

**PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROGRAMA DE LAS
ESCUELAS DEPORTIVAS DEL INDERBA**

SAMUEL ALBERTO MARTÍNEZ GIL

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
BUCARAMANGA
2013**

**PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROGRAMA DE LAS
ESCUELAS DEPORTIVAS DEL INDERBA**

SAMUEL ALBERTO MARTÍNEZ GIL

**Trabajo de grado
Modalidad pasantía para optar en Modalidad en Periodismo**

**Supervisor
HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA
Docente Comunicación Social - Periodismo**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
BUCARAMANGA
2013**

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bucaramanga, Diciembre 11 de 2013

*A Dios todo poderoso
quien nos da la vida y todos los recursos
para cumplir nuestros sueños. A mis familiares,
mis amigos, y mi novia por todo su apoyo.*

AGRADECIMIENTOS

La vida te enseña que el ser agradecido es una de las virtudes mas divinas del hombre, y aunque las palabras no alcancen, trataré de encerrar todo lo que siento en una sola frase; no tengo como pagar todo lo que hicieron por mí.

A mi Dios que es el principal autor de todas las cosas que hoy por hoy la vida me permite vivir, a mis padres quienes de lo poco o lo mucho han logrado hacer de mi sueño una realidad, a mis amigos que a pesar de la distancia siempre estuvieron siempre para mi, a mi “key” una personita que apareció para impulsar las grandes cosas que hoy mi futuro me exigen, a los profesores; como quisiera volver a la universidad para seguir aprendiendo de ellos, a todos ellos mil gracias.

Tengo que agradecer también a la doctora Isolina Tirado Silva, directora general del INDERBA, quien con su experiencia me dio esas herramientas y sobre todo la oportunidad de trabajar en una empresa de carácter público. Aunque fue difícil al principio cumplimos los objetivo, y dejamos huella.

A todos esos niños, padres de familia, todas esas historias de vida que el lente de una cámara o un producto periodístico jamás podrían contar. Siempre los llevaré en mi corazón, y deseo que la vida les de esa oportunidad de lucirse como grandes deportistas; como lo que son.

CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN	14
2. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA	17
2.1 OBJETIVO GENERAL	18
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
3. SITUACIÓN INICIAL DE LA ORGANIZACIÓN	19
3.1 INFORMACIÓN POR ACCIONES	20
3.1.1 Información por productos periodísticos	21
4. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	25
4.1 IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	25
4.2 RESEÑA HISTÓRICA	26
4.3 MISIÓN	27
4.4 VISIÓN	27
4.5 OBJETIVOS INSTITUCIONALES	27
4.6 VALORES ORGANIZACIONALES	28
4.6.1 Principios éticos	28
4.6.2 Valores institucionales	28
4.7 POLÍTICA DE CALIDAD	29
4.8 ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL	29
4.9 PRINCIPALES DEPARTAMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	30
5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	31

5.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	33
5.1.1 Condicionantes	35
5.1.2 Públicos	35
5.1.3 Contingencias	36
5.2 PLAN DE ACCIÓN	36
5.2.1 Objetivos estratégicos	36
5.2.2 Propuesta estratégica	37
5.3 BOLETINES DE PRENSA	38
5.4 NOTAS DE TELEVISIÓN	40
5.5 AUDIOS PARA RADIO	41
6. RESULTADOS OBTENIDOS	42
6.1 FACTORES DE ÉXITO	42
6.2 MOTIVOS DE ERROR	43
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
7.1 RECOMENDACIONES	45
BIBLIOGRAFÍA	46
ANEXOS	47

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Productos Periodísticos	21
Gráfica 2. Temas desarrollados en los productos periodísticos primer Semestre 2009	22
Gráfica 3. Datos comparados primer y segundo semestre 2009	39
Gráfica 4. Boletines de prensa según el tema desarrollado	39
Gráfica 5. Datos comparativos primer y segundo semestre 2009	40
Gráfica 6. Notas de televisión segundo el tema desarrollado	41

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Acciones de la oficina de prensa INDERBA	20
Tabla 2. Propuesta estratégica	37

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Organigrama organizacional INDERBA	29

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Boletines de prensa	47

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO : Promoción y difusión del Programa de las Escuelas Deportivas del Inderba.

AUTOR : Samuel Alberto Martínez Gil

FACULTAD : Comunicación Social-Periodismo

DIRECTORA: Héctor Mauricio Gómez Mora

RESUMEN

El instituto para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la actividad física, INDERBA, tiene como misión garantizar a la comunidad de Barrancabermeja el derecho de participar en los programas deportivos, recreativos, de aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y gestionar la infraestructura donde realizarlos.

Para cumplir esta misión el INDERBA desarrolla el programa de las escuelas deportivas; con el objetivo de ofrecer un espacio de formación integral, dirigido a la población entre los 5 a los 18 años. Es por esto que fue necesaria la creación y fortalecimiento de una estrategia de comunicación, que diera a conocer las actividades realizadas por este programa, los objetivos que busca y las disciplinas deportivas, partiendo del uso de las herramientas esenciales de la oficina asesora de prensa, donde se elaboraron productos para Televisión, Radio, Prensa Escrita, entre otros.

Flavia Tomaello en su libro “Como ser un Asesor de Prensa”, nos ofrece una base teórica y nos describe la labor de una oficina de prensa como aquella que acerca a la empresa con sus clientes o público objetivo, utilizando las herramientas básicas de comunicación empresarial en el fortalecimiento de su imagen.

Dichas herramientas nos permitieron mantener informados a los diferentes medios de comunicación locales y regionales, y así mismo a la comunidad en general, quien a través de los programas institucionales de la Alcaldía Municipal, conocían las diferentes actividades que se desarrollaban en las escuelas deportivas, su importancia y el impacto que generaba en la comunidad deportiva de la ciudad.

Con la implementación de esta estrategia el instituto pasó de tener en el 2008 2.217 niños, niñas y jóvenes inscriptos en el programa de las escuelas deportivas, a 6.213 deportistas que participaron activamente en este programa.

Palabras Claves: Escuelas Deportivas, Oficina de Prensa, Herramientas de Comunicación, Productos Periodísticos, Asesor de Prensa.

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE : Promotion and dissemination of the Schools Sports Program
Inderba

AUTHOR : Samuel Alberto Martínez Gil

FACULTY : Comunicación Social-Periodismo

DIRECTOR : Héctor Mauricio Gómez Mora

ABSTRAC

The Institute for the promotion of sports, recreation, use of leisure time and physical activity INDERBA, has the commitment to ensure the community of Barrancabermeja the right of participating in activities such as sports, recreation, the well management of time and physical education. Moreover, this organization succeeds in administrating the infrastructure to achieve this goal.

To fulfill this mission, INDERBA develops the program of the sports schools; with the aim of providing a comprehensive training space, issued to the population between 5 to 18 years. This is why it was necessary to create and strengthen a communication strategy, which made known the activities carried out in this program, the objectives, and the different sport disciplines, starting from the premise of the essential tools of the Adviser's Press Office, where products were developed for television, Radio, written press, among others.

Flavia Tomaello in her book "how to be a press Adviser, offers a theoretical basis and also describes the work of a press office as that which approaches the company to its customers or target audience, using the basic tools of business communication on the strengthening of its image.

Those tools allow us to keep the different local, regional media and also the community informed which through institutional programs of the Mayoralty knew the activities developed in the sports schools, as well as its importance and the impact generated in the city's sport community.

With the implementation of this strategy, INDERBA went from having in 2008, 2,217 children and young people enrolled in the program of the sports schools to 6.213 sportsmen who actively participated in this program.

Keywords: Sports schools, Press Office, tools of communication, journalism, press Adviser.

