

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



**ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DURANTE EL
ENTRENAMIENTO DE FUTBOL DE LA ESCUELA DE FUTBOL
CHAMPION DEPORTE DE HUÁNUCO 2023**

LINEA DE INVESTIGACIÓN: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TESISTA:
LIMA LOZANO FRANZ RENATO**

**ASESORA:
DRA. ORBEGOSO FERNANDEZ FANNY LOURDES**

HUÁNUCO – PERÚ

2024

DEDICATORIA

A mis padres que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha permitido seguir adelante en los momentos más difíciles de mi vida. Ellos fueron el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, con bases de responsabilidad y deseos de superación.

También a mis queridos familiares y amigos por brindarme su comprensión, estímulo constante y apoyo incondicional a lo largo de mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la dicha de tener a personas que me apoyaron en este camino largo en el cual aprendí y crecí en muchas áreas de mi vida, a través de las experiencias y retos que se presentaron y a través del esfuerzo y ganas que puse para salir adelante.

A la universidad Nacional “Hermilio Valdizán” por abrirme las puertas al conocimiento, por la fortaleza profesional brindada. A mis amados padres que fueron mis mayores promotores en este difícil proyecto.

A la Dra. Orbegoso Fernández, Fanny Lourdes asesora de la tesis, por brindarme la oportunidad de recurrir a sus conocimientos y a su infinita paciencia para guiarme y culminar con éxito esta labor académica.

RESUMEN

El fútbol es un deporte de contacto jugado entre dos equipos de once jugadores cada uno que tratan de introducir un balón en el arco rival, está además conformado por una terna de árbitros que se encargan de hacer cumplir las normas correctamente. En las últimas décadas, este deporte viene evolucionando de manera asombrosa en términos de tácticas, estilo de juego y tecnología. Actualmente, con la evolución tecnológica aplicada a la práctica del fútbol, no basta solo con tener conocimiento de los fundamentos básicos, sino también, resulta necesario desarrollar estrategias comunicacionales que permitan a toda organización deportiva manejar el mercado-marca y venta de imagen, fundamental en cualquier equipo de fútbol. Equipos famosos como el Real Madrid, el Bayer Munich o el Manchester City, dan muestra de identidad futbolística gracias a este sector dotado de alta inversión económica y que revierte beneficios a corto, mediano y largo plazo a la organización.

La comunicación deportiva incluye todos los medios tecnológicos destinados a la transmisión de información sectorial desde el emisor hasta el receptor. Pero si bien la comunicación puede parecer una herramienta solo encargada de la transmisión del espectáculo deportivo como tal, también se encarga del poderoso despliegue publicitario en el mundo de los negocios a través de la magia de las imágenes televisivas. En la Escuela de Fútbol Champion Huánuco, se cuenta con los requerimientos básicos para la práctica del fútbol con características que pueden ser proyectados a la actividad deportiva profesional, de tal forma que pueda convertirse en fuente de crecimiento económico, con competitividad empresarial en el ámbito local.

La investigación describe la importancia de la utilidad efectiva de las estrategias de comunicación tanto en la práctica deportiva como en las relaciones laborales, comerciales y sociales de la Escuela de Fútbol Champion Deporte Huánuco, de donde se extrajo datos e información para el análisis teórico sobre la efectividad de los recursos comunicacionales utilizados en dicha casa deportiva.

Finalmente, como parte de los resultados obtenidos en la presente investigación recomendamos a los profesores de la Escuela de Fútbol de la Champion de Huánuco ser capacitados en comunicación deportiva, estrategias de imagen y manejo técnico con la finalidad de mejorar el desempeño de los participantes del club.

Palabras clave: Comunicación, entrenamiento, director técnico, alumnos, tecnología.

ABSTRACT

Soccer is a contact sport played between two teams of eleven players each who try to put a ball into the rival goal. It is also made up of a trio of referees who are in charge of enforcing the rules correctly. In recent decades, this sport has been evolving amazingly in terms of tactics, style of play and technology. Currently, with the technological evolution applied to the practice of soccer, it is not enough to only have knowledge of the basic fundamentals, but it is also necessary to develop communication strategies that allow every sports organization to manage the market-brand and sale of image, fundamental in any football team. Famous teams such as Real Madrid, Bayer Munich or Manchester City, show their football identity thanks to this sector endowed with high economic investment and which returns short, medium and long-term benefits to the organization.

Sports communication includes all technological means intended for the transmission of sectoral information from the sender to the receiver. But although communication may seem like a tool only responsible for the transmission of the sports spectacle as such, it is also responsible for the powerful advertising display in the business world through the magic of television images. At the Champion Huánuco Soccer School, there are the basic requirements for the practice of soccer with characteristics that can be projected to professional sports activity, in such a way that it can become a source of economic growth, with business competitiveness at the local level. .

The research describes the importance of the effective usefulness of communication strategies both in sports practice and in labor, commercial and social relations of the Champion Deporte Huánuco Soccer School, from where data and information were extracted for the theoretical analysis on the effectiveness of the communication resources used in said sports house.

Finally, as part of the results obtained in this research, we recommend that the teachers of the Champion de Huánuco Soccer School be trained in sports communication, image strategies and technical management in order to improve the performance of the club's participants.

Keywords: Communication, training, technical director, students, technology.

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT.....	v
INDICE	vi
INDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE FIGURAS	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I.....	12
ASPECTOS BÁSICOS DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	12
1.1 Fundamentación del problema de investigación.....	12
1.2 Formulación del problema de investigación general y específicos.....	16
1.2.1. Problema general.....	16
1.2.2. Problemas específicos	16
1.3 Formulación de objetivos.....	16
1.3.1. Objetivo general	16
1.3.2. Objetivos específicos.....	16
1.4 Justificación e importancia de la investigación.....	17
1.5 Viabilidad de la investigación.....	18
CAPÍTULO II.....	19
MARCO TEÓRICO	19
2.1. Antecedentes	19
2.1.1. Internacionales	19
2.1.2. Nacionales	21
2.1.3. Locales	22
2.2. Bases teóricas.....	23
2.2.1. Estrategias comunicativas	23
2.2.2. Entrenamiento	24
2.2.3. Fútbol	25
2.2.4. Comunicación Interna	25
2.2.5. Comunicación Externa	26
2.2.6. Comunicación en el campo	27

2.3. Bases conceptuales.....	28
2.4. Bases epistemológicas o bases filosóficas o bases antropológicas.	29
CAPITULO III.....	31
SISTEMA DE HIPOTESIS	31
3.1. Formulación de hipótesis	31
3.1.1. Hipótesis General	31
3.1.2. Hipótesis Específicas.....	31
3.2. Variables y operacionalización de variables.....	31
3.3. Definición teórica de variables	32
CAPÍTULO IV	34
METODOLOGÍA	34
4.1. Ámbito o lugar de ejecución	34
4.2. Tipo y nivel de estudio.....	34
4.3. Población y muestra	34
4.3.1. Población.....	34
4.3.2. Muestra.....	35
4.4. Diseño de investigación	35
4.5. Métodos, técnicas e instrumentos	36
4.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	37
CAPITULO V.....	38
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	38
5.1. Resultados descriptivos.....	38
5.1.1. Análisis del primer objetivo específico.....	38
DISCUSIÓN	53
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS	57
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXOS	62

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables	32
Tabla 2 Población	35
Tabla 3 Variables, Técnicas e Instrumentos	37
Tabla 4 Pregunta 1. ¿Cuánto crees que los jugadores se comunican eficazmente con el entrenador durante el entrenamiento?.....	38
Tabla 5 Pregunta 2. ¿Se fomenta la comunicación abierta entre el director técnico y los jugadores durante los entrenamientos?	39
Tabla 6 Pregunta 3. ¿Sientes que recibes retroalimentación clara y útil de parte del director técnico durante los entrenamientos?.....	40
Tabla 7 Pregunta 4 ¿La comunicación entre el director técnico y los jugadores es?	41
Tabla 8 Pregunta 5 ¿Antes de iniciar el entrenamiento el director técnico realiza una reunión y explica que lo realizarán durante los entrenamientos y motiva a los jugadores?	42
Tabla 9 Pregunta 6 ¿Qué medio de comunicación te parece más efectivo para recibir análisis de jugadas tácticas para mejora del rendimiento?.....	43
Tabla 10 Pregunta 7 ¿Cuándo un familiar se va a verte a entrenar y ellos te comienza a reclamar por cometer errores, el director técnico conversar con tu familiar?	44
Tabla 11 Pregunta 8 ¿La comunicación entre el comando técnico y los jugadores por el grupo de WhatsApp es?	45
Tabla 12 Pregunta 9 ¿Cómo lo consideras la comunicación entre el comando técnico y los padres de familiar?	46
Tabla 13 Pregunta 10 ¿Los jugadores se sienten motivados cuándo observan sus fotos, videos en la página oficial del club?.....	47
Tabla 14 Pregunta 11 Durante el partido, ¿con qué frecuencia los jugadores se comunican entre sí en el campo?	48
Tabla 15 Pregunta 12 ¿Qué tipo de comunicación predomina en el campo durante el partido??.....	49
Tabla 16 Pregunta 13 En una escala del 1 al 10, ¿cuánto cree que la comunicación en el campo afecta positivamente el rendimiento del equipo durante el partido?.....	50
Tabla 17 Pregunta 14 ¿Suelen dar retroalimentación entre ustedes durante el partido?	51
Tabla 18 Pregunta 15 ¿Cómo se sienten en cuanto a la comunicación con el entrenador durante el partido?	52

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Cuánto crees que los jugadores se comunican eficazmente con el entrenador durante el entrenamiento?	38
Figura 2 ¿Se fomenta la comunicación abierta entre el director técnico y los jugadores durante los entrenamientos?.....	39
Figura 3 ¿Sientes que recibes retroalimentación clara y útil de parte del director técnico durante los entrenamientos?.....	40
Figura 4 ¿La comunicación entre el director técnico y los jugadores es?	41
Figura 5 ¿Antes de iniciar el entrenamiento el director técnico realiza una reunión y explica que lo realizaran durante los entrenamientos y motiva a los jugadores?	42
Figura 6 ¿Qué medio de comunicación te parece más efectivo para recibir análisis de jugadas tácticas para mejora del rendimiento?	43
Figura 7 ¿Cuándo un familiar se va a verte a entrenar y ellos te comienza a reclamar por cometer errores, el director técnico conversar con tu familiar?	44
Figura 8 ¿La comunicación entre el comando técnico y los jugadores por el grupo de WhatsApp es?	45
Figura 9 ¿Cómo lo consideras la comunicación entre el comando técnico y los padres de familiar?	46
Figura 10 ¿Los jugadores se siente motivados cuándo observan sus fotos, videos en la página oficial del club?	47
Figura 11 Durante el partido, ¿con qué frecuencia los jugadores se comunican entre sí en el campo?	48
Figura 12 ¿Qué tipo de comunicación predomina en el campo durante el partido?.....	49
Figura 13 En una escala del 1 al 10, ¿cuánto cree que la comunicación en el campo afecta positivamente el rendimiento del equipo durante el partido?.....	50
Figura 14 ¿Suelen dar retroalimentación entre ustedes durante el partido?	51
Figura 15 ¿Cómo se sienten en cuanto a la comunicación con el entrenador durante el partido?	52

INTRODUCCIÓN

La comunicación en el fútbol base es un pilar fundamental y una variable psicológica de vital importancia, dentro y fuera del terreno de juego. Ejerce gran influencia en la unión, organización, motivación, cooperación y dinámica de un colectivo. Repercute en el nivel de comunicación efectiva en el campo mediante el cual se logrará una mayor eficacia deportiva personal y grupal.

El objetivo de la presente investigación es resaltar la importancia de la comunicación dentro y fuera de la práctica deportiva en el ámbito de las escuelas de fútbol de la ciudad de Huánuco tomando como referencia la Escuela de Fútbol de la Champion de Huánuco. Es importante conocer las relaciones deportivas, ya que es de interés para los estudios de comunicación social en la medida que es una especialidad que busca lograr una mejor interacción entre los diversos actores del deporte entendiendo contextos y dinámicas, como en este caso de la Escuela de Fútbol Champion de Huánuco. La investigación desarrollada se divide en cinco capítulos:

El capítulo I, está desarrollado por el problema de investigación, detallando la fundamentación y formulación del problema; así como la formulación de los objetivos generales y específicos, es decir determinar cómo influye la falta de conocimiento de las estrategias comunicativas durante el entrenamiento de la Escuela de Fútbol Champion de Huánuco. Justificamos la investigación ya que en las diversas regiones del país existe mucha demanda en la práctica del fútbol, sobre todo en los niveles básicos. Por ello es necesario conocer las afectaciones y brechas que traban el desarrollo de la comunicación en las organizaciones deportivas. En este capítulo planteamos además, las hipótesis de investigación, las variables, definiciones teóricas y operacionalización de variables.

En el capítulo II, el marco teórico nos permite realizar una revisión general de la literatura, donde se detalla los antecedentes de la investigación, bases teóricas y bases conceptuales que sustentan el contenido del estudio además de las bases epistemológicas, filosóficas y bases antropológicas.

En el capítulo III las hipótesis, variables, indicadores y definiciones operacionales nos permitieron procesar la recolección de datos de acuerdo a los instrumentos utilizados.

En las definiciones conceptuales de la variable principal estrategias comunicativas, definimos el contenido, además del procedimiento práctico con la aplicación del instrumento utilizado mostrando con claridad las características que tomamos en cuenta en este proceso. Ello nos encaminó a la observación de la variable de estudio, analizar sus dimensiones y aplicación de los indicadores en relación con los resultados obtenidos en su conjunto.

El capítulo IV, muestra la metodología empleada en la investigación, los materiales y métodos empleados en el procesamiento, ámbito de estudio, población, muestra, descripción del nivel y tipo de estudio, diseño de investigación, métodos, las técnicas e instrumentos de recolección de datos entre otros detalles. En este punto, se detalla el procesamiento del cuestionario para la medición de las principales características de las estrategias comunicativas durante el entrenamiento de fútbol, el cual consta de 15 ítems a través del cual se recolectó información para la tabulación, análisis de datos y consideraciones éticas.

El capítulo IV, da muestra de los resultados de la investigación, mediante el cual se interpreta y analiza las respuestas de los encuestados en relación a los indicadores extraídos de las dimensiones y variable de caracterización. En el capítulo V, discusión de los resultados relacionados a las variables de investigación.

Finalizamos con la recomendación, se exponen las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I

ASPECTOS BÁSICOS DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Fundamentación del problema de investigación

El fútbol es tal vez, el deporte más popular del mundo. Practicado en casi todo el planeta por hombres y mujeres, niños, jóvenes y adultos ha dejado de ser un juego nada más y se ha convertido en uno de los negocios más importantes del mundo. Transformado en un atractivo comercial, promocional, atrae el interés de empresas transnacionales que patrocinan grandes campeonatos y a los más grandes equipos del planeta. Cada cuatro años se disputa la copa mundial, y mantienen a lo largo del año a distintas ligas regulares.

Se estima que el fútbol tiene alrededor de 250 millones de jugadores en todo el mundo, y que moviliza alrededor de 1.800 millones de interesados y fanáticos en el globo entero. Es además un deporte olímpico y su jefatura internacional la ejerce la Federación Internacional de Asociaciones de Fútbol (o FIFA, por sus siglas en francés) Fifa (2007). La historia del fútbol comienza en 1869, año de fundación de la Asociación Inglesa de Fútbol, aunque sus orígenes, como otras reglas del fútbol, se remontan a siglos atrás, especialmente en las Islas Británicas medievales. Aunque existen puntos en común entre los distintos juegos de pelota desarrollados desde el siglo III A.C, los ingleses fueron quienes lo inventaron en un contexto marcado por una falta de organización y violencia extrema. Existen otros códigos que son menos violentos y mejor organizados. Uno de ellos es probablemente el fútbol florentino, un deporte de equipo y muy popular en Italia con influencia de la escuela británica. El siglo XIX fue la época de mayor apogeo del futbol.

En 1848, representantes de varias escuelas británicas se reunieron en la Universidad de Cambridge para formular las Reglas, que se convertirían en la base para el desarrollo del fútbol moderno, las cuales entraron en vigor en 1863. Desde entonces, el fútbol ha seguido creciendo hasta convertirse en el deporte más popular del mundo, con aproximadamente 270 millones de personas participando cada día, y el número total de aficionados al fútbol supera ahora los 4 mil millones. Con la primera reunión del Consejo Internacional de la Asociación de Fútbol en 1886 y la creación de la FIFA en 1904, el deporte se ha extendido a todos los rincones del mundo. La Copa Mundial de la FIFA se celebró en 1930 y se convirtió en el evento deportivo más visto del mundo.

Es el deporte con mayor impacto social en todo el planeta. Tienen una gran capacidad para unir a personas de diferentes edades, culturas, razas, religiones y nacionalidades. El fútbol ha derribado barreras sociales y creado un sentido de unidad global. Cuando hablamos de fútbol, pensamos en competencia, cooperación, amistad y solidaridad dentro y fuera del campo. En los últimos años, el fútbol ha demostrado ser una poderosa herramienta para abordar cuestiones sociales como la desigualdad de género, la inclusión y el racismo. El deporte ha dejado una huella duradera en nuestra sociedad, promoviendo la diversidad, la unidad y los valores positivos

Giulianotti (2006) manifiesta que la globalización del fútbol desde sus dimensiones histórica, cultural, económica y política se caracteriza por una diversidad continua de culturas. El modelo histórico no nos relata una historia sobre una globalización sencilla e imparable del fútbol, sino que ilumina el desarrollo gradual e irregular de ésta desde juegos locales hasta un deporte mundial y único. El modelo cultural considera acerca de cómo pueden emerger identidades y sentimientos culturales complejos dentro de este deporte; recalca la vitalidad de las diferentes culturas y actores institucionales para definir sus propios intereses e identidades dentro de un contexto de procesos de globalización inciertos e irregulares ya que es una de las muchas formas culturales que han experimentado una difusión mundial. La globalización económica del fútbol se caracteriza por la transformación de los mejores clubes en "corporaciones internacionales" y la globalización política contribuye a la democratización de las instituciones internacionales del fútbol.

