



Colección Académica de
Ciencias Sociales

ISSN-e: 2422-0477

Vol. 4 No. 1

Enero - Junio 2017



Omar Muñoz Sánchez
Melissa Cardona Sánchez
Manuela Gómez Giraldo

DE LA ESTRATEGIA EN LA NATACIÓN A LA ESTRATEGIA EN LA PUBLICIDAD

Recibido: Mayo 10 de 2016

Aceptado: Agosto 19 de 2016

Omar Muñoz Sánchez

Publicista y Doctor en Comunicaciones Avanzadas. Universidad Pontificia Bolivariana.
E-mail: omar.munoz@upb.edu.co

Melissa Cardona Sánchez

Candidata a Magíster en Comportamiento del Consumidor. Profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales. Universidad Pontificia Bolivariana. E-mail: melissa.cardona@upb.edu.co

Manuela Gómez Giraldo

Estudiante Colegio Universidad Pontificia Bolivariana. E-mail: magogi98@gmail.com



DE LA ESTRATEGIA EN LA NATACIÓN A LA ESTRATEGIA EN LA PUBLICIDAD

RESUMEN

En el presente artículo se hará un acercamiento teórico al concepto de estrategia en la natación y cómo algunos de sus conceptos básicos pueden ser aprovechados por el planificador de cuentas para desarrollar habilidades al momento de desplegar estrategias de comunicación publicitaria. Para lo anterior, se llevó a cabo una investigación documental y exploratoria que responde a un método de investigación cualitativa, cuyas técnicas de recolección de la información se basaron en revisión bibliográfica sobre la natación, específicamente el estilo libre y sus estrategias, técnicas y tácticas; además de realizar una observación participante y entrevistas semiestructuradas dirigidas a entrenadores expertos, nadadores competitivos y adolescentes no expertos, sobre sus puntos de vista frente a este tema. Esta propuesta cobra valor cuando se tiene en cuenta que en la investigación y construcción de este artículo participaron una estudiante de colegio, una estudiante de maestría y un docente con formación doctoral, como una forma de integrar los procesos de formación investigativa a diferente nivel.

Palabras clave: estrategia, planificación de cuentas, natación, técnica, táctica.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación pretende ayudar en la construcción de una base teórica que le sirva a cualquier profesional para entender el significado de la estrategia de comunicación y su importancia en el planificador de cuentas publicitario. Se busca explicar cómo la estrategia es un puente que facilita cualquier proceso de comunicación a partir de una historia, un recorrido temporal y espacial, y una relación con otras disciplinas y actividades humanas como la política, economía, juegos de mesa, relaciones interpersonales y los deportes, entre ellos la natación. Realizar un acercamiento general sobre la natación y las diferentes estrategias empleadas en dicho deporte, permite reconocer cómo lo practican las personas de talla competitiva y cómo lo entienden las personas del común, adicionalmente, posibilita revelar información sobre los detalles indispensables que conceptualmente puede compartir con el trabajo cotidiano del planificador de cuentas. Aclaramos que en el presente texto se hará un acercamiento al concepto de estrategia en la natación por lo cual será necesario contextualizar al lector sobre los conceptos básicos y complejos que se manejan en

Omar Muñoz Sánchez

Publicista y Doctor en Comunicaciones Avanzadas. Universidad Pontificia Bolivariana. E-mail: omar.munoz@upb.edu.co

Melissa Cardona Sánchez

Candidata a Magister en Comportamiento del Consumidor. Profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales. Universidad Pontificia Bolivariana. E-mail: melissa.cardona@upb.edu.co

Manuela Gómez Giraldo

Estudiante Colegio Universidad Pontificia Bolivariana. E-mail: magogi98@gmail.com



esta disciplina. Solo al final haremos la relación con la figura del planificador de cuentas y la estrategia de comunicación persuasiva.

La natación y su recorrido histórico.

