

UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA  
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PLAN DE COMUNICACIÓN

Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos de Costa Rica mediante el uso  
de medios tecnológicos y otros medios tradicionales

Plan de Trabajo de Graduación sometido a la consideración del Tribunal Examinador de  
la Maestría en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Tecnologías  
de la Información y la Comunicación, para optar al grado de:

Magíster

por

Johanna Avendaño J.

Laura Zeledón P.

Con la asesoría del Director de TFG:

Máster Asdrúbal Acuña Jiménez

San José, Costa Rica  
2014

# Acta de Graduación



UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA  
Escuela de Ciencias de la Administración  
Sistema de Estudios de Posgrado  
Maestría en Administración de Medios de Comunicación



## ACTA DE PRESENTACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN ACTA N° 04-2014

Sesión del Tribunal Examinador, celebrada el miércoles 02 de Abril del 2014, con el objeto de recibir el informe oral de las estudiantes **Joana Avendaño Jiménez**, cédula **0603600580** y **Laura Gabriela Zeledón Paniagua**, cédula **0109430220**, quienes se acogen al Reglamento del Sistema de Estudios de Posgrado, bajo la modalidad de Trabajo Final de Graduación para optar al grado de Máster en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Están presentes los siguientes miembros del tribunal:

Coordinadora de Carrera  
(Quien Preside)

Máster Margoth Mena Young

Representante  
Director  
Sistema de Estudios de Posgrado

Máster Gioconda Vargas Morúa

Representante  
Director  
Escuela de Ciencias de la Administración

Máster Mauricio Largaespada Umaña

Director de TFG

Máster Asdrúbal Acuña Jiménez

Lectora

Doctora Vilma Peña Vargas

Lector

Máster Ronald Golfín Romero

#### ARTÍCULO 1

La presidente del tribunal informa que el expediente de las postulantes contienen todos los documentos de rigor y además declara que cumplen con todos los requisitos del plan de estudios correspondiente, se solicita que procedan a realizar la exposición.

#### ARTÍCULO 2

Las postulantes hacen la exposición de su trabajo titulado: "Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos de Costa Rica mediante el uso de medios tecnológicos y otros medios tradicionales"

#### ARTÍCULO 3

Terminada la disertación, los miembros del tribunal examinador interrogaron a las postulantes, durante el tiempo reglamentario y, una vez concluido el interrogatorio, el tribunal se retiró a deliberar.

#### ARTÍCULO 4

El Tribunal le confiere al trabajo la calificación de:

Aprobado ( ) No Aprobado ( ) Aprobado con distinción (X)

Recomienda además \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

#### ARTÍCULO 5

La presidente del tribunal comunica a las postulantes el resultado de la deliberación. Las declara acreedoras del grado de Máster en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Se indica realizar los trámites para presentarse al acto público de juramentación, al que será oportunamente convocado. Se da lectura al acta que firman los miembros del tribunal y las postulantes a las 7:15 pm horas.

Postulante:  \_\_\_\_\_

Cédula: 1-943-220

Postulante:  \_\_\_\_\_

Cédula: 6-0360-0580

# Dedicatoria

*A Dios ante todo porque nos dio la oportunidad de llegar hasta aquí.*

*A nuestros compañeros de vida, Jose y Manfred, por todo el apoyo y la comprensión que nos han brindado. Muchas gracias de corazón.*

*Joana y Laura*

# Agradecimientos

Agradecemos a nuestro comité asesor por su guía, por su aporte con ideas basadas en conocimiento. Al profesor Adrián Vargas por su orientación tan oportuna y desinteresada que dio una estructura más estable a este trabajo. A Margoth Mena, que ha sido pieza de apoyo en este proceso. Y a la Dirección de Gestión e Instalaciones del ICODER, que no dudó en colaborar con nosotras en el proceso investigativo.

Y de corazón, queremos dar gracias a nuestras familiar, por su apoyo y afecto a lo largo de este camino.

Joana y Laura

## Tabla de contenidos

<b>Acta de Graduación .....</b>	<b>ii</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>iv</b>
<b>Agradecimientos .....</b>	<b>v</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>xii</b>
<b>Capítulo. I Planteamiento del problema .....</b>	<b>14</b>
1.1. Introducción.....	15
1.2. Justificación.....	18
1.3. Planteamiento del problema.....	22
1.4. Principales antecedentes .....	25
1.4.1. Administración Oduber, 1974-1978.....	25
1.4.2. Administración Carazo, 1978-1982 .....	25
1.4.3. Comisión de Áreas Recreativas .....	28
1.4.4. Dirección de Recreación.....	30
1.4.5. Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación (ICODER).....	30
1.4.6. Otras fuentes consideradas.....	31
1.5. Objetivos de la investigación .....	34
1.5.1. Objetivo general .....	34
1.5.2. Objetivos específicos.....	34
1.6. Alcances y limitaciones de la investigación .....	35
1.6.1. Alcances.....	35
1.6.2. Limitaciones.....	36

<b>Capítulo II. Marco teórico .....</b>	<b>37</b>
2.1. Parques Nacionales de Costa Rica .....	38
2.1.1. Parque Recreativo o Área Recreativa .....	39
2.1.2. Parque Urbano .....	40
2.1.3. Parques Recreativos Metropolitanos .....	40
a. Parque Metropolitano La Sabana.....	40
b. Parque Metropolitano de La Paz.....	41
c. Parque Metropolitano de Fraijanes .....	43
d. Parque Metropolitano del Este .....	44
e. Parque Recreativo La Expresión, Laguna de Doña Anacleto .....	44
2.2. Recreación .....	46
2.2.1. Actividades Recreativas .....	46
2.2.2. Diversión.....	51
2.2.3. Deporte.....	52
2.2.4. Tiempo libre.....	53
2.2.5. Ocio .....	53
2.3. La Comunicación.....	54
2.3.1. Teorías de la comunicación.....	54
2.3.2. Medios de comunicación tradicionales .....	57
2.3.3. Los medios de comunicación y la globalización .....	60
2.4. Medios digitales.....	61
2.4.1. Era digital.....	62

2.4.2.	Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) .....	63
2.4.3.	La Internet .....	64
2.4.4.	Web 2.0 .....	65
2.4.5.	Redes Sociales.....	66
2.5.	Publicidad.....	67
2.5.1.	Marketing.....	68
2.5.2.	Marketing social.....	71
<b>Capítulo III.</b>	<b>Marco metodológico .....</b>	<b>73</b>
3.1.	Enfoques de investigación.....	74
3.1.1.	Opción de estudio.....	74
3.1.2.	Enfoque cuantitativo .....	74
3.1.3.	Enfoque cualitativo .....	75
3.1.4.	Enfoque mixto.....	75
3.2.	Tipos de investigación o estudios.....	76
3.2.1	Opción de estudio.....	76
3.2.2	Estudios exploratorios .....	76
3.2.3	Estudios descriptivos.....	77
3.2.4	Estudios correlacionales.....	77
3.2.5	Estudios explicativos .....	78
3.3.	Sujetos y fuentes de información .....	79
3.3.1	Sujetos de información .....	79
3.3.2	Fuentes de información .....	79

3.4. Variables .....	80
3.5. Descripción de los instrumentos.....	86
3.4.1. Cuestionarios.....	86
3.4.2. Entrevista orientada.....	86
3.4.3. Observación .....	87
3.5. Población y muestra .....	87
3.5.1. Población.....	87
3.5.2. Muestra.....	88
3.6. Procedimiento y análisis de información .....	91
<b>Capítulo IV. Resultados e interpretación de los datos.....</b>	<b>95</b>
4.1. Aplicación de los instrumentos e interpretación .....	96
4.1.1. Cuestionario .....	96
4.1.2. Entrevista orientada.....	105
4.1.3. Observación .....	120
<b>Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones.....</b>	<b>126</b>
5.1. Conclusiones.....	127
5.2. Recomendaciones.....	131
<b>Capítulo VI. Plan de comunicación.....</b>	<b>134</b>
6.1. Análisis de la situación .....	136
6.2. Diagnóstico de la situación.....	137
6.3. Objetivos de comunicación.....	138
6.4. Estrategias de comunicación.....	139