1. INTRODUCCIÓN

Barrancabermeja ciudad petrolera de Colombia, se ha caracterizado por ser un municipio que le apuesta al deporte, contando con escenarios para la práctica de diferentes disciplinas deportivas como patinaje, natación, bicicross, entre otros, que han sido epicentro de importantes encuentros departamentales, nacionales e internacionales como la valida Nacional Copa Pony Malta de Bicicross en el 2009, Mundiales de Patinaje en 1992 y 1996 y el Campeonato Departamental de Natación en el 2009.

Este municipio ha sido cuna de deportistas que en la actualidad representan a Barrancabermeja en escenarios departamentales, nacionales e internacionales, como el futbolista Sergio Herrera, y los patinadores María Fernanda Mendoza y Jhon Steven Martínez que integran selección Colombia.

En la actualidad el gobierno del alcalde Carlos Alberto Contreras López, ha enmarcado en el Plan de Desarrollo Municipal 2008-2011 el fortalecimiento del programa de las Escuelas Deportivas, para “el desarrollo integral de niños, niñas y jóvenes, a través de la práctica de actividades físicas”¹.

El Instituto para el Fomento del Deporte, la Recreación, el Aprovechamiento del Tiempo Libre y la Actividad Física de Barrancabermeja, INDERBA, en el ámbito de sus propias competencias municipales, elabora, fomenta y promueve programas deportivos dirigidos a la comunidad del Puerto Petrolero. Uno de estos programas son las Escuelas de Formación Deportiva que “son estructuras curriculares de carácter pedagógico y técnico, encargadas de contribuir a la formación física,

¹ LEÓN CASADIEGO, Hilton. Proyecto Escuelas Deportivas. Barrancabermeja: Litodiseños, 2009. 2 p.

intelectual, afectiva y social de los niños y jóvenes deportistas”², propósito que se logra a través de programas que permiten adquirir una disciplina deportiva y de acuerdo con los intereses, elegir el deporte como salud, recreación y/o rendimiento.

Este programa se desarrolla en las siete comunas y los seis corregimientos del Municipio de Barrancabermeja, logrando en el 2008, una participación de 2.061 deportistas.

A pesar de los logros obtenidos en la primera vigencia, la meta que el gobierno había planteado era que más de 5 mil niños, niñas y jóvenes participarán activamente en este programa deportivo, lo que no se logró debido a la falta de difusión y organización de la oficina de prensa del instituto.

Para cumplir con esta meta era necesario reorientar la labor de la oficina asesora de prensa y comunicación, y por ende todos los productos que se elaboraban. Con esta premisa utilizamos el referente conceptual que da Flavia Tomaello en su libro “Como ser un Asesor de Prensa”, donde se explica la importancia de las diferentes herramientas comunicativas, y así mismo la relación que esta debe crear entre la organización, los medios de comunicación y sus públicos.

Con la utilización de dichas herramientas como lo son los boletines de prensa, notas para televisión, radio y prensa logramos dar a conocer el programa de las escuelas de formación, sus etapas, y las diferentes medallas alcanzadas por estos deportistas en las competencias locales, departamentales, nacionales e internacionales, logrando así la masificación en la población estudiantil de Barrancabermeja.

² Ibid,2 p.

Con la implementación de esta estrategia se logro la masificación del programa de las escuelas deportivas, y por ende la inclusión de la población infantil en todos sus estratos; haciendo participe a las 7 comunas y corregimientos del municipio, con 17 disciplinas deportivas, asegurando un espacio para la sana utilización del tiempo libre.

Como programa bandera del gobierno social de Carlos Alberto Contreras López, las escuelas deportivas merecían un gran esfuerzo en materia de comunicación, su difusión fue clave para cumplir los objetivos y metas propuestas, que se vieron reflejados en los logros alcanzados en la fase departamental, nacional e internacional de los Juegos Intercolegiados e Interescolares, competencia que reunía a los mejores talentos de nuestra ciudad.

2. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

El programa de las escuelas deportivas, es de gran importancia en el cumplimiento de los objetivos enmarcados por el instituto, y por ende, en el plan de desarrollo de la Alcaldía de Barrancabermeja en el periodo 2008-2011.

Al inicio del proceso de la pasantía, fue necesario reevaluar la manera como se transmitía la información a los medios de comunicación, la frecuencia, la cantidad, y la forma, toda vez que la estrategia de comunicación hasta el momento implementada no estaba siendo efectiva. De esta manera se evidenció las falencias que en materia de comunicación afectaban la difusión del programa y demás actividades desarrolladas por el INDERBA, concluyendo:

1. La manera como se informaba a los medios de comunicación, sobre las actividades desarrolladas y de interés general, no era la adecuada.
2. Existía comunicación, solo cuando el INDERBA desarrollaba eventos departamentales y nacionales.
3. No se elaboraban productos periodísticos para prensa, radio y televisión.
4. No se aprovechaban los espacios institucionales ofrecidos por la oficina asesora de prensa, comunicaciones y protocolo de la alcaldía de Barrancabermeja.
5. Solo existía una base de datos de periodistas deportivos.

A partir de los resultados que arrojó la reevaluación, se determinó el objetivo general y específicos de la pasantía en el INDERBA.

2.1 OBJETIVO GENERAL

Crear y fortalecer una estrategia de comunicación que permita la difusión del programa de las escuelas deportivas del INDERBA.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar productos periodísticos que permitan difundir el Programa de las Escuelas Deportivas y sus alcances en la población de Barrancabermeja.
- Difundir los procesos misionales, estratégicos y de talento humano, relacionados con las Escuelas Deportivas.
- Informar a través de los medios de comunicación el Programa de las Escuelas Deportivas.

3. SITUACIÓN INICIAL DE LA ORGANIZACIÓN

Al inicio del proceso del proceso de la pasantía se identificaron las falencias en comunicación, a través de las bitácoras y registros de la Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Protocolo, donde se evidencia la falta de elaboración de productos periodísticos, la desvinculación y la no utilización de los espacios institucionales.

Jorge Aguilera ilustra en el libro *“Comunicación Empresarial”*, cómo se identifica la situación de la empresa, y la importancia de los datos como punto de partida hacia la construcción de una Estrategia de Comunicación. “Hoy por hoy si queremos comprender los modelos sistemáticos abiertos debemos partir del concepto según el cual el término “información” proviene de “dar forma” o sentido a unos datos”³. De esta manera se tomó como referencia los datos que se registran en la oficina de prensa de la Alcaldía, agrupándolas por las acciones básicas de un Asesor de Prensa, posibles herramientas de comunicación y los temas desarrollados en ellas.

³ CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA ORGANIZACIONAL CICCO. *Comunicación Empresarial*. Bogotá: Eco Ediciones LTDA, 2007. 72 p.

3.1 INFORMACIÓN POR ACCIONES

Tabla 1. Acciones de la oficina de prensa INDERBA

Acciones de la Oficina de Prensa Inderba	Por Mes
Productos Periodísticos	8
Entrevistas y Notas en los espacios Institucionales	3
Manejo de Medios	2

Fuente: Bitácora boletines de prensa alcaldía municipal 2009.

Cuando se habla de productos periodísticos, se hace referencia a los boletines de prensa, productos para televisión y para radio. Las entrevistas y notas para los espacios institucionales, son las herramientas de comunicación que ofrece la oficina asesora del Inderba, a los medios con los que el instituto pauta.

El manejo de medios es una actividad de gran importancia que debe cumplir el asesor de prensa, para dar a conocer las actividades y eventos que se desarrollan en los diferentes programas del Instituto. Para esto es necesario convocar a los medios como lo propone Tomaello⁴, a través de ruedas de prensa, llamadas telefónicas en donde se ofrezca una posible nota, y su vez se asegure que la información esté siendo recibida.