Respecto a los medios de comunicación, estos tienden a aprovecharse de aspectos emocionales y nostálgicos de los fanáticos del fútbol, sobre todo con la muestra de imágenes del fútbol del presente y del pasado en las reproducciones de los programas de deportes y en los anuncios. El idealismo postmoderno pretende ser más cosmopolita que aquellas formas de nostalgia anteriores. Recurren por ejemplo, a recuerdos mundiales de grandes momentos del fútbol, tales como las finales de la Copa del Mundo de 1958 o 1970 con Brasil, para mitificar a los mejores jugadores y equipos de fútbol brasileños en el período de la posguerra, o repasar la aparición de figuras prominentes y legendarias como el gran Pelé, Jairzinho, Zico, Maradona, Zidane, Messi, Cristiano Ronaldo, etc. (Robertson & Giulianotti, 2006)

El fútbol es un deporte de contacto y de trabajo en equipo. El tema comunicacional a comenzando a tener relevancia dentro de las organizaciones deportivas dando origen a departamentos de comunicación deportiva que incluye todas las tecnologías destinadas a la transmisión de información sectorial desde el emisor al receptor, pasando por el futbol base (jugadores de 5 a 12 años) hasta el futbol rentable o “fútbol profesional”.

Para el portal Madrid (2021) La comunicación en el fútbol base es un pilar fundamental dentro y fuera del terreno de juego. La comunicación es una variable psicológica de vital importancia, muy presente en el día a día de los equipos, al ejercer una gran influencia en la unión, organización, motivación, cooperación y dinámica de un colectivo. Del mismo modo, repercute en la confianza y la concentración de los jugadores, ya que al contar con un nivel de comunicación efectiva en el campo se logrará una mayor eficacia deportiva y personal.

La comunicación en el fútbol ayuda a mejorar el rendimiento y la concentración en el campo; aumenta la velocidad del juego, acelera la toma de decisiones; motiva y mejora las habilidades de liderazgo; y promueve las relaciones interpersonales. Pero si bien la comunicación puede parecer una herramienta inherente, en realidad requiere habilidad y, por lo tanto, es necesario capacitarla. La comunicación en el fútbol tiene gran importancia, no solo durante la práctica en el terreno de juego, en el entrenamiento o en partidos oficiales, resulta incluso trascendente fuera del campo. El entrenador o director técnico es el encargado de proponer las normas de comunicación fuera del terreno de juego. Deben ser precisas con diversos gestos, signos y señales. Ello permite posicionar mejor a los futbolistas dentro del campo en distintas situaciones.

El objetivo de la comunicación en el campo de juego debe ser transmitir información siempre positiva y realizarse con respeto hacia el deportista. Esto facilita la retroalimentación entre técnico y futbolistas, creando un vínculo fraterno y cordial. La comunicación en el fútbol no solo tiene que ver con enviar información sobre el terreno de juego, también es una herramienta que sirve para expresar y manifestar emociones y áreas relacionadas a situaciones íntimas del futbolista, tal como reza el dicho “mente sana en cuerpo sano” es menester del cuerpo técnico, estar pendiente de la salud mental del individuo dentro y fuera del campo.

Existen variadas formas de comunicarse en el fútbol. La forma adecuada de comunicarse radica en conocer las áreas interna y externa, para lo cual se tiene que

capacitar al entrenador o director técnico ya que es el responsable de gestionar estas comunicaciones.

La comunicación en el fútbol comprende tres elementos: la comunicación verbal, la no verbal y la comunicación práctica. Las dos primeras requieren una comunicación perfecta tanto dentro como fuera del campo, entender el lenguaje gestual y tener dominio del lenguaje verbal es importante por ser más numerosos durante los momentos de disputa. El lenguaje ayuda a las personas a interrelacionarse mejor, expresando lo que se siente tanto cuándo se siente, dónde, cómo, qué y a quién se transmite la información en el contexto futbolístico.

¿Cuándo es necesario aplicar la comunicación en el campo?. La comunicación deportiva debe aplicarse de manera constante, a lo largo de los entrenamientos y los enfrentamientos oficiales. Debe aplicarse, además en conversaciones y reuniones fuera del campo. Por último, es importante recordar a quién se dirige la comunicación. Puede ser individualmente, cara a cara, grupos pequeños o colectivamente a todo el equipo.

Conocer la comunicación verbal y no verbal en el deporte es fundamental, pues contribuye al aumento del rendimiento y concentración en el campo; refuerza la rapidez del juego al transmitirle al compañero el “cómo te vas a mover” o “qué vas a hacer”, intensifica la velocidad en la toma de decisiones; motiva y aumenta la capacidad de liderazgo; y promueve las relaciones interpersonales.

Por otro lado, la comunicación práctica es una comunicación rápida o ágil. Está basado en las informaciones tácticas o códigos didácticos del lenguaje futbolístico que pueden servir para cambiar o modificar formas de avance o retroceso en el juego, como atacar o defender, vascular o filtrar una jugada, entre otros, durante un partido de fútbol.

El dominio de la comunicación en el deporte proporciona una progresión, evolución y desarrollo de los jugadores y del equipo a nivel deportivo y humano y, por ello, todas las escuelas o academias de fútbol base deben tenerlo muy presente. En la Escuela de Fútbol Champion Huánuco, si bien se toma en cuenta con los requisitos para la práctica del deporte de fútbol, la falta de conocimiento en la comunicación deportiva hace que el desarrollo del proceso del aprendizaje del alumno sea lento teniendo luego dificultades el desarrollo técnico y táctico.

1.2 Formulación del problema de investigación general y específicos

Para realizar la respectiva investigativa, las siguientes preguntas que fueron planteadas son:

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de eficacia de las estrategias comunicativas durante el entrenamiento en la Escuela de Futbol Champión Deporte de Huánuco 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de eficacia de la Comunicación interna aplicada durante el entrenamiento en la Escuela Formativa de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023?
- ¿Cuál es el nivel de efectividad de la comunicación externa aplicada durante el entrenamiento en la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023?
- ¿Cuál es el nivel de efectividad de la comunicación impartida en el campo durante el entrenamiento en la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023?

1.3 Formulación de objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar cuál es el nivel de eficacia de las estrategias comunicativas durante el entrenamiento en la Escuela de Futbol Champión Deporte de Huánuco 2023

1.3.2. Objetivos específicos

- Definir cuál es el nivel de eficacia de la Comunicación interna aplicada durante el entrenamiento en la Escuela Formativa de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023.

- Identificar cuál es el nivel de eficacia de la Comunicación Externa aplicada durante el entrenamiento en la Escuela Formativa de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023.
- Determinar cuál es el nivel de efectividad de la comunicación impartida en el campo durante el entrenamiento en la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023.

1.4 Justificación e importancia de la investigación

Esta investigación ha surgido ante la percepción que en el Perú especialmente en las regiones existe mucha demanda sobre el deporte del fútbol, y por ende es necesario conocer de qué modo afecta el desarrollo de la comunicación durante el desarrollo del entrenamiento, todo orientado a la mejorar del desempeño del jugador y mejorar el servicio de calidad a los usuarios. Es importante la realización del presente trabajo, ya que hará posible determinar y conocer cuáles son los errores comunes de una organización deportiva y a la vez brindar propuesta para la mejorar en la comunicación deportiva.

Analizar la comunicación deportiva específicamente en el futbol constituye a crear herramientas estratégicas que contribuyen al mejoramiento continuo del servicio organizacional, puesto que a través de su análisis, se logran identificar elementos claves que permiten elevar la calidad del servicio y esto debido a la influencia que este fenómeno tiene sobre las condiciones sociales y económicas de los participantes, lo cual trae consecuencias notables en la productividad, satisfacción, compromiso y calidad del trabajo de la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco.

Por último, la presente investigación ha reunido la información adecuada sobre la comunicación deportiva enfocada al deporte del fútbol en el cual favorecerá a las instituciones deportivas del Perú para elevar la calidad de vida de los beneficiarios, que es el público usuario. Del mismo modo, el actual estudio tendrá guías bases que ayuden a corregir errores planteados en el problema expuesto, por lo cual será considerado como herramienta de gestión.

1.5 Viabilidad de la investigación

No existen restricciones decisivas para la implementación de este proyecto. También tenemos un tiempo determinado para lograr las metas marcadas en el cronograma de implementación del 2023, también destacamos que el estudio es autofinanciado y que existe una bibliografía bastante específica sobre el tema, especialmente es un estudio que apunta al contexto en la ciudad de Huánuco, capital de la región.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Para realizar la presente investigación se ha tomado como antecedentes lo aportado por los siguientes estudiosos:

2.1.1. Internacionales

- Según Durán, Martínez, & Velandia (2021) en su tesis “Estrategias comunicativas como factor determinante en los procesos de enseñanza-aprendizaje: taller crónico documental” propone, una estrategia de comunicación que contribuya a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje a 12 estudiantes de décimo grado del colegio Inem Custodio García Rovira de Bucaramanga. Se aplicó el enfoque mixto debido a la necesidad de recolectar datos tanto cuantitativos como cualitativos. También se utilizó un diseño experimental de tipo descriptivo y de corte transversal destinado al estudio en la modalidad virtual. Así es como a través del Taller Crónica Documental, expuesto desde cero en esta investigación, se creó un espacio de trabajo colaborativo para producir en equipos un documental. Estos talleres fueron el escenario perfecto donde se evaluaron las relaciones sociales de estos estudiantes de décimo grado, los cuales pusieron a prueba sus habilidades intrapersonales e interpersonales durante 2 meses. De modo que se evidenció, a través de la matriz de inteligencia emocional de Bar On Ice y el instrumento de referentes básicos de Johnson & Johnson, el cambio en la manera en cómo se auto percibían los estudiantes y cómo percibían a sus compañeros en la dinámica de aprendizaje al implementar nuestra propuesta comunicativa en un aula de clase en medio de la pandemia de la COVID 19.
- Paredes (2020) en su tesis “Estrategia de comunicación para canal 27, el canal de la esperanza”. Manifiesta que los resultados obtenidos en esta investigación se pudieron analizar que en Canal 27 no existe un departamento de Comunicación, por dicha razón se realizó una evaluación a nivel interno y externo a través de un análisis FODA, encuestas y entrevistas que permitió conocer la situación actual de canal 27 en el aspecto de comunicación. Se determinó que es necesario reforzar

a través de tabloneros de anuncios la comunicación interna a nivel descendente para que la información llegue a tiempo a cada departamento y por ende a cada colaborador. Así mismo la comunicación horizontal, debido a que el corto tiempo para trasladar información ha generado que la comunicación entre departamentos se realice de manera informal en los pasillos, el comedor etc., lo que ha llevado a omitir procedimientos que han afectado considerablemente la comunicación y la actividad laboral, para ello se plantea un ciclo de talleres sobre comunicación y liderazgo para que cada jefe de área pueda dimensionar la importancia y el rol que juega la comunicación para el desarrollo de cada departamento y por ende de todo el canal. En cuanto a la comunicación externa se analizó que es necesario trasladar información sobre las distintas actividades que realiza Canal 27 a las organizaciones, instituciones y ministerios tanto nacionales como internacionales que tienen una relación directa con el medio, esto se realizará a través de una revista digital mensual que se estará haciendo llegar a través del correo electrónico, determinando que es el medio de mayor uso entre canal e instituciones.

- Ordóñez (2020) en su tesis titulada: “Análisis estratégico comunicacional para promover una equidad de género en las escuelas formativas del club de fútbol femenino ñañas en la ciudad de Sangolquí”, plantea que la comunicación estratégica propuesta por la catedrática Sandra Massoni es un factor clave en la producción y circulación de los significados que componen la trama organizacional. Cuando las personas pertenecientes a una organización son ajenas en participar en la conformación de las narraciones; se convierten en engranajes de un proceso ajeno a sus intereses y expectativas. Con esto queremos decir que la comunicación estratégica que se propone en esta tesis es la generar fluidos comunicacionales propuestos por los integrantes de la organización que fue objeto de estudio, ellos mismos desarrollaron los mensajes claves para la solución del problema de investigación; que se ven plasmadas en las estrategias comunicacionales propuesta en este trabajo investigativo. La Comunicación Enactiva de la Escuela de Rosario expuesta en este trabajo nos provee una planificación por objetivos de conocimiento a lograr con los distintos actores, que resulta a la vez previsor, racional, flexible y promotora de cambios a corto, mediano y largo plazo. Promueve permanentemente las innovaciones posibles en el ámbito de la empresa u organización con el consiguiente impacto y

consolidación de la imagen corporativa del Club Ñañas sede la Bocha Valle de los Chillos. Planificar estrategias desde la Comunicación que propone Sandra Massoni permite trabajar articuladamente con múltiples actores, haciendo que las acciones que se emprenden no sean hechos aislados, sino que contribuyan a una transformación cognitiva en una misma dirección, que integren una propuesta global que es justamente parte de las soluciones que hemos elaborado para el problema de este trabajo académico. De la mano de la equidad género buscamos romper esas representaciones mentales en el imaginario que se tiene al ver una mujer con atuendo de futbolista y jugando en una cancha de fútbol. De esta forma queremos aportar con una verdadera equidad de género dentro de las escuelas femeninas formativas, donde se plasme esta idea que hombres y mujeres puedan practicar este deporte con las mismas condiciones sin ser objeto de algún tipo de discriminación. La Divulgación de la Creación de Escuelas formativas femeninas Ñañas Valle de los Chillos (La Bocha), busca estimular la vocación de niñas y chicas que gustan de este deporte donde tengan un lugar adecuado para realizar sus entrenamientos y competencias futbolística con entrenadores capacitados creando un ambiente favorable para el desarrollo espiritual, académico de cada una de las participantes de dichas escuelas y ser los semilleros que nutras nuevas jugadoras a los equipos del fútbol femenino profesional. Se pudo comprobar que en la sociedad aún está muy arraigado el estereotipo de ver a una mujer usar atuendos de un futbolista, además se pudo observar que la cultura machista aun ve a la mujer como un objeto sexual. Estos resultados nos ayudaron a proponer estrategias comunicacionales que buscan aportar el cambio en la sociedad sobre la práctica femenina deportiva en espacios considerados solo para hombres. Se presentan también estrategias de comunicación basadas en las necesidades de los resultados de las entrevistas de los actores de estudio, tomando en consideración la prevención como eje central. Ser Estrategas de Comunicación, implica aprender a pensar por anticipado ciertas acciones y decisiones para afrontar de la mejor manera cualquier tipo de crisis que la organización pudiera tener.

2.1.2. Nacionales

- Delgado (2019) en su tesis titulada “Estrategia comunicativa en redes sociales de los clubes de fútbol profesional más populares de la liga 1 en lima 2019”, tuvo

como objetivo general, analizar el uso de estrategias comunicativas en las redes sociales de los clubes de fútbol profesional más populares de la Liga 1 en Lima 2019. Del mismo modo, como objetivos específicos: Examinar el uso de estrategias comunicativas en Twitter por los clubes de fútbol profesional más populares de la Liga 1 en Lima 2019, Indagar el uso de estrategias comunicativas en Facebook y estudiar el uso de estrategias comunicativas en Instagram por los clubes de fútbol. Con enfoque cualitativo, esta investigación utilizó dos instrumentos: el análisis de contenido de las publicaciones realizadas en Twitter, Facebook e Instagram de los clubes Alianza Lima, Universitario de Deportes, Sporting Cristal y Sport Boys, durante el periodo desde el 2 de setiembre del 2019 al 6 de octubre del 2019; y la entrevista a los community manager de los clubes de fútbol mencionados. En esta investigación se concluye que las estrategias comunicativas utilizadas por los clubes de fútbol profesional de la Liga 1 en Lima 2019 en Twitter, Facebook e Instagram, son diversas y variadas. Estos son importantes para ellos, ya que les ayuda a tener un orden y también un mejor horizonte para lograr sus objetivos. Cada red social brinda diferentes oportunidades para manejar las estrategias de comunicación indicadas.

2.1.3. Locales

- Serna, (2019) en su tesis titulada “Evaluación de las Estrategias Comunicacionales utilizadas en el Plan de Campaña de Difusión Salvemos al Río Huallaga del Gobierno Regional Huánuco 2016-2017”, manifiesta que tiene como objetivos, tal como menciona el título, evaluar las estrategias comunicacionales utilizados en dicho plan; identificar qué medios de difusión tuvieron mayor eficacia al momento de ser aplicados, además de conocer las condiciones en el que se plantearon las estrategias comunicacionales, y determinar qué acciones comunicacionales tuvieron mejores resultados. El diseño de este estudio es de análisis documental, con enfoque cualitativo y de tipo evaluativo descriptivo. La muestra tomada de manera libre y al azar fue de 100 ciudadanos de diferentes edades que habitan cerca al río Huallaga. La investigación evalúa las estrategias comunicacionales de dicha campaña y determina la eficacia de la misma en nuestra región; de esa forma lograremos identificar los puntos fuertes y débiles de

la misma, y sea de aporte, desde el ámbito comunicacional, para que futuras campañas sean aún más eficaces.

