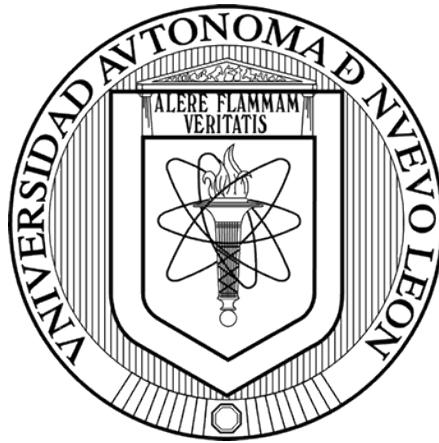


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ORGANIZACIÓN DEPORTIVA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO



**“PROPUESTA PARA DIFUNDIR EN MEDIOS ELECTRÓNICOS
LOS TORNEOS INTRAUNIVERSITARIOS Y RESULTADOS DE
LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN”**

Por

LIC. KAREN YANINA ARAUJO ACKERMAN

PRODUCTO INTEGRADOR

REPORTE DE PRÁCTICAS

Como requisito parcial para obtener el grado de

**MAESTRÍA EN ACTIVIDAD FÍSICA Y DEPORTE CON
ORIENTACIÓN EN GESTIÓN DEPORTIVA**

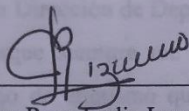
Nuevo León, 2019

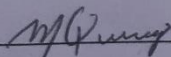
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ORGANIZACIÓN DEPORTIVA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO

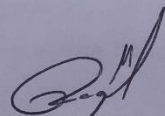


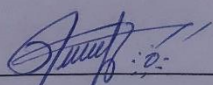
Los miembros del Comité de Titulación de la Maestría en Actividad Física y Deporte integrado por la Facultad de Organización Deportiva, recomendamos que el Producto Integrador en modalidad de Reporte de Prácticas titulado "Propuesta para difundir en medios electrónicos los torneos intrauniversitarios y resultados de la Universidad Autónoma de Nuevo León" realizado por la LCP. Karen Yanina Araujo Ackerman, sea aceptado para su defensa como oposición al grado de Maestro en Actividad Física y Deporte con Orientación en Gestión Deportiva.

COMITÉ DE TITULACIÓN


Dra. Alma Rosa Lydia Lozano González
Asesor Principal


MAE. Marcela Margarita Quiroga de la Torre
Co-asesor


Dra. Raquel Morquecho Sánchez
Co-asesor


Dra. Blanca R. Rangel Colmenero
Subdirección de Estudios de Posgrado e
Investigación de la FOD

Nuevo León, junio 2019

AGRADECIMIENTOS

Principalmente agradezco a mis papás que siempre estuvieron apoyándome durante esta etapa y a mis hermanas que me motivaron a seguir adelante. Mi familia fue mi principal motor durante estos años, son ellos quienes me han apoyado en cada decisión que he tomado a lo largo de mi vida, lo que he logrado es por y para ellos.

Hoy que estoy culminando esta etapa de mi formación académica puedo decir que no ha sido nada fácil emprender un camino lejos de mi casa, de mi familia, de mis amigos. He tenido que adaptarme a un estilo de vida al que no estaba acostumbrada, pero siempre viendo el lado bueno a toda situación.

Agradezco también a toda la gente que me brindó su ayuda dentro de la facultad, a mis maestros por enseñarme tanto y compartirme sus grandes conocimientos.

Por último, agradezco a la Dirección de Deportes de la UANL, a mi entrenador y a mis compañeros de pista porque siempre me brindaron su apoyo ante cualquier situación y fue gracias al equipo de atletismo que tomé la decisión de estudiar una maestría en la UANL.

FICHA DESCRIPTIVA

Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Organización Deportiva

Fecha de graduación: junio 2019

KAREN YANINA ARAUJO ACKERMAN

Título del Producto Integrador: PROPUESTA PARA DIFUNDIR EN MEDIOS ELECTRONICOS LOS TORNEOS INTRAUNIVERSITARIOS Y RESULTADOS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Número de Páginas: 30

Candidato para obtener el Grado de Maestría en Actividad Física y Deporte con Orientación en Gestión Deportiva

Resumen del reporte de prácticas profesionales: Este proyecto parte de un área de oportunidad que se detectó dentro de la coordinación de torneos intrauniversitarios de la UANL.

Se propone incluir dentro de la página web de la Dirección de Deportes de la UANL un apartado específico donde se difunda información respecto a los torneos intrauniversitarios.

Se plantea un objetivo general y uno específico, así como las estrategias y actividades para poder lograrlos.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
<i>Planteamiento del problema</i>	2
<i>Justificación</i>	2
<i>Antecedentes teóricos y empíricos</i>	3
<i>Caracterización</i>	19
NIVEL DE APLICACIÓN	21
OBJETIVO GENERAL	22
OBJETIVO ESPECÍFICO	22
TIEMPO DE REALIZACIÓN.....	23
ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES	24
RECURSOS	25
PRODUCTO	26
CONCLUSIÓN	28
BIBLIOGRAFÍA	29
RESUMEN AUTOBIOGRÁFICO	30

RESUMEN

Este proyecto parte de un área de oportunidad que se encontró después de analizar profundamente tanto interna como externamente la organización al realizar prácticas profesionales, en la coordinación de torneos intrauniversitarios de la Dirección de Deportes de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Dentro de este proyecto se plantea un objetivo general el cual es el difundir por medios electrónicos los torneos intrauniversitarios y resultados de la UANL, también se establece un objetivo específico, así como estrategias y actividades para lograrlos.

Se propone incluir en el portal web de la Dirección de Deportes de la UANL la información necesaria respecto a los torneos intrauniversitarios, por lo que se necesita una correcta gestión de información y tener contacto directo con la coordinación de torneos intrauniversitarios y la coordinación de portal web de la UANL.

En la parte final, como producto, se tiene el desglose de lo que se pretende incluir dentro de la página web de la DD de la UANL.

INTRODUCCIÓN

Durante el año 2018 estuve realizando mis prácticas profesionales de la Maestría en Actividad Física y Deporte con orientación a Gestión Deportiva dentro de la Dirección de Deportes de la UANL, específicamente en la coordinación de torneos intrauniversitarios.