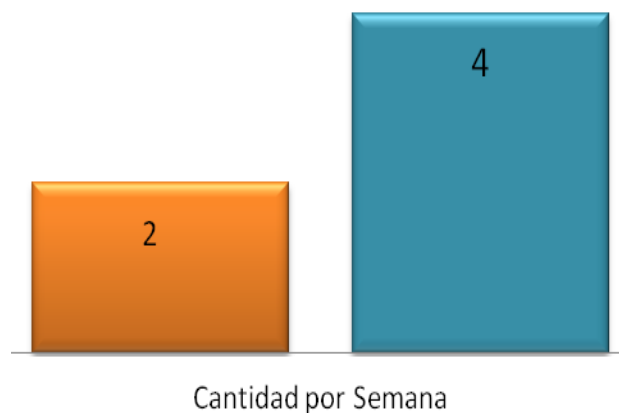
⁴ TOMAELLO, Flavia. *Cómo ser Asesor de Prensa*. Buenos Aires: Longser, 2005. 18 p.

3.1.1 Información por productos periodísticos.

Gráfica 1. Productos periodísticos

Gráfica productos periodísticos

■ Notas de Televisión ■ Boletines de Prensa

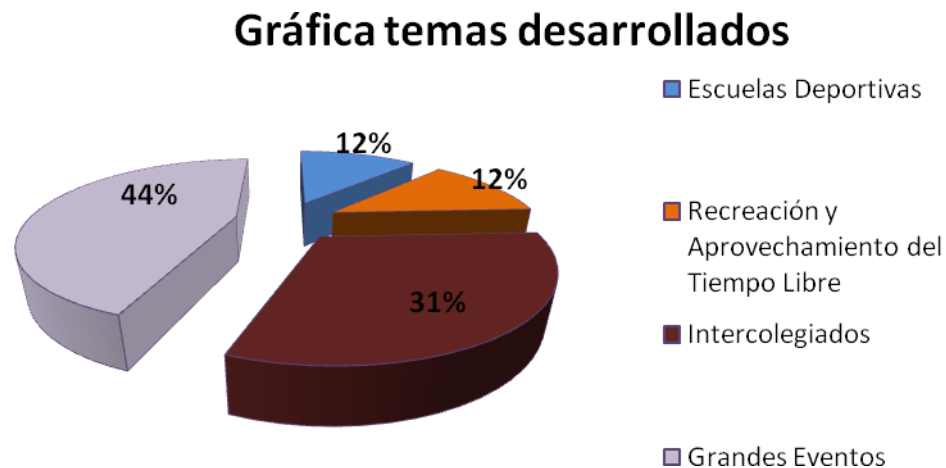


Fuente: Bitácora INDERBA 2009.

Los boletines de prensa fueron la herramienta más utilizada para comunicar lo que sucedía dentro de la organización, y que podría ser de interés para un medio de comunicación.

Las notas de televisión que se hacían por medio de la oficina de prensa de la Alcaldía, mostraban desde un enfoque institucional, los resultados que se obtenían a través del desarrollo de los programas ofrecidos por el Inderba a la comunidad de Barrancabermeja.

Grafica 2. Temas desarrollados en los productos periodísticos primer semestre de 2009



Fuente: Bitácora INDERBA 2009.

Observación. Se tomó como referencia el mes de junio del 2009, toda vez que en este periodo se registró una alta elaboración de productos periodísticos, entre otros.

De la recopilación de información que ofrecían estos registros, se pasó a la etapa de observación y diagnóstico, donde se requiere “un profundo sentido del detalle, para comenzar a generarse una idea de lo que está sucediendo”⁵.

Esta información llevó a definir, que la estrategia utilizada hasta el momento no era la adecuada, toda vez que no existía rigurosidad en su aplicación, y a su vez no se cumplía con todas las funciones de un asesor de prensa.

⁵ CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA ORGANIZACIONAL CICCO, Comunicación Empresarial, Bogotá: Eco Ediciones LTDA, 2007. 73 p.

Dichas funciones o herramientas comunicativas estaban enfocadas en la producción de boletines de prensa, pero estos no eran constantes y no existía seguimiento de las actividades que ya habían sido noticia.

Los temas con mayor importancia para los boletines de prensa, eran los grandes eventos, de talla departamental, nacional e internacional como el Panamericano de Patinaje, el Campeonato Nacional de Bicicross, el Campeonato Nacional de Pesas, entre otros, que significaron grandes esfuerzos en materia de comunicación.

Se puede observar en la grafica 2 un gran vacío en los temas de relevancia para el Instituto, como el programa de las escuelas de formación deportiva y recreación y promoción de la actividad física, que hasta el momento solo registraban un 12 % y un 13 %. Estos porcentajes nos indican que no había un cubrimiento de las actividades que se desarrollaban en estos programas, y su difusión era reducida.

El programa de las escuelas deportivas tiene abierta las inscripciones durante todo el año, mensaje que debía ser transmitido a la comunidad, para lograr mayor cobertura, y a su vez, mostrar los resultados obtenidos durante los procesos de formación.

A través de esta información se concluyó:

1. La estrategia de comunicación carecía de rigurosidad.
2. Los boletines de prensa solo resaltaban y mostraban los grandes eventos, dejando a un lado los programas misionales.
3. Hasta ese momento no se cumplían todas las funciones de la oficina asesora de Prensa del INDERBA.

4. No existía elaboración de productos periodísticos en prensa, radio y televisión.
5. No se aprovechaban los espacios institucionales ofrecidos por la oficina asesora de prensa, comunicaciones y protocolo de la Alcaldía de Barrancabermeja.
6. Solo existía una base de datos de periodistas deportivos.
7. No había manejo, ni convocatoria de medios, excepto cuando ocurrían eventos nacionales.

4. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

4.1 IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre:	Instituto para el Fomento del Deporte, la Recreación, el Aprovechamiento del Tiempo Libre y Educación Física de Barrancabermeja - INDERBA
Nit:	829.000.477-7
Oficina principal:	Avenida Circunvalar Estadio 26 de Abril Teléfonos: 6113955 - 6113954
Actividad económica:	Recreación y Deporte
Productos principales:	Recreación Escuelas de formación Control deportivo Parque y escenarios
Año de iniciación:	1995
Representante legal:	Isolina Tirado Silva No. 0255 de agosto 26 de 2008

4.2 RESEÑA HISTÓRICA

A comienzos de la década de los 90 en Barrancabermeja el ente encargado de coordinar los eventos deportivos y de recreación, era la Junta Municipal de Deporte, la cual funcionaba en el Coliseo Luis Francisco Castellanos.

“Con la Ley 181 de 1995 por medio de la cual se regula el deporte colombiano, estableció la creación de los entes deportivos municipales reemplazando las antiguas juntas deportivas”⁶, lo que permitió que en Barrancabermeja se creará el Instituto para el Fomento del Deporte, la Recreación, el Aprovechamiento del Tiempo Libre y la Actividad Física de Barrancabermeja -INDERBA-.“Un año después se crea bajo el Acuerdo Municipal N° 016 de 1996 en el Municipio de Barrancabermeja, el Instituto como un establecimiento público de orden municipal, con autonomía administrativa, personería jurídica y patrimonio independiente, integrante del Sistema Nacional del Deporte y ejecutor del Plan Nacional del Deporte”.⁷

El INDERBA nació con “el objetivo de fomentar el deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física en el Puerto Petrolero, además de generar y brindar a la comunidad oportunidades de participación en procesos de iniciación, formación, fomento y práctica del deporte”⁸.