A partir del artículo "La evolución de la natación" (Saavedra, Escalante & Rodríguez, 2003), se tuvo una perspectiva más clara y abierta para hablar de la natación y su recorrido histórico. Primero, es importante reconocer que el agua es un elemento que forma parte de la vida del ser humano desde su nacimiento ya que representa del 40% al 60% de su peso corporal (MacArdle, et al., 1990). Adicionalmente, puede notarse que gran parte de los seres humanos sienten una especial atracción por las cascadas, los lagos, el mar e incluso espacios artificiales creados por ellos mismos como las "piscinas", los cuales traen consigo la importancia de adquirir un conocimiento que permita desenvolverse idóneamente en estos espacios debido al inminente riesgo de perder la vida por no saber nadar. Para identificar cómo inició y se ha transformado este interés en la materia, se hace importante entender el propio recorrido histórico de la natación, cuyos primeros registros se asocian a Egipto, donde se encontraron las pinturas de la Roca de la meseta Gilf Kebir al suroeste de Egipto y sureste de Libia que datan del año 5.000 a.C. y hacen alusión a la supervivencia en el agua (Lewillie, 1983); posteriormente, los griegos incorporaron la natación en su sistema educativo y más adelante pasó a formar parte del entrenamiento militar, siendo los romanos quienes lo implementaron como forma recreativa, la cual duró hasta la edad media, época

en la que decae el interés por esta actividad, siendo los países del norte de Europa los únicos que lo utilizaban para dicho fin lúdico (Lewin, 1979). En este punto, encontramos relación con lo ocurrido frente al origen del término estrategia, el cual data del siglo VII a.C., en Grecia, época en la que la estrategia formaba parte del lenguaje militar, con lo cual, aquellos deportistas que destacaban en competencias eran candidatos idóneos para formar parte de las filas militares. Surge así el stratego o líder militar. Con el paso de los años, comenzaron a darse hechos que fueron posicionando a la natación como una actividad deportiva a diferentes niveles, en 1837 por ejemplo, se realizó la primera competencia de natación organizada por la Sociedad Nacional de Natación (National Swimming Society) fundada en Londres; en 1908 se creó la Federación Internacional de Natación Amateur (Federation Internationale de Natation Amateur - FINA) con la participación inicial de diversos países de Europa, orientados a realizar competencias para aficionados; establecer reglas unificadas para la natación, clavados y waterpolo; verificar los récords del mundo y dirigir las competencias en los Juegos Olímpicos. Bajo este contexto, la natación se incluyó como deporte en los primeros juegos olímpicos de la era moderna celebrados en Atenas en 1896, impidiendo la participación de las mujeres hasta cuatro años después en los juegos de 1900 en Escocia, momento desde el cual han evolucionado las pruebas y modificado su reglamento (Reyes, 1998). Más adelante, en la década de los 70's, se dio la celebración del "XII Campeonato de Europa", en Barcelona (España), que congregó a 574 deportistas



Colección Académica de
Ciencias Sociales

ISSN-e: 2422-0477

Vol. 4 No. 1

Enero - Junio 2017



SECCIONAL PALMIRA

de 25 nacionalidades (Gorgojo, 1995). Ese mismo año tuvo lugar en Bruselas (Bélgica) otro hecho histórico para la natación: la celebración del "Primer Simposio de Biomecánica en Natación" (First Symposium on Biomechanics in Swimming) convirtiéndose en el foro científico más importante del mundo de la natación, celebrado sin interrupción cada cuatro años (Lewillie, 1983). Paralelamente, los Juegos Olímpicos (evento deportivo internacional más importante, que abarca todos los deportes en un mismo campeonato y reúne cada cuatro años a los mejores representantes de todos los países) celebrados en Múnich (Alemania) en 1972, mostraron uno de los grandes nadadores reconocidos, el americano Mark Sptiz, que batió récords mundiales en pruebas individuales y como parte del equipo de relevos de EE.UU. Un año más tarde se celebró el "1er Campeonato del Mundo" (entendiendo como mundial aquel campeonato que abarca un solo deporte en específico), celebrado cada dos años en Belgrado (Yugoslavia) y se creó la Escuela Nacional de Entrenadores, la cual depende de la Federación Española de Natación y dirige los cursos así como la formación de los técnicos de toda España. Años más tarde, en 1976, se celebraron los Juegos Olímpicos de Montreal (Canadá) que instauraron por primera vez los controles antidopaje y registraron un total de veinte nuevos récords mundiales, entre los cuales se destacaron el americano Jim Montgomery, la alemana Kornelia Hender, la española Antonia Real, que con tan solo doce años se convirtió en la nadadora más joven representante de España en unos Juegos Olímpicos (Gorgojo, 1995). En los años siguientes, sobresalieron el ruso Vladimir Salnikov, primer

