enmarcadas en los aspectos fundamentales del deporte comunitario y gremial; es decir, propiciar actividades de promoción enmarcadas en un plan estratégico, tales como: jornadas de formación y capacitación a la dirigencia deportiva, planes publicitarios, realización de eventos, actividades de promoción escolar, comunitaria y gremial, entre otras.

Por otra parte, en función a la factibilidad de implementar un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida; se evidenció que existe la motivación e interés por el desarrollo del plan, así como el personal de especialistas para desarrollar la jornadas y el espacio físico necesario, aspectos que demuestran la factibilidad de la propuesta.

Cabe destacar que en cuanto a diseñar un plan estratégico gerencial para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida, el mismo comprende una serie de talleres dirigidos a los dirigentes y gerentes con la finalidad de determinar los intereses, necesidades y expectativas de actualización que poseen en relación a la gerencia deportiva y la promoción; asimismo, se encuentra estructurado en seis estrategias que permitan una interacción efectiva con las diferentes formas de promoción del Kickingball.

Finalmente, es importante señalar que la administración de recursos debe estar sujeta a un estilo gerencial de compromiso y participación que motive el desarrollo de una ideología de trabajo cuyo horizonte sea la productividad y satisfacción por las tareas que se ejecutan, atendiendo a las necesidades tanto internas como externas de la institución u organización que gerencia, así como la de sus integrantes. Esa transformación requiere de la disposición al cambio, de la búsqueda constante de actualización y modernización de la estructura deportiva, administrativa y de toda organización pública o privada. Para ello se necesita que las autoridades y dirigentes deportivos promuevan e incentiven el desarrollo de procesos gerenciales en el área deportiva cada día más eficientes y cónsonos con las nuevas necesidades y realidades de la sociedad moderna, con la finalidad de adecuar las organizaciones deportivas a las nuevas exigencias del mundo globalizado.

Recomendaciones

Atendiendo a las necesidades de la población en estudio, a continuación se presentan las recomendaciones, que a juicio del autor, contribuirán en el fortalecimiento de la gerencia en la promoción deportiva del Kickingball:

A los Dirigentes y Gerentes del Kickingball

- Fomentar la necesidad de un encuentro y un diálogo fértil y constructivo entre todos los sectores que intervienen en la promoción deportiva del Kickingball, con al finalidad de unir esfuerzos y recursos para tal fin.
- Implementar estrategias gerenciales de promoción, tales como: charlas con personal especializado, visitas medios de comunicación, eventos de envergadura, entre otras que contribuyan a mejorar y optimizar la promoción del Kickingball en el estado Mérida.
- Desarrollar jornadas de formación, capacitación y actualización en estrategias gerenciales convencionales que permitan fortalecer la promoción del Kickingball.
- Organizar por categorías a las diferentes atletas del Kickingball,.
- Gestionar los recursos humanos, materiales y económicos necesarios para la promoción del Kickingball.
- Establecer alianzas estratégicas con diferentes organismos públicos y privados que puedan contribuir con la promoción del Kickingball.
- Profundizar las etapas del proceso gerencial, para lograr una gestión efectiva, con la finalidad de lograr un desempeño óptimo con altos niveles de eficiencia, que

contribuyan a la búsqueda constante de la excelencia en el desarrollo de planes y programas de promoción deportiva.

- Los dirigentes deportivos como gerentes deben comprometerse con su desarrollo personal y con el desarrollo de la organización, estimulando el cultivo de los más altos valores personales y sociales.
- En las organizaciones deportivas y en toda empresa moderna, el gerente tiene que entrenarse en saber elegir las mejores decisiones para resolver problemas y avanzar, cada vez que sea necesario.