⁶ INDERBA. Reseña Histórica [en línea].
<http://www.inderba.gov.co/gelt/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=78>
[citado en 30 de Septiembre de 2010]

⁷ INDERBA. Reseña Histórica [en línea].
<http://www.inderba.gov.co/gelt/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=78>
[citado en 30 de Septiembre de 2010]

⁸ INDERBA. Reseña Histórica [en línea].
<http://www.inderba.gov.co/gelt/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=78>
[citado en 30 de Septiembre de 2010]

4.3 MISIÓN

Garantizar a la comunidad de Barrancabermeja el derecho de participar en programas deportivos, recreativos, de aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y gestionar la infraestructura donde realizarlos.

4.4 VISIÓN

En el año 2013, seremos una institución generadora de modelos de formación integral en los ámbitos deportivos, recreativos, de aprovechamiento del tiempo libre y la educación física para que hagan parte estratégica de la cultura ciudadana.

4.5 OBJETIVOS INSTITUCIONALES

1. Brindar a nuestros usuarios servicios integrales en deporte, recreación, aprovechamiento del tiempo libre y la educación física, en forma oportuna y con estándares de calidad de acuerdo con la reglamentación que se expide para dicho propósito.
2. Garantizar la satisfacción de los usuarios en los servicios prestados por la entidad, contando con el personal idóneo y competente para la prestación del servicio.
3. Lograr el mejoramiento continuo en la gestión.
4. Contar con proveedores que garanticen productos y servicios confiables y de buena calidad.
5. Gestionar los recursos económicos para la prestación de los servicios, mejorando la eficiencia operacional.

6. Garantizar que se cuente con la infraestructura adecuada para la prestación de los servicios.
7. Generar y fortalecer las competencias del talento humano.
8. Promover la seguridad y salud ocupacional dentro de los funcionarios de la entidad.
9. Fomentar una cultura organizacional que contemple los principios, los valores y las conductas de los funcionarios, que se evidencien en nuestros usuarios, clientes, proveedores, acreedores, etc.

4.6 VALORES ORGANIZACIONALES

4.6.1 Principios éticos.

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Honestidad
- ✓ Justicia
- ✓ Cooperación
- ✓ Compromiso
- ✓ Competitividad Profesional

4.6.2 Valores institucionales.

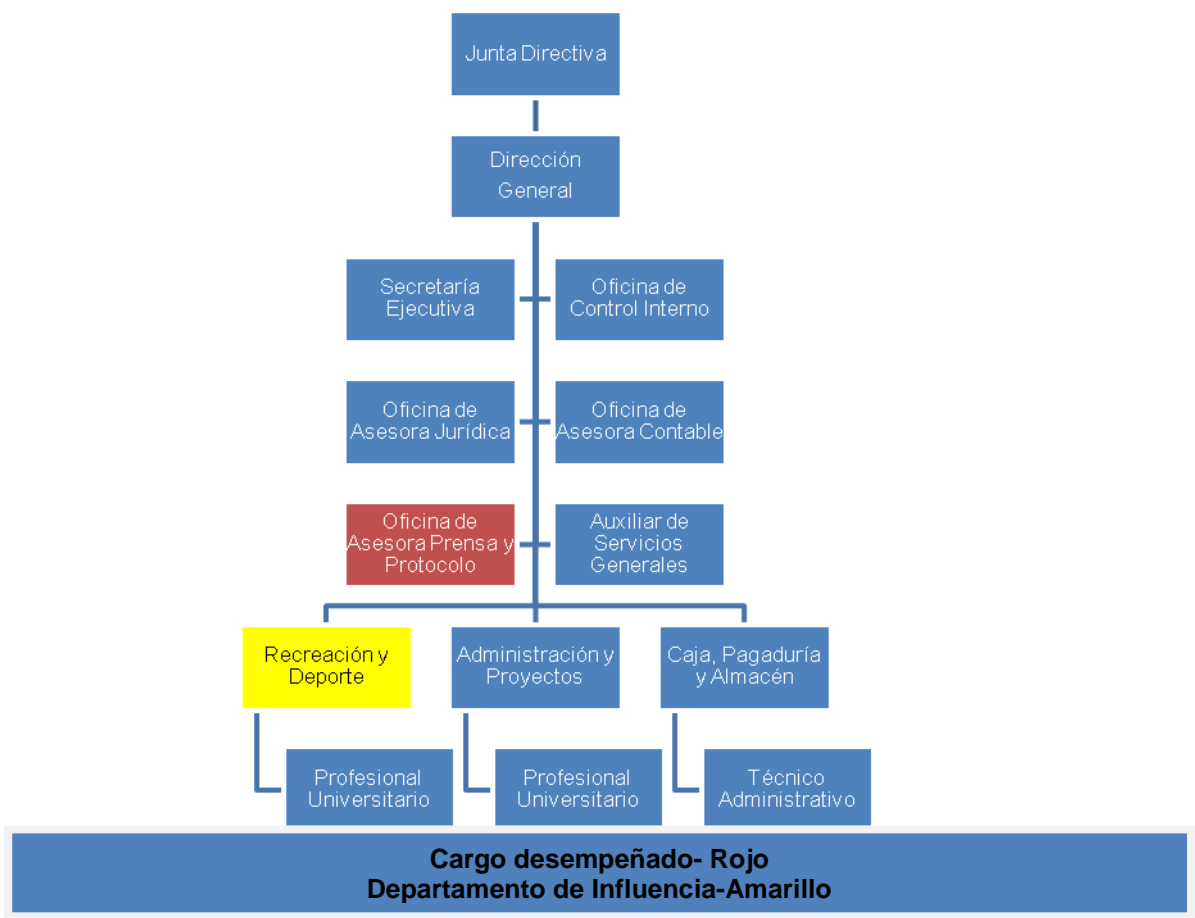
- ✓ Eficiencia
- ✓ Eficacia
- ✓ Calidad de Servicio
- ✓ Comunicación
- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Competitividad

4.7 POLÍTICA DE CALIDAD

En el INDERBA se busca garantizar el derecho a una adecuada cultura física; acordes a las necesidades de la comunidad y de su entorno, mediante un recurso humano competente y de un sistema de gestión de la calidad orientado hacia una mejora continúa.

4.8 ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL

Figura 1. Organigrama organizacional INDERBA



Fuente: Estructura INDERBA 2004.

4.9 PRINCIPALES DEPARTAMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

- I. **Director General.** Ejercer la representación legal del Instituto para el Fomento del Deporte y la Recreación de Barrancabermeja en temas relacionados con la contratación y aprobación de proyectos bajo la supervisión de la Junta Directiva del Instituto.
- II. **Secretario Ejecutivo.** Recibir, radicar y mantener actualizada la documentación que se recibe en nombre del Instituto para el Fomento del Deporte y la Recreación de Barrancabermeja y su representante legal.
- III. **Control Deportivo.** Proyectar, promover, coordinar y evaluar las actividades deportivas, recreativas y de capacitación para el beneficio de la comunidad barranqueña y su área de influencia.
- IV. **Área de Recreación y Deportes.** Mantener actualizado la legislación deportiva en cuanto a conformación de clubes y organizar, desarrollar y evaluar los juegos Intercolegiados e Interescolares.
- V. **Caja Pagaduría- Almacén.** Distribuir, organizar y velar por el buen uso de los bienes adquiridos por el Instituto para el Fomento del Deporte y la Recreación.

5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Antes de dar inicio a la construcción de una estrategia de comunicación, fue necesario replantear las funciones de la oficina asesora de prensa y protocolo de INDERBA. Para esto se utilizó como referente conceptual el libro “*Cómo ser asesor de Prensa*”, donde se explican las funciones básicas del asesor de prensa en una organización.

Como dice Tomaello, el comunicador como primera instancia debe;

Conocer las actividades del cliente, armar una estrategia de acciones en función de las necesidades y expectativas del cliente, componer la base de datos de los contactos de esos medios, redactar materiales con perfil periodístico sobre las noticias que se tengan para contar, generar ideas varias sobre posibles artículos que puedan realizarse, establecer los contactos con los medios para acercar las informaciones y proponer posibles notas, y organizar, convocar y asistir a los eventos de prensa que se estimen convenientes⁹.