6.5. Plan de acción.....	161
6.6. Presupuesto de comunicación .....	162
6.7. Presentación de investigación y recomendaciones adicionales a la propuesta	163
<b>Referencias.....</b>	<b>169</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>176</b>
Anexo # 1 Entrevista orientada 1 .....	177
Anexo # 2 Cuestionario .....	179
Anexo # 3 Ficha de Observación 1 .....	182
Anexo # 4 Ficha de Observación 2 .....	184
Anexo # 5 Entrevista a orientada 2 .....	185

### **Índice de Cuadros**

1. Cuadro 1	Gran Área Metropolitana .....	88
2. Cuadro 2	Distribución de la Muestra de la Gran Área Metropolitana.....	89
3. Cuadro 3	Conocimiento de lo que es un Parque Recreativo .....	97
4. Cuadro 4	Parques con mayor frecuencia de visitación.....	99
5. Cuadro 5	Motivación para visitar con más frecuencia los Parques Recreativos..	102
6. Cuadro 6	Información que le gustaría recibir a la población de la GAM.....	104

### **Índice de Gráficos**

1. Gráfico 1	Parques Recreativos más visitados .....	98
2. Gráfico 2	Frecuencia de visitación a los Parque Recreativos.....	100
3. Gráfico3	Actividades realizadas en los Parques Recreativos .....	101
4. Gráfico 4	Opinión de la GAM sobre recibir o no información de los Parques Recreativos.....	103
5. Gráfico 5	Medio más eficiente para recibir la información.....	105

## Resumen

En Costa Rica, la necesidad de recrearse aumenta conforme disminuye el tiempo libre de las personas por sus diversos quehaceres. Muchas veces se ignora la importancia que la recreación representa para poder sobrellevar las tareas y las actividades que se realizan día a día. Por ello, el Gobierno ha creado áreas recreativas para los costarricenses, ofreciendo lugares de esparcimiento sin costo o con uno muy bajo, para que puedan disfrutar de ellos. Estas áreas son conocidas en la actualidad como Parques Recreativos y administradas por el Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación (ICODER).

Estos parques son espacios que ofrecen cientos de hectáreas protegidas por ley, para disfrutar de su naturaleza y de su belleza escénica, todo esto con el fin de recrearse de forma grupal o individual; sin embargo, estos no cuentan con la promoción adecuada, considerando el alto nivel de relevancia que actualmente conlleva el tema de la recreación y la importancia que, años atrás, significó cuando se observó que las familias requerían lugares para fortalecer su núcleo.

La sociedad percibe estos parques como algo bueno, pero realmente ignora el valor que poseen en el plano de la salud física y mental, así como también desconoce el valor que el Estado les acreditó a la hora de crearlos y ponerlos a disposición de los habitantes de Costa Rica, haciendo partícipes a todos en su cuidado y mejora.

Dados estos antecedentes, es momento de aprovechar la comunicación y los diferentes medios que existen para su manejo, bajo una propuesta integrada, en donde se muestren los beneficios que ofrecen las áreas destinadas a este fin y las actividades que se pueden realizar en ellas.

## **Abstract**

The need to recreate in Costa Rica increases while decreases the free time of the people for their various task. Often the importance of this practice is to cope with the tasks and activities that are performed every day is ignored. Therefore, the Government established the recreational areas for the citizens, offering recreational facilities at no cost or a low to enjoy them, known today as Parques Recreativos and managed by the Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación (ICODER).

These parks are spaces that offer people with hundreds of acres protected by law to enjoy its scenic beauty and nature in order to recreate in groups or individually way; they do not have proper promotion considering the high level of relevance to the topic of recreation means today, and the importance that it meant years ago when was noticed that families wanted places to strengthen your core.

The society recognizes these parks as a good thing, however it really ignores the highest value for physical and mental health, as well as it unknowns mostly the value accredited by government, when they were created and put them to our disposal, in that moment making each of the Costa Rican participants responsible of their care and improvement.

It is time to take advantage of the media under an integrated approach, which show the benefits they offer, the areas designated for this purpose and activities to perform, among others.

## **Capítulo. I Planteamiento del problema**

## 1.1. Introducción

Actualmente, los seres humanos se encuentran con información sin necesidad de ir a buscarla, esta se presenta por diferentes medios, entre ellos los digitales que, aunque no son tan recientes, son conocidos por algunos como los nuevos medios de comunicación.

Se podría pensar que difundir información sobre un lugar resulta más fácil ahora gracias a la Internet y a los medios digitales, pero, ¿Cómo asegurar que la información sea correctamente transmitida por estos nuevos medios? o ¿Es posible saber si los medios seleccionados son los que las personas prefieren para informarse? o ¿Cuánta accesibilidad tienen las personas a estos medios?

Generalmente, se tiende a pensar que lo moderno es preferido por la mayoría de las personas usuarias; afirmación que, al no estar basada en la evidencia, podría provocar que la información importante no logre su objetivo de comunicar el mensaje correcto, por el simple hecho de no investigar de forma detallada la realidad que rodea un producto o un servicio y su correspondiente público meta. Con la elaboración de este estudio, se inició una travesía al proponer un plan de comunicación para los Parques Recreativos de Costa Rica.

Los Parques Recreativos Metropolitanos de Costa Rica, actualmente bajo la administración del Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación (ICODER), cuentan con grandes áreas naturales protegidas por leyes nacionales y a la disposición de todo público.

Sin embargo, la información sobre ellos expuesta en el sitio virtual del ICODER es escasa, siendo también opacada por la gran cantidad de información sobre actividades y noticias deportivas, las cuales hacen ver a estos espacios como

sitios establecidos exclusivamente para practicar deporte, sin notarse un mayor esfuerzo por presentarlos como centros donde el tema de la recreación es de igual importancia. Lo anterior ha sido justificado mediante la Ley 7800 de la Creación del ICODER, que establece como fin primordial del Instituto la promoción, el apoyo y el estímulo de la práctica individual y colectiva del deporte, así como la recreación de los habitantes de la República (Artículo 1).

Además, es importante recalcar que esta ley no hace exclusiones, abarcando a todos los grupos de personas y de todas las edades, consideradas como habitantes de la República de Costa Rica, siendo este mismo rango el utilizado para desarrollar esta investigación.

Descontando lo encontrado en el sitio virtual del ICODER, la información brindada al usuario sobre los parques, sus características y lo que actualmente ofrecen a las personas visitantes, es casi nula, a excepción de una página virtual que habla de varios lugares de Cartago, entre ellos la Laguna de Doña Anacleto, y un perfil de Facebook del Parque de Fraijanes, el cual fue creado por un visitante.

Informarse más sobre los Parques Recreativos Metropolitanos ayudará a profundizar en sus características, así como a investigar a la población de la Gran Área Metropolitana (GAM), para luego analizar cuáles, de los tantos medios de comunicación, podrían adecuarse mejor a las necesidades de estos sitios y de sus personas usuarias, tanto los actuales como los potenciales.

Dentro de los medios de comunicación se analizarán los *tradicionales* como lo son: la televisión, el radio, el periódico, los boletines impresos, etc., y los muy comúnmente llamados *no tradicionales o nuevos medios*, tales como: la Internet, las redes sociales, los sitios virtuales y los boletines electrónicos; todo esto con el fin de obtener el beneficio que Varona (2008) cataloga como “riqueza de los medios” (p. 80), el cual se consigue mediante una selección de aquellos que resulten ser

efectivos, según la situación que se presenta, para así lograr informar y reducir la incertidumbre que existía anteriormente.