De esta manera se procurará alcanzar niveles óptimos de organización que contribuirán para que la disciplina deportiva del Kickingball, a partir de su promoción sea reconocida y de utilidad pública.

www.bdigital.ula.ve

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACOSTA, R. (2005) Dirección, gestión y administración de las organizaciones deportivas. Argentina: IPEF.
- ANDER - EGG E. (1998) El proyecto de Investigación (3ra Edición). Caracas: Episteme.
- BAVARESCO DE P, A. (1996). Las Técnicas de la Investigación. Scout. Foresman and Company. Illinois.
- BIERMAN, B (1998) Elementos de la planificación estratégica. España Narcea.
- BRINGAS, J. (1997) Planificación estratégica. México: Mc Graw Hill Internacional.
- CABILLON. M, (2005) El uso de la actividad Física como prevención de la salud. Colombia: Revista Digital.
- CHÁVEZ, N. (1994). Introducción a la Investigación Educativa. 3^{ra} Edición. Universidad del Zulia. Maracaibo.
- CHIAVENATO, I (2000) Introducción a la Teoría General de la Administración, Quinta Edición. México: Mc Graw Hill.
- (2001) Gestión del Talento Humano. Colombia: Editorial Mc Graw Hill.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, (1999). Gaceta Oficial N. 36.860. Diciembre 1999.
- DEL SOLAR, J. (2005) A COMBATIR EL SEDENTARISMO. COLOMBIA: DEPORTE Y SALUD.
- ETZIONI, E (2000) Planificación estratégica. México: Trillas.
- FERRANDO, M. (2000) Aspectos sociales del deporte. Una reflexión sociológica. Colombia1. Alianza Deporte.
- FRANCES, W (2001) Proceso de planificación. México: Trillas.
- GUTIÉRREZ, J (1995) El deporte y los valores éticos. España. INDE.
- HERNÁNDEZ, G. (2003) Plan de promoción deportiva en el estado Zulia. Trabajo de grado no publicado. Universidad del Zulia. Zulia.

- HERNÁNDEZ, L (1995) Coeficiente de Proporción de Rango. Mérida: Universidad de los Andes.
- HERNÁNDEZ, R./ FERNÁNDEZ C./ BAPTISTA, L. (1998). Metodología de la Investigación. México: McGraw – Hill Interamericana.
- HURTADO DE B, J. (2000) Metodología de la Investigación Holística. Caracas: Sypal.
- HURTADO, L. Y TORO, Y. (1998) Paradigma y Método de Investigación en tiempos de Cambio. Valencia. Episteme. Consultores y Asociados.
- JARAMILLO, J. (1998) Dirección estratégica. Mérida: Mc Graw-Hill
- Ley del Deporte (1995) Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 4.975 Extraordinario de fecha 25 de septiembre de 1995. Caracas.
- MACHADO, R (1997) Gerencia Deportiva. Editorial Miranda. Villa de Cura.
- PALACIOS, R. (1997) Elementos de la planificación. México Trillas.
- REBOLLEDO, A. (2003) El gerente como promotor deportivo en las comunidades del estado Anzoátegui. Trabajo de grado no publicado. Diversidad Gran Mariscal de Ayacucho. Maturín.
- RIVAS, C. (1999) La gerencia moderna. Madrid: Alauda.
- ROMERO, O. (2000). Crecimiento psicológico y motivaciones sociales ediciones Roga. Editorial Alfa. Mérida Venezuela.
- SABINO, C. (1997). El Proceso de la Investigación. Caracas: Panapo.
- SALLENAVE, R (1999) Planeación estratégica. España: Narcea.
- STEINER, G. (1998). Planificación Estratégica, Lo que Todo Director debe Saber. Vigésima Tercera Reimpresión. México: CECSA
- STONER, J. (1998). Administración. México: Prentice – Hall Hispanoamericana.
- SUÁREZ, J. (2005) Kickingball. Material mimeografiado del Instituto Universitario Experimental de Tecnología Andrés Bello Blanco. Barquisimeto.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2001). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. Caracas: FEDUPEL.