Los torneos intrauniversitarios son competencias entre los equipos deportivos de las preparatorias de la UANL y de las facultades de la universidad, son un semillero de talentos en el deporte universitario en el cual se puede participar en diferentes deportes entre ellos: ajedrez, atletismo, basquetbol, béisbol, boliche, box, ciclismo, judo, karate, kung fu, lima-lama, lucha olímpica, natación, raquetbol, tae kwon do, frontón, futbol soccer, futbol rápido, animación, halterofilia, handball, hockey, raquetbol, softbol, tochito, tenis, tenis de mesa, voleibol de playa, voleibol de sala y wushu.

Para participar en los torneos intrauniversitarios, se debe cumplir con requisitos, los cuales son: estar inscrito en alguna de las preparatorias y/o facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León, UANL, tener un avance académico del 50%, cumplir con los límites de edad, presentar un certificado médico actual y realizar el pago dependiendo del deporte en el que se desea participar. Esto ayuda a motivar al alumno a esforzarse tanto académica como deportivamente.

Se encontró un área de oportunidad para la difusión en los medios electrónicos de los torneos intrauniversitarios, así como también la publicación de los resultados de dichos torneos de la Universidad Autónoma de Nuevo León, UANL.

Por ello, el objetivo de este proyecto es plantear una propuesta de difusión en medios electrónicos de los torneos intrauniversitarios y sus resultados, para que toda la información respecto a estos torneos llegue a toda la comunidad universitaria.

Planteamiento del problema

Actualmente la Dirección de Deportes de la UANL cuenta con una coordinación de comunicación e imagen, que es el encargado de la difusión de actividades de equipos representativos y torneos intrauniversitarios de la UANL, también tiene como función generar contenido multimedia de la parte deportiva de la universidad, el problema de dicha coordinación es que se enfoca en los equipos representativos por lo que falta información relacionada a los torneos y es por esto que surge la necesidad de implementar una herramienta que les permita dar difusión de los torneos intrauniversitarios a través de medios electrónicos, específicamente en la página WEB de la Dirección de Deportes (DD).

Justificación

Hoy por hoy las tecnologías de información son usadas con mucha frecuencia por los estudiantes universitarios y público en general, por esta razón es de suma importancia que la coordinación de comunicación e imagen de la DD de la UANL atienda esta área de oportunidad encontrada.

Se considera importante que los alumnos estén informados sobre los torneos intrauniversitarios, ya sea para que acudan a presenciarlos o a participar en alguno de ellos, y así fortalecer el desempeño deportivo de los equipos ya existentes.

La intención de este proyecto es que se comunique a la comunidad universitaria quién está jugando, cuándo jugarán, cuándo inicia el torneo, cuándo finaliza, así como la fecha de las inscripciones, juntas y todo lo que conlleva a la realización y participación de los torneos intrauniversitarios.

Este proyecto es factible porque la DD está interesada en resolver esta problemática y será de gran aporte para esta dependencia.

Antecedentes teóricos y empíricos

Derecho a la información

Todos los mexicanos tenemos derechos que buscan proteger principalmente la vida, la libertad, dignidad, igualdad, seguridad, integridad física y la propiedad de cada ser humano.

La parte final del artículo 6º. Constitucional establece que el derecho a la información será garantizado por el Estado. Sin embargo, este enunciado no dice qué es ese derecho, ni cómo, en su caso, lo garantiza el Estado.

Los artículos 13.1 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y 19.2 del Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos reformulan las libertades tradicionales de expresión e imprenta para adaptarlas a las nuevas condiciones de la información a finales del siglo XX. Este nuevo contenido constituye el “derecho a la información” y que, siendo parte del derecho mexicano, podemos expresar de la siguiente forma:

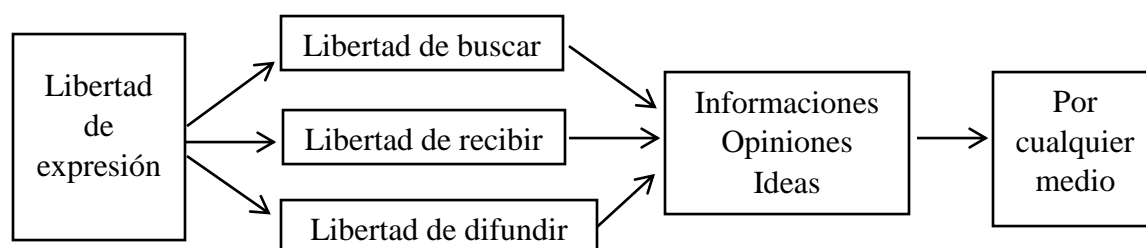


Ilustración 1. Libertad de expresión

Fuente (López-Ayllón)

El derecho a la información comprende así tres facultades interrelacionadas: las de buscar, recibir o difundir informaciones, opiniones o ideas, de manera oral o escrita, en forma impresa, artística o por cualquier otro procedimiento. En este sentido, tal derecho incluye las libertades tradicionales de expresión e imprenta, pero es más amplio

debido a que extiende la protección no sólo a la “búsqueda” y “difusión”, sino también a la “recepción” de informaciones, opiniones o ideas por cualquier medio.

Podemos sostener que existe un derecho mexicano de tres libertades (libertad de buscar, libertad de recibir y libertad de difundir) relacionadas con la información y la opinión, y que son las que, en conjunto, podemos denominar como “derecho a la información”. Este derecho engloba y reformula las libertades tradicionales de expresión e imprenta contenidas en los artículos 6º. y 7º. de la Constitución, al tiempo que las amplía al incluir las acciones de “buscar” y “recibir”. Estas tres libertades tienen una cobertura amplia y protegen la emisión o recepción de informaciones y opiniones por cualquier medio o procedimiento (prensa, radio, televisión, cine, audio video, teléfono, internet, etc.)(López-Ayllón).

Gestión de la información

El término información se define como el mensaje que genera un emisor destinado a un receptor en un sistema de comunicación en un soporte perdurable.

Cabe puntualizar que al hablar de información nos referimos al fenómeno de una producción (el autor y su obra): un mercado (editores y distribuidores); su organización, almacenamiento, así como a la difusión y recuperación.

Antes de proseguir sería conveniente diferenciar entre datos, información y conocimiento:

- Datos: Se trataría de una medición objetiva.
- Información: Conjunto de datos relacionados e interpretados.
- Conocimiento: Conjunto de información desarrollada, que permite prever y planificar.