Actualmente, el ICODER administra siete parques recreativos, de los cuales cinco son metropolitanos, siendo estos los que se estudian en este trabajo. Según la información obtenida durante el proceso, se mencionan sus principales características:

- Parque Metropolitano La Sabana, San José Centro. Foco de reunión, tanto para practicar deporte cómo para la recreación, dentro del área metropolitana. Consiste en un parque abierto a la población, que no posee ni horario ni cobro.
- Parque Metropolitano La Paz en San Sebastián, muy cerca de Desamparados. Este parque, al igual que La Sabana, no tiene horario definido ni tampoco se cobra su ingreso; además, es de fácil acceso, lo que es favorable para la población de sus alrededores.
- Parque Metropolitano de Fraijanes, Alajuela, camino al Volcán Poás. Este parque cuenta con una entrada que funge como ingreso único al mismo, se cobra entrada y cuenta con parqueo.
- Parque Metropolitano del Este, Sabanilla de Montes de Oca. Este Parque cuenta, al igual que Fraijanes, con control de ingreso de sus visitantes, tiene horario definido y cobra entrada.
- Parque Metropolitano La Expresión, Paraíso de Cartago. Este Parque repite las características de Fraijanes y El Este, con entrada controlada y cobro al parque.

Todos ellos, además del Parque de Cariari en Limón y Parque Dominica en Turrialba, poseen la característica común de permitir a la población practicar diferentes actividades recreativas y deportivas, lo que conlleva al beneficio de la

salud física y mental, incentivando el desarrollo de una vida saludable, tanto a nivel individual como social, así como un equilibrio con el medio ambiente.

En el transcurso de este trabajo, se exploran estos cinco parques recreativos pertenecientes a la GAM, con el fin de dirigir este estudio hacia el desarrollo de una propuesta de un plan de comunicación para estos lugares, como solución a las necesidades de comunicación que poseen, y los medios para desarrollarlo.

## **1.2. Justificación**

El ICODER cuenta con herramientas de comunicación, utilizadas para dar a conocer todos sus proyectos; no obstante, esta institución carece de información básica a nivel de las áreas de los Parques Recreativos Metropolitanos.

La poca información que existe sobre estos lugares difiere de lo establecido en el artículo 5, incisos b, c y d, del Decreto Ejecutivo N°14524-A (1983), en donde se establecen los fines de la política de recreación:

b) Fortalecer el derecho de todos los ciudadanos al descanso recreativo y al uso del tiempo libre, creando las condiciones necesarias de acceso inclusivo y sin discriminación a las vacaciones; c) Fortalecer por medio de actividades recreativas el uso positivo del tiempo libre, a las familia; y d) Destacar los valores educativos de la recreación (La Gaceta, martes 24 de mayo de 1983).

Esto debido a que la ausencia de información anula la importancia de la recreación y de los lugares que el Estado ofrece para su práctica, dejando pasar por alto el derecho mencionado en el inciso b.

Mediante una adecuada estrategia de comunicación sobre estos parques, se podría promover el uso de sus instalaciones, fortaleciendo el objetivo primordial de estos lugares, tal y como lo citó Estrella Zeledón de Carazo, Ex Primera Dama, quien lideró la iniciativa de crear muchas áreas recreativas en el Gobierno del presidente Rodrigo Carazo Odio (1978-1982). Cuando a ella se le consultó sobre el origen de estas áreas, explicó:

Lo que uno proclama es la unidad de la familia, la atención del padre y la madre a sus niños. Era para la recreación familiar, para que el papá y la mamá pudieran descansar un tiempo, disfrutando la diversión y la recreación, y también como motivo de educación. Esa idea dio buen resultado porque los padres podían llevar a sus hijos a jugar al campo, donde no había tentaciones de compras. Eran lugares donde las familias costarricenses podían encontrar un área de esparcimiento y comunicación entre la familia. (Zeledón, comunicación personal, 14 de setiembre 2013)

La visión retratada por Zeledón viene a contrarrestar el estilo de vida acelerado y alterado que, debido al estrés de las responsabilidades diarias, muchas personas de nuestro país sufren, lo cual tiene como consecuencias: enfermedades, incapacidades laborales, problemas y desintegración familiar. Todo esto viene a ser producto de la falta de tiempo para compartir en grupo, así como muchas otras razones más que pueden ser tratadas con acciones preventivas, tales como el brindar información para que las personas puedan recrearse en lugares, que sean establecidos para este fin y sin un mayor costo, mientras disfrutan y aprenden a interactuar con un medio ambiente sano, reconociendo, tanto su derecho como su responsabilidad, dentro del tema.

Como lo mencionan Duque y Sierra, “la recreación es una actividad fundamental de gran contenido educativo y tiene por objeto desarrollar la

personalidad y la capacidad creadora del hombre” (2007, p. 56). Los autores proponen que las actividades recreativas ayudan en el desarrollo del individuo, de la comunidad y en general de la nación, siendo el objetivo principal de esta práctica el bienestar y la salud que se logran al estar en contacto con la paz interior.

En este punto, vale la pena aclarar que *recreación* y *diversión* son prácticas diferentes, cuyos resultados obtenidos por su desarrollo muestran, más bien, oposición entre ellos. Schneider (2004) explica que la diversión busca distraer de una manera más excitante o desgastante, mientras que, la recreación se basa en la necesidad de reposo y descanso. Él expone como ejemplo comparativo que, “asistir a espectáculos excitantes o escuchar música estridente, se aleja todavía más del verdadero descanso reparador”, alterándose el sistema nervioso y deteriorando la salud, en lugar de recuperarla o re-crearla:

Para lograr bienestar y salud, hemos de procurar el sosiego y la paz. Al ruido hemos de oponerle el silencio; al nerviosismo, la tranquilidad y el sosiego; a la tensión diurna, la relajación; a la duda, la fe y la confianza; y a la agitación exterior, la paz interior (p. 192).

Esta marcada diferencia se debe recalcar, ya que justifica el interés de esta investigación por la promoción de los parques *recreativos* y no para parques que promuevan otro tipo de actividades. White (2003), expone su punto de vista claramente con la siguiente afirmación:

Hay una distinción entre recreación y diversión. La recreación, cuando responde a su nombre, re-creación, tiende a fortalecer y reparar. Apartándonos de nuestros cuidados y ocupaciones comunes, provee refrigerio para la mente y el cuerpo y de ese modo nos permite volver con nuevo vigor al trabajo serio de la vida. Por otra parte, se busca la diversión para experimentar placer y con frecuencia se la lleva al

exceso; absorbe las energías requeridas para el trabajo útil y resulta de ese modo un obstáculo para el verdadero éxito de la vida (p. 465).

Además de la importancia de la recreación, también se debe considerar la importancia de los parques metropolitanos en estudio, siendo estos lugares creados bajo la necesidad de buscar y apoyar el crecimiento de la biodiversidad y el equilibrio con la naturaleza, dentro de un ecosistema urbano. Se entenderá como ecosistema urbano, aquel lugar que “posee grupos de edificios separados entre sí por estructuras lineales asfaltadas e islas de vegetación”. La protección y el buen uso de estos extensos terrenos defienden la necesidad de proteger diversas especies de animales y plantas, a favor de la propia existencia humana y su recreación, realidad que presenta “el reto de evitar que este sea el paso definitivo en nuestro afán por influir en los ecosistemas naturales y los recursos.” (Conejero y Sallent, 2011, pp. 21-22).

Al respecto de este tema, Estrella Zeledón (septiembre del 2013) comentó que al establecer áreas recreativas en terreno costarricense, también fue considerado el factor ecológico, ya que era una manera de proteger áreas ecológicamente ricas, al mismo tiempo que se utilizaban para otro objetivo, refiriéndose a las actividades recreativas.

Por otra parte, la Ley 7800 menciona en sus artículos lo siguiente:

ARTÍCULO 20.- Los programas de recreación del Plan nacional deben propender a los siguientes fines:

- h) Promover la creación, el mantenimiento, uso y aprovechamiento de las instalaciones y los recursos naturales para desarrollar proyectos físico-recreativos de carácter comunal.
- l) Apoyar el mantenimiento e incremento de parques de recreación y el entorno natural en todo el país.

Debido a lo anterior, es evidente que el tema de los parques recreativos, por su naturaleza, favorece esta intención de recrearse dentro de un balance con la naturaleza y el medio urbano, situación que respalda esta investigación, en donde se presenta un plan de comunicación para fortalecer los Parques Recreativos Metropolitanos.