- Huaman, Ponce, & Simon, (2020) en su tesis titulada “Las estrategias comunicacionales en las relaciones comunitarias del distrito de Quisqui, Huánuco – 2019”, manifiesta que los medios de comunicación han sido un arma fundamental que el estado ha utilizado a su favor en los conflictos sociales, es decir, “la comunicación puede ser un instrumento de poder, un arma revolucionaria, un instrumento comercial, o un medio de educación; puede servir para la liberación o la opresión, para el crecimiento de la personalidad individual de los seres humanos. Si bien en las ciudades urbanas o metrópolis el tema de las relaciones comunitario urbano, es ya conocido en las zonas rurales no es aún muy difundido, este tiene una gran importancia por lo que existe un gran potencial en el campo laboral para los comunicadores sociales y otros especialistas sociales. Por lo que en esta investigación describió la utilidad y efectividad de las estrategias de comunicación en las relaciones comunitarias para la gestión de riesgos sociales tomando como caso de estudio al Distrito de Quishqui. Donde se realizó un análisis de la efectividad de los recursos comunicacionales utilizados como parte de estrategias específicas, debido a que estos influyen y aportan en las percepciones de los pobladores afectados positiva o negativa.

2.2. Bases teóricas

Para la realización de las bases teóricas estuvieron considerados en relación con las variables de investigación

2.2.1. Estrategias comunicativas

Lopez Viera (2003) manifiesta que la estrategia de la comunicación son acciones organizadas y planificadas que se implementan a la necesidad e interés, dentro de un lugar de interacción humana, en diferentes tiempos. Para la realización de una estrategia es tener un orden, selección, de intervención sobre una situación establecida.

La participación de las estrategias comunicativa es transferida hacia el deporte por la cual para poder transmitir el mensaje hacia los públicos respectivo y

que el mensaje puede llegar de la mejor manera tiene que tener un orden y una asertiva al momento realizar el mensaje y la adecuada comunicación que se utilizara. A referirse una adecuada comunicación se refiere a la comunicación verbal, comunicación no verbal o una comunicación práctica lo cual director técnico o entrenador tiene que analizar adecuada mente que comunicación adecuada va a utilizar para que el mensaje puede ser trasferido de la mejor manera hacia el público.

En la actualidad la calidad del mensaje es reflejado en el desempeño durante el entrenamiento o partido oficial lo cual el interés está centrado en los jugadores. Siendo esta lo más importante es atender al receptor final del mensaje.

Se tiene apelar en un receptor inteligente conocedor de un código y unas de las estrategias para captar su atención que será fundamental para participación en la construcción del discurso.

Las herramientas para lograr esta meta serán múltiples y variadas. Remitir a una nueva retórica, en la que la atención y la persuasión se consiguen a través de los procesos cognitivos.

2.2.2. Entrenamiento

Chiavenato (1992) define que el entrenamiento es el "proceso de educación, aplicado de manera sistemática y organizada a través del cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades en función de unos objetivos definidos".

Basado en la definición de Chiavenato para crear, armar o establecer protocolo comunicacionales dentro del entrenamiento y luego aplicarlo en los partido oficiales (partido de campeonato) es necesario conocer algunos aspectos para completar adecuadamente una buena comunicación para lo cual es necesario conocer los aspecto culturales, la lingüística, aspecto económico, jerarquía del jugador y los fundamental la personalidad del jugador y buscar la manera adecuada como afrontar mensajes y diferentes formas de comunicación y tipo de mensaje se va generar.

2.2.3. Fútbol

Deporte de equipo donde se enfrenta dos equipos de 11 jugadores cada uno donde se juega en un campo rectangular de césped, con una portería a cada lado del campo. Este deporte se basa que ambos equipos tendrán un 90 minutos dividido en dos tiempos de 45 minutos con un descanso de 15 minutos anotar la mayor cantidad de goles en el arco rival. Los chinos fueron los primeros en divertirse dando patadas a pelotas y metiéndolas en redes como deporte en el siglo III a.C., y el deporte conocido mundialmente como fútbol se formalizó en Inglaterra en el siglo XIX. Pero el predecesor de este deporte con balón más moderno tal y como lo jugamos hoy en día se encuentra en las Américas (Blakemore, 2023).

2.2.4. Comunicación Interna

Según Kreps, la comunicación interna es “El modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de la misma. Debe ser fluida, motivante, estimulante y eficaz en sí misma. Debe obedecer a una cultura e identidad y debe estar orientada a la calidad en función del cliente”. (Casanova, 2017). A esto Villafañe añade que “la comunicación interna no es una moda, sino una respuesta, en términos de management, a la creciente complejidad de la propia empresa y de su entorno”.

Actualmente, muchas entidades y organizaciones no tienen una cultura de comunicación interna, es decir, existe aún mucha confusión sobre este concepto y, como señala Francisca Morales Serrano (2001), es el concepto de información unidireccional, donde solo se informa al trabajador de lo que tiene que hacer, el que impera en una gran mayoría haciendo de la comunicación interna una rama aún embrionaria. Justo Villafañe ha desgranado algunos objetivos de la comunicación interna:

- “Implicar a la organización en el desarrollo de la visión estratégica.
- Proyectar una imagen positiva
- Equilibrar la información descendente, ascendente y transversal.
- Favorecer la adecuación a los cambios del entorno.

- Consolidar un estilo de dirección.
- Implicar al personal en el proyecto de empresa”

Este último objetivo muestra la clave de la importancia de la comunicación interna: un trabajador feliz y motivado es un trabajador que hace las cosas a gusto y que, además de tener unas motivaciones personales como pueden ser el mantenimiento de una familia, el poder viajar por todo el mundo o simplemente tener una vida tranquila en cuanto a lo económico, a estas se le suman las motivaciones de la empresa de seguir creciendo, ser más grande y llegar a un mayor público. La comunicación interna en el fútbol difiere mucho de lo que una multinacional puede llevar a cabo en este ámbito por una razón esencial: el contexto que rodea a los clubes de fútbol ejerce una mayor presión y, por tanto, con los empleados (sobre todo con los jugadores) se ha de tener una comunicación constante y de calidad para no caer en errores que afecten a la imagen del club. Según (Fundacion Integralia DKV, 2024) La comunicación interna se centra en el intercambio de mensajes e información dentro de una empresa. Incluye la comunicación de los ejecutivos a los empleados, así como mensajes interdepartamentales. Los ejemplos de comunicación interna incluyen:

- Boletines internos
- Reuniones de equipo
- Herramientas de gestión del conocimiento

2.2.5. Comunicación Externa

La comunicación corporativa según (Hernando, 2017), no sólo se ciñe a las entidades empresariales, sino que también se extiende a otros ámbitos como pueden ser las instituciones públicas, las organizaciones sin ánimo de lucro o los clubes deportivos, entre otros. Todos ellos siguen las mismas pautas que las empresas a la hora de llegar a la audiencia y crear una imagen en torno a ellos. En el caso de los clubes deportivos la comunicación corporativa adquiere un punto de relevancia incluso mayor que las empresas. Las distintas entidades, han apostado fuerte por los gabinetes de comunicación con el objetivo de crear una

imagen corporativa que haga destacar al club por encima de sus competidores. Eso permite que se genere un mayor número de ingresos tanto por la publicidad (ya que cuanto mayor importancia tenga el club, más interés hay por parte de las empresas de invertir en publicidad en él, como por la venta de entradas para ver los partidos. En el proclamado ‘deporte rey’, el fútbol, la expansión de los gabinetes de comunicación se llevó a cabo con la conversión de los conjuntos en Sociedades Anónimas Deportivas (SAD). La comunicación externa según (Fundacion Integralia DKV, 2024) se centra en la marca de la empresa y los mensajes a la audiencia externa. En los tiempos actuales, no es solo la cobertura de prensa, sino también las redes sociales lo que impulsa los mensajes de la empresa. Los ejemplos de comunicación externa incluyen:

- Comunicados de prensa
- Conferencias de prensa
- Publicidad

Para establecer la estrategia de comunicación en los equipos de futbol, el club debe identificar quiénes son sus grupos de interés, que serán todos aquellos, tanto personas, colectivos, organizaciones, sobre los que se ven impactados y/o impactan la actividad del club y que puede afectar al desempeño del mismo, ya sea de forma directa o indirecta.

2.2.6. Comunicación en el campo

La comunicación en el campo de fútbol es un pilar fundamental dentro del terreno de juego. La comunicación es una variable psicológica de vital importancia, muy presente en el día a día de los equipos, al ejercer una gran influencia en la unión, organización, motivación, cooperación y dinámica de un colectivo. Del mismo modo, repercute en la confianza y la concentración de los jugadores, ya que al contar con un nivel de comunicación efectiva en el campo se logrará una mayor eficacia deportiva y personal. Señala (Real Madrid-Campus experience, 2021) el papel de la comunicación tiene que ser siempre positivo y aplicarse con respeto. Se trata de facilitar la transmisión de información entre los

jugadores y entrenadores, que debe ponerse en práctica de manera respetuosa, tanto por el comunicador como por el receptor. La comunicación en el fútbol no implica sólo la transmisión de información deportiva en el terreno de juego, sino que se trata de una herramienta muy útil para expresar y manifestar estados de ánimos y emociones fuera del campo.

La comunicación en el campo de fútbol contribuye al aumento del rendimiento y concentración en el campo; refuerza la rapidez del juego al transmitirle a los compañeros cómo moverse o qué va hacerse; intensifica la velocidad en la toma de decisiones; motiva y aumenta la capacidad de liderazgo; y promueve las relaciones interpersonales. Sin embargo, muchas veces la realidad es que se precisa de habilidad y que, esta debe ser muy entrenada. Por un lado, en los entrenamientos debe trabajarse la comunicación a través de ejercicios específicos: con las categorías más tempranas a través de pequeñas señales de advertencia y con las categorías superiores con verbalizaciones más complejas. Y, por otro lado, debe trabajarse las habilidades comunicativas fuera del campo.

2.3. Bases conceptuales

Comunicación

Chiavenato (1992) El intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje e información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social.

Comunicación interna

modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de la misma. Debe ser fluida, motivante, estimulante y eficaz en sí misma.

Comunicación externa

Se centra en la marca de la empresa y los mensajes a la audiencia externa. En los tiempos actuales, no es solo la cobertura de prensa, sino también las redes

sociales lo que impulsa los mensajes de la empresa. Los ejemplos de comunicación externa incluyen: Comunicados de prensa, Conferencias de prensa y Publicidad.

Comunicación en el campo

Es una variable psicológica de vital importancia, muy presente en el día a día de los equipos, ya que ejerce una gran influencia en la unión, organización, motivación, cooperación y dinámica de un colectivo deportivo. Del mismo modo, repercute en la confianza y la concentración de los jugadores, ya que al contar con un nivel de comunicación efectiva en el campo se logrará una mayor eficacia deportiva y personal.

Fútbol

Lopez Viera (2003) Acciones organizadas y planificadas que se implementan a la necesidad e interés, dentro de un lugar de interacción humana, en diferentes tiempos. Para la realización de una estrategia es tener un orden, selección, de intervención sobre una situación establecida.

Deporte que se practica entre dos equipos de once jugadores que tratan de introducir un balón en la portería del contrario impulsándolo con los pies, la cabeza o cualquier parte del cuerpo excepto las manos y los brazos; en cada equipo hay un portero, que puede tocar el balón con las manos, aunque solamente dentro del área; vence el equipo que logra más goles durante los 90 minutos que dura el encuentro.

2.4. Bases epistemológicas o bases filosóficas o bases antropológicas.

Los fundamentos antropológicos de la comunicación deportiva están arraigados en la naturaleza misma de la experiencia humana y la interacción social en el contexto del deporte. Los fundamentos antropológicos importantes que subyacen en la comunicación deportiva está basado en la ritualidad y performance desde tiempos ancestrales, el deporte ha estado asociado con rituales y performances que van más allá

de la mera competencia física. Los eventos deportivos, ya sea un partido de fútbol, una carrera de atletismo o un combate de boxeo, suelen estar rodeados de una serie de rituales que marcan el inicio, el desarrollo y la conclusión de la actividad. Estos rituales no solo tienen un propósito funcional, como la organización y el ordenamiento de las competiciones, sino que también tienen un significado simbólico y cultural que refleja valores, creencias y tradiciones de la sociedad en la que se llevan a cabo.

La comunicación deportiva desempeña un papel fundamental en la construcción y expresión de identidades individuales y colectivas en el contexto del deporte. Los equipos deportivos, ya sea a nivel local, nacional o internacional, actúan como símbolos de identidad para sus seguidores, proporcionando un sentido de pertenencia a una comunidad más amplia. La comunicación deportiva, a través de narrativas, símbolos y discursos, refuerza estos lazos de identidad y pertenencia, creando una conexión emocional entre los individuos y sus equipos deportivos. La comunicación deportiva también está influenciada por las construcciones culturales de género y sexualidad. Los deportes suelen estar asociados con estereotipos de género que influyen en la forma en que se perciben y se representan a los atletas masculinos y femeninos en los medios de comunicación. Además, el deporte puede servir como un espacio para la expresión y la negociación de identidades sexuales y de género, desafiando las normas y expectativas sociales en torno a la masculinidad y la feminidad.

La comunicación deportiva se ha convertido en un fenómeno cultural global que trasciende las fronteras geográficas y culturales. Los eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos o la Copa del Mundo de la FIFA, actúan como plataformas para la expresión y la celebración de la diversidad cultural, reuniendo a atletas y aficionados de todo el mundo en un ambiente de camaradería y competencia. La comunicación deportiva, a través de medios de comunicación globales como la televisión e internet, facilita la difusión y el intercambio de culturas deportivas, promoviendo el entendimiento y la apreciación de la diversidad cultural en la sociedad contemporánea

CAPITULO III

SISTEMA DE HIPOTESIS

3.1. Formulación de hipótesis

Como respuestas tentativas a las preguntas de investigación, se tienen las siguientes hipótesis que marcaran el rumbo de esta averiguación:

3.1.1. Hipótesis General

El nivel de eficacia de las estrategias comunicativas influye significativamente durante el entrenamiento de la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023.

3.1.2. Hipótesis Específicas

- El nivel de eficacia de la comunicación interna es altamente significativo en el entrenamiento de la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023.
- El nivel de efectividad de la comunicación externa es altamente significativo en el entrenamiento de la Escuela de Futbol Champi3n Deporte de Huánuco 2023.
- El nivel de efectividad de la comunicación impartida en el campo durante el entrenamiento es altamente significativo en la Escuela de Futbol Champi3n Deporte de Huánuco 2023.

3.2. Variables y operacionalización de variables

Variable 1: Estrategias comunicativas

Dimensiones

X1= Comunicación Interna

X2=Comunicación externa

X3= Comunicación en el campo

Tabla 1: Operacionalización de variables

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS	Lopez Viera (2003) manifiesta que la estrategia de la comunicación son acciones organizadas y planificadas que se implementan a la necesidad e interés, dentro de un lugar de interacción humana, en diferentes tiempos. Para la realización de una estrategia es tener un orden, selección, de intervención sobre una situación establecida.	Comunicación Interna	-Periodicidad -Nivel de confianza -Retroalimentación -Charla personal	- Técnica N° 01. Encuesta -
	La participación de las estrategias comunicativa es transferida hacia el deporte por la cual para poder transmitir el mensaje hacia los públicos respectivo y que el mensaje puede llegar de la mejor manera tiene que tener un orden y una asertiva al momento realizar el mensaje y la adecuada comunicación que se utilizara.	Comunicación externa	-Medios interrelación -Relaciones sociales -Relaciones familiares Uso de redes sociales	de N° 01 Cuestionario.
		Comunicación en el campo	-Nivel de confianza -Proximidad -Inseguridad -retroalimentación	

3.3. Definición teórica de variables

VARIABLE DE ESTUDIO: ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS

Definición conceptual	Definición operacional
Lopez Viera (2003) manifiesta que la estrategia de la comunicación son acciones organizadas y planificadas que se implementan a la necesidad e interés, dentro de un lugar de interacción humana, en diferentes tiempos. Para la realización de una estrategia es tener un orden, selección, de intervención sobre una situación establecida.	Los aspectos y caracteres vinculados a las Estrategias comunicativas se organizaron y estructuraron según la percepción de los deportistas de la Escuela de Fútbol Champion Deporte de Huánuco, en la encuesta dirigida a dichos sujetos, tomando en cuenta las dimensiones de la investigación.
La participación de las estrategias comunicativa es transferida hacia el deporte por la cual para poder transmitir el mensaje hacia los públicos respectivo y que el mensaje puede llegar de la mejor manera tiene que tener un orden y una asertiva al momento realizar el mensaje y la adecuada comunicación que se utilizara.	

DIMENSIONES	Según Kreps, la comunicación interna es El modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de la misma...en el fútbol la C.I. difiere mucho de lo que una multinacional puede llevar a cabo en este ámbito por una razón esencial: el contexto que rodea a los clubes de fútbol ejerce una mayor presión y, por tanto, con los empleados (sobre todo con los jugadores) se ha de tener una comunicación constante y de calidad para no caer en errores que afecten a la imagen del club.	Los indicadores de la comunicación interna se refieren al contexto que rodea al club de fútbol respecto a la presión con los empleados y sobre todo con los jugadores, por tanto, se ha de tener una comunicación constante y de calidad. Los ítems que se incluyeron son 1, 2,3,4,5, de la encuesta aplicada a los sujetos de estudio.
Comunicación interna		
Comunicación externa	La comunicación externa según (Fundacion Integralia DKV, 2024) se centra en la marca de la empresa y los mensajes a la audiencia externa. En los tiempos actuales, no es solo la cobertura de prensa, sino también las redes sociales lo que impulsa los mensajes de la empresa. Los ejemplos de comunicación externa incluyen: Comunicados de prensa - Conferencias de prensa – Publicidad.	Los indicadores de la comunicación externa referidos a los tiempos actuales, no solo en cobertura de prensa, sino también las redes sociales lo que impulsa los mensajes de la empresa Los ítems que se incluyeron 6,7,8,9 y 10.
Comunicación en el campo	Es una variable psicológica de vital importancia, muy presente en el día a día de los equipos, ya que ejerce una gran influencia en la unión, organización, motivación, cooperación y dinámica de un colectivo deportivo. Del mismo modo, repercute en la confianza y la concentración de los jugadores, ya que al contar con un nivel de comunicación efectiva en el campo se logrará una mayor eficacia deportiva y personal.	Las características de la comunicación en el campo que explican los caracteres de la organización, motivación, cooperación y dinámica de un colectivo deportivo se tomaron en cuenta en los ítems 11, 12 13,14 y 15 de la encuesta.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Ámbito o lugar de ejecución

Para la presente investigación se tomó en cuenta a la Escuela de Fútbol Champion Deporte. creada el 10 de octubre del 2007. Antiguamente llevaba el nombre Club Real Huánuco. Esta escuela de fútbol se encuentra ubicada en la misma ciudad de Huánuco, capital del distrito y provincia del mismo nombre en la región Huánuco ubicado en el centro del Perú.