Es así como se redefinió las tareas que ayudarán a dar cumplimiento a los objetivos, teniendo en cuenta lo dicho por Flavia Tomaello:

- Armar una estrategia de acciones en función de las necesidades y expectativa del cliente: Para dar cumplimiento a los objetivos, fue necesario retomar las conclusiones que surgieron en la etapa de reconocimiento, identificación y solución, así mismo se planteó una estrategia de comunicación basada en las acciones de la oficina asesora de prensa. “La cuestión no es sacar notas porque sí, sino

⁹ TOMAELLO, Flavia. *Cómo ser Asesor de Prensa*. Buenos Aires: Longser, 2005. p.14-17.

que éstas acompañen las decisiones comerciales de la empresa”¹⁰. El INDERBA tiene como objetivo la formación de deportistas integrales a través del programa de las Escuelas Deportivas. Es por eso que las acciones de la estrategia apuntaron hacia la masificación de este programa, proyectando las disciplinas deportivas, el talento humano, los logros alcanzados gracias a este proceso de formación, la hora y el lugar donde se realiza.

- Componer la base de datos de los contactos de esos medios: La libreta de contactos de los medios de comunicación, fue de gran importancia para la ejecución de la estrategia, toda vez que ellos mostraron el interés hacia las historias de vida y los procesos de formación deportiva, que se generaban gracias a este programa.
- Redactar material con perfil periodístico sobre las noticias que se tengan para contar: “El cliente no debe proveer los materiales definitivos para los medios, sino los contenidos generales, pues es el agente de prensa quien debe redactar las informaciones que se acercarán a los medios para darles un tinte periodístico que redunde en una buena recepción”¹¹. De esta manera se hizo los Boletines de Prensa, informando acerca de las actividades, el desarrollo de los procesos de formación deportiva, haciendo de estos una novedad, para que los medios de comunicación pudieran desarrollar estas noticias.
- Generar ideas varias sobre posibles artículos que puedan realizarse: Es ahí donde se tomó ventaja, toda vez que se hacía contacto telefónico ofreciendo la nota, y si el periodista no podía asistir al lugar de la noticia, se le facilitaba las imágenes y las entrevistas.

¹⁰ Ibid, 14 p.

¹¹ Ibid, 16 p.

- Establecer los contactos con los medios para acercar las informaciones y proponer las posibles notas: Esto permitió que en varias ocasiones a través de los corresponsales de Caracol Noticias y RCN, el país conociera de la importancia de este programa en Barrancabermeja, y cómo éste beneficiaba a la población.
- Organizar, convocar y asistir a los eventos de prensa que se estimen convenientes: De esta manera complementamos nuestra estrategia de comunicación, invitando a los periodistas a ruedas de prensa, y eventos masivos de las escuelas, para que de esta manera la información llegue a toda la ciudad.

5.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Una estrategia de comunicación es “una propuesta de solución que busca dinamizar la gestión de una organización en unos tiempos y espacios determinados”¹². Es así como la estrategia planteada buscó dar cumplimiento a los objetivos institucionales y los de la pasantía, proponiendo una solución que toma como punto de partida las acciones de la oficina asesora de prensa y protocolo.

Estas acciones fueron encaminadas en el cumplimiento del objetivo estratégico en el cual se proponía promover y difundir el programa de las escuelas deportivas de INDERBA, consolidándolo como una opción para la formación integral de deportistas.

¹² CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA ORGANIZACIONAL CICCO, Comunicación Empresarial. Bogotá: Eco Ediciones LTDA, 2007. 62 p.

El libro “*Comunicación Empresarial*” define el término “estrategia por necesidad”, como aquella que responde a una iniciativa personal o de la organización, y cuenta con un tiempo para solucionar, desde el origen del problema. Es por esto que como iniciativa personal se definió que la estrategia a seguir se daba por necesidad, teniendo en cuenta que dicha estrategia debía beneficiar y aportar al cumplimiento de las metas propuestas enmarcadas en el plan de desarrollo municipal. Con una buena difusión se lograría la inclusión de más niños, niñas y jóvenes a la formación de deportista en nuestro municipio. El tiempo que tomó desarrollar el plan de acción fue de seis meses, con resultados que se obtuvieron de manera inmediata y otros que se han logrado en el transcurrir de este año.

Con los datos obtenidos se realizó el diagnóstico con el cual se hizo el planteamiento estratégico basándonos en las herramientas comunicativas de una oficina asesora de prensa, las cuales fueron: boletines de prensa, notas para radio, televisión y convocatoria de medios entre otros; que hacen de estos productos, acciones apropiadas para la difusión de nuestros programas.

Una de estas acciones fue la producción de boletines de prensa, que es una de las herramientas básicas para indicar a los medios, lo que puede ser novedad para ellos, e invitarlos a cubrirlo. Este producto facilitó el acercamiento entre la organización y los periodistas, logrando así, que muchos de ellos permitieran informar en sus espacios, todo lo relacionado con las actividades, programas y el desarrollo de estas, en especial las del programa de las escuelas deportivas.

Las notas de televisión también representaron un papel importante en el cumplimiento de los objetivos, toda vez que permitieron mostrar a detalle la pedagogía utilizada por los profesores para la formación de niños, niñas y jóvenes, los logros obtenidos por estos deportistas en certámenes departamentales y nacionales, y las historias de vida que hacen de este programa, un espacio para la inclusión social.

Los audios para radio permitieron llegar a las emisoras locales a través de los audios con entrevista, las cuales eran enviadas como datos adjuntos a los boletines de prensa, facilitando la labor de los periodistas radiales.

5.1.1 Condicionantes. Los condicionantes permiten “concentrar nuestros mejores recursos en las mejores oportunidades para alcanzar el objetivo. La concentración de la energía y la fuerza es uno de los principios más importantes en el éxito de una estrategia”¹³.

La oficina asesora de prensa y protocolo de INDERBA, está compuesta por dos 2 personas, un comunicador social y camarógrafo - editor, que facilitaron el éxito de la estrategia, toda vez que se contaba con los recursos necesarios para la implementación y la realización de la misma.

Los habitantes de Barrancabermeja tienen como fuente primaria los noticieros de televisión, esto aseguró que nuestras notas emitidas en los espacios informativos, fueran vistas por la población.

Los noticieros locales no cuentan con el personal suficiente para cubrir todas las fuentes informativas de nuestra ciudad. Esto se puede observar en las secciones deportivas en donde solo hay lugar para uno o dos notas, permitiéndonos llegar con el producto elaborado.

5.1.2 Público. La estrategia está enfocada a toda la población de Barrancabermeja. Llegar al núcleo familiar permitió, que más niños, niñas y jóvenes, se unieran a los procesos de formación deportiva.

¹³ AGUILAR, Jorge. Gerencia Integral de Comunicaciones, Bogotá: Eco Ediciones LTDA, 2007. 112 p.

5.1.3 Contingencias. Las contingencias permitieron “buscar sorprender y evitar ser sorprendido. De allí nuestra necesidad responsable de prever”¹⁴.

- **Boletines de prensa.** Los boletines de prensa se enviaron vía correo electrónico desde el correo institucional, además estos eran adjuntos al de la Oficina de Prensa de la Alcaldía y también eran publicados en la página de Internet.
- **Notas para televisión.** Las notas de televisión eran producidas para el noticiero institucional de la alcaldía. Si estas no eran incluidas en la carga informativa, dichas notas eran remitidas a los noticieros o canales que tuvieran convenio con la oficina de prensa de la Alcaldía.
- **Audios para radio.** Estos audios eran enviados a los periodistas radiales que tienen pauta con INDERBA y demás periodistas locales y regionales de medios escritos y radiales.
- **Convocatoria de medios.** Si por algún motivo los periodistas no asistían a las ruedas de prensa o a las actividades desarrolladas por el INDERBA, se facilitaba el material de entrevistas, imágenes de apoyo e información general.