Dentro de este plan, se expone la utilización de diferentes herramientas, entre ellas, las nuevas tecnologías en búsqueda de grandes resultados. Urribarri (1999) plantea que “las TIC -tecnologías de la información y comunicación- han permitido el desarrollo de nuevos medios de comunicación que se distinguen principalmente de los anteriores porque son multimedia, hiperaccesibles, teleinformáticas e instantáneos” (1999, p. 55). Se pretende que, utilizando estas nuevas tecnologías, se pueda mostrar la información de los Parques Recreativos Metropolitanos a la población costarricense, de una forma más rápida, sencilla y llamativa, convergiendo los resultados de estos nuevos medios con los que se logran al utilizar medios tradicionales de comunicación.

### **1.3. Planteamiento del problema**

El ICODER es una institución semiautónoma del Estado, que tiene como fin primordial apoyar y estimular el deporte y la recreación en Costa Rica. En ella se encuentra la Dirección Nacional de la Recreación, la cual es encargada de la administración de los parques recreativos.

Al ingresar al sitio virtual del ICODER, es visible el gran apoyo que se da al deporte; sin embargo, a la hora de requerir información sobre el tema de la recreación y de los Parques Recreativos Metropolitanos, la información es escasa.

En la actualidad, por falta de comunicación, gran parte de la población de la Gran Área metropolitana no conoce la existencia de todos los parques ni las actividades que se pueden llevar a cabo en cada uno de ellos, lo que provoca que solo los más céntricos sean visitados, ignorando otros que también fueron creados con el objetivo de la recreación de la población.

Un plan de comunicación es una herramienta que además de dar a conocer los parques cómo tales, viene a informar a la población acerca de los beneficios que conlleva la recreación para el ser humano, y así cumplir con lo establecido en el Decreto 14524-A, en donde se explica:

Que una auténtica política de desarrollo en el campo de la recreación y buen uso del tiempo libre debe orientarse hacia la sociedad como un sistema que promueva el bienestar de los miembros que la forman, ofreciendo a todos iguales posibilidades reales de hacer uso adecuado de su tiempo libre. (Artículo 3, Consideraciones, 1983)

Incluye esta ley, tanto a la comunidad como al Estado, dando derecho a todos los ciudadanos de este beneficio y haciéndolos partícipes de esta práctica recreativa. Por su parte, el Estado pone a disposición áreas adecuadas para realizarla, pero no por ello la comunidad queda exenta de su responsabilidad de cuidarlas y desarrollar un sentido de pertenencia, siendo esta la forma en que se iniciaron estos sitios, según afirma Zeledón:

Si somos Gobierno... ¿todos tenemos que trabajar unidos, verdad? Entonces de todos los esfuerzos que tenían que hacerse, diferentes entidades, les digo: la luz, el agua, Obras Públicas, Ministerio de Agricultura, el INVU, todos aportaban. Las municipalidades también. Y así se pudieron hacer. Había una colaboración muy grande entre la

comunidad necesitada de algo y el gobierno que les daba (Zeledón, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

Hoy en día los parques recreativos administrados por el ICODER cuentan con una estadística de visitación muy distinta entre sí, el Parque La Sabana y la Paz que poseen una saturación de visitantes, sus características son muy similares, son parques abiertos, ubicados en el casco metropolitano y sobre carretera. El Parque Fraijanes también posee un alto nivel de visitación, debido a que se ubica camino al volcán Póas, motivo por el cuál la zona posee mucho tránsito, estando a la vista de todos. El Parque del Este y el de la Expresión son los parques menos visitados, sus instalaciones, pese a que se encuentran en muy buen estado, sus visitas son esporádicas lo que le da un aspecto de abandono.

Todos los parques cuentan con características que, aunque algunas sean similares, hacen de cada parque un lugar único y diferente, ofreciendo a la población distintas opciones y oportunidades de recreación. De ahí nace la necesidad de analizar cada una de estas características y desarrollar opciones de comunicación brindando a la sociedad costarricense lugares accesibles de esta índole.

Si los habitantes de la Gran Área Metropolitana quisieran conocer sobre esta práctica de recreación, y sobre los parques en general, les sería muy difícil porque no existe una fuente de información adecuada, lo que evita lograr el objetivo de dar a conocer estas áreas para la recreación de la comunidad. Por lo tanto, la pregunta de investigación es: ¿Cuenta el ICODER con un plan de comunicación adecuado para los Parques Recreativos Metropolitanos?

## **1.4. Principales antecedentes**

En este apartado se expone los principales antecedentes del origen de los Parques Recreativos, haciendo un recorrido por las administraciones de gobierno que dieron en primera instancia la idea y posteriormente la creación de estas áreas. Por falta de información bibliográfica, la mayor parte de lo citado pertenece a entrevistas aplicadas a personas que participaron en la creación de las áreas recreativas en Costa Rica.

### **1.4.1. Administración Oduber, 1974-1978**

Como parte de la investigación para el desarrollo de este trabajo, se contactó al señor Hernán Zamora Rojas, quien fue asistente del ex presidente Rodrigo Carazo (1978-1982) y dio seguimiento al programa de los parques recreativos, ya que, aunque esta tarea inició con el gobierno de Daniel Oduber, no fue concluida hasta la administración Carazo.

El señor Zamora comenta que el proyecto de los parques inició en la administración Oduber, sin lograr finalizarlo para cuando él entró a colaborar en el gobierno siguiente: “Recuerdo que fueron específicamente el Parque Metropolitano la Sabana, estaba botado, el parque del Sur en Barrio Cuba que también estaba botado y el Parque del Agricultor aquí en Alajuela” (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

### **1.4.2. Administración Carazo, 1978-1982**

En su gobierno, Rodrigo Carazo logró conseguir una partida en Asignaciones Familiares de ₡7.500.000, para así poder concluir el proyecto de los tres parques: el

de La Sabana, el del Sur en Barrio Cuba y el del Agricultor en Alajuela. Este dinero fue entregado al Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, para ser ejecutado a través de la Dirección Nacional de Deportes.

No obstante, el dinero no fue suficiente, según indicó Zamora, por lo que se tuvo que continuar este proyecto con recursos provenientes de todo el Estado:

Fueron programas muy interesantes en donde Don Rodrigo define que es un programa que tiene que seguir, un programa más de impulso y más de motivación que un programa estructurado, porque el programa como tal no existía, los que existíamos éramos responsables de realizar las tareas, ¿cómo las realizábamos? Las realizábamos principalmente con recursos de todo el Estado, porque plata no había (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

Además, la señora Estrella Zeledón de Carazo, ex primera dama, explicó que, antes de que su esposo fuera electo presidente, ya el plan de gobierno tenía como centro la familia, esto con el fin de desarrollar programas de asistencia social, en donde se proclamaba la unidad familiar, la atención de los padres a los hijos, los lugares donde los niños pudieran estar protegidos, entre otros (Zeledón, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

Asimismo, ella comentó que, uno de sus primeros mensajes como Primera Dama, fue compartir más con los hijos durante los fines de semana –siendo este tema promovido por su cercanía con la celebración del Año del Niño (1979)- pero que tres semanas después de ese mensaje, un hombre le pidió audiencia y le explicó que, durante dos fines de semana siguió el consejo, pero que tuvo malas experiencias porque sus hijos peleaban entre ellos y ensuciaban el carro, gritaban y lo hacían gastar más dinero de la cuenta entre helados, juguetes, granizados, etc. Los niños “querían que les comprasen todo lo que veían.

Esta misma persona también le comentó que las recomendaciones que ella hizo calzaban muy bien para las familias con mayores ingresos económicos, las cuales, por ejemplo, podían pagar para disfrutar de las instalaciones del Country Club o del Tennis Club, disfrutando de los espacios y las actividades que estos ofrecían. Sin embargo, estas recomendaciones no eran prácticas para “ellos”, refiriéndose a familias de bajos y medianos recursos.