hombre en bajar de los quince minutos en los 1.500 metros libres; la americana Mary T. Meagher que, con un tiempo de 2'05"96 en 200 metros mariposa, ostentó el récord mundial durante veinte años; y el Australiano Ian Thorpe, con cuatro récords mundiales (Oca, 2001). En cuanto a los X Campeonatos del Mundo celebrados en Barcelona en 2003, compitieron más de 1500 nadadores, en una piscina construida especialmente para este evento, dentro del Palau Sant Jordi, pabellón multifuncional situado en Barcelona, España. El nivel fue muy elevado, batiéndose un total de 14 récords mundiales, destacando la figura del americano Michael Phelps con cinco récords que lo llevaron a ser reconocido como el mejor nadador del mundo y el deportista olímpico más premiado, galardonado y homenajeado de todos los tiempos. A este punto, cuando indagamos la historia del concepto de estrategia, encontramos que coincide con que el término stratego (líder militar) tiene su origen en la Grecia Clásica donde la disciplina militar era fundamental en la formación del hombre griego. Las estrategias en lo militar, la natación y la comunicación publicitaria no solo se basan en la habilidad de quien la plantea sino de la forma como sepa aprovechar las propias destrezas humanas y técnicas de que se disponga. La estrategia en todas sus formas de aplicación exige un componente racional que guía las acciones correctas, o como lo explica Hauser (2008): Los mandos militares adiestran a los soldados para que actúen con la cabeza fría, piensen estrategias alternativas, planifiquen ataques eficaces y sofoquen las emociones y los instintos que puedan dar lugar a un comportamiento impulsivo cuando es necesario



Colección Académica de
Ciencias Sociales

ISSN-e: 2422-0477

Vol. 4 No. 1

Enero - Junio 2017



SECCIONAL PALMIRA

razonar para hacer lo correcto. (p. 25.) Es importante entender que la gestión estratégica (planificación a largo plazo) depende de un entorno que cambia de forma rápida e impredecible, lo que implica que cada vez que se piensa estratégicamente, el planificador de cuentas debe enfrentarse a un entorno diferente que necesariamente influye en el desarrollo de estrategias de comunicación para las marcas. El entorno cambiante, como ocurre en la natación, obliga al planificador de cuentas a desarrollar habilidades de pensamiento que también se adapten rápidamente a las diferentes necesidades de las marcas. Por otra parte, encontramos que la evolución de la natación y la conformación de agremiaciones han llevado a que esta disciplina adopte rigor en sus procesos como: entrenamiento, alimentación, competencia, resultados, records, etc. Al igual ocurrió con el concepto de estrategia desde lo militar, que como mencionamos anteriormente, surgió en Grecia pero evolucionó durante muchos siglos desarrollando y perfeccionando armas, mejorando las formaciones militares, desarrollando nuevos planes de ataque y defensa, etc. Para 1944, el concepto daría un salto conceptual importante gracias los matemáticos O. Morgenstern y J. Von Neumann con la teoría de los juegos. Esta teoría sería trascendental porque abriría espacio a la estrategia en otros campos diferentes al militar, entre ellos el management y posteriormente el marketing y la publicidad. Además, la primera agremiación que agrupó a planificadores de cuentas fue la Association Planning Group (APG) con sede en Londres en 1979. Desde esta fecha ya existen APG en Argentina, España, México y Guatemala.

Estilos de la natación deportiva

La natación puede entenderse como un deporte que aplica unas estrategias, tácticas y técnicas específicas, que la convierten en una actividad de talla competitiva y más específicamente un deporte olímpico. En consecuencia, se hace necesario definir qué significa cada uno de estos términos de manera general para posteriormente describirlos y aplicarlos a este en aras de identificar semejanzas o diferencias con las definiciones de estos términos desde la guerra y el marketing.

La técnica: se considera el movimiento o fase motora y visible de la acción a realizar, pero (Mahlo, 1969) también lo define como el producto de los diversos procesos cognitivos y nerviosos del pensamiento táctico, la percepción que se tiene a partir de las características físicas y el nivel de habilidades del ejecutor.

La estrategia: se define como un plan que articula las principales políticas, objetivos, metas y acciones de un individuo o un equipo de juego (Chiavenato & Sapiro, 2010). Por otro lado, la estrategia puede definirse como los fines y objetivos, de una serie de recursos y asignaciones de dichos individuos para alcanzar un determinado fin (Frances, 2006).