El Sistema de Información (SI) puede ser definido como una colección de personas, procedimientos y equipos diseñados, contruidos, operados y mantenidos para recoger, registrar, procesar, almacenar, recuperar y visualizar información.

Las tareas fundamentales de un sistema de información se pueden concretar básicamente en tres procesos:

- Recibe datos (información).
- Actúa sobre ellos y genera nueva información (información sobre información).
- Difusión de información.

Por otra parte, el sistema de información en las organizaciones tiene como objetivos:

1. Proporcionar información que ayude a las personas encargadas de tomar decisiones, a que éstas sean las mejores.
2. Intenta investigar cada problema de decisión en su verdadera complejidad, delimitando los factores importantes que influyen en la decisión, y eliminando aquellos que no lo son.
3. Hace uso de conocimientos y métodos de muchas disciplinas y de campos diferentes.

Los elementos que constituyen el sistema de información serían: la propia información materializada en diferentes soportes; el personal profesional y operativo que se constituye en enlace entre materiales documentales, usuario y de intérprete de sus particulares intereses; las instalaciones; los recursos financieros y el equipo que hacen posible la transferencia de la información. Estos elementos pueden considerarse a nivel interno; hacia afuera tenemos a los proveedores o editores, a las autoridades de las que depende el servicio de información. Por último, el elemento más importante o razón de ser del sistema: el usuario, alrededor de quien se centran objetivos y actividades.

Por otra parte, es frecuente la utilización de los términos “Gestión de la información”, “Gestión del conocimiento” y “Gestión de contenidos” como si fueran la misma cosa, aunque realmente son tres conceptos diferentes:

- Gestión del conocimiento: nivel superior, y estaría relacionado con las políticas de información, y además implicaría su asimilación por parte de los individuos que operan en la institución.

- Gestión de la información: se trataría de la explotación de la información para la consecución de los objetivos de la entidad. Su creación, adquisición, procesamiento y difusión.
- Gestión de conocimientos: Serie de acciones y destrezas profesionales que permite la creación y administración de contenidos.

La finalidad de la gestión de la información es ofrecer mecanismos que permitieran a la organización adquirir, producir y transmitir, a menor coste posible, datos e informaciones con una calidad, exactitud y actualidad suficientes para servir a los objetivos de la organización, es decir, conseguir la información adecuada, para la persona que lo necesita, en el momento que lo necesita, al mejor precio posible para tomar mejores decisiones.

Las funciones de la gestión de la información abarcarían desde:

1. Determinar las necesidades de información en correspondencia a sus funciones y actividades.
2. Mejora de los canales de comunicación y acceso a la información.
3. Mejora procesos informativos.
4. Empleo eficiente de los recursos.

En este contexto, la información es considerada un recurso, un producto y un activo:

- La información como activo tiene un coste y debe tener un rendimiento.
- La información como producto deberá tener unas exigencias de calidad.
- La información como activo implica que la organización se preocupe por poseerla, gestionarla y utilizarla(Arévalo, 2007).

Si hablamos de flujos de información, la DD de la UANL no cuenta con canales de información fiables, seguros y adecuados por lo que carece de una buena difusión de información. Para poder lograr la efectividad de la gestión de información depende en

gran parte en función de la adecuación de los flujos de información es decir de la difusión y canalización del conocimiento a través de los canales de información.

Para determinar los mejores canales de información se hará una planificación teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Determinación de la existencia de la necesidad (en el caso de DD, hace falta una difusión de información completa y adecuada).
- Precisar el tipo de información que se necesita (fecha, hora, lugar).
- Identificar las salidas de cada proceso.
- Los usuarios de cada salida (comunidad universitaria).
- Los requerimientos de información de cada uno.
- Selección de las posibles fuentes de abastecimiento (página web).
- Identificación y perfeccionamiento de los flujos de información.
- Revisar posibles alternativas.

(Arévalo, 2007).

Por otro lado, un sistema de información será eficaz si facilita la información necesaria para la organización y lo hace en el momento oportuno, y será eficiente si lo realiza con los menores recursos tecnológicos humanos, temporales y económicos posibles.

Por su parte, el sistema informático de la empresa es un subsistema dentro del sistema de información de la misma, y está formado por todos los recursos necesarios para dar respuesta a un tratamiento automático de la información y aquellos otros que posibiliten la comunicación de la misma. En definitiva, por tecnologías de la información y de las comunicaciones.

Por medio de la comunicación se transforman los hechos y acontecimientos del entorno o del ámbito interno de la empresa en información (De Pablos Heredero, López Hermoso, Romo Romero, & Medina Salgado, 2019).

Definiendo como comunicación “*Al intercambio de señales ente un emisor y un receptor dentro de un sistema referencial que existe para explicar el proceso de comunicación*”. El sistema consta de los siguientes elementos:

- El emisor es el lugar donde parte la comunicación, crea y emite el mensaje.
- El receptor es el objetivo al que van dirigidos los mensajes. Puede ser un individuo, grupo, sociedad, etc.
- La codificación es el proceso por el que se transforman las ideas en símbolos concretos, imágenes y formas.
- El mensaje es el conjunto de símbolos transmitidos por el emisor.
- El canal o medio ocupa una posición media entre emisor y receptor. Es el portador natural y técnico de los signos comunicativos.
- La decodificación es el proceso en el que el receptor aplica un significado a los símbolos transmitidos por el mensaje.
- El sistema de signos es el código utilizado en la formulación de mensajes.
- El sistema sociocultural es el conjunto de variables económicas, políticas, sociales y culturales de una sociedad, que influyen en el proceso de comunicación social y reciben, a su vez, la influencia de éste.

Existen dos tipos de comunicación, la primera de ellas es la comunicación corporativa o institucional y la segunda es la comunicación comercial o de marketing.

La comunicación comercial es la que persigue vender y favorecer un estado de opinión favorable. Es una comunicación de masas pagada, a través de la cual se transmite información induciendo a una acción provechosa para el anunciante. En los sesenta la comunicación comercial o de marketing se reducía a la acción de publicidad. Actualmente la publicidad se ha convertido en una herramienta más del marketing.