Esta experiencia hizo que la señora Zeledón reflexionara: “Tiene razón, yo estoy predicando una cosa que la mayoría de la gente no tiene posibilidad de hacerla” (Zeledón, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013). La anterior anécdota impulsó aún más el proyecto de creación de Áreas Recreativas, como se les llamaba originalmente, bajo negociaciones con responsables de terrenos que reunían las características necesarias, para ofrecer a las familias lo necesario para disfrutar de la recreación y del descanso.

Ella recuerda que una de las primeras áreas fue el Parque del Este, amplio terreno rico en vegetación, perteneciente al INVU, (Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo), ubicado en Sabanilla de Montes de Oca; un área céntrica de fácil acceso para las familias de las comunidades cercanas.

En aquel entonces el INVU no tenía planes de urbanizar este terreno porque había un problema con la llegada del agua potable. De esta forma, se llegó a un acuerdo de pagar “un monto simbólico” por el préstamo o alquiler de ese espacio. El plan del gobierno era poner “ranchitos”, en donde las familias disfrutaran de la comida que llevaban de sus casas, así como algunas canchas y espacios para que los niños pudieran jugar, sin ser presionados por ventas comerciales que los tentaran a pedir dinero a sus padres.

Esta iniciativa se dio debido a las necesidades que en aquella época tenían las familias costarricenses, identificadas por el señor y la señora Carazo, sin ser un

plan establecido bajo ninguna norma ni estudio profesional. Hasta que el proyecto estuvo avanzado, se le solicitó la colaboración al señor Alfredo Cruz, primer profesional en el área del deporte y de la recreación en Costa Rica, quien, popularmente, es conocido por su academia de natación, “Las piscinas Alfredo Cruz”, en la zona de San Pedro, Montes de Oca.

La señora Zeledón aclara, de la misma forma que lo expuso el señor Zamora, que para la creación de esas áreas no se hizo uso del presupuesto nacional, porque simplemente no existía presupuesto para esos proyectos. Asimismo, ella afirma que en esa época, resultaba más sencillo que hoy día solicitar la colaboración de las diferentes instituciones gubernamentales y de sus representantes, aportando cada uno de ellos recursos que fueron enriqueciendo estos espacios, tales como: agua potable, iluminación, materiales para construir los ranchos y las canchas, entre otros. También, algunas de estas instituciones facilitaron personal para la administración de estos lugares.

Para esta administración, después de darse por inaugurado el Parque Metropolitano La Sabana, fue también creada la Comisión de Áreas Recreativas en 1979: “Se hizo porque Don Rodrigo empezó a darse cuenta, con la gente de Parques Nacionales, de que habían muchas zonas con potencial para desarrollar zonas de recreación” (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

#### **1.4.3. Comisión de Áreas Recreativas**

En 1979, bajo el gobierno del señor Rodrigo Carazo (1978-1982), se crea la Comisión de Áreas Recreativas, a través de Parques Nacionales (en aquel momento llamado Servicio de Parques Nacionales), el cual pertenecía al Ministerio de Agricultura y Ganadería, para así coordinar el manejo y la administración de las

Áreas Recreativas, esto debido al gran volumen de proyectos que se estaban desarrollando.

Dicha comisión estaba precedida por el señor Hernán Zamora, en coordinación con la Casa Presidencial, el Instituto Costarricense de Turismo, la Dirección Nacional de Deportes, dentro del Ministerio de Cultura Juventud y Deportes, y el Ministerio de Obras Públicas y Transportes (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

Esta “coalición” se creó por el hecho de que no había presupuesto para el desarrollo de estos proyectos y que no se podía contratar personal ni hacer ningún otro tipo de gasto económico, por lo que las diferentes entidades aportaban lo que estaba a su alcance, como por ejemplo: Parques Nacionales tenía tierras; el Instituto Costarricense de Turismo, tierras y dinero; y la Presidencia de la República coordinaba, no ejecutaba. Inclusive se involucraron otras instituciones y municipalidades a las que se les pedía colaboración en materiales o, en su defecto, se les solicitaba personal para sembrar y poner las mesas (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

Entre 1980 y 1981, ya estaban creados varios de estos parques recreativos, bajo la coordinación de la Comisión de Áreas Recreativos, pero, antes de finalizar el mandato, dicha coordinación pasó a manos de la Oficina de la Primera Dama, la cual además, desarrollaba con éxito el proyecto de creación de parques infantiles, presente en los 82 cantones del país, en conjunto con las comunidades y las municipalidades respectivas.

El señor Zamora comentó que antes de finalizar este gobierno, se propuso la creación de la Dirección Nacional de Recreación, adscrita al Ministerio de Cultura, para que allí se hicieran cargo de todas estas áreas recreativas, la cuales ya habían sido creadas y estaban operando.

#### **1.4.4. Dirección de Recreación**

La Dirección de Recreación fue creada al finalizar el gobierno de Rodrigo Carazo, con el propósito de continuar con el control y el manejo de varias Áreas Recreativas establecidas en su gobierno. Algunas de estas áreas, antes del cierre de la comisión, pasaron a manos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y de otras entidades, muchas de estas áreas son ahora parte de la Red de Parques Nacionales, administrada por el SINAC.

En el artículo 1º, Decreto Ejecutivo 14536-C, Ministerio de Cultura Juventud y Deportes, con fecha del 24 de mayo de 1983, se crea la Dirección de Recreación y, en el artículo 12º de ese mismo decreto, se establece que la Dirección General de Educación Física y Deportes, a través de la Dirección de Recreación, sería la encargada de la coordinación, planificación, programación, desarrollo y promoción de la política nacional de recreación. En este mismo artículo, se citan los parques a traspasar: El Este en San José, La Expresión “Laguna Doña Ana Cleto” en Paraíso de Cartago, La Dominica en Turrialba, Cartago, Fraijanes en San Pedro de Poás, Alajuela y Cariari en Portete, Limón.

#### **1.4.5. Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación (ICODER)**

Tras varios años y ya iniciado el gobierno del Dr. Miguel Ángel Rodríguez, la Ley Orgánica de la Dirección General de Educación Física y Deporte fue derogada en su totalidad por la Ley 7800 del 30 de abril de 1998, en donde se crea el ICODER, bajo el fin primordial de promocionar, apoyar y estimular la práctica individual y colectiva del deporte, así como la recreación de los habitantes de la República.

En el artículo 1º del Reglamento para el uso Público de Parques Recreativos, publicado en La Gaceta N° 186 del 29 de setiembre del 2003, se regula el uso

público de los parques recreativos, a saber: Parque del Este en el cantón de Montes de Oca, San José; Parque Recreativo La Expresión de la Laguna de Doña Ana Cleto en el cantón de Paraíso, Cartago; Parque Recreativo Laguna de Fraijanes en el cantón Central en Alajuela; Parque Metropolitano la Sabana, Padre Chapuí en el cantón Central de San José; Parque Recreativo La Dominica en el cantón Turrialba, Cartago; y el Parque Recreativo Cariari en el cantón Central en Limón.

Esta investigación se enfoca en los cinco Parques Recreativos pertenecientes a la GAM: El Este, La Sabana, Fraijanes, La Expresión y el Parque de la Paz, siendo este último creado y administrado por el Ministerio de Cultura, directamente bajo el Ministro de Cultura Guido Sáenz, a partir de 1986, dándose por inaugurado al concluir la primera etapa en 1989. Años después, este pasó a ser parte de los parques administrados por el ICODER.

#### **1.4.6. Otras fuentes consideradas**

Para abordar el presente trabajo, se realizó una revisión bibliográfica de los diferentes estudios nacionales relacionados con el tema tratado, de los cuales se mencionan dos de ellos:

- a. En setiembre del año 2005, Sandra Alfaro de la Universidad de Costa Rica, realizó un proyecto de graduación, para optar por el grado de Magister, llamado *Diseño de una estrategia de recreación para el Parque del Este en Montes de Oca, Costa Rica*, cuyo objetivo general fue contribuir a potenciar las capacidades recreativas del Parque del Este, en beneficio de la población costarricense, mediante la propuesta de una estrategia de recreación financieramente viable y armonizada con las condiciones ambientales y culturales.