La táctica: es una acción que se produce debido a la actividad competitiva, la cual es una combinación inteligente de varios recursos motrices que pueda tener un individuo o un grupo de jugadores para solucionar las situaciones del juego o competencia (Sampedro, 1999). En relación con esta definición, Mahlo (1969) considera que la táctica es un complicado conjunto de percepción, decisión y ejecución.



Colección Académica de
Ciencias Sociales

ISSN-e: 2422-0477

Vol. 4 No. 1

Enero - Junio 2017



SECCIONAL PALMIRA

Desde lo militar, uno de sus grandes estrategias en la historia, Carl Von Clausewitz (2005), consideró tres aspectos fundamentales al momento de plantear una estrategia militar: los pueblos, los ejércitos y los gobiernos y los relacionó con los conceptos: táctica-estrategia-política. La disposición de las tropas en el combate es lo que él llamó táctica y la teoría del empleo de los combates para el fin de la guerra lo denominó estrategia. Desde el management, en 1990 Ries y Trout (1990), publicaron un libro revolucionario que se llamó Bottom-Up Marketing (Marketing de abajo hacia arriba: la táctica dicta la estrategia), donde estos autores proponían una forma diferente de ver la relación estrategia-táctica. En este libro, los autores proponen que las estrategias no deben abordarse de arriba hacia abajo, es decir, primero se estructura la estrategia y luego se desarrollan las tácticas, sino que son las tácticas de comunicación las que deben imponerse a la estrategia de marketing. Lo anterior significa que las estrategias de marketing deben desarrollarse a partir del conocimiento de las tácticas reales del negocio. En este punto nos interesa entender que tanto en el ámbito militar como en la natación y la comunicación persuasiva se utiliza el término estrategia como una acción mental voluntaria que se refleja en una decisión con respecto al terreno o lugar, el tiempo y las condiciones en que se desarrollará la competencia o confrontación. Las tácticas, por su parte, se refieren a otro tipo de decisiones con respecto a la optimización y utilización de los recursos disponibles como: alimentos, armas, infantería, caballería, combatientes, barcos, etcétera. Que para el caso de la natación hacen referencia a procesos cognitivos de pensamiento.

Para algunos autores como Vasconcellos (2001), la estrategia se plantea antes de la competencia y es la que define dónde enfrentar al oponente y la táctica se aplica durante la confrontación e indica cómo hacerlo. Con este planteamiento surgen varios interrogantes, la estrategia se aplica antes, la táctica se aplica durante, y ¿qué se aplica después del combate? ¿Se podrá hablar de una redefinición de la estrategia?, o ¿reposicionamiento de la estrategia? Este es posiblemente un tema interesante para una investigación a futuro: El concepto de estrategia después de la estrategia. Lo que el planificador de cuentas debe analizar es que en su actividad actúa como "un viajero en el tiempo, capaz de entender el pasado de un producto, comprender su presente y está en capacidad de proyectar las mejores alternativas para el futuro de la marca" (Muñoz, 2010, p. 94). La capacidad de encontrar oportunidades, aprovechar los avances tecnológicos y adaptarse rápidamente a los cambios son algunas de las contribuciones que la natación puede aportar al planificador de cuentas. Se trata de una forma de pensar las estrategias desde una perspectiva más propositiva, donde las marcas deben procurar innovar en cualquier nicho de mercado en que se encuentren.

Trabajo de campo

Luego de llevar a cabo diferentes entrevistas que permitieron indagar cómo se ve este deporte por personas del común y cómo lo viven los profesionales expertos, los resultados obtenidos fueron los siguientes: Las personas del común reconocen con facilidad los estilos de nado, jerarquizándolos en