Por otra parte, la comunicación institucional o corporativa persigue crear un estado de opinión favorable (imagen positiva) sobre la organización, deportiva en este caso, entendida como marca y, a la vez, ayudar a la “acción de ventas”. Para ello, aprovecha y optimiza todos los soportes posibles para proyectar y transmitir su identidad corporativa.

Se describe este tipo de comunicación como “*Todo tipo de comunicación utilizada por la organización fuera del campo de la comunicación de marketing*” o, lo que es lo mismo: cada instrumento de comunicación que no esté al servicio de promocionar ventas, pertenece al área coordinada de la comunicación corporativa (Mediavilla, 2001).

Gestión de los sistemas de información

Más del 80% del tiempo total de trabajo de los directivos de una empresa está dedicado al procesamiento de la información: buscándola, recibéndola, procesándola y utilizándola en una amplia variedad de tareas. La información está en la base de todas las actividades realizadas en la administración empresarial.

Las tecnologías de información y de las comunicaciones se definen como un conjunto de dispositivos, soluciones y elementos de tipo hardware, software y de comunicaciones aplicadas al tratamiento automático de la información y de la difusión de esta para satisfacer las necesidades de información.

No obstante, la necesidad de planificar información, poder calcular sus costes, presupuestarla o evaluarla, y por tanto considerarla como un recurso valioso y costoso, no debemos hacernos olvidar las peculiaridades de este bien frente a otros tradicionales a la hora de gestionarlo de una manera eficaz. Las características más representativas que posee la información son las siguientes:

- Una información es difícil dividirla en partes diferenciadas.
- Una persona que disponga de información no la pierde cuando la trasmite a otra.
- La información no se gasta con el uso, no se devalúa, sino que incluso mejora con el mismo.
- Una información puede tener valor hoy y carecer del mismo mañana. La evolución en el tiempo del valor de la información es difícilmente previsible.
- Una información puede ser de inmenso valor para un sujeto y sin relevancia para otro. Por lo tanto, la información tiene valor en función de quien la use.

- Para que una persona pueda apreciar el verdadero valor de una información, es decir, si esta satisface sus necesidades, debería de poder conocerla.

Hoy en día en la denominada sociedad de información el recurso escaso no es la información sino el tiempo. Cada vez más los directivos disponen de más y más información y de menos tiempo para procesarla, evaluarla y aplicarla, por lo que la calidad de información que reciben se convierte en un aspecto de especial relevancia.

Actualmente con la aparición y desarrollo de internet, cualquier persona física o jurídica puede publicar lo que considere oportuno, cualquiera puede ser el emisor por lo que esto a la vez es algo negativo ya que se convierte en una difusión banal y peor aún falsa. Esto debe alertarnos para distinguir la información de la desinformación o incluso de la intoxicación.

Teniendo en cuenta el ámbito en el que se genera la información hablaremos de información interna y externa. Por la primera entendemos aquella que se produce en el interior de la empresa como consecuencia de distintas actividades cotidianas que se desarrollan en su seno, así como las normas y reglas de funcionamiento establecidas. La información externa es aquella que se genera en el entorno exterior en el que la empresa está situada y desarrolla su actividad.

La información básica o primaria es aquella que no ha sufrido ningún tipo de tratamiento, mientras que la información secundaria es aquella otra que ha sufrido algún tipo de manipulación o transformación(De Pablos Heredero, López Hermoso, Romo Romero, & Medina Salgado, 2019).

La información se puede definir como el proceso mediante el cual alguien resulta informado. Un proceso en el que la emoción, el estado de ánimo, la predisposición, las expectativas o la química entre el que informa (informador) y quien es informado (informando), son decisivas en la respuesta cognitiva del informando(Cornella, 1996).

Cada persona tiene unas características bien diferenciadas a la hora de procesar una información: lectura, selección, ordenación, interpretación, aplicación. Esto nos lleva a anticipar aquí la necesidad de construir sistemas de información lo más personalizados posibles si queremos que estos respondan a criterios de eficiencia y

eficacia.(De Pablos Heredero, López Hermoso, Romo Romero, & Medina Salgado, 2019).

Difusión de información universitaria

La difusión de la información se ha convertido en uno de los elementos críticos en los planes estratégicos de las instituciones universitarias. Las universidades comienzan a preocuparse por sus estrategias de difusión de información a través de webs institucionales y se preocupan por esa difusión junto a otros indicadores de calidad más clásicos como el grado de integración laboral de sus egresados, el número de doctores integrados en sus plantillas de profesorado o el volumen y la calidad de la producción científica de sus investigadores.

La función principal de la web institucional de una universidad es la difusión de la información relacionada y generada en esa organización. Ese objetivo general se divide en tres funciones básicas: comunicación, suministro de servicios y gestión del conocimiento.

La web institucional se presenta como el medio de comunicación entre los equipos directivos institucionales y la comunidad universitaria. En la web se ofrece desde la misión historia y las cifras de la universidad, hasta su organización, titulaciones y edificios que lo conforman.

Los cambios metodológicos introducidos en los últimos años dentro de la disciplina del diseño web recomiendan planificar e implementar un sitio web a partir de la realización de una serie de estudios de sus usuarios tipo. Este proceso se desarrolla a lo largo de tres fases diferenciadas: fase de análisis, fase de diseño y fase de implementación.

En la fase de análisis se hacen estudios a sus usuarios tipo para identificar necesidades y los requerimientos informativos que va a cubrir el sitio web. En la fase de diseño se propone la estructura arquitectónica de la web a partir de esas necesidades y requerimientos identificados. Por último, la web se implementa y se somete a una serie

de tests y pruebas que permitan comprobar que se han cubierto dichas necesidades y requerimientos(Pérez-Montoro, 2014).

Tecnologías de información y de comunicaciones

Las primeras tecnologías de información creadas específicamente para investigadores deportivos eran catálogos, bibliografías, índices y abstracts en papel. Solían estar diseñadas para cubrir las necesidades de una sola biblioteca, un solo idioma o un solo deporte.

El nacimiento de índices de papel de estudios deportivos coincidió con la aparición de sistemas de informatizados de recuperación de la información. Se empezaron a crear bases de datos no solo deportivas sino especializadas en otras áreas.

Las bases de datos online ofrecían todas las ventajas de la búsqueda informatizada. Los principales inconvenientes del sistema online iniciales eran el coste y la conectividad. Los distribuidores de bases de datos cobraban a las bibliotecas y centros de documentación por la cantidad de tiempo empleado online y por el número de referencias que imprimían.