4.2. Tipo y nivel de estudio

Sampieri, Fernández & Baptista (2014) afirmó que la investigación descriptiva “mide o evalúa aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno objeto de estudio”. En este caso, el proyecto de investigación comprender los aspectos fundamentales de las estrategias comunicativas, la información y el desempeño identitario en la ciudad de Huánuco. Se utilizará una herramienta de evaluación basada en cuestionarios.

Según la intervención del investigador, será descriptiva debido a que los datos se reflejarán de la evolución natural de los eventos, independientemente de su voluntad. Debido a que los datos se recopilarán a través de una encuesta, será prospectivo de corte transversal, según la planificación de datos. Debido a que las variables serán medidas en una sola ocasión, la variable de estudio será transversal en relación al número de veces que se medirá.

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población

Según Bernal (2006), citado por Soto (2014), “La población es un conjunto de elementos en quienes pueden realizarse los objetos que presentan un problema.”

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “La población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.”

Basado en la lista de jugadores inscritos en el año 2023 fueron los 73 jugadores entre las edades de 6 años a 17 años de la Escuela de Fútbol Champion Deporte de Huánuco.

Tabla 2
Población

CATEGORÍAS	NUMERO DE ALUMNOS
SUB 6	4
SUB 8	10
SUB 10	13
SUB 13	15
SUB 15	15
SUB 18	16
TOTAL	73

Nota. Base de datos del padrón de jugadores, diciembre 2023.

4.3.2. Muestra

Arias (2016) en su libro proyecto de investigación explica que la muestra probabilística es aquel donde se conoce la probabilidad de cada elemento que integra la muestra.

Basado en la definición de Arias la muestra para la investigación son los alumnos de la Escuela de Fútbol de Champeon de Huánuco del 2023, siendo un total de 73 alumnos de todas las categorías.

La muestra de la investigación es probabilística ya que la proporción de la es población fina y conocida.

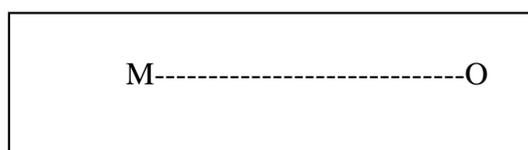
4.4. Diseño de investigación

Sampieri en su libro denominado Diseño y metodología de la investigación de la 6ª edición, (2014) manifiesta que el estudio transversal consiste en un método de

obtención de datos que perdura solo un momento, en un único tiempo. Su objetivo es describir las variables y sus efectos en las interrelaciones.

El diseño de la investigación es descriptivo transversal, es un método no experimental recoger y analizar datos un determinado tiempo. Este método es muy utilizado en las investigaciones de ciencias sociales, utilizando una comunidad humana determinada.

Esquema



O=Información (observación) recogida de la muestra.

4.5. Métodos, técnicas e instrumentos

Sampieri, Fernández & Baptista en su obra Metodología de la investigación (2008) explica que los cuestionarios consisten en una serie de preguntas abiertas y/o cerradas respecto de una o más variables a medir y son probablemente el instrumento más utilizado para recolectar datos.

Con respecto al estudio desarrollado, las técnicas e instrumentos que se aplicaron para el acopio de datos fueron los siguientes: “Encuesta estructurada acerca de las estrategias comunicativas en el entrenamiento de fútbol escuela de Fútbol Champion Deporte de Huánuco. El cuestionario, que fue aplicado a las 73 personas que conforman parte de la muestra dirigida al objeto de estudio.

Técnica: Medios por los cuales se lleva a cabo la investigación se denominan técnicas de investigación. Solo tienen valor en este sentido porque permiten seguir el camino que traza el método. Además, el método de investigación es ventajoso porque permite describir y explicar el fenómeno objeto de investigación.

Para la investigación fue utilizado el instrumento del cuestionario.

Tabla 3
Variables, Técnicas e Instrumentos

VARIABLE	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Estrategias comunicativas	Encuesta	Cuestionario estructurado aplicado a los deportistas del club.

4.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se elaboró el cuestionario para la medición de las principales características de las estrategias comunicativas durante el entrenamiento de fútbol, el cual consta de 15 ítems, con el fin de recolectar información que engloben a la variable y sus dimensiones bajo estudio.

La aplicación del instrumento de recolección de datos ha seguido el siguiente procedimiento:

Primero. Se buscó la autorización al propietario de la escuela de fútbol a través de una solicitud, la cual tuvo respuesta positiva, posteriormente se les solicitó a los informantes beneficiarios de dicho programa, que respondieron las preguntas, que den su autorización mediante un consentimiento informado.

Segundo. Una vez aceptado, se les detalló las instrucciones para el llenado adecuado de las respuestas de cuestionario emitido.

Tercero. Se les explicó a los informantes encuestados, sus interrogantes e inquietudes.

Cuarto. Para aplicar los instrumentos ya establecidos a la muestra en estudio, con la finalidad de garantizar en todo momento la veracidad de la información recolectada.

El procesamiento de los datos se empleó el programa de computación SPSS 24.0, la presentación de los datos fue analizados estadísticamente, representados en figuras de barras y pasteles.

CAPITULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Resultados descriptivos

5.1.1. Análisis del primer objetivo específico

En siguiente apartado se presenta los resultados obtenidos mediante las ejecuciones del instrumento de investigación, las encuestas con su respectiva descripción y gráficos.

Tabla 4

Pregunta 1. ¿Cuánto crees que los jugadores se comunican eficazmente con el entrenador durante el entrenamiento?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	35	45.90%
Bien	27	34.43%
Regular	7	11.48%
Poco o nada	4	8.20%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

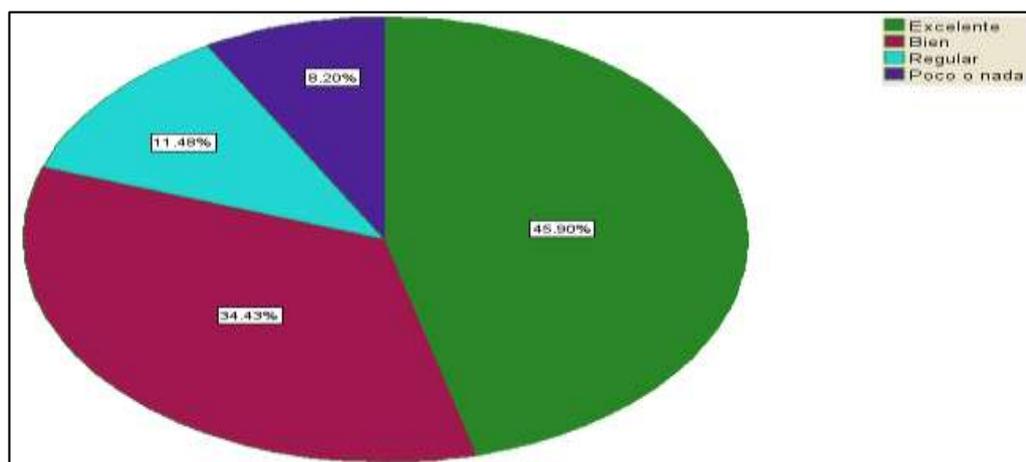


Figura 1

¿Cuánto crees que los jugadores se comunican eficazmente con el entrenador durante el entrenamiento?

Interpretación

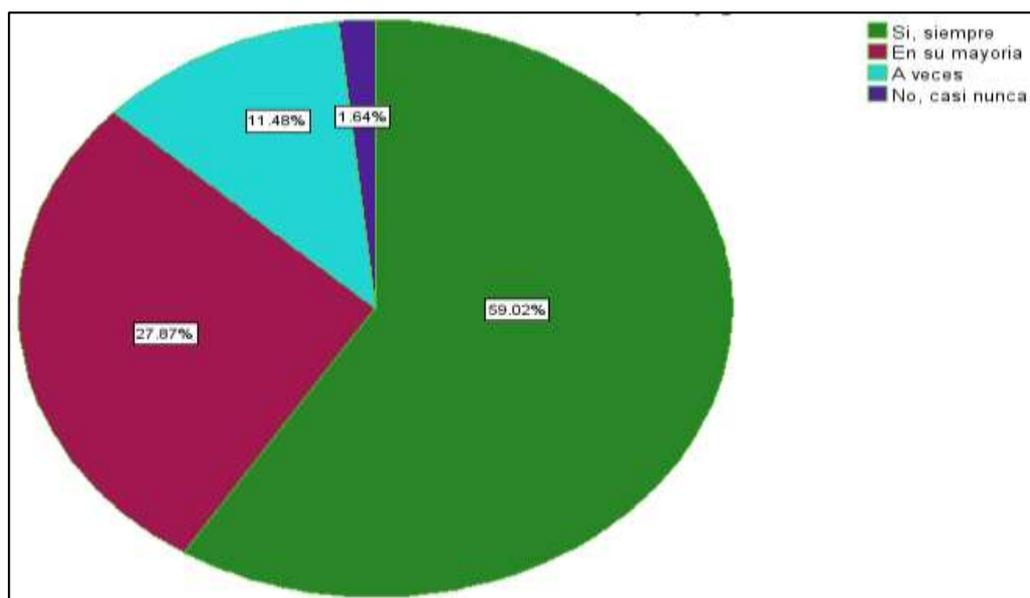
En la primera interrogante del cuestionario al que fueron sometidos los participantes de la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les ha pedido que señalen si creen que los jugadores se comunican eficazmente con el entrenador durante el entrenamiento, siendo un total del 45.90% creen que excelente, 34.43% opinan que la comunicación está bien, 11.48% contestaron que la comunicación es regular y 8.20% opinan que la comunicación es poco o nada. Ante tal situación se afirma que se comunican eficaz entre los jugadores y el entrenador anda por un buen camino, pero se tiene que corregir los errores que afectan que no haiga una comunicación eficaz al 100%.

Tabla 5

Pregunta 2. ¿Se fomenta la comunicación abierta entre el director técnico y los jugadores durante los entrenamientos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si, siempre	47	59.02%
En su mayoría	15	27.87%
A veces	10	11.48%
Casi nunca	1	1.64%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 2**

¿Se fomenta la comunicación abierta entre el director técnico y los jugadores durante los entrenamientos?

Interpretación

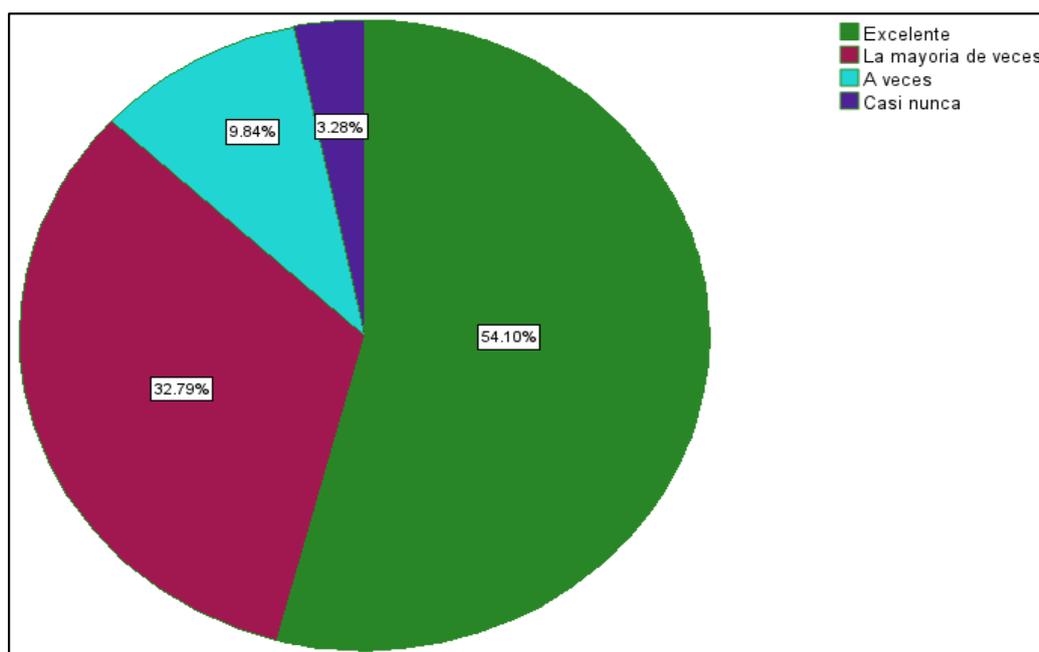
En la pregunta dos del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunta a los jugadores sobre si se fomenta la comunicación abierta entre el director técnico y los jugadores durante los entrenamientos. Los cuales el 59.02% manifestaron que siempre, 27.87% respondieron en su mayoría, 11.48% respondieron que a veces y el 1.64% respondieron que nunca.

Tabla 6

Pregunta 3. ¿Sientes que recibes retroalimentación clara y útil de parte del director técnico durante los entrenamientos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	42	54.10%
En su mayoría	24	32.79%
A veces	5	9.84%
Casi nunca	2	1.64%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 3**

¿Sientes que recibes retroalimentación clara y útil de parte del director técnico durante los entrenamientos?

Interpretación

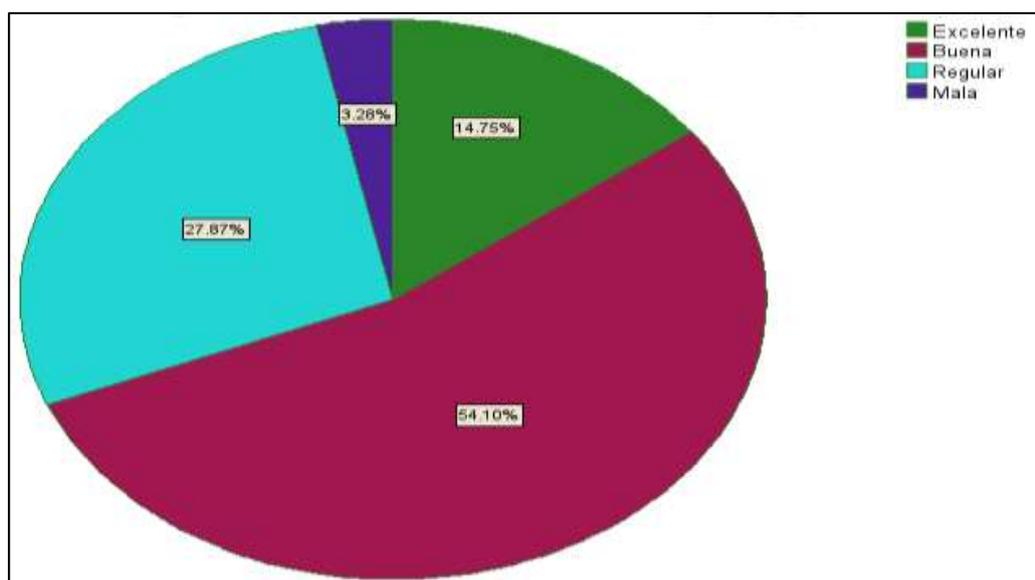
En la pregunta tres del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunta a los jugadores sobre si reciben retroalimentación clara y útil de parte del director técnico durante los entrenamientos. Los cuales el 54.10% manifestaron que siempre, 32.79% respondieron en su mayoría, 9.84% respondieron que a veces y el 1.64% respondieron que casi nunca. Dejando un resultado preocupante en los dos últimos resultados.

Tabla 7

Pregunta 4 ¿La comunicación entre el director técnico y los jugadores es?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	16	14.75%
Buenas	36	54.10%
Regular	17	27.87%
Mala	4	3.28%
Se tiene que mejorar	0	0
Total	62	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 4**

¿La comunicación entre el director técnico y los jugadores es?