En los hallazgos de esta investigación, se establece que el parque requería de un plan para manejar estratégicamente su mantenimiento, ya que había seis personas laborando en ese momento. Asimismo, en el tema de seguridad no se reportaban delitos, contando con tres guardas de seguridad y la realización de una ronda diaria de vigilancia por parte de la Fuerza Pública.

Este parque contaba con control de visitantes y, en lo que respecta al horario de atención al público, la solicitud por parte de la población de estudio fue extenderlo. También existía un convenio con la comunidad para la realización de ejercicios aeróbicos, siendo este el único convenio que existía para ese entonces. Sin embargo, este parque está a disposición de la comunidad, para que sus habitantes realicen actividades recreativas y deportivas.

Dentro de los resultados de la investigación, Alfaro (2005) expone lo siguiente:

El Parque no cuenta con ningún medio de promoción o divulgación publicitaria. Únicamente se tiene un rótulo en la entrada del Parque que no se encuentra en óptimas condiciones. Hay además un desplegable informativo de los parques del ICODER, el cual se entrega a personas que lo soliciten o en actividades que realice el Instituto. Divulgar la existencia y localización del Parque es importante porque no es tan conocido y la gente no se percata de lo accesible que es (Alfaro, 2005, p. 84),

Este estudio demuestra que el parque recibe la mayor cantidad de sus visitantes en tiempos de vacaciones escolares. Sin embargo, fuera de estas épocas, la asistencia disminuye, siendo esto verificado en el cuadro de visitación, en donde se registra una disminución de visitas desde el 2002.

El Parque del Este es uno de los parques recreativos de Costa Rica en donde, gracias a este estudio, se demuestra la falta de promoción del mismo, lo cual repercute en la poca asistencia de los visitantes. De la misma forma, se evidencia una disminución de las visitas conforme pasan los años, lo cual refuerza el objetivo general del trabajo: promover los Parques Recreativos Metropolitanos de Costa Rica.

- b. En agosto del año 2010, estudiantes de la Universidad Autónoma de Centroamérica, realizaron un estudio sobre El Parque de La Paz, cuyo objetivo general fue conocer los diferentes problemas y necesidades que presenta este parque para la realización de actividades recreativas y deportivas. También se dieron recomendaciones para mejorar su situación y así promover el cambio de dicho sector, hasta convertirlo en un lugar adecuado para el deporte y el esparcimiento.

Este estudio muestra que la mayoría de las personas que asisten al parque lo hace con sus amistades, mientras que, un segundo grupo más grande, ingresa con sus familiares, siendo la mayoría visitantes de la Gran Área Metropolitana, y una minoría que proviene de área rural. La mayoría de los visitantes llegan los fines de semana y, adicional a esto, la mayor concentración de personas son las que tienen entre quince y treinta años.

Lo desarrollado por Alfaro sirve como referencia para esta investigación, ya que se demuestra cómo, dependiendo del parque, la visitación no es solo familiar y, por el contrario, consiste en su mayoría por personas acompañadas por amistades.

## **1.5. Objetivos de la investigación**

A continuación se presentan el objetivo general y los específicos de esta investigación que dará lineamientos a seguir sobre la solución del problema y la propuesta de mejora al tema de investigación.

### **1.5.1. Objetivo general**

Analizar la comunicación de los Parques Recreativos Metropolitanos de Costa Rica, con sus personas usuarias actuales y potenciales de la Gran Área Metropolitana, para proponer al Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación un plan de comunicación que contribuya en la promoción de estos parques.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- $\alpha$ . Caracterizar los Parques Recreativos Metropolitanos de Costa Rica y su población usuaria.
- $\beta$ . Diagnosticar la información promocional recreativa existente en los diferentes medios de comunicación de dichos parques.
- $\chi$ . Determinar el conocimiento, los gustos, los hábitos y las preferencias de la población de la Gran Área Metropolitana acerca de los Parques Recreativos Metropolitanos de Costa Rica.
- $\delta$ . Desarrollar una propuesta de plan de comunicación para los Parques Recreativos Metropolitanos.

## **1.6. Alcances y limitaciones de la investigación**

### **1.6.1. Alcances**

- Esta investigación abarca cinco de los siete Parques Recreativos que están bajo la administración del ICODER. Los parques considerados son los que se ubican dentro de la GAM: Parque La Sabana, Parque de La Paz, Parque del Este, Parque de Fraijanes y Parque La Expresión.
- Dentro de esta investigación, se consideran las actividades recreativas que se desarrollan dentro de estos parques, excluyendo así las actividades deportivas competitivas o aquellas que se apartan del objetivo primordial de la recreación.
- Se establece como principal marco de referencia a los administradores y a la administradora de los cinco parques, esto con el fin de conocer más sobre las experiencias, las características y el manejo de estas áreas y sus visitas.
- La aplicación del cuestionario como instrumento de investigación se aplica solamente a la población de la GAM.
- El instrumento de observación se aplica a las personas que visitaron los parques durante los fines de semana, entre mayo y junio del año 2013, excluyendo así a las visitas de entre semana y demás meses del año.

Toda la información reunida será de gran utilidad para el ICODER, quien es responsable de la promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos de Costa Rica, y también para la población con acceso a las instalaciones de los parques, los historiadores y, en general, para todo el público; fortaleciendo el conocimiento, la implementación de mejoras, las futuras investigaciones, las referencias o los análisis de esta misma investigación.

### **1.6.2. Limitaciones**

- Existe ausencia de documentación legal, política y social que justifique, desde sus inicios, la necesidad de crear los parques recreativos.
- Existe dificultad para localizar personas como fuentes de información sobre el conocimiento inicial de cómo se formaron las áreas recreativas.
- La falta de presupuesto de la administración de los Parques Recreativos podría limitar el desarrollo de la propuesta del plan de comunicación que se propone en este trabajo.

## **Capítulo II. Marco teórico**

El desarrollo de este capítulo se fundamenta en los conceptos y las teorías que respaldan este trabajo de investigación.

Se inicia con el tema de los parques, con el fin de conocer sobre ellos y la importancia que se les otorga en la sociedad, así como la recreación y sus diferentes áreas, dando a conocer su relevancia para el desarrollo del ser humano. Seguido de la teoría de comunicación en la que se basó este trabajo; los medios de comunicación, incluyendo los digitales, y sus características, permitiendo ajustar las necesidades de comunicación y una adecuada elección. Finalizando con temas de publicidad y marketing, todo lo anterior, con el objetivo de sustentar la propuesta de comunicación para la Promoción de los Parques Recreativos.

## **2.1. Parques Nacionales de Costa Rica**

Gerardo Budowski (1967), presenta, en el resumen del seminario sobre parques nacionales de Costa Rica, la definición de éstos como:

Zonas establecidas para la protección y preservación de paisajes de belleza excepcional y de flora y fauna de interés nacional o internacional cuyo disfrute y beneficio se hacen asequibles al público en general, siguiendo un plan de manejo bajo control oficial (p. 2).

En dicho resumen Budowski (1967) además menciona que, de los parques nacionales, se pueden derivar inmensos beneficios económicos, estéticos y educativos pero que, al mismo tiempo, demandan planificación, capitales, conocimientos técnicos, estudios económicos, labor de convencimiento de las autoridades y colaboración de organismos internacionales, que ayuden a establecer planes para el establecimiento de los parques.

Según el autor, el establecer sistemas de parques nacionales que comprendan lo anterior, se ve beneficiado por los grandes atractivos naturales que existen en Costa Rica, tales como: volcanes, lagos, caídas de agua, playas hermosas, entre muchos otros. Sin embargo, él aclara que:

El mayor problema consiste en la falta de una política oficial de promoción y sobre todo la falta de técnicas para convertir o habilitar estos recursos a través de planes de manejo adecuadamente diseñados para los fines a que se quieren destinar (p. 4).

Por lo que es de suma importancia recalcar una de las observaciones planteadas en la sección “Prioridades en parques nacionales” de dicho resumen, en donde Budowski explica que, “las decisiones deben también tomar en cuenta las corrientes de la opinión pública” (p. 7), afirmación que, sin duda alguna, se opone a la falta de promoción que se recalcó anteriormente como el mayor problema que presentan los parques.