Debido a distintos problemas se empezó a buscar estrategias para poner en mano de los investigadores documentos completos y de más fácil acceso. Sin embargo, internet se adelantó a estas estrategias.

El crecimiento del uso de internet ha sido exponencial, no se distribuye de una forma igualitaria entre países y grupos sociales. Mientras internet ofrece nuevas oportunidades para la comunicación y los negocios, también plantea nuevos riesgos para los individuos, grupos sociales y la sociedad en conjunto.

El internet ofrece a los individuos la oportunidad de interactuar y comunicarse sin limitaciones del tiempo y espacio. El correo electrónico es una de las herramientas fundamentales de comunicación en Internet, permitiendo a gente de cualquier parte del mundo intercambiar mensajes, documento, imágenes, etc.

Internet proporciona a las organizaciones una gran variedad de oportunidades comunicativas. Pueden usarlo para promoción, así como publicidad para sus productos(Kennet, Cerezuela , & Blasco, 2003).

Internet ésta cambiando la sociedad y está transformando la manera en que las empresas venden sus productos y servicios(Herrera, 2012).

El internet ha sido una gran ayuda tanto para los promotores deportivos como para los que buscan información deportiva. La sofisticación tecnológica de muchas webs de deporte es el resultado directo del gran atractivo del deporte para las masas y de las oportunidades comerciales que se derivan de ello(Wilson, 2000).

Son las Tecnologías de la Información el instrumento fundamental que permite a la nueva lógica organizativa manifestarse en la realidad. El internet ha sido el paso de la Sociedad Industrial a la Sociedad de la Información cuya estrategia ha pasado, hasta ahora por tres etapas:

1. Estar como sea: con la llegada de la web el interés de las empresas, organizaciones o instituciones consistía en la mera presencia utilizando este entorno como instrumento para darse a conocer, sin tener en cuenta aspectos como la estructura o los contenidos de información.
2. Dar valor a cambio de nada: en muy poco tiempo el número de páginas web se multiplica y como consecuencia se crean servicios de almacenamiento y búsqueda de información, ante la necesidad de seleccionar aquella información pertinente.
3. Fundar comunidades virtuales: Actualmente la web permite la convergencia entre servicios de almacenamiento y búsqueda de información con servicios de comunicación. El estado ideal de estos espacios consiste en permitir que sus integrantes puedan realizar prácticamente todo lo que hacen en la vida real pero dejando atrás sus cuerpos(Arce & Saorín Pérez, 2001).

Las comunidades virtuales

En plena expansión de Internet el éxito comercial consiste en saber crear y mantener comunidades virtuales, constituidas por personas que acuden a ellas para satisfacer unas expectativas o necesidades, para aportar su colaboración y para sentirse parte de un colectivo del que recibe y da.

Las primeras comunidades virtuales se centraban principalmente en el simple comercio o la venta de productos a través de la red, o en un sitio donde los usuarios podían ubicar sus páginas personales de forma gratuita. Así nació la que se considera la mayor comunidad virtual de hoy, cuya filosofía se centra en el ámbito del ocio y la recreación fundamentalmente, aunque alberga sociedades culturales o con cierto nivel científico.

Con la llegada de World Wide Web como sistema hipermedia que funciona sobre Internet, la comunicación se produce en tiempo real, entrando en juego la interactividad.

Con la llegada de las telecomunicaciones se resolvió un problema hasta entonces insalvable. Para celebrar reuniones o compartir e intercambiar información, el espacio físico y temporal ya no tenía por qué ser el mismo para todos.

Esta nueva forma de comunicación obliga a diferenciar entre comunidad real y comunidad virtual.

Comunidad real:

- Espacio físico y temporal común para todos.
- Se desarrolla en la sociedad real donde las naciones condicionan su conducta y está limitada por el territorio.
- Es el soporte material de la comunidad virtual.

Comunidad virtual:

- El espacio físico y temporal ya no supone una limitación.

- Se desarrolla en la sociedad virtual, el territorio ciberespacial, donde no hay fronteras y es planetario.
- Aparece cuando una comunidad real utiliza la telemática para mantener y ampliar la comunicación.

Romper las barreras espacio- tiempo permitió que se desarrollaran numerosas comunidades virtuales. Pero para su éxito y permanencia en la red, han sido determinantes dos elementos básicos: el tiempo de interactividad y el componente afectivo entre los miembros que las componen.

Internet permite la comunicación con una persona que se encuentra al otro lado del mundo, sin necesidad de desplazarnos. El tiempo de conexión hace que se desarrolle el sentimiento con quien nos comunicamos, como algo más que un simple intercambio de información. Estas características se producen, porque los miembros de la comunidad virtual buscan las relaciones sociales y afectivas que tienen en la vida real, pero transformadas por la tecnología.

Un componente importante de la comunidad virtual es el diseño. Este diseño de las páginas web debe ser sencillo, atractivo y que facilite la navegación. Si el objetivo es proveer de contenidos útiles a sus miembros, todo tipo de efectos, ya sean gráficos o imágenes, no añaden valor y dificultan el acceso.

Se deben diseñar páginas bien estructuradas en las que el usuario localice rápidamente el servicio que desea, ya sea el buscador o correo electrónico, porque será a única manera en la que el usuario se sienta cómodo y comience a generar el sentimiento de comunidad.

Las Comunidades Virtuales no solo suponen un espacio para la aplicación de técnicas documentales, sino que son una oportunidad conceptual para la mejora de la difusión de información que se realiza desde las instituciones documentales.

Actualmente las empresas han visto la necesidad de ofrecer servicios y mejorar sus contenidos, porque, si recordamos la estrategia de internet, ahora no basta con estar en ella, sino que es preciso hacer. Ya no sirve que vengan los clientes, sino que se hace

necesario ir a buscarlos y conseguir que se mantengan fieles a los espacios de internet y de las instituciones.

A diferencia de las comunidades virtuales, un portal se entiende como la página web que agrega contenidos y funcionalidades, organizados de tal manera que facilitan la navegación y proporcionan al usuario un punto de entrada en la red con un amplio abanico de opciones. El usuario ve todos los servicios y productos que ofrece, de forma que le permite hacer cuanto necesita sin tener que salir de dicho website.