Interpretación

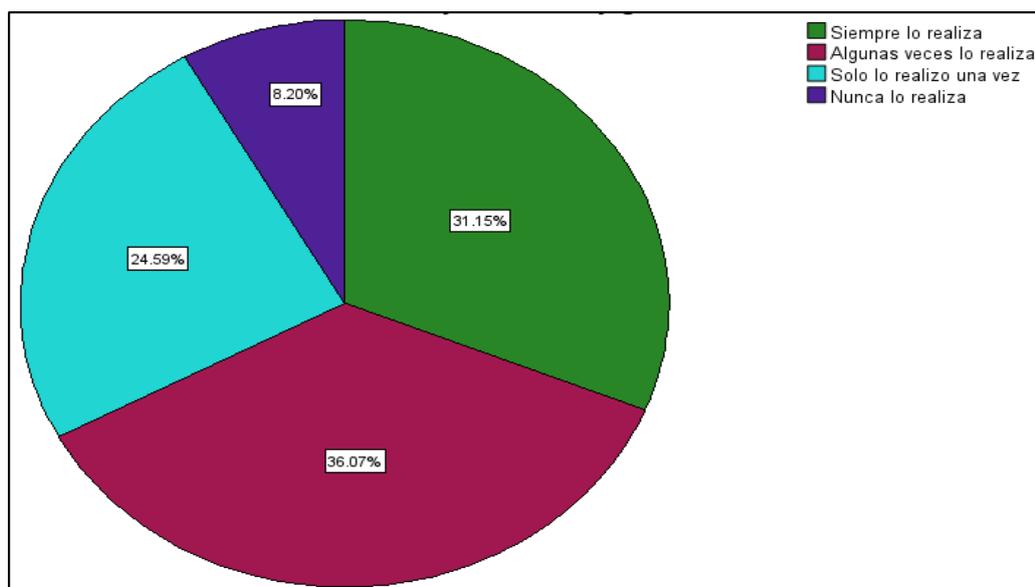
En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunta a los jugadores La comunicación entre el director técnico y los jugadores es. Los cuales el 14.75% mencionan que es excelente, 54.10% es una comunicación buena, 27.87% es una comunicación regular y el 3.28% dicen que es una comunicación mala.

Tabla 8

Pregunta 5 ¿Antes de iniciar el entrenamiento el director técnico realiza una reunión y explica que lo realizaran durante los entrenamientos y motiva a los jugadores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre lo realiza	22	31.15%
Algunas veces realiza	27	36.07%
Solo una vez	17	24.59%
Nunca lo realiza	7	8.20%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 5**

¿Antes de iniciar el entrenamiento el director técnico realiza una reunión y explica que lo realizaran durante los entrenamientos y motiva a los jugadores?

Interpretación

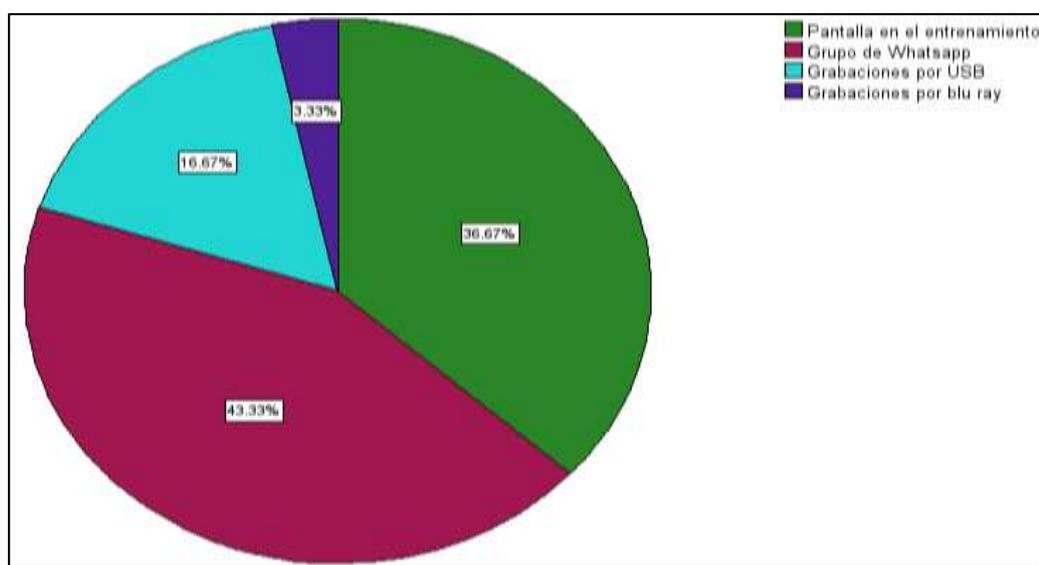
En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunta a los jugadores de iniciar el entrenamiento el director técnico realiza una reunión y explica que lo realizaran durante los entrenamientos y motiva a los jugadores. Los cuales el 31.15% mencionan que siempre lo realiza, 36.07% alguna vez realiza, 24.59% solo lo realizo una vez y el 8.20% dicen que nunca lo realizo.

Tabla 9

Pregunta 6 ¿Qué medio de comunicación te parece más efectivo para recibir análisis de jugadas tácticas para mejora del rendimiento?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pantalla en el entrenamiento	27	36,67%
Grupo de whatsapp	34	43,33%
Grabaciones USB	10	16,67%
Grabaciones de Blu-ray	2	3,33%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 6**

¿Qué medio de comunicación te parece más efectivo para recibir análisis de jugadas tácticas para mejora del rendimiento?

Interpretación

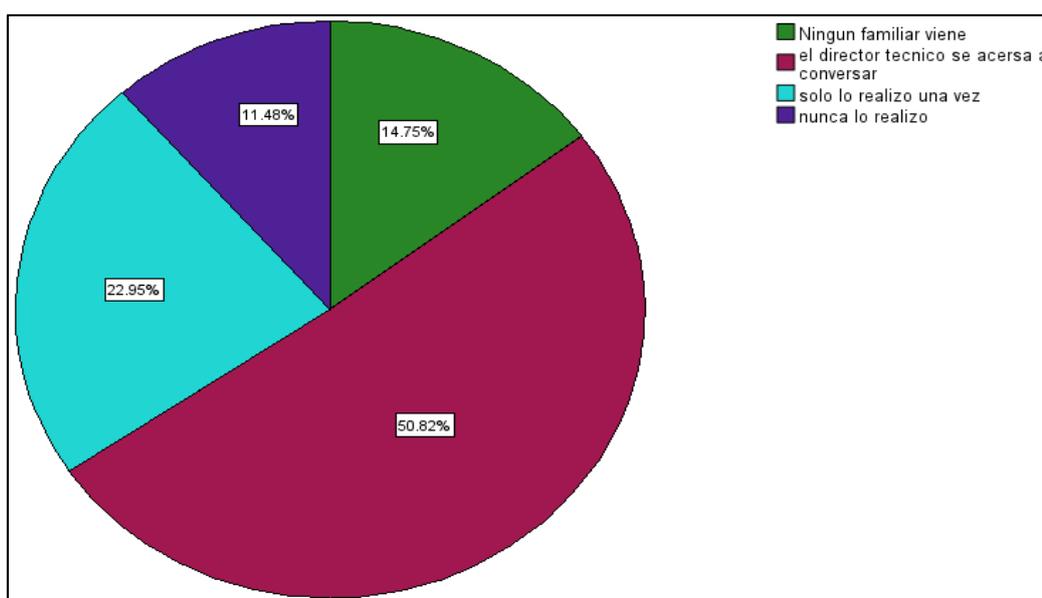
En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunta a los jugadores que medio de comunicación te parece más efectivo para recibir análisis de jugadas tácticas para mejora del rendimiento. 36,67% prefieren pantallas en el entrenamiento, 43,33% desean que le brinden la información por WhatsApp, 16,67% prefieren que la información sea brindada por USB y solo 3,33% desean las informaciones por Blu-ray.

Tabla 10

Pregunta 7 ¿Cuándo un familiar se va a verte a entrenar y ellos te comienza a reclamar por cometer errores, el director técnico conversar con tu familiar?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ningún familiar viene	14	14.75%
Director técnico se acerca a conversar	33	50.82%
Solo lo realizo una vez	18	22.59%
Nunca lo realizo	8	4.92%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 7**

¿Cuándo un familiar se va a verte a entrenar y ellos te comienza a reclamar por cometer errores, el director técnico conversar con tu familiar?

Interpretación

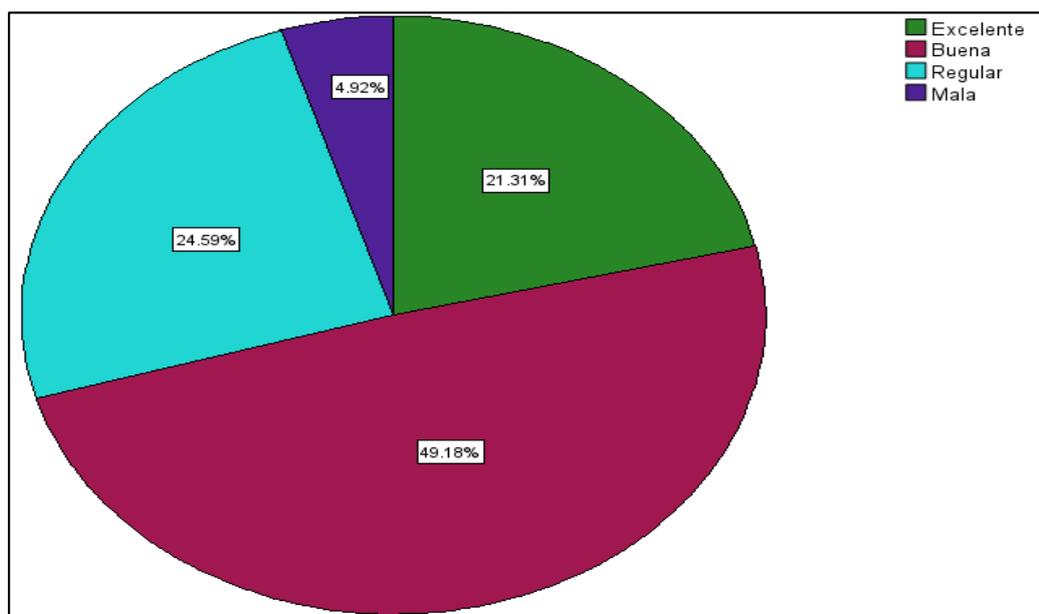
En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunto cuándo un familiar se va a verte a entrenar y ellos comienza a reclamar por cometer errores, el director técnico conversar con tu familiar. 14.75% mencionan que ningún familiar viene a verlos, el 50.82% mencionan que el director técnico se acercó a conversar con sus familiares, 22.59% mencionan que solo lo realizo una vez y el 4.92% mencionan que nunca lo realizo.

Tabla 11

Pregunta 8 ¿La comunicación entre el comando técnico y los jugadores por el grupo de WhatsApp es?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	17	21.31%
Buena	37	49.18%
Regular	15	24.59%
Mala	4	4.92%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 8**

¿La comunicación entre el comando técnico y los jugadores por el grupo de WhatsApp es?

Interpretación

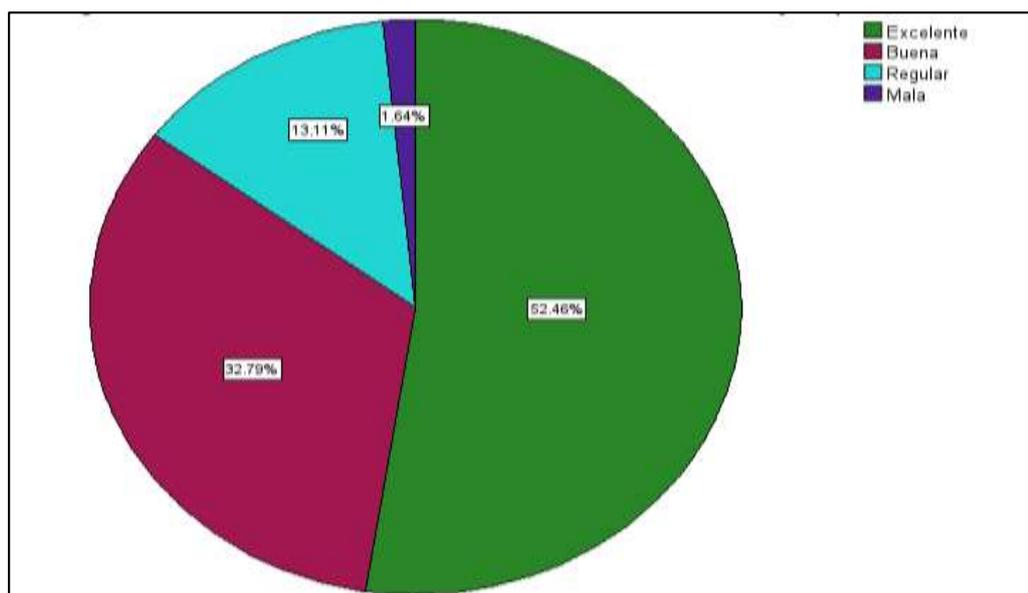
En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunto cómo les califica la comunicación que tienen entre el comando técnico y los jugadores por el grupo de WhatsApp lo cual se tuvieron los siguientes resultados: 21.31% mencionan que la comunicación es excelente, para el 49.18% la comunicación es buena, 24.59% menciona que la comunicación es regular y el 4.92% menciona que la comunicación es mala.

Tabla 12

Pregunta 9 ¿Cómo lo consideras la comunicación entre el comando técnico y los padres de familiar?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	38	52.46%
Buena	25	37.79%
Regular	9	13.11%
Mala	1	1.64%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 9**

¿Cómo lo consideras la comunicación entre el comando técnico y los padres de familiar?

Interpretación

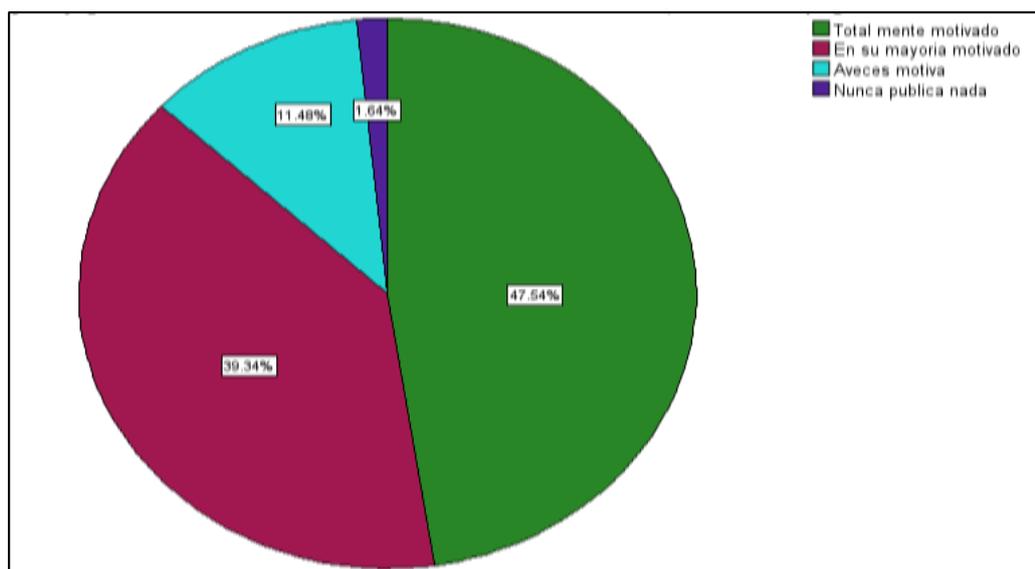
En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunto cómo les califica la comunicación entre el comando técnico y los padres de familia teniendo los siguientes resultados. 52.46% mencionan que la comunicación es excelente, 37.79% la comunicación es buena, para el 13.11% comunicación es regular y el 1.64% la comunicación es mala.

Tabla 13

Pregunta 10 ¿Los jugadores se sienten motivados cuándo observan sus fotos, videos en la página oficial del club?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente motivado	29	47.54%
En su mayoría motivado	24	39.34%
A veces motiva	6	11.48%
Nunca publica nada	1	1.64%
Total	61	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 10**

¿Los jugadores se sienten motivados cuándo observan sus fotos, videos en la página oficial del club?

Interpretación

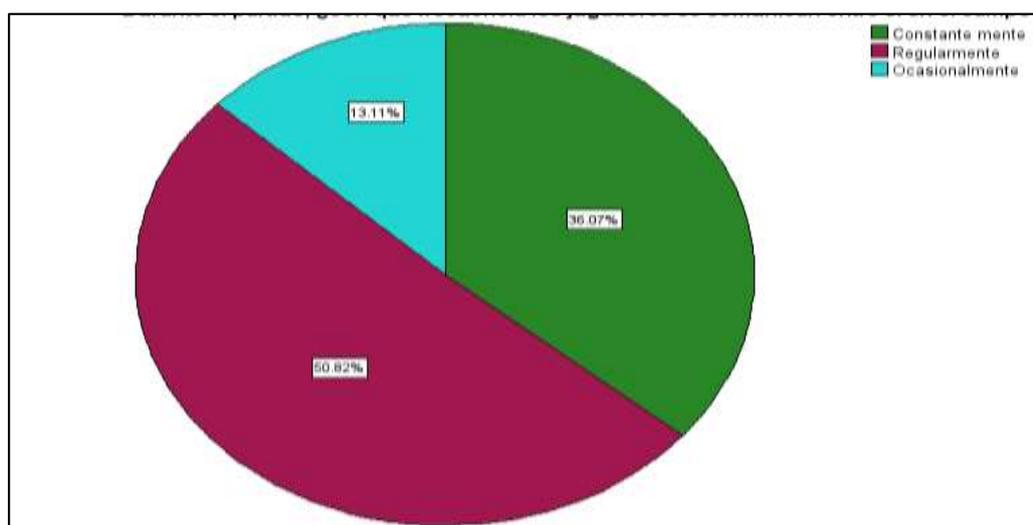
En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunto jugadores se sienten motivados cuándo observan sus fotos, videos en la página oficial del club, teniendo los siguientes resultados. El 47.54% se siente totalmente motivados, 39.34% en su mayoría se motiva, 11.48% a veces se motiva y el 1.64% mencionan que nunca publica nada, en lo cual este último resultado tenía razón ya que verifiqué cuando se ingresó a la página del Facebook de la escuela de futbol.

Tabla 14

Pregunta 11 Durante el partido, ¿con qué frecuencia los jugadores se comunican entre sí en el campo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Constante mente	28	36,07
Regular mente	35	50,82
ocasionalmente	10	13.11%
No se comunican	0	1.64%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 11**

Durante el partido, ¿con qué frecuencia los jugadores se comunican entre sí en el campo?