Omar Muñoz Sánchez
Melissa Cardona Sánchez
Manuela Gómez Giraldo



grado de dificultad donde el más difícil es el mariposa, luego pecho y espalda y finalmente el libre. Por otro lado, suponen que es sencillo aprender a nadar, lo que consideran difícil es aprender a hacerlo con la técnica específica. Estiman que deben hacerlo cuando son niños, más o menos entre los dos y cinco años de edad ya que, a primera impresión, la primera estrategia que deben tener en cuenta debe orientarse a no ahogarse. En este sentido, nadar se convierte en un saber esencial a lo largo de la vida: por supervivencia, diversión, salud, necesidad o en casos de emergencia. Un gran porcentaje de las personas no tienen conocimiento sobre la definición de la palabra "técnica", por lo que ignoran su uso y aplicación en este deporte; a pesar de ello pueden identificar, empírica e implícitamente, qué es lo que se debe hacer al momento de nadar como por ejemplo: coordinar el movimiento de los brazos y piernas, no entrar en pánico ni empezar a mover desenfrenadamente las manos, mantenerse en la superficie y controlar la respiración. Lo cierto es que la natación es bien vista y reconocida por tratarse de un deporte aeróbico que trabaja la mayoría de los músculos del cuerpo, que es beneficioso para el sistema respiratorio, circulatorio, óseo y muscular; además, favorece la pérdida de peso y tonificación, es una práctica recomendable para tener una vida saludable, se ve poco agresivo y su práctica es factible. Es reconocido como deporte olímpico y se entiende como actividad recreativa y terapéutica. En referencia a una información más detallada acerca del estilo libre - considerado como fundamental - los entrenadores y nadadores altamente competitivos coincidieron en que las técnicas básicas para el

mismo son: tener una patada constante, fuerte y rápida, además de realizar una brazada continua extendiendo bien los brazos y ejerciendo fuerza sobre la palma para tener un mayor agarre y avanzar más, en adición, cuando un brazo este adelante y otro atrás mover lateralmente la cabeza sacando la mitad de la cara para la inspiración y después dejándola quieta para que rompa mejor el agua. Finalmente, la idea es desarrollar una mejor técnica con el objetivo de tener el menor desgaste físico. Ahora bien, en cuanto a la táctica, el entrenador conjuntamente con el nadador se enfocan en el plan de ejecución frente a los demás nadadores, es decir, planean la forma en que se nadará para obtener los resultados más óptimos, una vez conocida la programación, los adversarios y sus tiempos. Se parte de la observación de los contrincantes, el análisis de la situación y la toma de decisiones para proseguir a la ejecución. El nadador puede modificar dicha táctica durante la prueba ya que va analizando el desarrollo de la misma, el desempeño de sus contrincantes y si se siente con un buen ritmo frente a ellos teniendo en cuenta su técnica, velocidad y resistencias. En este sentido, los entrenamientos están enfocados en cierta medida en aprender a reconocer a los rivales dependiendo de la prueba que se esté realizando y de allí su autonomía en cambiar las tácticas en caso de ameritarlo. Dichas tácticas y técnicas, hacen parte de los planes o estrategias desarrolladas para alcanzar el objetivo planteado, que depende de las metas impuestas por quien practica este deporte y en la mayoría de los casos competitivos, se orienta a ganar. En referencia al estilo libre, estas estrategias varían según la prueba que realicen (corta, mediana



o largo alcance) y pueden incluir leves modificaciones en ciertas técnicas como la frecuencia de las brazadas y la respiración, entre otros aspectos como:

1. Para las pruebas de corta distancia como 50 y 100 metros libre se debe ser muy preciso en el clavado para una mejor velocidad de reacción, arquear adecuadamente el cuerpo, realizar el menor número de respiraciones para no frenar el cuerpo y perder tiempo, los movimientos deben ser ágiles y fuertes, ya que son pruebas muy rápidas y exigen del nadador que sea explosivo.
2. Para las pruebas de media distancia como 200 y 400 metros libre se debe ser más meticuloso en los movimientos pues requieren de buena velocidad en un periodo más largo de tiempo. Se debe tener alta resistencia para no desgastarse tan fácil y por ende entrenar mucho, realizar una "salida" o "submarino" (movimiento que se realiza por debajo del agua inmediatamente se clava) largo y fuerte teniendo cuidado de no pasar la raya de los 15 metros, realizar unas vueltas rápidas apoyadas en el muro y realizar la respiración cada tres brazadas, haciendo más rápida la frecuencia de estas últimas pero estirando el brazo lo mayor posible.
3. Para las pruebas de larga distancia como 800 y 1500 metros libre se debe tener un buen "fondo" (resistencia) ya que requieren de un muy buen estado físico al exigir mayor intensidad y duración. Requieren un paso constante y fuerte, una buena técnica del estilo libre, gran capacidad pulmonar y alto soporte del "ácido láctico", conocido en la

natación como "lactato" (sustancia que produce el cuerpo naturalmente cuando este supera el nivel al cual está acostumbrado a moverse y ya no es capaz de producir más energía, la cual produce fatiga física).