### **2.1.1. Parque Recreativo o Área Recreativa**

Según Chaverri (1979), se cataloga como parque recreativo a un área escénica de tamaño grande, que posea atracciones recreativas al aire libre, de origen natural o construido por el ser humano, accesible a un número significativo de la población. El área es relativamente poco frágil, de fácil acceso por medio de transporte público y posee el potencial de desarrollar dentro de ella una variedad de posibilidades recreativas para acomodar un uso intensivo. La alteración humana y la manipulación del terreno son aceptables (p. 9).

### **2.1.2. Parque Urbano**

Se trata de un terreno abierto, delimitado y poblado por plantas, situado en o cerca de un núcleo urbano, que cumpla una función de airearlo y de procurar recreo a sus habitantes (Zoido, De la Vega, Morales, Hernández y González, 2000, p. 256).

### **2.1.3. Parques Recreativos Metropolitanos**

Considerando que cada parque posee sus propias características, siendo esto un factor importante para el desarrollo de este trabajo, se mencionan a continuación las características más importantes de los Parques Recreativos Metropolitanos.

#### **a. Parque Metropolitano La Sabana**

- Localización: provincia de San José, cantón número uno y distrito de Mata Redonda.
- Tamaño: 72 hectáreas
- Tipo: Parque Urbano Recreativo Público

Áreas de servicio y atractivos del parque:

- Baños
- Pista de atletismo: Abierta al público en general para correr, caminar, montar en bicicleta, andar en patines, entre otros usos.
- Canchas de fútbol: Se encuentran en varios puntos del parque y están a disposición del público.
- Piscinas María del Milagro Paris: Utilizada para clases de natación, programas con adultos mayores y algunas competencias del ámbito nacional, para su ingreso se debe cancelar una cuota mensual.
- Canchas de tenis: Abiertas al público en un horario regulado.

- Canchas de basquetbol y voleibol: De uso regular, abiertas al público cuando lo dispongan hasta las 6 de la tarde.
- Lago: Atractivo a la vista del público, se utiliza para pescar y cuenta con un ojo de agua donde las personas disfrutan libremente.
- Museo: Se ubica en el lugar del antiguo aeropuerto de La Sabana, ahí se pueden admirar obras de arte, entre otras cosas.
- Estadio Nacional: Uno de los mayores atractivos en el ámbito nacional, utilizado para juegos importantes, tanto de campeonato nacional como para partidos de la Selección Nacional. También cuenta con una pista de atletismo muy bien equipada, ahí se ejecutan grandes justas deportivas, tanto nacionales como internacionales.
- Gimnasio Nacional: Se realizan grandes eventos deportivos, por ejemplo: basquetbol nacional, campeonatos de gimnasia, campeonatos de artes marciales y de voleibol, los cuales abarcan, tanto en el ámbito nacional como el internacional.
- Gimnasio de boxeo, pesas y gimnasia: Abierto para las personas que quieran utilizarlo, se debe cancelar una cuota y acoplarse al horario establecido. (Arrieta et al., 2006, pp. 8-9)

#### **b. Parque Metropolitano de La Paz**

- Localización: Situado en la parte sur de la ciudad, en el distrito de San Sebastián de San José
- Tamaño: 53 hectáreas
- Tipo: Parque Urbano Recreativo Público

Áreas de servicio y atractivos del parque:

- Baños

- Lago: Cuenta con un lago de 3.5 hectáreas, atravesado por la carretera de la circunvalación.
- Isla: En el sector Norte del lago, se construyó una isla y una fuente, para eventos artísticos populares.
- Terraza De Los Higuerones: Se le dio ese nombre al área de exposiciones frente al lago, cuenta con una extensión aproximada de 2200 metros cuadrados.
- Senderos: Se han construido aproximadamente 4.5 Kms de senderos. Esta primera fase cuenta con drenajes y una base de lastre.
- Juegos Infantiles: El parque tiene a la disposición de los niños una serie de juegos infantiles en cada uno de sus sectores.
- Mural de la Democracia: En el sector Noroeste, colindante con las condominios del INVU, se encuentra un mural elaborado por niños de diferentes escuelas del país, cuyo tema fue la " Democracia costarricense".
- Mirador Chirrido: Pequeño montículo cerca del área de administración, de donde se puede apreciar el parque en su mayor extensión
- Canchas: El Parque posee nueve canchas de fútbol, dos de béisbol y cuatro de basquetbol.
- Pista de Bicicrós: Esta se construyó a petición de la Asociación Costarricense de Bicicrós, quienes tienen a su cargo el cuidado y el mantenimiento.
- Velódromo: Actualmente, se utiliza para grandes eventos de velocidad en bicicleta, tales como la vuelta a Costa Rica en sus etapas cronometradas.
- Terraza: Esta área está destinada a las exposiciones de arte y de artesanía, construida alrededor de un espejo de agua.
- Talleres: Tres edificios que albergan la casa del artista y la Asociación costarricense de artesanos. Se imparten cursos gratuitos de dibujo, pintura y artesanía. (Arrieta et al., 2006, pp. 6-8).

### **c. Parque Metropolitano de Fraijanes**

- Localización: San Isidro de Alajuela, carretera al Volcán Poás
- Tamaño: 40.000 mts<sup>2</sup>
- Tipo: Parque Recreativo

Áreas de servicio y atractivos del parque:

- Baños
- Canchas de fútbol, baloncesto y voleibol
- Ranchos y zonas de picnic
- Mesas y parrillas para almuerzos familiares
- Juegos infantiles
- Dos anfiteatros
- Tableros para ajedrez
- Área para juegos tradicionales.
- Zonas ecológicas
- Un lago
- Áreas verdes con bosques de árboles frondosos y especies variadas, de las cuales predomina el ciprés.
- Tres senderos que permiten la exploración: el sendero El Conocimiento, que rodea la laguna y tiene una distancia de 350 metros, el sendero La Conciencia, que bordea el área de ranchos y tiene una distancia de 450 metros y el sendero Ecológico, el cual se introduce en el corazón del bosque y cuenta con dos torres de observación ecológica y una distancia de 600 metros.
- Salón Multiuso
- Dos refugios con servicios sanitarios
- Cinco cabañas diseñadas para pasar la noche en el parque

(Arguedas y Quesada, 2010, pp. 7-8)

**d. Parque Metropolitano del Este**

- Localización: San Rafael de Montes de Oca, San José
- Tamaño: 33 manzanas
- Tipo: Parque Recreativo

Áreas de servicio y atractivos del parque:

- Dos piscinas
- Juegos infantiles,
- Senderos,
- Cancha de fútbol,
- Cancha de fútbol playa,
- Canchas de baloncesto,
- Cancha de voleibol
- Densa vegetación que rodea todo el complejo y senderos para recorrerlo

(Aragón y Sanabria, 2010, pp. 7-8).

**e. Parque Recreativo La Expresión, Laguna de Doña Anacleto**

- Localización: Paraíso de Cartago
- Tamaño: 8 hectáreas
- Tipo: Parque Recreativo

Áreas de servicio y atractivos del parque:

- Senderos
- Cancha de fútbol,
- Juegos infantiles
- Ranchos y zonas de picnic
- Mesas para almuerzos familiares

- Lago
- Canchas de basquetbol
- Salón Multiusos
- Baños

(Observación personal, 18 de mayo de 2013).

## **2.2. Recreación**

La recreación es un tema importante para el desarrollo del ser humano, es por esta razón que se detallan temas relacionados y que además son justificantes del por qué se crean las áreas recreativas.

Cloutier (2001) define la recreación como:

Un proceso a través del cual el ser humano logra modificaciones en su forma de ser, obrar, pensar y sentir; es también un fenómeno psico-social que forma parte del proceso de producción-reproducción económica, política e ideológica, durante el tiempo libre, como extensión de la jornada laboral (p. 15).