Cada vez hay más usuarios con experiencia que demandan servicios especializados y personalizados, o simplemente un lugar donde puedan compartir las mismas aficiones y hábitos. De esta forma, si los portales pretenden cautivar a los visitantes deberán crear Comunidades Virtuales, clubes donde no solo encuentren servicios de valor añadido, sino también un lugar en el que pasar el rato, ir de comprar o hablar con sus vecinos virtuales y donde se cree una sensación de pertenencia a esa Comunidad (Sánchez & Saorín Pérez, 2001).

Sitio web

En la actualidad no se habla de medios de comunicación, sino de medios de difusión, pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico. Es decía, ya los medios de difusión involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales estacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología (Herrera, 2012).

“Sorprendentemente, la mayoría de las empresas gestiona el proceso de rediseño de su sitio web corporativo como un simple trámite administrativo, cuando debería considerarse una de las decisiones estratégicas más importantes de la empresa”, afirma Javier Celaya (Celaya, 2008).

El sitio web es la cara virtual de la empresa. Se han desarrollado diversas metodologías de medición, para garantizar la efectividad de los sitios web, procurando que los mismos sean amigables, ágiles y eficientes para el usuario. La información debe

ser completa, los menús de acceso fácilmente decodificables, y las palabras de referencia deben haber sido previstas para lograr una fácil identificación a través de los buscadores, incluyendo desde luego dentro de estas, el acceso a las redes sociales (Herrera, 2012).

Deporte en la UANL

El deporte en la UANL es una actividad complementaria que contribuye a la formación integral de los estudiantes. Cada entidad educativa cuenta con una estructura organizacional deportiva diseñada para satisfacer las demandas entorno a la práctica deportiva. Se cuenta con un organismo central que regula la competencia, participación y difusión de actividades de carácter deportivo tanto a nivel interno como a nivel representativo intrauniversitario.

Analizando cada una de las estructuras organizacionales de los departamentos deportivos de la UANL se encontró que en relación al número de empleados cuentan con un promedio de 29 empleados por dependencia de los cuales atienden aproximadamente a 606 usuarios que participan en los torneos intrauniversitarios en un total de 30 disciplinas tanto varonil como femenil (Carranza, López, Núñez, Enríquez, & Calva, 2015).

Historia de los torneos intrauniversitarios en la UANL

En 1933 se funda la Universidad de Nuevo León (UNL) y lo que ahora es la Universidad Autónoma de Nuevo León. El Colegio Civil era quien en ese tiempo impulsaba la práctica del deporte.

En 1918 el voleibol fue el primer deporte que se jugó por parte del Colegio Civil, iniciando con un torneo masculino y es en 1939 cuando se participa por primera vez en el Torneo Intrauniversitario de Voleibol a nivel local, convocado por la Escuela Normal.

El torneo lo conformaron primeramente la Escuela Normal, Secundaria 1, Bachilleres y Colegio Civil, un año después entraron las escuelas de Química y Farmacia, Medicina, Ingeniería, Escuela Álvaro Obregón y Bachilleres. Deportes como

el atletismo, basquetbol, soccer, voleibol, béisbol y tenis fueron las disciplinas que predominaban.

En 1943 se creó el Departamento Deportivo de la UANL, aunque el deporte universitario seguía organizándose en el Colegio Civil, por tener las instalaciones suficientes para entrenar y realizar los torneos.

En los 60's Franklin O. Westrup un Lic. En Educación Física trajo a Monterrey a varios profesionales en el deporte y fue gracias a él que comenzaron los primeros cambios del deporte en la Universidad.

El deporte en la UANL comenzó a ser dirigido por el Ingeniero Raymundo Chico Rivera y fue en ese período cuando empezó a haber más torneos intrauniversitarios y se comenzaron a practicar más deportes.

Después tomó el cargo Roberto Escamilla de la Paz, enseguida por Nelson Guzmán Flores, pero poco tiempo después pasó a manos del Ingeniero Cayetano E. Garza Garza mejor conocido como "El Tigre Mayor". Fue él quien fundó lo que hoy es la Dirección de Deportes de la UANL y quién creó, además, la Facultad de Organización Deportiva.

Actualmente la UANL es reconocida a nivel nacional por su gran desempeño deportivo, es el campeón indiscutible de la Universiada Nacional y sus deportistas han representado a México y a la universidad en diferentes competencias nacionales e internacionales incluyendo Juegos Olímpicos(Dirección General de Deportes, s.f.).

Caracterización

El área de torneos intrauniversitarios se encuentra dentro de la Dirección de Deportes de Ciudad Universitaria de la Universidad Autónoma de Nuevo León en Av. Universidad s/n, Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza, NL.