Dichos expertos consideran que es importante tener en cuenta las fallas técnicas más comunes al nadar el estilo libre, para corregirlas y llevar a cabo una buena estrategia. Estas fallas pueden presentarse al golpear lateralmente la palma contra el agua (machetear el agua); al levantar mucho la cabeza ocasionando más resistencia y menor fluidez; al terminar la brazada sin llevar la palma hasta el muslo, perdiendo el impulso e implicando más brazadas y mayor cansancio; al ejercer más fuerza con un brazo provocando su desgaste; al respirar cada dos brazadas pues el cuerpo aún no está nivelado, entre otros. De acuerdo con el inminente riesgo que se corre, un deportólogo es vital en la vida de un nadador porque se convierte en su médico de cabecera, entiende el porqué de sus lesiones, enfermedades, problemas y demás relacionados con dicho deporte, sus pruebas y forma de nadar; tiene la palabra decisiva pues solo se acepta una incapacidad si viene de él; conoce los medicamentos que puede mandar para evitar índices de doping; informa al fisioterapeuta y masoterapeuta lo que le pasa al nadador y recomienda lo que necesita para mejorar. Adicionalmente, a los nadadores competitivos se les recomienda la visita frecuente al nutricionista ya que este experto les ayuda a balancear adecuadamente su peso, incluyendo una buena masa muscular y bajo porcentaje de



grasa, ambos necesarios para que el nadador sea más aerodinámico en el agua; este profesional le proporciona al nadador una dieta saludable acorde a sus necesidades o requerimientos. Por otro lado, los psicólogos son requeridos en la natación por tratarse de un deporte individual que se desarrolla en un medio como el agua, donde no se escucha a nadie más que a la propia mente, razón por la cual es importante que el nadador tenga un acompañamiento psicológico para desarrollar una mente fuerte en aras de controlar los nervios, estar pendiente de los planes de ataque, pensar en la técnica, manejar la respiración, controlar el desespero y evitar "patinar" (movimiento acelerado para avanzar sin poder lograrlo), neutralizar el cansancio, etc. que permitan conformar una estrategia ganadora. "Para que en la comunicación publicitaria una estrategia sea eficaz, debe estar enfocada, debe presentar un elemento diferenciador que ayude a la construcción del posicionamiento" (Ries y Trout, 2000, p. 1) "éste es el único sentido que tiene ponerle nombre a un producto, pero eso, a su vez, implica renunciar al resto de las ideas o conceptos. Sin enfoque, es muy difícil desarrollar una estrategia eficaz" (Bausela, 2007, p. 78) No se puede desconocer que la estrategia en las empresas tradicionalmente se asume "dentro de un mundo conflictivo, complejo, dinámico e impredecible, aunque sustenta, como piedra angular de su pensamiento, el convencimiento de la construcción, la incidencia y la lucha por crear, amparada en un proyecto político o social" (Arellano, 2004, p. 28).

Conclusiones

En este artículo se realiza un breve recorrido histórico de la natación, mencionando las organizaciones, eventos y nadadores más reconocidos a lo largo de la historia, para comprender su importancia como deporte a nivel mundial. Por otro lado, el acercamiento teórico sobre estrategias, técnicas y tácticas utilizadas en este deporte permite comprender las características comunes que comparte con los conceptos de estrategia, técnica y táctica en la publicidad. La estrategia también tiene grandes exponentes, históricos como: Pericles, Sun Tzu, Maquiavelo, Clausewitz, etc.; desde el management como: Ansoff, Chandler, Mintzberg, Druker, Porter, etc.; desde la comunicación: Pérez y Garrido; desde la publicidad: King, Pollitt, Lannon, Basking, Bullmore, Steel, etc. En cualquier escenario, (político, militar, deportivo, management, etc.), la estrategia se relaciona con la consecución de objetivos establecidos, y para alcanzarlos hay que estructurar un plan. La planificación para las empresas, debe contar con un método que facilite alcanzar los objetivos. Este método exige una postura, una renuncia a otras alternativas o estrategias en el momento de pensar y hacer las acciones, y es lo que permite al individuo estructurar las estrategias, ya sea en lo militar, deportivo o publicitario. Así como existe la necesidad de conformar un grupo interdisciplinar entre un deportólogo, nutricionista y psicólogo cuando se es un nadador competitivo, es fundamental que el planificador de cuentas también trabaje con un equipo interdisciplinar de sociólogos, antropólogos, psicólogos, economistas, etc. para conocer mejor al consumidor y orientar asertivamente las estrategias de las marcas. Finalmente, así como la estrategia en este deporte