- VIELMA, A. (2006) Creación de una escuela menor de kickingball; una propuesta para la parroquia Jacinto Plaza del municipio Libertador del estado Mérida. Trabajo de grado no publicado. Universidad de Los Andes. Mérida.
- VILLEGAS, L. (1996) Desarrollo gerencial. Enfoque conceptual y metodológico. Caracas: Vega.

www.bdigital.ula.ve

ANEXOS

www.bdigital.ula.ve

Anexo A
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESTUDIOS DE POSTGRADO EN EDUCACIÓN FÍSICA
MENCIÓN GERENCIA DEL DEPORTE

INSTRUMENTO DIRIGIDO A LOS DIRIGENTES Y GERENTES DEL
KICKINGBALL EN EL ESTADO MÉRIDA

Autor: Lic. Vladimir Valencia

Mérida, Abril de 2007

Estimado Participante:

A continuación se presenta un cuestionario que consta de una serie de ítems relacionados con la propuesta un plan estratégico gerencial para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida.

En tal sentido, sus respuestas son de vital importancia para el buen uso y cabal desarrollo de la investigación que se esta realizando, asimismo, es importante referirle que la información por usted proporcionada será de estricta confiabilidad y utilizada sólo para la presente investigación.

Instrucciones

El instrumento esta estructurado por ítems distribuidos en indicadores, cada ítem posee 5 alternativas de respuesta, lea cuidadosamente cada uno de ellos y marque con una (X) la alternativa que considere, según las siguientes opciones de respuesta:

Escala		Valoración
Siempre	(S)	5
Casi siempre	(C/S)	4
Algunas Veces	(A/V)	3
Casi Nunca	(C/N)	2
Nunca	(N)	1

Consulte a quien suministre la encuesta si tiene alguna duda, o señale en la parte final del cuestionario cualquier observación, comentario o sugerencia relacionadas con el instrumento, con al finalidad de hacer los correctivos necesarios.

N°	Ítems	Alternativas				
		S	C/S	A/V	C/N	N
01	¿La gerencia de la disciplina del Kickingball realiza constantes actividades de promoción de esta disciplina deportiva?					
02	¿Posee la dirigencia de la disciplina del Kickingball un plan de actividades de promoción de la misma?					
03	¿Cuentan los dirigentes deportivos del Kickingball con los recursos necesarios para la promoción de esta disciplina deportiva?					
04	¿Considera de utilidad generar planes estratégicos de promoción del Kickingball para el uso adecuado de los recursos existentes?					
05	¿Se encuentran establecidos en un plan estratégico los objetivos a lograr a través de la promoción del Kickingball?					
06	¿Es necesario que los dirigentes deportivos del Kickingball, establezcan objetivos que contribuyan a la promoción de la misma?					
07	¿Se establece a través de un plan estratégico las diferentes responsabilidades en materia de promoción del Kickingball?					
08	¿Posee los entes deportivos relacionados con el Kickingball, personal responsable de las actividades de promoción?					
09	¿Poseen los entes deportivos del Kickingball, políticas efectivas de promoción de esta disciplina deportiva?					
10	¿Considera necesario formular políticas efectivas de promoción del Kickingball a través de planes estratégicos?					
11	¿Participa en el proceso de toma de decisiones para la estructuración de los planes de promoción del Kickingball?					
12	¿Considera que los planes estratégicos facilitan el proceso de toma de decisiones en la promoción deportiva?					
13	¿Se desarrollan jornadas de promoción del Kickingball?					
14	¿La dirigencia regional posee un plan estratégico contentivo de jornadas de competencias con el propósito de promover la práctica deportiva del Kickingball?					
15	¿Cuenta el Kickingball con apoyo publicitario para su promoción?					
16	¿La formulación de un plan de promoción de Kickingball se maneja a través de los medios de comunicación?					
17	¿Las actuales actividades de promoción del Kickingball poseen la motivación necesaria para atraer el interés de la gente?					