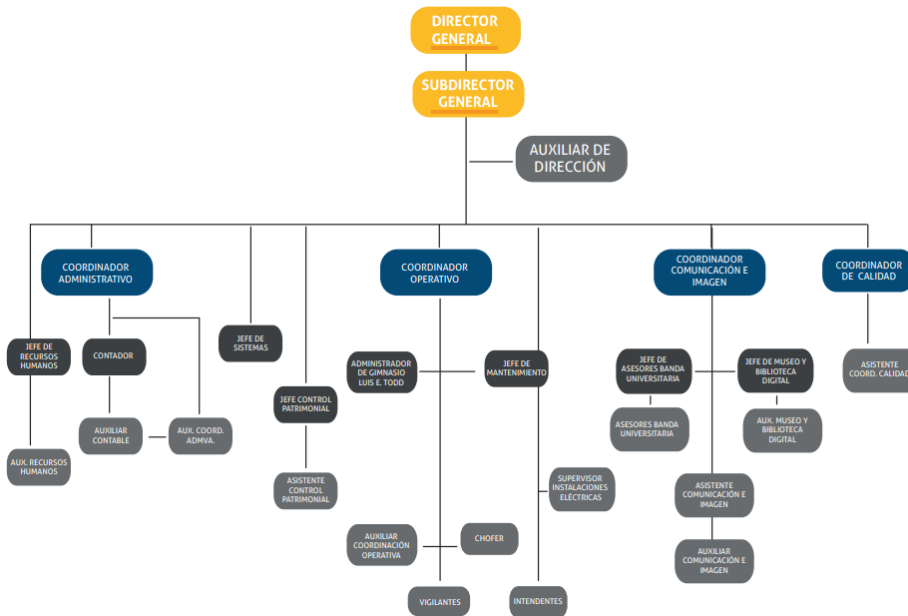
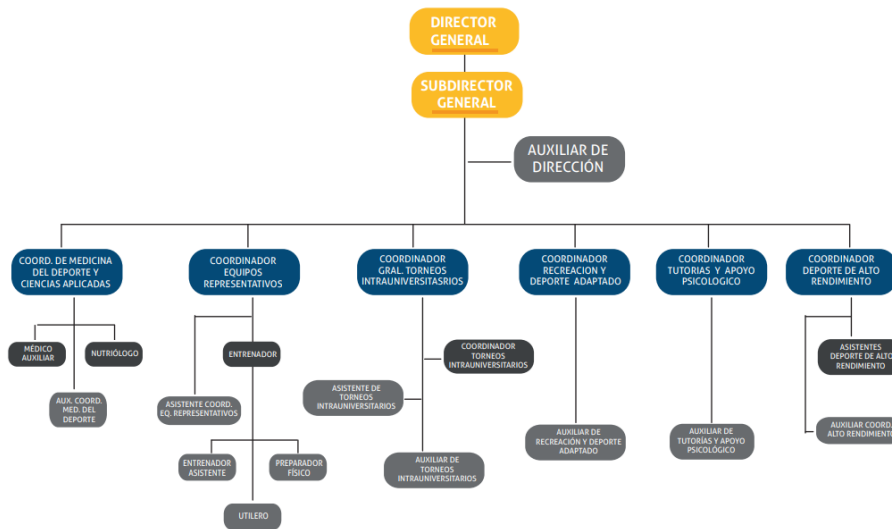
Fue fundada en 1974 aunque en años anteriores ya se realizaban torneos entre las facultades y preparatorias.

El área de torneos intrauniversitarios se dedica específicamente a todo el proceso que conlleva la realización de los torneos dentro de la UANL. Las actividades que se llevan a cabo dentro del departamento son: la realización de las juntas previas con los coordinadores de los diferentes deportes, recibimiento de cédulas, alta de alumnos y equipos en el sistema, sellado de cédulas si es que cumplen con los requisitos, verificación de constancias médicas y por último el seguimiento del evento.

Cuenta con varias instalaciones para la realización de los torneos las cuales son las siguientes:

- Estadio Gaspar Mass
- Estadio Chico Rivera
- Centro Tenístico UANL
- Explanada DGD
- Centro Acuático Olímpico Universitario
- Gimnasio Luis Eugenio Todd
- Polideportivo Tigres Escobedo
- Centro de Acondicionamiento Físico Magisterial
- Gimnasio Área Médica
- Instalaciones de cada una de las preparatorias

La Estructura Organizacional de la Dirección de Deportes UANL es el siguiente:



(Dirección General de Deportes, s.f.)

NIVEL DE APLICACIÓN

Se propone el diseño de un apartado específico para el área de torneos intrauniversitarios incluido en el portal web de la Dirección de Deportes de la Universidad Autónoma de Nuevo León, con el propósito de mantener informados a la comunidad universitaria y al público en general.

OBJETIVO GENERAL

Difundir en medios electrónicos los torneos intrauniversitarios y resultados de la UANL.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Proponer la creación un apartado dentro de la página web de la DD de la UANL exclusivo de los torneos intrauniversitarios.

TIEMPO DE REALIZACIÓN

Actividades	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Recolección de datos	■															
Elección de tema		■	■													
Análisis de información				■	■	■										
Investigación de antecedentes					■	■	■	■	■							
Visita a la organización								■	■							
Creación de objetivos									■	■						
Propuesta de difusión de información en página web											■	■	■	■		
Propuesta de producto final														■	■	■

ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES

Para cumplir con el objetivo de este proyecto será necesario que el personal asignado a este proyecto tenga contacto directo con la coordinación de torneos intrauniversitarios en la Dirección de Deportes de la UANL.

Se recomienda contar con una persona encargada de diseñar y actualizar la página web de la DD, específicamente la pestaña de los torneos intrauniversitarios, lo anterior es posible con el apoyo de la coordinación de Portal WEB de la UANL.

Al inicio de cada semestre se convoca a los coordinadores deportivos de las Preparatorias y Facultades de la UANL, en estas reuniones establece el calendario de las actividades que realizará cada deporte, llegando acuerdos de las siguientes reuniones que se llevaran a cabo en el transcurso del semestre.

Como parte de la responsabilidad que tienen los coordinadores de cada Preparatoria y Facultad de la UANL, está él informar a la coordinación de los torneos intrauniversitarios de la Dirección de Deportes de la UANL en que deportes participará su escuela, esta información a su vez deberá ser publicada en la WEB de la DD, otra de las responsabilidades de los coordinadores deportivos es dar cumplimiento a las fechas establecidas por la DD para la inscripción de estos torneos y así agilizar el proceso de publicación en medios electrónicos de los equipos que participaran.

Al término de cada competencia o partido, los coordinadores deportivos de las Preparatorias y Facultades de la UANL comparten la información de los resultados con la coordinación de torneos intrauniversitarios en la Dirección de Deportes de la UANL, para que se publiquen en la página WEB de la DD.

La página deberá tener un buen copywriting es decir textos orientados a atraer a más alumnos y generar interés por parte de ellos, así como un diseño moderno y limpio, una página donde los usuarios puedan interactuar fácilmente y cuente con información fidedigna y actualizada.

RECURSOS

Recursos humanos:

- Personal de la coordinación de torneos intrauniversitarios.

Respecto a los recursos materiales:

- Área exclusiva para trabajo.
- Acceso a la información de la universidad.
- Computadoras.
- Conexión a una red WiFi.

PRODUCTO

Se propone dentro de la página web de la DD de la UANL tener un apartado específico donde se mencione toda la información necesaria respecto a los torneos intrauniversitarios.