Interpretación

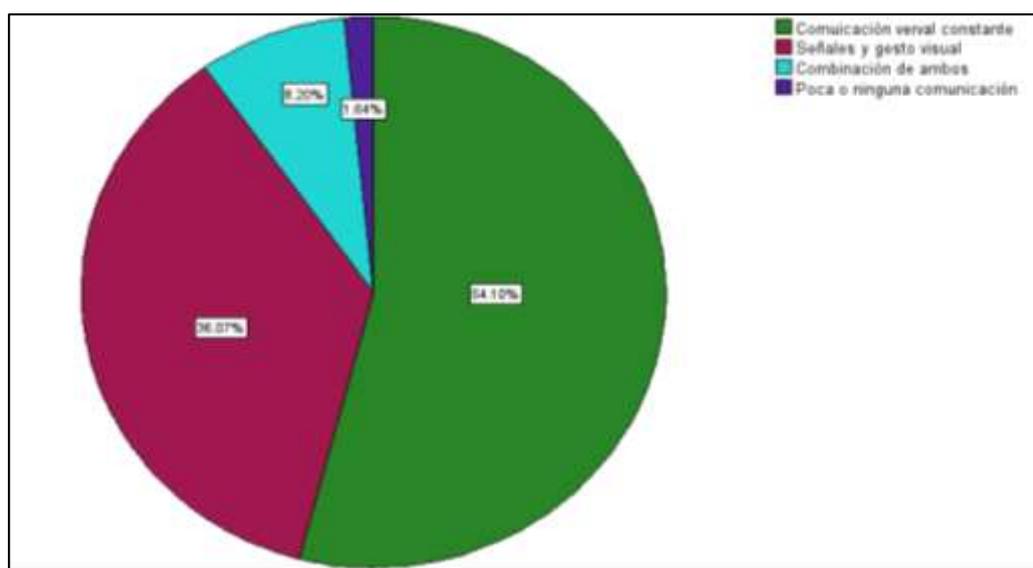
En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunto con qué frecuencia se comunica entre sí en el campo de futbol lo cual se obtuvo los siguientes resultados. El 36,07% menciona que la comunicación es muy constante, el 50,82% mencionan que la comunicación es muy regular y el 13,11% menciona que la comunicación es ocasionalmente. al último resultado es consecuencia de la falta de integración y socialización entre todos los integrantes de la escuela de futbol.

Tabla 15

Pregunta 12 ¿Qué tipo de comunicación predomina en el campo durante el partido??

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comunicación verbal	39	54.10%
Señales y gesto visual	23	36.07%
1 y 2	9	8.20%
Poca o ninguna comunicación	2	1.64%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 12**

¿Qué tipo de comunicación predomina en el campo durante el partido?

Interpretación

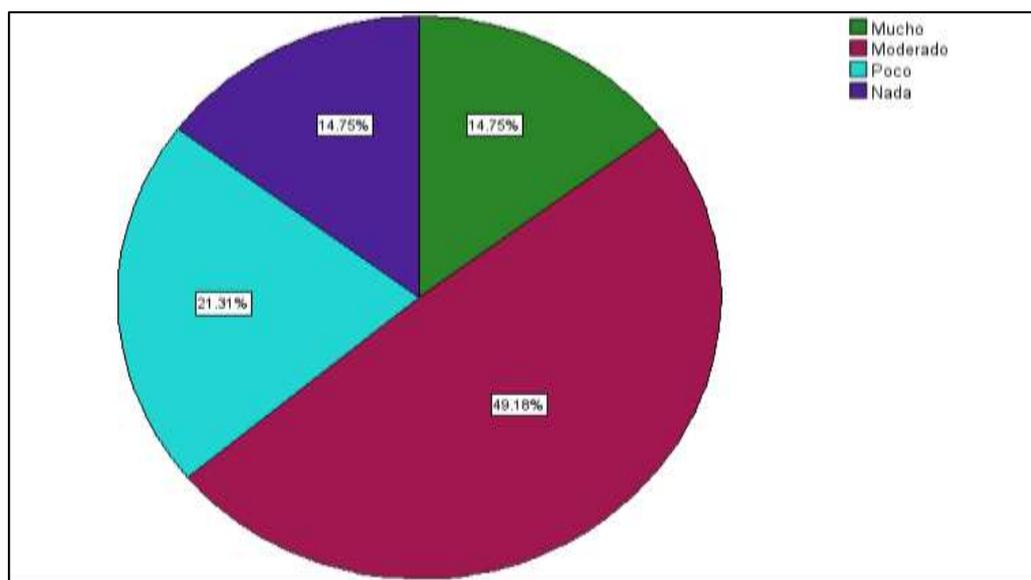
En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les preguntó tipo de comunicación predomina en el campo durante el partido, obteniendo los siguientes resultados. El 54.10% de jugadores se comunican de formar verbal, el 36.07% su forma de comunicación es entre señales y gestos, el 8.20% se comunica entre comunicación ver y señales de gestos y el 1.64% no se comunica por motivo que no entiende o no comprende la forma de comunicación con sus compañeros.

Tabla 16

Pregunta 13 En una escala del 1 al 10, ¿cuánto cree que la comunicación en el campo afecta positivamente el rendimiento del equipo durante el partido?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	13	14.75%
Moderado	33	49.18%
Poco	17	21.31%
Nada	10	14.75%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de fútbol Champion (Anexo 02)

**Figura 13**

En una escala del 1 al 10, ¿cuánto cree que la comunicación en el campo afecta positivamente el rendimiento del equipo durante el partido?

Interpretación

En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de fútbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunto creen que la comunicación en el campo afecta positivamente el rendimiento del equipo durante el partido, se obtuvo los siguientes resultados.

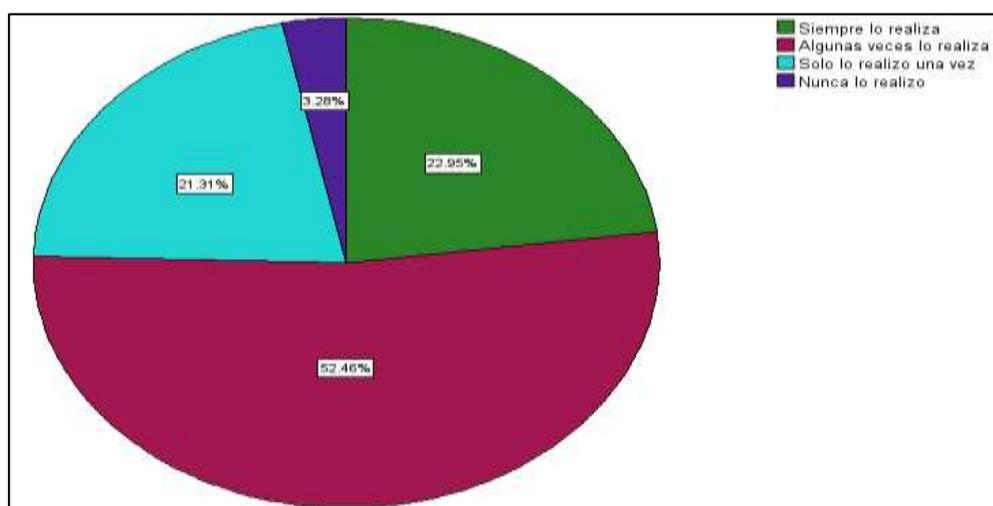
El 14.75% mencionan que comunicación en el campo afecta positivamente, el 49.18% menciona que el efecto es moderado, el 21.31% menciona que afecta poco y el 14.75% menciona que no hay ningún efecto.

Tabla 17

Pregunta 14 ¿Suelen dar retroalimentación entre ustedes durante el partido?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre lo realiza	19	22.95%
Algunas veces	37	52.46%
Solo lo realizo una vez	14	21.31%
Nunca lo realiza	3	3.28%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 14**

¿Suelen dar retroalimentación entre ustedes durante el partido?

Interpretación

En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunto si suelen dar se retroalimentación entre los jugadores durante el partido, se obtuvo los siguientes resultados.

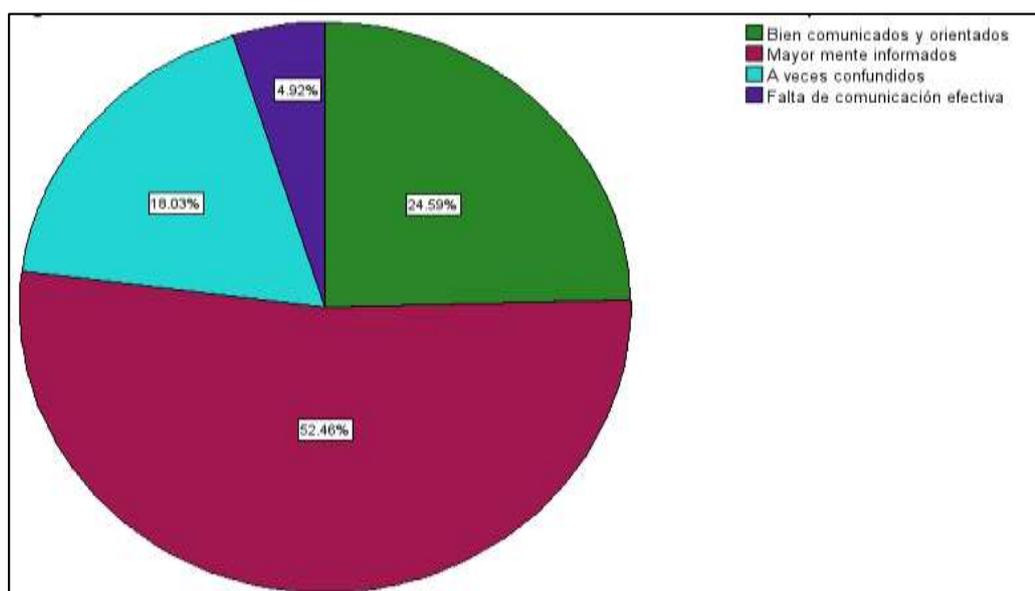
El 22.95% siempre lo realiza en todos los partidos, el 52.46% algunas veces lo realiza, el 21.31% solo lo realizo solo una vez y el 3.28% menciona que nunca lo realizo. En esta pregunta mediante los resultados se puede observar que un déficit de comunicación entre los jugadores en el terreno de juego lo cual se tiene que mejorar y utilizar estrategias adecuadas para revertir esta situación.

Tabla 18

Pregunta 15 ¿Cómo se sienten en cuanto a la comunicación con el entrenador durante el partido?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bien comunicados	19	24.59%
Mayor mente informados	38	52.46%
A veces confundidos	11	18.3%
Falta de comunicación efectiva	5	4.92%
Total	73	100%

Nota. Encuesta aplicada los jugadores de la escuela de futbol Champion (Anexo 02)

**Figura 15**

¿Cómo se sienten en cuanto a la comunicación con el entrenador durante el partido?

Interpretación

En la pregunta cuatro del cuestionario al que fueron sometidos los participantes la escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco, se les pregunto cómo se sienten en cuanto a la comunicación con el entrenador durante el partido, obteniendo los siguientes resultados.

El 52.46% dicen que están mayormente comunicados, el 18.3% manifiestan que a veces confundidos y esto pasa cuando es el director técnico no brinda una buena comunicación y cambia el mensaje, y el 4.92% manifiestan que falta comunicación.

DISCUSIÓN

En la actualidad las organizaciones deportivas están tomando en cuenta la gran importancia de la comunicación para el desarrollo de las mismas. En el fútbol, es fundamental comunicarse; no solo en el terreno de juego. Además, en situaciones fuera del campo, como antes de los entrenamientos, en autobuses, reuniones y otros lugares. El entrenador (director técnico) debe establecer una serie de pautas para la comunicación fuera del campo de juego. Los gestos, signos y señales deben ser precisos. Esto brinda asistencia a los jugadores de fútbol en diversas situaciones.

Es responsabilidad del entrenador establecer una serie de pautas para la comunicación fuera del campo de juego. Con una variedad de gestos, signos y señales, deben ser precisas.

Black (2004) explica que los resultados del procesamiento estadístico de esta investigación confirman que la calidad del manejo de las relaciones interpersonales está directamente influenciada por la comunicación organizacional. Es esencial que la escuela de fútbol reciba las herramientas necesarias para desarrollar estrategias de comunicación basadas en una alta preparación técnica, profesional y humana. Esto permitirá el mejor posicionamiento de la escuela de fútbol y el crecimiento de su imagen institucional y su reputación ante el público.

Existe una variedad de formas de comunicarse en el fútbol. Para analizar cómo mejorar en este aspecto, es esencial conocer todas sus formas. Debido a que la mejora de un equipo depende de la comunicación. Tanto en el interior como en el exterior. Es responsabilidad del entrenador gestionar estas comunicaciones.

El fútbol tiene tres macro grupos de comunicación. La comunicación práctica, la comunicación verbal y no verbal. Las dos primeras requieren más perfeccionamiento tanto dentro como fuera del campo. por ser más numerosos durante los momentos de disputa.

Gambau (2006) se apoya en Grönroos y Rubinstein (1986) para describir diferentes ámbitos del deporte en los que la comunicación muestra su importancia, comenzando por la interacción verbal y no verbal entre profesionales del deporte y

alumnos, deportistas, usuarios y clientes, pero también "en una serie de situaciones dentro de las organizaciones deportivas como la comunicación personal, la comunicación masiva, la comunicación directa e incluso la ausencia de comunicación"

El deporte se ha descrito desde sus orígenes como un fenómeno comunicativo con una gran carga simbólica. Billings (2010) afirma que las primeras referencias escritas al deporte se remontan a tiempos anteriores a Cristo, principalmente a culturas griegas. Sin embargo, la importancia económica del deporte en la comunicación de masas, comienza a ser mencionada en los Estados Unidos en las primeras décadas del siglo XIX. Billings (2010) descubre que, en los medios de comunicación de la década de 1830, los resultados deportivos aparecían "acompañados de relatos de los eventos y luego distribuidos a las masas".

Bajo esta premisa La comunicación deportiva es el único pilar para las mejores relaciones interpersonales. Dichas relaciones deben estar englobados dentro de una cultura corporativa cimentada en una comunicación fluida para todos, en la responsabilidad compartida, en la motivación y participación activa de todos, y en la consideración de que todos son importantes para el logro de los objetivos organizacionales.

Con respecto al problema y al objetivo general planteado, los resultados hallados nos permiten determinar la existencia de un considerable nivel de eficacia de las estrategias comunicativas durante el entrenamiento en la Escuela de fútbol Champion Deporte de Huánuco.

Los datos hallados son respaldados por los estudios de La Madrid y Nuñez. (2021), en la tesis titulada "Diagnóstico y plan de mejora de las estrategias de comunicación en las redes sociales del Club Deportivo Municipal durante la pandemia" en el cual se señala al Club Deportivo Municipal con baja participación en las redes sociales debido a sus estrategias de comunicación. A pesar de que se llevaron a cabo acciones digitales durante la coyuntura de la pandemia de COVID-19 desde marzo 2020 hasta julio 2021, el cuadro edil no logró superar la interacción esperada en cada una de sus plataformas digitales y normalmente se mantuvo en un nivel de interacción de 0,2 a 0,4, llegando al pico máximo de 0,9 en el aniversario 86 de la institución, contrariamente tuvo un aumento de ocho mil seguidores en Instagram y Twitter desde el inicio de la

pandemia hasta la actualidad. Esto fue posible gracias a la estrategia de comunicación dirigida a un público objetivo juvenil.

Esto es reforzado por Seanome (2019), en la tesis titulada “Las estrategias comunicacionales de las empresas de la Liga 1 del fútbol peruano a través de las redes sociales, 2019” en el que se concluye, que las estrategias comunicacionales de las empresas de la Liga 1 del fútbol peruano utilizan las redes sociales para conectar al club con sus seguidores. En Lima en 2019.

Por lo tanto, dependiendo de la organización deportiva específica y del amplio ámbito en el que se practica un deporte, la comunicación deportiva puede lograr una variedad de objetivos. Pulgar (2001) menciona una variedad de objetivos de la política de comunicación deportiva, algunos de los cuales son directos, como "generar ingresos para la entidad", Abrir la página deportiva del periódico y escuchar en el programa de radio y televisión una información sobre los deportistas de la organización.

CONCLUSIONES

El nivel de eficacia de las estrategias comunicativas influye significativamente durante el entrenamiento de la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023, un total de 45.90% consideran como excelente el nivel de comunicación que existe entre el entrenador y los jugadores durante el entrenamiento, el 59.02% además cree que se fomenta la comunicación abierta entre el director técnico y los jugadores durante los entrenamientos. Vemos pues que la comunicación estratégica asume la importancia funcional en la aplicación de la interacción a través de la comunicación interno, externa y medios digitales lo que permite fortalecer la integración grupal.

El nivel de eficacia de la comunicación interna es altamente significativo en el entrenamiento de la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023. Al respecto el 54.10% de los jugadores encuestados señalan por ejemplo, que reciben retroalimentación clara y útil de parte del director técnico durante los entrenamientos.

El nivel de efectividad de la comunicación externa también es altamente significativo en el entrenamiento de la Escuela de Futbol Campión Deporte de Huánuco 2023. En tal sentido, señalan al whats app como el medio de comunicación que actualmente consideran los encuestados como el más efectivo para recibir análisis de jugadas tácticas y mejorar el rendimiento, el 43,33% de encuestados así lo indican.

Cabe señalar, que los directores técnicos de la Escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco desconocen medianamente el manejo tecnológico aplicado a la comunicación.