5.2 PLAN DE ACCIÓN

5.2.1 Objetivo estratégico. El objetivo apuntó a la difusión del programa de las escuelas deportivas, utilizando las herramientas esenciales de una oficina de asesora de prensa. A través de estas llegó a la comunidad de Barrancabermeja,

¹⁴ CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA ORGANIZACIONAL CICCO, Comunicación Empresarial. Bogotá: Eco Ediciones LTDA, 2007.82 p.

con un mensaje claro: Las escuelas deportivas, son el espacio para la formación Integral de deportistas, que aporte e influyan de manera positiva en la sociedad.

5.2.2 Propuesta Estratégica.

Tabla 2. Propuesta estratégica

Herramientas	Descripción	Indicador /Meta	En colaboración	Costo
Boletines de Prensa	Estos boletines deben informar hacer de las actividades que se realizan en los diferentes programas	2 Boletines a la semana fue la meta propuestas. Estos debían contener 1 notas de las Escuelas Deportivas, 1 nota de Recreación y 1 de Grandes Eventos, si existía uno.	Con la Oficina de Prensa de la Alcaldía Municipal, quien editaban los textos.	Ninguno
Notas para Televisión	Estas deben describir el hecho noticioso, mostrar en detalle lo ocurrido, las opiniones de sus protagonistas, y los beneficios de lo realizado	Cuatro notas semanales, dos de las Escuelas Deportivas y las otras dos restantes de los otros programas.	Con el camarógrafo-editor	\$2'500.000 Por mes

<p>Audios para Radio</p>	<p>Esta herramienta muy útil para los periodistas radiales, debe contener las entrevistas que se mencionan en los boletines de prensa</p>	<p>Todas las notas del Boletín de Prensa, deben contener las entrevistas de los temas desarrollados.</p>	<p>Con la Oficina de Prensa de la Alcaldía Municipal</p>	<p>Ninguno</p>
<p>Convocatoria de Medios</p>	<p>Esta herramienta permitió acercar a la organización con los medios de comunicación, a través de las ruedas de prensa, entre otras.</p>	<p>Como mínimo se debe convocar a rueda de prensa una vez al mes, y el contacto telefónico, se debe realizar cuantas veces sea necesario.</p>	<p>Con la Oficina de Prensa de la Alcaldía Municipal, quien asistía en la convocatoria de medios.</p>	<p>Ninguno</p>

Fuente: Autor del proyecto

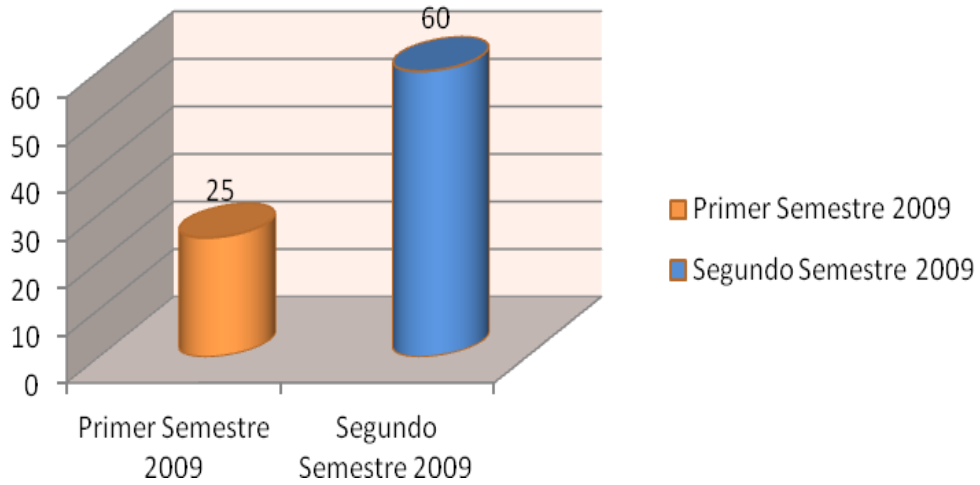
Teniendo en cuentas las actividades enmarcadas en el Plan de Desarrollo de la estrategia de comunicación, se hicieron las siguientes actividades:

5.3 BOLETINES DE PRENSA

Comparando los datos del primer semestre de 2009 se evidenció notablemente el aumento en la producción de boletines de prensa y los temas desarrollados en ellos, lo que aportó al cumplimiento de la estrategia.

Gráfica 3. Datos comparados primer y segundo semestre 2009

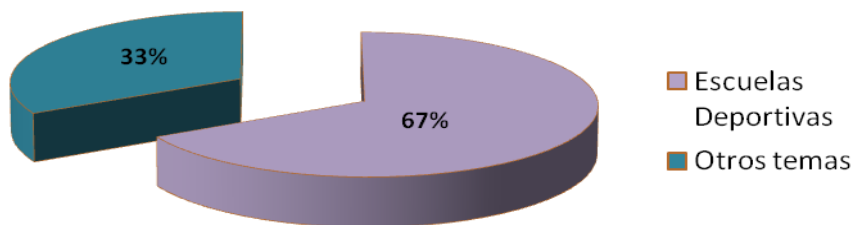
Gráfica Boletines de prensa por semestre



Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 4. Boletines de prensa según el tema desarrollado

Temas desarrollados en los boletines de prensa

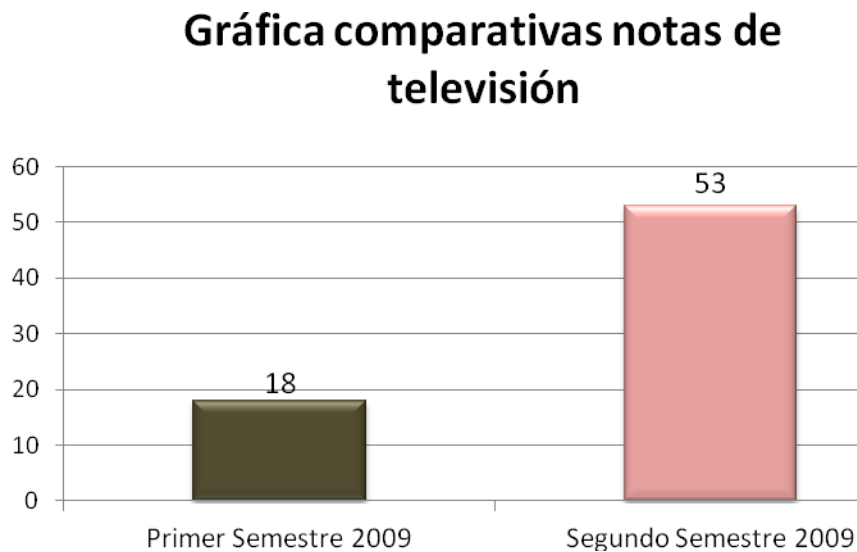


Fuente: Autor del proyecto

5.4 NOTAS DE TELEVISIÓN

Con las notas de televisión logramos afianzar aun más ésta estrategia comunicativa. Con esta herramienta se logró mostrar y evidenciar el trabajo que se venía realizando en los diferentes programas del Instituto, en especial en el de las escuelas deportivas.