18	¿Considera necesario motivar a la dirigencia en la promoción del Kickingball?					
19	¿Cuenta la dirigencia con la iniciativa necesaria para la promoción del Kickingball?					
20	¿La dirigencia regional ha propuesto un plan estratégico de promoción del Kickingball?					

www.bdigital.ula.ve

Anexo B
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POST GRADO
ESTUDIOS DE POSTGRADO EN EDUCACIÓN FÍSICA
MENCIÓN GERENCIA DEL DEPORTE

FORMATO PARA DETERMINACIÓN DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL
INSTRUMENTO APLICADO A LOS DIRIGENTES Y GERENTES DEL
KICKINGBALL EN EL ESTADO MÉRIDA

www.bdigital.ula.ve

Autor: Lic. Vladimir Valencia

Mérida, 2007

1. IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos: _____

Instituto donde Trabaja: _____

Título de Pregrado: _____

Título de Postgrado: _____

Instituto donde los Obtuvo: _____

Años: _____

2. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA PROMOCIÓN DE LA DISCIPLINA DEL
KICKINGBALL EN EL ESTADO MÉRIDA

OBJETIVO GENERAL

Proponer un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el estado Mérida.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar las estrategias que permitan la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida.
- Determinar las estrategias que contribuyen en la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida.
- Diseñar un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida

3. VARIABLES A MEDIR

- Plan Estratégico.
- Promoción del Kickingball.

4. ESCALA VALORATIVA

1. Deficiente.
2. Regular.
3. Excelente.

www.bdigital.ula.ve

Cuadro 1

Operacionalización de Variables

Objetivo General: Presentar un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida.

<i>Objetivos Específicos</i>	<i>Variable</i>	<i>Dimensión</i>	<i>Indicador</i>	<i>Ítem</i>
Diagnosticar las estrategias que permitan la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida.	Plan Estratégico	Gerencia Deportiva	- Actividades.	1,2
			- Recursos.	3,4
			- Objetivos.	5,6
Determinar las estrategias que contribuyen en la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida.			- Responsabilidad.	7,8
			- Formulación de Políticas.	9,10
			- Toma de Decisiones	11,12
Diseñar un plan estratégico para la promoción de la disciplina del Kickingball en el Estado Mérida	Promoción del Kickingball	Estrategias	- Jornadas.	13,14
			- Publicidad.	15,16
			- Motivación.	17,18
			- Iniciativa.	19,20

Fuente: Valencia Inédito (2007)

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE LA ENCUESTA

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA		
	EXCELENTE	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del Instrumento			
Claridad de la Redacción de los ítems			
Relevancia de los Indicadores y las Variables.			
Relevancia del Contenido.			
Factibilidad.			

Apreciación Cualitativa**Observaciones**

Validado por: _____ C.I. N°: _____

Profesión: _____ Lugar de Trabajo: _____

Cargo que Desempeña: _____

FIRMA

SEGUNDA PARTE DE VALIDEZ DE LA ENCUESTA

Variables	Ítem	DIMENSIÓN			INDICADORES		
		Adecuado	Inadecuado	Observación	Adecuado	Inadecuado	Observación
Plan Estratégico	01						
	02						
	03						
	04						
	05						
	06						
	07						
	08						
	09						
	10						
	11						
	12						
Promoción del Kickingball	13						
	14						
	15						
	16						
	17						
	18						
	19						
	20						

Observaciones

Validado por: _____ **C.I. N°:** _____

Profesión: _____ **Lugar de Trabajo:** _____

Cargo que Desempeña: _____

FIRMA

Anexo C

Coeficiente de Proporción de Rango

Coeficiente de Proporción de Rango						
Criterios	Juez1	Juez2	Juez3	RangoPro	Valitem	Erroritem
Presentación del instrumento	3	3	3	3,0	0,98	0,02
Claridad de la redacción de los ítems del contenido	2	2	2	2,0	0,65	0,02
Pertinencia de las variables con los indicadores	3	3	3	3,0	0,98	0,02
Relevancia del contenido	3	3	3	3,0	0,98	0,02
Factibilidad de aplicación	2	3	3	2,7	0,87	0,02
					4,4644	
					0,89	

www.bdigital.ula.ve