Finalmente, sobre el nivel de efectividad de la comunicación impartida en el campo durante el entrenamiento, los encuestados consideran como altamente significativo. El 54.10% indican que se comunican preferentemente de forma verbal, ello se complementa con señales y gestos 36.07%, es decir, la mayoría cree que es importante que el entrenador se mantenga activo durante las competencias para proporcionar ánimo y energía a sus pupilos.

RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS

- Se recomienda a la entidad propietaria de la Escuela de Futbol Champion capacitar de manera constante a sus directores técnicos o entrenadores para mantener latente todo proceso de retroalimentación entre entrenador y jugadores, en beneficio del club.
- Es necesario que la Escuela de Futbol Champion cuenten con un especialista en comunicación y poder crear el área de gestión comunicacional lo cual aportará y fortalecerá a la institución mejorando las relaciones entre directores técnico, jugadores y padres de familia.
- Directores técnicos o entrenador tienen que fortalecer las capacidades de los jugadores de Escuela de futbol Champion Deporte de Huánuco en el uso de la materia tecnología de información y comunicación para el desarrollo del futbol.
- Se recomienda al director técnico de futbol o entrenador que debe crear y enseñar los tipos de señalética adecuada que utilizará en el campo de futbol con su respectiva definición para complementar de manera adecuada su estrategia Dentro de la comunicación no verbal esta los gestos, acciones, silbidos, señales entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, B. P., Caldevilla Domínguez, D., & Batalla Navaro, P. (2016). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 316.
- Bangsbo, J. (1993). *Fitness Training in Football. Scientific approach*.
- Bastida, J. S. (2019). *repositorio.ulasamericas.edu.pe*. Obtenido de repositorio.ulasamericas.edu.pe:
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/666>
- Billings, A. (2010). *La comunicación en el deporte*. UOC-Aresta.
- Black, S. (2004). *El ABC de las relaciones públicas, estrategias y tácticas*. Madrid: Edit. Gestión .
- Charpantier, A. O. (2020). *repositorio.uasb.edu.e*. Obtenido de repositorio.uasb.edu.e:
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7280/1/T3163-MCE-Andrade-Analisis.pdf>
- Charpantier, A. O. (2020). *Análisis estratégico comunicacional para promover una equidad de*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/>:
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7280/1/T3163-MCE-Andrade-Analisis.pdf>
- Charpantier, A. O. (2020). <https://repositorio.uasb.edu.ec/>. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/>.
- Charpantier, A. O. (2020). *repositorio.uasb.edu.ec*. Obtenido de repositorio.uasb.edu.ec:
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7280/1/T3163-MCE-Andrade-Analisis.pdf>
- Charpantier, A. O. (2020). *repositorio.uasb.edu.ec*. Obtenido de repositorio.uasb.edu.ec:
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7280/1/T3163-MCE-Andrade-Analisis.pdf>
- Charpantier, A. O. (2020). *repositorio.uasb.edu.ec*. Obtenido de repositorio.uasb.edu.ec:
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7280/1/T3163-MCE-Andrade-Analisis.pdf>

- Charpantier, A. O. (2020). *repositorio.uasb.edu.ec*. Obtenido de repositorio.uasb.edu.ec:
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7280/1/T3163-MCE-Andrade-Analisis.pdf>
- Chiavenato, I. (1992). Administración de Recursos Humanos. En I. Chiavenato, *Administración de Recursos Humanos* (págs. 460-461). Mexico: McGraw-Hill.
- Chiavetano, I. (1992). *Administración de Recursos Humanos*. Mexico: McGraw-Hill.
- Colca, H. E., Huerta Meza , E. J., & Esteban Porta , L. L. (2019). *repositorio.unheval.edu.pe*. Obtenido de repositorio.unheval.edu.pe:
<https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/7898?show=full>
- Durán, M. P., Martínez Trujillo, M. A., & Velandia Rincón, G. K. (2021). *repository.unab.edu.co*. Obtenido de repository.unab.edu.co:
https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/13765/2021_Tesis_Maria_Paula_Barreto_Duran.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- Española, R. A. (2022). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española:
<https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>
- Experience, C. (2021). <https://campusexperiencermf.com/>. Obtenido de <https://campusexperiencermf.com/>: <https://campusexperiencermf.com/la-importancia-de-la-comunicacion-en-el-futbol/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20en%20el%20f%C3%BAAtbol%20contribuye%20al%20aumento%20del%20rendimiento,liderazgo%3B%20y%20promueve%20las%20relaciones>
- Ferreiro, C. P. (2011). *Manual de Gestión de la Comunicación*.
- FIFA. (15 de SEPTIEMBRE de 2007). *FIFA.COM*. Obtenido de www.fifa.com:
<https://www.fifa.com/es/classicfootball/history/game/historygame1.html>
- Football, E. (22 de SEPTIEMBRE de 2009). *Expert Football*. Obtenido de Expert Football:
https://www.bbc.co.uk/cambridgeshire/content/articles/2006/06/09/cambridge_football_rules_parkers_piece_feature.shtml

- Gambau, V. (2006). Deporte y Comunicación. Introducción al libro de actas. En V. Gambau, *Deporte y Comunicación* (págs. 8,12,11). Investigación Social y Deporte.
- GIULIANOTTI, R. R. (16 de septiembre - diciembre de 2006). *FÚTBOL, GLOBALIZACIÓN Y GLOCALIZACIÓN*. Obtenido de <https://revintsociologia.revistas.csic.es/>:
<https://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/14/14>
- Goldhaber, G. (1983). *Comunicación organizacional*.
- González Morales, J. C. (2005). *Autoexpresión y comunicación interpersonal en la Ciudad de La Habana* : Editorial Logos.
- González, R. M. (2008). *La comunicación dentro del marketing. En marketing en el Siglo XXI*. Mexico .
- Habermas, J. (1990). *Teoría de la acción comunicativa, I*. Taurus Humanidades.
- Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. México.
- Huaman, O. P., Ponce Flores, E. N., & Simon Fuster, Senia Merly, S. M. (2020). repositorio.unheval.edu.pe. Obtenido de repositorio.unheval.edu.pe:
<https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/6126>
- López Viera, L. (2003). Comunicación Social. En L. López Viera, *Comunicación Social* (pág. 214). La Habana- Cuba : Félix Varela.
- Lopez Viera, L. (2003). Comunicación socila. En L. L. Viera, *Comunicación socila* (pág. 214). La Habana: Félix Varela.
- Madrid, C. E. (2021). campusexperiencermf.com. Obtenido de campusexperiencermf.com: <https://campusexperiencermf.com/la-importancia-de-la-comunicacion-en-el-futbol/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20en%20el%20f%C3%BA%20bol%20contribuye%20al%20aumento%20del%20rendimiento,liderazgo%20y%20promueve%20las%20relaciones>

- Martin Serrano, M. (1990). "La epistemología de la comunicación a los cuarenta. En M. MARTIN SERRANO, *Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, n° 22 (págs. 65- 75).
- Ordóñez. (2020). *repositorio.uasb.edu.ec*. Obtenido de [repositorio.uasb.edu.ec](https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7280/1/T3163-MCE-Andrade-Analisis.pdf): <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7280/1/T3163-MCE-Andrade-Analisis.pdf>
- PAREDE, N. E. (2020). *biblioteca.usac.edu.gt*. Obtenido de [biblioteca.usac.edu.gt](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0944.pdf): http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0944.pdf
- Sampieri, R. H., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Serna, E. A. (2019). *repositorio.unheval.edu.pe*. Obtenido de [repositorio.unheval.edu.pe](https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/3226): <https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/3226>
- Urcia, H. G. (2020). *repositorio.ucv.edu.pe*. Obtenido de [repositorio.ucv.edu.pe](https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/92407): <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/92407>
- Vargas, Y. F., & Luzbi Beatriz Guzmán Monarga. (2018). *repositorio.unsaac.edu.pe*. Obtenido de [repositorio.unsaac.edu.pe](https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/3491): <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/3491>
- Viera, L. L. (2003). Comunicación Social. En L. L. Viera, *Comunicación Social* (pág. 214). La Habana: Editorial Félix Varela.
- Zapata, G. (20 de Enero de 2010). <https://viref.udea.edu.co/>. Obtenido de [viref](https://www.aacademica.org/carlos.a.ballesteros.herencia/2.pdf): <https://www.aacademica.org/carlos.a.ballesteros.herencia/2.pdf>
- Zavala, A. H., & Lasso de la Vega, M. d. (2017). Pymes como modelo económico en la creación de estrategias de comunicaci'ón. *Revista de Ciencias de la Administración y*, 59-74.

ANEXOS

ANEXO 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE DE ESTUDIO	DIMENSIONES	INDICADO-RES	INSTRUMENTOS	DISEÑO
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es el nivel de eficacia de las estrategias comunicativas durante el entrenamiento en la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar cuál es el nivel de eficacia de las estrategias comunicativas durante el entrenamiento en la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL El nivel de eficacia de las estrategias comunicativas influye significativamente durante el entrenamiento de la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023</p>		<p>Comunicación Interna</p> <hr/> <p>Comunicación Externa</p>	<p>➤ Periodicidad ➤ Nivel de confianza ➤ Retroalimentación ➤ Charla personal</p> <hr/> <p>➤ Medios de interrelación ➤ Relaciones sociales familiares ➤ Uso de redes sociales</p> <hr/> <p>➤ Nivel de confianza ➤ Proximidad ➤ Inseguridad ➤ Retroalimentación</p>	<p>Técnica N° 01 Encuesta •Instrumento N° 01 Cuestionario</p>	<p>Esquema:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <p>M-----O</p> </div> <p>M = Muestra de estudio O=Información (observación) recogida de la muestra.</p>
<p>PROBLEMAS ESPECIFICOS •¿Cuál es el nivel de eficacia de la comunicación interna aplicada durante el entrenamiento de la Escuela Formativa de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS •Determinar cuál es el nivel de eficacia de la comunicación interna aplicada durante el entrenamiento de la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023</p>	<p>HIPOTESIS ESPECIFICOS • El nivel de eficacia de la comunicación interna es altamente significativo en la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023</p>	<p>Estrategias comunicativas</p>	<p>Comunicación en el campo</p>			
<p>• ¿Cuál es el nivel de efectividad de la comunicación externa aplicada durante el</p>	<p>•Identificar cual es el nivel de efectividad de la comunicación externa aplicada</p>	<p>• El nivel de efectividad de la comunicación externa es altamente significativo en el</p>					

entrenamiento en la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023?	durante el entrenamiento en la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023	entrenamiento de la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023.
•¿Cuál es el nivel de efectividad de la comunicación impartida en el campo durante el entrenamiento en la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023?	•Determinar cuál es el nivel de efectividad de la comunicación impartida en el campo durante el entrenamiento de la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023	• El nivel de efectividad de la comunicación impartida en el campo e altamente significativo durante el entrenamiento en la Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco 2023

ANEXO 02

INSTRUMENTO

CUESTIONARIO

A continuación, le presentamos el borrador de tesis “Estrategias comunicativas durante el entrenamiento de fútbol de la Escuela de Fútbol Champion Deporte de Huánuco 2023”. Trabajo que se viene realizando en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL

Fecha de aplicación de la encuesta: 28 de noviembre 2023

Tesista: Franz Renato Lima Lozano

Introducción. la presente encuesta tiene las siguientes preguntas y responde marcando con (X) sobre las opciones que se presentan para cada una de las preguntas formuladas, de acuerdo con tus consideraciones que puedes observar en el desarrollo de las Estrategias comunicativas durante el entrenamiento de fútbol de la Escuela de Fútbol Champion Deporte de Huánuco 2023. Finalmente te pedimos complementar tus respuestas con toda sinceridad, sino entiendes alguna pregunta, pídelas a la persona que está aplicando esta encuesta para que te ayude. Gracias por apoyarnos.

Datos informativos

Edad: _____

COMUNICACIÓN INTERNA

1. ¿Cuánto crees que los jugadores se comunican eficazmente con el entrenador durante el entrenamiento?
 - a) Excelente
 - b) Bien
 - c) Regular
 - d) Poco o nada

2. ¿Se fomenta la comunicación abierta entre el director técnico y los jugadores durante los entrenamientos?
 - a) sí, siempre
 - b) en su mayoría
 - c) A veces
 - d) No, casi nunca.

3. ¿Sientes que recibes retroalimentación clara y útil de parte del director técnico durante los entrenamientos?
- a) Excelente
 - b) La mayoría de veces
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
4. ¿La comunicación entre el director técnico y los jugadores es?
- a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
 - e) Se necesita mejorar
5. ¿Antes de iniciar el entrenamiento el director técnico realiza una reunión y explica que lo realizarán durante los entrenamientos y motiva a los jugadores?
- a) Siempre lo realiza
 - b) Algunas veces lo realiza
 - c) Solo lo realizo una vez
 - d) Nunca lo realiza

COMUNICACIÓN EXTERNA

6. ¿Qué medio de comunicación te parece más efectivo para recibir análisis de jugadas tácticas para mejora del rendimiento?
- a) Pantallas en el entrenamiento
 - b) Grupo de WhatsApp
 - c) Grabaciones por USB
 - d) Grabaciones de Blu ray
7. ¿Cuándo un familiar se va a verte a entregar y ellos e comienza a reclamar por cometer errores, el director técnico conversar con tu familiar?
- a) Ningún familiar viene a verme
 - b) El director técnico se acerca a conversar
 - c) Solo lo realizo una vez
 - d) Nunca lo realiza

8. ¿La comunicación entre el comando técnico y los jugadores por el grupo de WhatsApp es?
- a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
 - e) Se necesita mejorar
9. ¿Cómo lo consideras la comunicación entre el comando técnico y los padres de familiar?
- a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
 - e) Se necesita mejorar
10. ¿Los jugadores se sienten motivados cuando observan sus fotos, videos en la página oficial del club?
- a) Totalmente motivados
 - b) En su mayoría motivados
 - c) A veces motivados
 - d) Nunca publicada nada en la página de Facebook

COMUNICACIÓN EN EL CAMPO

11. ¿Durante el partido, ¿con qué frecuencia los jugadores se comunican entre sí en el campo?
- a) Constantemente
 - b) Regularmente
 - c) Ocasionalmente
 - d) Raramente o nunca
12. ¿Qué tipo de comunicación predomina en el campo durante el partido?
- a) Comunicación verbal constante
 - b) Señales y gestos visuales
 - c) Una combinación de ambos
 - d) Poca o ninguna comunicación
13. En una escala del 1 al 10, ¿cuánto cree que la comunicación en el campo afecta positivamente el rendimiento del equipo durante el partido?
- a. 8-10 (mucho)
 - b. 5-7 (moderado)
 - c. 3-4 (poco)
 - d. 1-2 (nada)
14. ¿Suelen dar retroalimentación entre ustedes durante el partido?
- a) Siempre lo realiza
 - b) Algunas veces lo realiza
 - c) Solo lo realizo una vez
 - d) Nunca lo realiza
15. ¿Cómo se sienten en cuanto a la comunicación con el entrenador durante el partido?
- a) Bien comunicados y orientados
 - b) Mayormente informados
 - c) A veces confundidos
 - d) Falta de comunicación efectiva

ANEXO 03

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN



ANEXO 4

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del experto: *Jean Paul Benozzi Novio* Especialidad: *Comunicación Pro el Desarrollo* Grado Académico: *Doctor*
 "Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad"

DIMENSIÓN	ITEMS	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
S T R A T E G I A S O M U N I C A T I V A S	Comunicación interna				
	¿Cuánto crees que los jugadores se comunican eficazmente con el entrenador durante el entrenamiento?	4	4	3	4
	¿Se fomenta la comunicación abierta entre el director técnico y los jugadores durante los entrenamientos?		4	4	4
	¿Sientes que recibes retroalimentación clara y útil de parte del director técnico durante los entrenamientos?	4	4	4	4
	¿La comunicación entre el director técnico y los jugadores es?	4	4	4	4
	¿Antes de iniciar el entrenamiento el director técnico realiza una reunión y explica que lo realizarán durante los entrenamientos y motiva a los jugadores?	3	4	4	4
			4	4	4
	Comunicación externa				
	¿Qué medio de comunicación te parece más efectivo para recibir análisis de jugadas tácticas para mejora del rendimiento?	3	4	4	4
	¿Cuándo un familiar se va a verte a entregar y ellos e comienza a reclamar por cometer errores, el director técnico conversar con tu familiar?	4	3	4	4
	¿La comunicación entre el comando técnico y los jugadores por el grupo de WhatsApp es?	3	4	4	4
	¿Cómo lo consideras la comunicación entre el comando técnico y los padres de familiar?	4	4	3	4
	¿Los jugadores se sienten motivados cuándo observan sus fotos, videos en la página oficial del club?	4	4	4	4
	Comunicación En el campo				
	¿Durante el partido, ¿con qué frecuencia los jugadores se comunican entre sí en el campo?	4	3	4	4
	¿Qué tipo de comunicación predomina en el campo durante el partido?	3	4	4	4
	En una escala del 1 al 10, ¿cuánto cree que la comunicación en el campo afecta positivamente el rendimiento del equipo durante el partido?	4	4	3	4
	¿Suelen dar retroalimentación entre ustedes durante el partido?	4	4	4	4
	¿Cómo se sienten en cuanto a la comunicación con el entrenador durante el partido?	3	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de SI, ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

DECISIÓN DEL EXPERTO: El instrumento debe ser aplicado: SÍ () NO ()

Firma

12508839



ANEXO 4
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del experto: *Rocio Chavez Cobello* Especialidad: *Sociología*
"Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad"