Colección Académica de
Ciencias Sociales

ISSN-e: 2422-0477

Vol. 4 No. 1

Enero - Junio 2017



SECCIONAL PALMIRA

consiste en desarrollar nadadores integrales que involucren diversos planes en pro de una estrategia ganadora, el planificador de cuentas también debe involucrar planes que tienen relación con el entorno, el consumidor, el mercado, las tendencias, el producto o servicio, para obtener una estrategia ganadora.

Bibliografía

Arellano, R. (1992). Evaluación de la fuerza propulsiva en natación y su relación con el entrenamiento de la técnica. Tesis Doctoral. Granada: Universidad de Granada. Tesis Doctoral.

Arellano, D. Gestión estratégica para el sector público: del pensamiento estratégico al cambio organizacional. México: Fondo de Cultura Económica, 2004. p. 28.

Bausela, N. (2007). "Lo más importante es ser el primero en la mente del cliente".

Entrevista a Al Ries. En: Harvard Deusto. Marketing y Ventas. Ediciones Deusto. N° 80, p. 77-79.

Chiavenato & Sapiro. (2010). Planeación estratégica: Fundamentos y aplicaciones. Distrito federal Mexico: Mc Graw Hill.

Clausewitz, C. V. (2005). De la guerra. Madrid: Esfera de los libros.

Détrie, J. (1995). Strategor. Estrategia, estructura, decisión identidad. Política

general de empresa. Barcelona: Masson.

Frances, A. (2006). Estrategia y planes para la empresa con el cuadro de mando integral. Mexico:

Pearson educación de Mexico.

Gorgojo, E. (1995). Historia de la Federación Española de Natación. España: Federación Española de Natación.

Hauser, M. (2008). La mente moral. Cómo la naturaleza ha desarrollado nuestro

sentido del bien y del mal. Barcelona: Paidós.

Lewillie, L. (1983). Research in swimming: historical and scientific aspects. Biomechanics and Medicine in Swimming, IV, 7-16.

Lewin, G. (1979). Natación. Madrid: Augusto Pila Teleña.

MacArdle, W., Katch, F., & Katch, V. (1990). Filosofía del ejercicio: energía, nutrición y rendimiento humano. Madrid: Alianza editorial.

Maglischo, D. (2009). Natación, Técnica, Entrenamiento y Competición. Badalona: Paidotribo.

Mahlo. (1969). El acto táctico en el juego. Paris: Vigot.

Muñoz, O. (2010). La estrategia. Génesis y éxodo de un concepto hacia la publicidad. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.

Oca, A. (2001). IX Campeonato del Mundo de Natación. Visión de la natación internacional, En XXI Congreso Internacional de Actividades Acuáticas. Sevilla: Asociación Española de Técnicos de Natación y Universidad de Sevilla.

Reyes, R. (1998). Evolución de la natación española a través de los campeonatos de natación de invierno



*Colección Académica de
Ciencias Sociales*

ISSN-e: 2422-0477

Vol. 4 No. 1

Enero - Junio 2017



y verano desde 1977 a 1996. Gran Canaria:
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Ries, A.; Trout, J. (1990). *Bottom-up marketing*.
New York: Plume.

Ries, T y Trout, J. (2000) *Posicionamiento: la batalla
por su mente*. México D.F.: McGraw Hill, 2000.

Saavedra, J., Escalante, Y. & Rodríguez, F. (2003). *La
evolución de la natación*. *efdeportes.com(66)*, 1-7.

Sampedro, J. (1999). *Fundamentos de la tactica
deportiva*. Madrid: Gymnos.

Vasconcellos, J. (2001). *Los señores de la guerra: medición
de la estrategia y la táctica para conseguir ventaja
competitiva en los negocios*. Madrid: Díaz de Santos. 19.

Omar Muñoz Sánchez
Melissa Cardona Sánchez
Manuela Gómez Giraldo