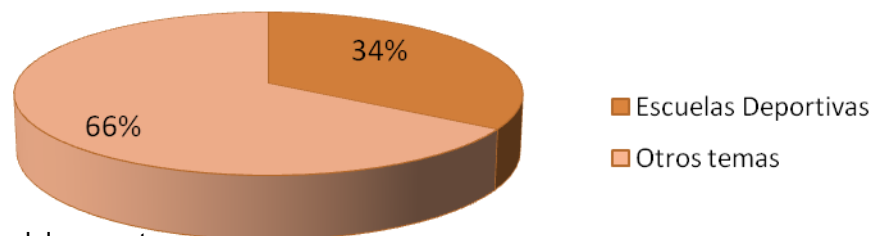
Gráfica 5. Datos comparativos primer y segundo semestre 2009.



Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 6. Notas de televisión según el tema desarrollado

Gráfica notas de Televisión según tema desarrollado



Fuente: Autor del proyecto

5.5 AUDIOS PARA RADIO

La mayoría de los boletines fueron acompañados con estos audios, que eran utilizados por los periodistas radiales.

El contacto permanente con los medios de comunicación permitió la consolidación de esta estrategia, toda vez que estos mostraban los diferentes procesos de formación deportiva, según la información que era ofrecida en los comunicados de prensa.

6. RESULTADOS OBTENIDOS

El posicionamiento del programa de las escuelas deportivas se vio reflejado en la cantidad de niños, niñas y jóvenes que poco a poco se fueron inscribiendo en este programa. La comunidad de Barrancabermeja conoció los resultados obtenidos en las escuelas de formación, y a su vez la gestión que se venía realizando en Inderba.

Es así como el Instituto pasó de tener en el 2008, 2.217 niños, niñas y jóvenes inscritos en el Programa de las Escuelas Deportivas, a 6.213 deportistas que participaron activamente en este programa.

De esta manera se logró cumplir con los objetivos propuestos desde el inicio de la pasantía, toda vez que no se improvisaron herramientas, por el contrario, se afianzaron las ya utilizadas.

6.1 FACTORES DE ÉXITO

- Se cumplió con la elaboración de productos periodísticos, que a su vez fueron factores determinantes para alcanzar nuestros objetivos.
- Se tuvieron las herramientas necesarias para la elaboración de los productos periodísticos utilizados en la estrategia.
- Las historias de vida fueron determinantes para la aceptación del mensaje en el público.

- La creatividad a la hora de producir las notas escritas y televisión, fueron determinantes, toda vez que los medios de comunicación se sentían a traídos a desarrollar estas notas, o en dado caso que no pudieron hacerlo, nos recibían el producto ya realizado.

6.2 MOTIVOS DE ERROR

- Como se mencionó anteriormente, los equipos periodísticos de los noticieros locales, no son suficientes para cubrir toda la carga informativa que se genera en Barrancabermeja, es por eso que muchas de las actividades no eran registradas por ellos.
- Algunas notas fueron represadas en el noticiero institucional perdiendo periodicidad.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados se hicieron evidentes al lograr una mayor cobertura de este programa y a la vez posicionando la buena imagen de las escuelas deportivas y sobre todo el de INDERBA.

Al inicio de la pasantía, se detectó la carencia de una estrategia de comunicación, que permitiera la difusión de los diferentes componentes y disciplinas que ofrece este programa. Es decir, el punto de partida fue retomar todas esas herramientas comunicativas que se habían perdido, y que por ende fueron pieza fundamental para alcanzar los objetivos.

No se necesitó la implementación de una estrategia que demandará una inversión grande, más bien se utilizaron los recursos básicos de una oficina asesora de Prensa, para posicionar la imagen del instituto y por ende del programa bandera en materia de deporte, de la actual administración municipal.

Trabajar en conjunto con la oficina de prensa de la Alcaldía Municipal permitió la articulación y utilización de los espacios institucionales, logrando así, la difusión diaria de noticias de televisión y radio, lo que permitió que el INDERBA siempre estuviera comunicándose con sus públicos objetivos.

La elaboración de productos periodísticos nos permitió mantener informado a los periodistas de los medios de comunicación local y regional, y el contacto de los mismos con la oficina asesora de prensa del Instituto facilitó mantenernos siempre en la parrilla informativa de los noticieros, magazines, programas deportivos entre otros.

La elaboración de estos productos periodísticos, permitieron mostrar los procesos misionales, estratégicos y de talento humano, de este programa y del Inderba. La disposición de la organización facilitó la implementación de la estrategia.

7.1 RECOMENDACIONES

- Es importante conformar un equipo de trabajo sólido, que permita la ejecución y consolidación de la estrategia de comunicación, y por ende, el posicionamiento de la imagen del Instituto.
- El INDERBA debe procurar tener su propia cámara y equipo de edición, y así, tener registro de todas las actividades.
- Se debe gestionar un espacio institucional propio, donde se informe de todas los programas del Instituto.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Jorge. Gerencia Integral de Comunicaciones, Bogotá: Eco Ediciones LTDA, 2007. 128 p.

CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA ORGANIZACIONAL CICCOC, Comunicación Empresarial. Bogotá: Eco Ediciones LTDA, 2007. 225 p.

INDERBA. Reseña Histórica [en línea].
<http://www.inderba.gov.co/gelt/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=78> [citado en 30 de Septiembre de 2010]

LEÓN Casadiego, Hilton. Proyecto Escuelas Deportivas, Barrancabermeja: Litodiseños, 2009. 45 p.

PÉREZ GONZÁLES, Rafael Alberto. Estrategias de Comunicación. España: Editorial Ariel, 2001. 725 p.

TOMAELLO, Flavia. Cómo ser Asesor de Prensa. Buenos Aires: Longser, 2005. 128 p.

ANEXO A BOLETINES DE PRENSA

400 NIÑOS HAN SIDO VALORADOS POR LA UNIDAD MEDICO DEPORTIVA DEL INDERBA

Barrancabermeja, 7 de Septiembre de 2009. El Instituto para el Fomento del Deporte y la Recreación, INDERBA, a través de la Unidad Medico Deportiva ha realizado la evaluación de 400 niños y niñas de las Escuelas de Formación Deportiva, con su grupo interdisciplinario conformado por una Fisioterapeuta, Psicólogo y trabajadora Social.

En la actualidad la UMD viene realizando estas valoraciones con niños y niñas de las escuelas de formación deportiva, en el proceso de iniciación, formación y énfasis.

El Fisioterapeuta de la unidad, Cesar Julio Rojas Pimentel, explicó que el objetivo de esta es; ***“contribuir al proceso de formación integral de los niños mediante el estudio de las ciencias aplicadas, detectando alguna variable que afecte el proceso de formación deportiva del menor”***.

Los avances obtenidos por el programa han logrado identificar las falencias presentadas en cada una de las disciplinas deportivas, cualificando indicadores frecuentes como los altos niveles de agresividad, baja autoestima, violencia intrafamiliar, escaso proyecto de vida entre otras, que al final con llevan a un mal desempeño como deportistas y una posible lesión.

“Todos estos factores repercuten en el rendimiento deportivo, interrumpiendo y afectando el proceso de formación deportiva que se está llevando a cabo”, aseguró Rojas Pimentel, Fisioterapeuta de la UMD.

La UMD ha venido desarrollando actividades con todas las comunas y corregimientos de Barrancabermeja, en pro de disminuir todas estas falencias identificadas; realizando un trabajo individual, grupal y el desarrollo de actividades con Padres, con el fin de mejorar la calidad y optimizar el proyecto de vida de todos los niños y adolescentes de la ciudad.

El INDERBA, recuerda a todos los padres que sus hijos pueden acceder a este programa de manera gratuita.

Por: Samuel Alberto Martínez Gil, Celular: 315-3446827

**Fuente: Cesar Julio Rojas Pimentel, Fisioterapeuta de la Unidad Medico
Deportiva.**

Teléfono; 6113954.

¡TAEKWONDISTA DE VERSALLES HAN LOGRADO 15 MEDALLAS!