Grado Académico: *Magister*

DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	
S T R A T E G I A S O M U N I C A T I V A S	Comunicación interna	¿Cuánto crees que los jugadores se comunican eficazmente con el entrenador durante el entrenamiento?	4	4	4	4
		¿Se fomenta la comunicación abierta entre el director técnico y los jugadores durante los entrenamientos?	4	4	4	4
		¿Sientes que recibes retroalimentación clara y útil de parte del director técnico durante los entrenamientos?	4	4	4	4
		¿La comunicación entre el director técnico y los jugadores es?	4	4	4	4
		¿Antes de iniciar el entrenamiento el director técnico realiza una reunión y explica que lo realizarán durante los entrenamientos y motiva a los jugadores?	4	4	4	4
	Comunicación externa	¿Qué medio de comunicación te parece más efectivo para recibir análisis de jugadas tácticas para mejora del rendimiento?	4	4	4	4
		¿Cuándo un familiar se va a verte a entregar y ellos e comienza a reclamar por cometer errores, el director técnico conversar con tu familiar?	3	4	4	4
		¿La comunicación entre el comando técnico y los jugadores por el grupo de WhatsApp es?	4	4	4	4
		¿Como lo consideras la comunicación entre el comando técnico y los padres de familiar?	4	4	4	4
		¿Los jugadores se sienten motivados cuándo observan sus fotos, videos en la página oficial del club?	4	4	4	4
Comunicación En el campo	¿Durante el partido, ¿con qué frecuencia los jugadores se comunican entre si en el campo?	4	4	4	4	
	¿Qué tipo de comunicación predomina en el campo durante el partido?	4	4	4	4	
	En una escala del 1 al 10, ¿cuánto cree que la comunicación en el campo afecta positivamente el rendimiento del equipo durante el partido?	3	4	4	4	
	¿Suelen dar retroalimentación entre ustedes durante el partido?	4	4	4	4	
	¿Cómo se sienten en cuanto a la comunicación con el entrenador durante el partido?	4	4	4	4	
			2			

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

DECISIÓN DEL EXPERTO: El instrumento debe ser aplicado: SÍ () NO ()

Firma

Rocio Chavez Cobello
Mg. Rocio Chavez Cobello



ANEXO 4
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del experto: *Rogelio Alvarado* Especialidad: *Sociología*
"Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad"

Grado Académico: *Magister*

DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	
S T R A T E G I A S O M U N I C A T I V A S	Comunicación interna	¿Cuánto crees que los jugadores se comunican eficazmente con el entrenador durante el entrenamiento?	4	4	4	4
		¿Se fomenta la comunicación abierta entre el director técnico y los jugadores durante los entrenamientos?		4	4	4
		¿Sientes que recibes retroalimentación clara y útil de parte del director técnico durante los entrenamientos?	3	4	4	4
		¿La comunicación entre el director técnico y los jugadores es?	4	4	4	4
		¿Antes de iniciar el entrenamiento el director técnico realiza una reunión y explica que lo realizaran durante los entrenamientos y motiva a los jugadores?	3	4	4	4
Comunicación externa	¿Qué medio de comunicación te parece más efectivo para recibir análisis de jugadas tácticas para mejora del rendimiento?	4	4	4	4	
	¿Cuándo un familiar se va a verte a entregar y ellos e comienza a reclamar por cometer errores, el director técnico conversar con tu familiar?	4	4	4	4	
	¿La comunicación entre el comando técnico y los jugadores por el grupo de WhatsApp es?	4	4	3	4	
	¿Como lo consideras la comunicación entre el comando técnico y los padres de familiar?	4	4	4	4	
	¿Los jugadores se sienten motivados cuando observan sus fotos, videos en la página oficial del club?	4	3	4	4	
Comunicación En el campo	¿Durante el partido, ¿con qué frecuencia los jugadores se comunican entre sí en el campo?	4	4	4	3	
	¿Qué tipo de comunicación predomina en el campo durante el partido?	4	4	4	4	
	En una escala del 1 al 10, ¿cuánto cree que la comunicación en el campo afecta positivamente el rendimiento del equipo durante el partido?	4	3	4	4	
	¿Suelen dar retroalimentación entre ustedes durante el partido?	4	4	4	4	
	¿Cómo se sienten en cuanto a la comunicación con el entrenador durante el partido?	4	4	3	4	
			4			

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta?

DECISIÓN DEL EXPERTO: El instrumento debe ser aplicado: SÍ () NO ()

Firma

Rogelio Alvarado Rosales
DNI 2.280.3443

ANEXO 04**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**



***CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA EL PARTICIPANTE
DE LA INVESTIGACIÓN***

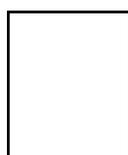
Yo,....., acepto de manera voluntaria colaborar en la aplicación del cuestionario para un estudio sobre “ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DURANTE EL ENTRENAMIENTO DE FUTBOL DE LA ESCUELA DE FUTBOL CHAMPION DEPORTE DE HUÁNUCO 2023”, realizado por el investigador: Franz Renato Lima Lozano, bachiller de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL.

Me han informado: acerca del objetivo de la investigación es: Determinar si la propuesta de las estrategias comunicativas influye en el entrenamiento de futbol del Escuela de Futbol Champion Deporte de Huánuco. La información obtenida fue trabajada con fines de investigación, manteniendo siempre mi anonimato.

Mi participación es voluntaria, que mis respuestas serán confidenciales y que su uso será estrictamente para fines investigativos.

Cualquier duda puedo contactar al siguiente correo:

En señal de conformidad, firmo el presente en la localidad de Huánuco a los... días del mes de de año 2023



Firma del participante

DNI:

ANEXO 05

DOCUMENTO DE AUTORIZACIÓN DE APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

SUMILLA: Solicito permiso para aplicar el cuestionario del proyecto de investigación a los jugadores de la Escuela de Futbol Champion Huánuco.

LUIS FERNANDO SERRANO MAYLLE DIRECTOR GENERAL ESCUELA DE FUTBOL CHAMPION HUÁNUCO.

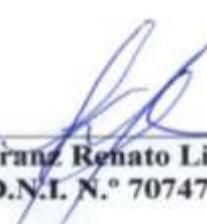
Franz Renato Lima Lozano, identificado con D.N.I. N.º 70747259, ex alumno de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL con domicilio real y procesal, en el Jr. Ipuatia Mz 38 Lt 5ª - Pucallpa; ante Usted con el debido respeto me presento y digo:

Que, habiendo considerado aplicar el cuestionario del proyecto de investigación a los jugadores de la Escuela de Futbol Champion Huánuco, la tesis denominada: "ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DURANTE EL ENTRENAMIENTO DE FUTBOL DE LA ESCUELA DE FUTBOL CHAMPION DEPORTE DE HUÁNUCO 2023", solicito permiso para aplicar el cuestionario de investigación a los jugadores de la Escuela de Futbol Champion Huánuco.

POR LO TANTO;

Solicito a Usted, Señor director, acceder mi pedido por ser de justicia.

Cayhuayna, 25 de noviembre de 2023


Bach. Franz Renato Lima lozano
D.N.I. N.º 70747259



ANEXO 06

REGISTRO FOTOGRÁFICO

Fotografía 1

Investigador con alumnos de la escuela de fútbol Champion Deporte de Huánuco



Fotografía 2

Investigador durante la aplicación del instrumento a los alumnos de la escuela de fútbol Champion Deporte de Huánuco



NOTA BIOGRÁFICA



FRANZ RENATO LIMA LOZANO

Nació en la ciudad de Pucallpa, departamento de Ucayali. Realizó sus estudios primarios y secundarios en la ciudad de Pucallpa, para luego realizar sus estudios superiores en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de la ciudad de Huánuco., en la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social. Gracias a estos aspectos académicos, se inclinó en el periodismo deportivo. Con ese interés inició una investigación relacionada al desarrollo de la comunicación en las escuelas futbol, parte de ello se plasma en la tesis titulada “Estrategias comunicativas durante el entrenamiento de futbol de la Escuela de Futbol Champion deporte de Huánuco 2023”, el cual busca ser un referente para que se oriente más proyectos de investigación al enfoque deportivo.



UNHEVAL
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN

RECTORADO

FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL

En la Facultad de Ciencias Sociales de la UNHEVAL ubicado en el jirón Dos de Mayo N°636, siendo las 11:00 am horas del martes 16 de abril del 2024, nos reunimos en la Dirección de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales, los miembros integrantes del Jurado Evaluador:

Dr. Melchor Guillermo VICENTE MALLQUI	PRESIDENTE
Mg.Himbley Jacyson ACEVAL CIENFUEGOS	SECRETARIO
Mg.Jhonel Nabor ROSALES CORDOVA	VOCAL

Acreditados mediante Resolución N° 027-2024-UNHEVAL-FCS-D de fecha 01 de marzo de 2024, de la tesis titulada "ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DURANTE EL ENTRENAMIENTO DE FUTBOL DE LA ESCUELA DE FUTBOL CHAMPION DEPORTE DE HUÁNUCO 2023", presentado por el titulado Franz Renato LIMA LOZANO, con el asesoramiento de la docente Dra. Fanny Lourdes ORBEGOSO FERNANDEZ, se procedió a dar inicio el acto de sustentación para optar el **Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social**.

Concluido el acto de sustentación, cada miembro del Jurado Evaluador procedió a la evaluación del titulado, teniendo presente los siguientes criterios:

1. Presentación
2. Exposición y dominio del tema
3. Absolución de preguntas

Nombres y Apellidos del Titulado	Jurado Evaluador			Promedio Final
	Presidente	Secretario	Vocal	
Franz Renato LIMA LOZANO	15	15	15	15

Obteniendo en consecuencia el titulado Franz Renato LIMA LOZANO la nota de *Buena* (15), equivalente a *Buena*, por lo que se declara *Aprobado*.

Calificación que se realiza de acuerdo con el Art. 78° del Reglamento General de Grados y Titulos Modificado de la UNHEVAL.

Se da por finalizado el presente acto, siendo las 12:15 horas, del martes 16 de abril del 2024, firmando en señal de conformidad.

	 PRESIDENTE DNI N° 22480920	
 SECRETARIO DNI N° 42010153		 VOCAL DNI N° 22497747

Leyenda:
19 a 20: Excelente /17 a 18: Muy Bueno /14 a 16: Bueno /0 a 13: Desaprobado

**UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"**

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

Anexo 3: Constancia de Originalidad**CONSTANCIA DE SIMILITUD N° 005 SOFTWARE ANTIPLAGIO**
TURNITIN-EPCCS/FCS-UNHEVAL.

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, emite la presente **CONSTANCIA DE SIMILITUD**, aplicando el Software TURNITIN, el cual reporta un 31 % de similitud, correspondiente al interesado Franz Renato Lima Lozano, de la tesis: "Estrategias comunicativas durante el entrenamiento de fútbol de la Escuela de Fútbol Champi3n Deporte de Huánuco 2023", cuyo asesor es la Dra. Fanny Lourdes Orbegoso Fernández, por consiguiente.

SE DECLARA APTO

Se expide la presente, para los trámites pertinentes.

Pillco Marca, 08 de abril 2024.



Dr. Melchor Guillermo Vicente Mallqui.
Director de la Unidad de Investigación -FCS
UNHEVAL.

NOMBRE DEL TRABAJO

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DURANTE EL ENTRENAMIENTO DE FUTBOL DE LA ESCUELA DE FUTBOL CHAMPION DE PORTES DE HUÁNUCO 2023

AUTOR

LIMA LOZANO FRANZ RENATO

RECUENTO DE PALABRAS

14651 Words

RECUENTO DE CARACTERES

83276 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

87 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

14.5MB

FECHA DE ENTREGA

Apr 8, 2024 8:50 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Apr 8, 2024 8:51 PM GMT-5

● 31% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 31% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)

● 31% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 31% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.unheval.edu.pe Internet	14%
2	hdl.handle.net Internet	4%
3	alicia.concytec.gob.pe Internet	3%
4	repositorio.ucv.edu.pe Internet	2%
5	biblioteca.usac.edu.gt Internet	2%
6	wiki2.org Internet	1%
7	centrodeconocimiento.ccb.org.co Internet	<1%
8	coursehero.com Internet	<1%

Reporte de similitud

9	sociologiadepor.wordpress.com Internet	<1%
10	campusexperiencermf.com Internet	<1%
11	peruvotoinformado.com Internet	<1%
12	Universidad TecMilenio on 2024-01-31 Submitted works	<1%
13	es.wikipedia.org Internet	<1%
14	repositorio.ulasamericas.edu.pe Internet	<1%
15	vsip.info Internet	<1%
16	Aliat Universidades on 2020-08-07 Submitted works	<1%
17	Universidad Cesar Vallejo on 2023-08-07 Submitted works	<1%
18	futbolmundial-miguel.blogspot.com Internet	<1%
19	Universidad TecMilenio on 2024-02-05 Submitted works	<1%
20	repositorio.unap.edu.pe Internet	<1%



AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL Y DECLARACIÓN JURADA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, TESIS, TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL O TRABAJO ACADÉMICO PARA OPTAR UN GRADO O TÍTULO PROFESIONAL

1. Autorización de Publicación: (Marque con una "X" según corresponda)

Bachiller		Título Profesional	X	Segunda Especialidad		Maestro		Doctor
-----------	--	--------------------	---	----------------------	--	---------	--	--------

Ingrese los datos según corresponda.

Facultad/Escuela	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
Escuela/Carrera Profesional	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
Programa	_____
Grado que otorga	_____
Título que otorga	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

2. Datos del (los) Autor(es): (Ingrese los datos según corresponda)

Apellidos y Nombres:	LIMA LOZANO FRANZ RENATO					
Tipo de Documento:	DNI	X	Pasaporte		C.E.	N° de Documento: 70747259
Correo Electrónico:	frarenalimalozano@gmail.com					
Apellidos y Nombres:						
Tipo de Documento:	DNI		Pasaporte		C.E.	N° de documento:
Correo Electrónico:						
Apellidos y Nombres:						
Tipo de Documento:	DNI		Pasaporte		C.E.	N° de Documento:
Correo Electrónico:						

3. Datos del Asesor: (Ingrese los datos según corresponda)

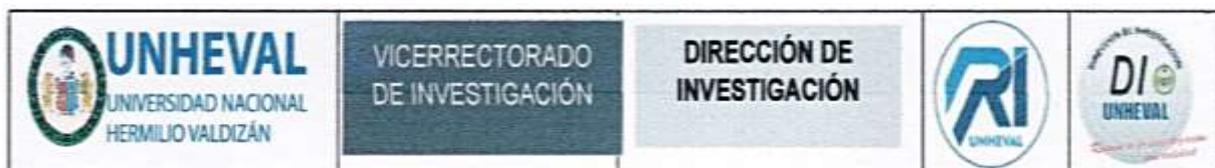
Apellidos y Nombres:	ORBEGOSO FERNANDEZ FANNY LOURDES					
Tipo de Documento:	DNI	X	Pasaporte		C.E.	N° de Documento: 08260510
ORCID ID:	0000-0002-7630-4305					

4. Datos de los Jurados: (Ingrese los datos según corresponda, primero apellidos luego nombres)

Presidente	VICENTE MALLQUI MELCHOR GUILLERMO
Secretario	ACEVAL CIENFUEGOS HIMBLER JACYSON
Vocal	ROSALES CORDOVA JHONEL NABOR
Vocal	
Accesitario	

5. Datos del Documento Digital a Publicar: (Ingrese los datos y marque con una "X" según corresponda)

Ingrese solo el año en el que sustentó su Trabajo de Investigación: (Verifique la Información en el Acta de Sustentación)						2024
Modalidad de obtención del Grado Académico o Título Profesional: (Marque con X según corresponda)	Trabajo de Investigación		Tesis	X	Trabajo Académico	Trabajo de Suficiencia Profesional
Palabras claves	ENTRENAMIENTO		ALUMNO		TECNOLOGÍA	
Tipo de acceso: (Marque con X según corresponda)	Abierto	X	Cerrado*		Restringido*	Periodo de Embargo
(*) Sustentar razón:						



6. Declaración Jurada: (Ingrese todos los datos requeridos completos)

Soy Autor (a) (es) del Trabajo de Investigación Titulado: *(Ingrese el título tal y como está registrado en el Acta de Sustentación)*

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DURANTE EL ENTRENAMIENTO DE FUTBOL DE LA ESCUELA DE FUTBOL CHAMPION DEPORTE DE HUÁNUCO 2023

Mediante la presente asumo frente a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán (en adelante LA UNIVERSIDAD), cualquier responsabilidad que pueda derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación, así como por los derechos de la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causas en los trabajos de investigación presentado, asumiendo toda la carga pecuniaria que pudiera derivarse de ello. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudiera derivar para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivos de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de Investigación. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mis acciones se deriven, sometiéndome a las acciones legales y administrativas vigentes.

7. Autorización de Publicación Digital:

A través de la presente autorizo de manera gratuita a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán a publicar la versión digital de este trabajo de investigación en su biblioteca virtual, repositorio institucional y base de datos, por plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas paginas de manera gratuita pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

Apellidos y Nombres	LIMA LOZANO FRANZ RENATO	Firma	
Apellidos y Nombres		Firma	
Apellidos y Nombres		Firma	

FECHA: Huánuco, 20 de mayo del 2024

Nota:

- ✓ No modificar los textos preestablecidos, conservar la estructura del documento.
- ✓ Marque con una X en el recuadro que corresponde.
- ✓ Llenar este formato de forma digital, con tipo de letra calibri, tamaño de fuente 09, manteniendo la alineación del texto que observa en el modelo, sin errores gramaticales (recuerde las mayúsculas también se tildan si corresponde).
- ✓ La información que escriba en este formato debe coincidir con la información registrada en los demás archivos y/o formatos que presente, tales como: DNI, Acta de Sustentación, Trabajo de Investigación (PDF), Constancia de Similitud, Reporte de Similitud.
- ✓ Cada uno de los datos requeridos en este formato, es de carácter obligatorio según corresponda.
- ✓ Se debe de imprimir, firmar y luego escanear el documento (legible).