El apartado específico tendrá las siguientes secciones:

- **Nosotros:** Dentro de esta sección se describirá lo que son los torneos intrauniversitarios.
 - ✓ **Historia:** Este apartado estará dentro de “Nosotros” y se colocará información acerca de la historia de los torneos intrauniversitarios.
 - ✓ **Organigrama:** Se publicará el organigrama de la coordinación de torneos intrauniversitarios, así como las funciones de los miembros.
- **Deportes:** Dentro de esta sección se enlistarán todos los deportes en los que se podrá participar.
 - ✓ (Ejemplo) “Atletismo”: Al hacer clic en algún deporte se mostrarán las fechas de las juntas con los coordinadores, requisitos para poder participar y la convocatoria de dicho deporte.
- **Facultades/Preparatorias:** Dentro de esta sección se mostrará una lista de todas las preparatorias y facultades de la UANL.
 - ✓ **Deportes:** Dentro de cada una de las facultades y/o preparatorias se mostrarán los deportes en los que los alumnos pueden participar, esto es de acuerdo a la capacidad y alcance que tiene cada una de las preparatorias y/o facultades.
 - ✓ **Contacto coordinador:** Se colocará el contacto del coordinador deportivo de cada una de las dependencias en caso de que algún alumno quiera más información.

- Roles de juego: Una vez inscritas las preparatorias y/o facultades de la UANL a los diferentes deportes, se publicarán los roles de juego para que tanto la comunidad universitaria como público en general tenga conocimiento de donde y cuando se llevarán a cabo los diferentes partidos y/o competencias.
- Directorio de coordinadores: Se tendrá un directorio completo con el nombre, teléfono, correo electrónico y deporte de cada uno de los coordinadores que forman parte de la coordinación de torneos interuniversitarios.
- Resultados: Se publicarán los resultados diarios de los torneos intrauniversitarios.

Es necesario contar con personal encargado de desarrollar las siguientes actividades:

- Diseño de la página web.
- Actualización constante de la página web.
- Publicación de información dentro de la página web.
- Publicación de resultados dentro de la página web.
- Contacto con los coordinadores deportivos.
- Contacto directo con la coordinación de torneos intrauniversitarios.
- Contacto directo con la coordinación de Portal Web de la UANL.

Es de suma importancia gestionar la información necesaria acerca de los torneos intrauniversitarios, es decir, recabar la información necesaria, seleccionarla y publicarla de manera correcta y oportuna.

CONCLUSIÓN

A lo largo de la estancia en la coordinación de torneos intrauniversitarios de la DD se pudo percibir que la UANL apoya mucho el deporte y se invierte recursos en la realización de estos torneos, siempre buscan que los torneos sean de calidad y todo salga como lo planeado.

Los torneos intrauniversitarios también deber ser una fiesta deportiva; para eso se implementó un protocolo de premiación. Se instala un pódium de ganadores donde se les entrega una medalla y se invita a los coordinadores a entregar los trofeos.

Para lograr la propuesta de difusión de los torneos intrauniversitarios de la UANL La DD deberá realizar vínculos con la Coordinación de Portal Web de la UANL, ya que es quien ofrece administración y cambios del administrador de contenidos que soporta al portal oficial de la UANL.

Me gustó formar parte del equipo de trabajo y aportar mis conocimientos tanto deportivos como administrativos, sin embargo se percató un área de oportunidad en la organización y capacitación del personal, para cumplir con mayor eficacia los objetivos. Cada vez se ha incrementado más el número de participantes y se ha logrado tener menos errores durante las jornadas por lo que se pensaría que su manera de trabajar es la correcta.

El principal propósito que tiene la DD en la realización de los torneos intrauniversitarios es que estos sean el semillero de talentos deportivos que representen a la Universidad, y que los estudiantes puedan desarrollares tanto en el ámbito deportivo como académico.

BIBLIOGRAFÍA

- Arce, V. S., & Saorín Pérez, T. (2001). *Las comunidades virtuales y los portales como escenarios de la gestión documental y difusión de la información*. Murcia.
- Arévalo, J. A. (2007). *Gestión de la información, gestión de contenidos y conocimiento*. Salamanca.
- Carranza, D., López, G., Núñez, M., Enríquez, M., & Calva, J. A. (2015). *Análisis estructural y operativo de las coordinaciones deportivas de nivel superior*. Monterrey.
- Celaya, J. (2008). *La empresa en la web 2.0*. Grupo Planeta.
- Clow, K., & Back, D. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. Pearson.
- Cornella, A. (1996). *Información digital para la empresa*.
- De Pablos Heredero, C., López Hermoso, J. J., Romo Romero, S. M., & Medina Salgado, S. (2019). *Organización y transformación de los sistemas de información en la empresa*. España: ESIC Editorial.
- Dirección General de Deportes. (s.f.). Obtenido de <http://deportes.uanl.mx/>
- Gómez, S., Opazo, M., & Martí Carlos. (2007). *Las características estructurales de las organizaciones deportivas*.
- Herrera, H. H. (2012). *Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión*.
- Kennet, C., Cerezuela, B., & Blasco, J. J. (2003). *El impacto del internet en los medios de comunicación y la industria del deporte*. Bellaterra.
- López-Ayllón, S. (s.f.). *EL derecho a la información como derecho fundamental*.
- Mediavilla. (2001). *Comunicación corporativa en el deporte*. Gymnos.
- Pérez-Montoro, M. (2014). *Políticas universitarias de difusión de la información a través de la propia web institucional*. Barcelona.
- Sánchez, V., & Saorín Pérez, T. (2001). *Las comunidades virtuales y portales como escenarios de gestión documental y difusión de información*. Murcia.
- Slack, T. (1997). *Understanding Sports Organizations: The application of the organization theory*. Human Kinetics.
- Wilson, W. (2000). La evolución de las tecnologías de información deportiva. *Revista General de Información y Documentación*, 69-77.

RESUMEN AUTOBIOGRÁFICO

KAREN YANINA ARAUJO ACKERMAN

Candidato para obtener el Grado de Maestría en Actividad Física y Deporte Con
Orientación en Gestión Deportiva

Reporte de Prácticas Profesionales: PROPUESTA PARA DIFUNDIR EN MEDIOS
ELECTRONICOS LOS TORNEOS INTRAUNIVERSITARIOS Y RESULTADOS
DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Campo temático: Coordinación de torneos intrauniversitarios de la Dirección de
Deportes de la UANL.

Lugar de nacimiento: San Diego, California, Estados Unidos de América.

Fecha de nacimiento: 26-01-1992

Lugar de residencia: Monterrey, Nuevo León, México.

Procedencia académica: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Experiencia Propedéutica y/o Profesional: 2 años como Auxiliar administrativo y
contador público

E-mail: karenjaa@hotmail.com