En un proceso de formación deportiva de tan solo 6 meses, taekwondista del barrio Versalles han logrado 15 Medallas, 3 de oro, 3 de plata y 19 de bronce en su primera participación, el pasado mes de agosto en el Torneo Municipal de Clubes de Taekwondo.

A pesar que es un proceso nuevo, el profesor Fernando Quintero Cuadros, Instructor de la Escuela de Formación Deportiva de Taekwondo de Versalles, ha logrado consolidar un grupo de 34 niños y niñas, que día a día entrenan en el salón comunal de este barrio.

“Hemos logrado iniciar y consolidar este proceso de formación deportiva, que ya ha comenzado a dar los primeros frutos. Esperamos seguir contando

con el apoyo de la comunidad de Versalles y los barrios aledaños, para que más niños y adolescentes se puedan unir a esta labor que lidera el INDERBA”
aseguró el instructor.

La próxima participación de este grupo de deportistas, será en el Torneo Departamental Inderclubes, que se realizará del 19 hasta el 20 de septiembre y donde 6 taekwondistas de esta escuela, participarán en la modalidad de combate.

La invitación es para que mas niños, niñas, adolescentes y jóvenes, se inscriban a este escuela de formación deportiva, que abre sus puertas de lunes a viernes desde las 7:00 a.m hasta las 9:00: a.m y de 2:30 p.m a 5:30 p.m.

Por: Samuel Alberto Martínez Gil, Celular: 315-3446827

Fuente: Diego Fernando Quintero. Instructor Escuela de Formación

Deportiva.

Teléfono: 6113954

**RECORDAMOS A TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES,
REGIONALES Y NACIONALES:**

JUEVES 10 DE SEPTIEMBRE.

**RUEDA DE PRENSA, CON LOS GANADORES DE LA FASE
DEPARTAMENTAL DE LOS JUEGOS INTERCOLEGIADOS.**

Mañana jueves 10 de septiembre, se realizará unas ruedas de prensa para todos los medios de comunicación locales, regionales y nacionales, donde se mostrará a los deportistas que triunfaron en la fase departamental de los intercolegiados, realizados la semana pasada en Bucaramanga.

La cita es a las 9:00 de la mañana, en el auditorio del Inderba.

**MAÑANA SE REALIZARÁ EL III TALLER DEL PLAN ESTRATEGICO DEL
DEPORTE Y LA RECREACIÓN.**

A partir de las 2:00 de tarde, representantes de las 46 asociaciones del adulto mayor de toda la ciudad y corregimientos, se reunirán en el auditorio del Inderba, para participar en el III Taller del Plan Estratégico del Deporte y la Recreación de Barrancabermeja.

La invitación es para que todos los medios de comunicaciones locales, regionales y nacionales, nos acompañen en este proceso que busca construir el plan estratégico del Deporte y la Recreación.

Lugar: Auditorio del Inderba.

VIERNES 11 DE SEPTIEMBRE

INVITAMOS MUY CORDIALEMENTE A TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES, REGIONALES Y NACIONALES, A LA PRESENTACIÓN PÚBLICA DE LA NUEVA JUNTA DIRECTIVA, CUERPO TECNICO Y JUGADORES DE LA CORPORACIÓN DEPORTIVA ALIANZA PETROLERA, Y A SU VEZ LA ENTREGA DE UNIFORMES DE PRESENTACIÓN POR PARTE DEL INSTITUTO PARA EL FOMENTO DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN, INDERBA.

LUGAR: HOTEL PIPATON

HORA: 9:00 A.M

FECHA: VIERNES 11 DE SEPTIEMBRE

BICICROSISTAS LOCALES, PARTICIPARÁN EN LA VII VALIDA NACIONAL PONY MALTA

Serán 22 bicicrosistas locales los que viajaran hoy a la ciudad de Santa Marta, para participar en la VII Valida Nacional Pony Malta.

La delegación conformada por niños entre los 6 y 17 años, representarán a Barrancabermeja en la categoría de 6 años principiantes, categoría 7 años principiantes, categoría 8 años principiantes, categoría de 11 a 12 años novatos, categoría de 13 a 14 años novatos, categoría de 15 a 16 años novatos y categoría 17 años y más novatos.

El profesor de la escuela de formación deportiva de bicicros, Rafael Pérez Leguizamón, aseguró que; ***“nos encontramos en un proceso de formación y las expectativas, es seguir mejorando lo conseguido en los anteriores roces***

y ahora con los torneos nacionales, se presenta la oportunidad para mostrar el progreso de los deportistas”.

La escuela de formación de bicigróss, viene realizando un trabajo de preparación y fundamentación técnica, en más de 85 niños que actualmente se reúnen de lunes a viernes en la pista municipal de bicigróss.

“Este año Inderba ha reforzado el trabajo que se viene realizando en las escuelas de formación deportiva y es por eso; que se cuenta con varios profesores que están capacitando a los niños, niñas y jóvenes de Barrancabermeja, en las diferentes modalidades deportivas”, aseguró Pérez Leguizamón.

La invitación es para que todos los padres de familia de la ciudad, se acerquen a las oficinas de Inderba e inscriban a sus hijos de forma gratuita, a las escuelas de formación deportiva.

Por: Samuel Alberto Martínez Gil

Asesor de Prensa de Inderba.

Teléfono: 315 3446827

Fuente: Rafael Pérez Leguizamón

BOXEO;

“EL DEPORTE DE LAS NARICES CHATAS, UNA ESCUELA QUE PROMETE”

Barrancabermeja, 21 de Octubre de 2009. El deporte de las “narices chatas” viene recuperando protagonismo en el Puerto Petrolero, gracias a la labor que



realiza el Instituto para el Fomento del Deporte y la Recreación, Inderba, a través de la Escuela de Formación Deportiva a la que asisten de Lunes a Viernes 34 peleadores entre los 12 a 18 años.

Este proceso de formación deportiva lleva más de 4 años en Barrancabermeja, obtenido títulos en certámenes a nivel local y regional, como los dos segundos

puestos que se obtuvieron en versiones anteriores de los Juegos Departamentales y del Magdalena Medio.

Como cualquier otra escuela de boxeo de nivel nacional, a los deportistas se les enseña las diferentes técnicas como lo es la parada en combate, desplazamiento sobre el cuadrilátero, giros, golpes recto derecho e izquierdo, golpe cruzado de izquierda derecha, ganchos entre otros movimientos que han asegurado la victoria a grandes glorias de este deporte.

Rafael Uribe Uribe, Instructor de la Escuela de Formación Deportiva de Boxeo y con más de 30 años de experiencia, reconoce que no solo es fundamental formar a los deportistas en su parte técnica y física, sino que es necesario que ellos aprendan valores y cultura.

“Aquí formamos a los deportistas en su parte física, técnica y como valor agregado en su progreso como persona, así le daremos a Barrancabermeja deportistas integrales que aporten a la sociedad”, explicó el instructor.

La Escuela de Formación Deportiva de Boxeo abre sus puertas desde las 3:00 de la tarde en el gimnasio del Coliseo Luis Fernando Castellanos. Allí estos peleadores aprenden día a día los fundamentos técnicos para ser grandes exponentes de esta disciplina.

“Hemos visto el progreso significativo de estos muchachos que en cada oportunidad demuestran amor a la práctica de este deporte. Es por eso que entre muy poco, muchos de estos darán de que hablar en cuadriláteros departamentales y nacionales”, aseguró el instructor.

El Inderba a través de las Escuelas de Formación Deportiva, reitera su compromiso con la niñez, la adolescencia y la juventud, asegurando que se siga implementando este programa de manera gratuita y con mayor cobertura.

PRENSA INDERBA

Por: Samuel Alberto Martínez Gil. Celular: 315-3446827

Fuente: Rafael Uribe Uribe, Instructor de Boxeo.

Teléfono: 6113459.