Con esta cita, extraída del prólogo de su libro, los autores exponen una verdad que es poco comprendida por las personas que buscan realizar actividades “recreativas”, pero que, en realidad, lo que practican son, como lo llaman los autores, “entretenimiento superficial”.

### **2.2.1. Actividades Recreativas**

Hay gran variedad de actividades recreativas, las más conocidas son las que se practican al aire libre, ya sea de forma individual o grupal, en las que destacan las actividades deportivas, las culturales y las sociales. Cualquiera de estas actividades promueve los valores sociales y actúa como medio educativo para cualquier individuo.

Confundida la mayoría de las veces con actividades de entretenimiento superficial, la recreación no ha logrado encontrar su sitio dentro de los contenidos que los profesionales de la educación física, el deporte y la recreación ofrecen a su beneficiarios (Guinguis et al., 2006, p. 7).

Los autores afirman, y para efectos de este trabajo es de suma importancia recalcar, que “la recreación se ha convertido en una necesidad, que mejora ampliamente la calidad de vida.” Agregan además que proporciona la convivencia en un ambiente natural, en donde existe contacto con los bosques, los campos y la belleza de la naturaleza.

Personas de cualquier edad o limitación pueden disfrutar de esta práctica, la cual, la mayoría de las veces, es al aire libre, como lo es en el caso de: “zoológicos, jardines botánicos o santuarios de fauna y otro que involucra los viajes a los ambientes naturales.” (Guinguis et al., 2006, p. 8).

El hecho de promocionar un lugar que se hace llamar “parque recreativo”, debe hacerse conociendo a fondo su significado e intención, adjuntando otras actividades como atractivas y beneficiosas, pero siempre enfocando la mayor fuerza en el objetivo de re-crear, por medio de actividades y espacios, y no del mero entretenimiento: “En definitiva, nos permite disfrutar sanamente del vivir” (Guinguis et al., 2006, p. 10).

Aprender a relajarse e interiorizarse, para así analizar las circunstancias, es una manera de recrearse, convivir de forma sana e interactuar con un grupo; en lo que respecta a la práctica recreativa, ayuda a la integración social y a dar valor al medio ambiente, evitando el daño ecológico.

En el libro de Guinguis y Incarbone (2006), se analizan en trece áreas los contenidos del tiempo libre, momento idóneo para disfrutar de actividades

recreativas como deportes, actividades lúdicas, creativas y solidarias o sociales, siendo estas donde se involucra la mente y el cuerpo, todo con el propósito de mantener buena salud física y mental y desarrollar, además, un buen equilibrio dentro de la comunidad a la que se pertenece. El beneficio obtenido es el placer de participar de estas actividades (p. 14).

- **Área físico-deportiva:**

Incluye deportes individuales, grupales, con o sin pelota, con o sin elementos o aparatos de gimnasia y juegos orientados al deporte. A diferencia del deporte tradicional, estas se planifican y programan por el simple gusto de participar para jugar con otro y no contra otro.

Ejemplos: ejercicios aeróbicos, artes marciales, atletismo, basquetbol, béisbol, ciclismo, fútbol, gimnasia, levantamiento de pesas, tenis, triatlón, voleibol, entre otros.

- **Área al aire libre y Área acuática**

Registran un desarrollo exponencial durante los últimos años, también se les denomina como deportes o actividades de alto riesgo, de adrenalina o de aventura. Algunas de las actividades son: campamentos, carreras a campo traviesa, ciclismo de montaña, escalada en roca, excursiones, rappel, senderos, vuelos en globos aerostáticos, buceo, descensos en ríos, nado sincronizado, natación recreativa, remo, surf, esquí acuático, entre otros.

- **Área lúdica**

Con frecuencia se confunde el área lúdica con los contenidos generales de la recreación, reduciendo ambos términos al simple hecho de conocer juegos de todo tipo, cuando, en realidad, el área lúdica incluye la formación de conceptos complejos, en donde se involucra una gran variedad de actividades como: grandes juegos, juegos de azar, juegos de competencia, juegos de mesa, juegos de vértigo y juegos intelectuales.

- **Área manual**

Fomentan la creatividad, dando estímulo a la imaginación al crear con las propias manos. Se trata de un área en donde el participante recibe un alto nivel de gratificación personal, al realizar un proyecto por sí mismos. Citando algunos ejemplos, tenemos: alfarería, escultura, pintura, modelado en cerámica, orfebrería, repujado, tejido en telas, vitrales, entre otros.

- **Área artística**

Incluye el desarrollo de todas las habilidades escénicas (teatrales o musicales), donde el nivel de compromiso y participación personal o grupal es muy importante. Entre ellas se citan el canto, la danza, la interpretación instrumental, el teatro, entre otros.

- **Área conmemorativa**

Se le denomina área conmemorativa a la práctica de organizar y conducir eventos, utilizando conocimientos especializados para ayudar a cubrir mejor las expectativas, garantizando el éxito sin mayores riesgos. Algunas actividades dentro de esta área son: los carnavales, los actos cívicos, los actos históricos, las fiestas étnicas, las fiestas religiosas y la organización de días festivos.

- **Área social**

Se trata de un espacio ideal para promocionar y facilitar encuentros entre personas con gustos afines, así como para fortalecer vínculos intrafamiliares e intergeneracionales. Entre más capacidad y experiencia que el dirigente posea, se garantiza un mayor éxito en las actividades. Algunas de ellas son: los bailes sociales, los banquetes, los clubes de lectura, los juegos de mesa, las veladas culturales y las actividades donde se demuestren talentos.

- **Área literaria**

Consiste en especialistas en literatura o en el cine y hasta personas con poca experiencia, que simplemente poseen el gusto por este tipo de actividades. En ella, se tiene la oportunidad de crear, apreciar y convivir con mundos imaginarios, así como de tratar con otras personas en diferentes eventos y ambientes, en los cuales es posible ampliar la visión del mundo real y la ficción, agrandando el acervo cultural de los visitantes. Dentro de esta área, se encuentran las actividades o juegos mentales, como lo son los rompecabezas, las charadas y los acertijos. También forman parte de este grupo de actividades los clubes literarios, los talleres de composición, los talleres de narración, entre otros.

- **Área de entretenimiento y aficiones**

Agrupadas generalmente en clubes o asociaciones de aficionados, estas actividades exigen un gran esfuerzo en la investigación, la búsqueda y la acumulación, en caso del coleccionismo, y precisión manual en caso del modelismo. Parte de las actividades de esta área son el aeromodelismo, el automodelismo, el modelismo naval y las colecciones de objetos, tales como: sellos postales, monedas, billetes de banco, llaves, entre otros.

- **Área técnica**

Los participantes obtienen como beneficios, tanto el placer como la satisfacción de dedicarse a mantener vigentes antiguos oficios, tales como: la jardinería, la albañilería, la carpintería, la cocina, la mecánica, la plomería, la ebanistería, la electricidad, entre otros.

- **Área comunitaria**

La participación que implica un profundo y definido espíritu de solidaridad y de compromiso social. Se dan esfuerzos colectivos para mejorar las condiciones de

vida dentro de una comunidad. Entre las actividades más destacadas están las campañas de evacuación, las jornadas deportivas y los talleres ecológicos.

- **Área de mantenimiento de la salud**

Se requiere de una capacitación especial para atender personas que, sin previa preparación, inician actividades en el mundo de la actividad física. Es importante saber sobre la reducción de riesgos, la realización de exámenes preventivos y de carácter interdisciplinario y la evaluación médica de rutina. Pertenecen a esta área: la asesoría en el acondicionamiento físico, las campañas de activación física, las jornadas para la salud y los programas de nutrición.

### **2.2.2. Diversión**

Gerardo Castillo (1992), explica que, la palabra *diversión* “procede del verbo latino *divertere*, que significa apartar, desviar, separar, alejar.” Además aclara que divertirse es apartarse y olvidarse, por un lapso de tiempo, de las preocupaciones y de las fatigas generadas, propias de la vida cotidiana. La diversión, de vez en cuando, es necesaria con el fin de generar nuevas energías para continuar con nuestro trabajo: “la diversión responde, por tanto, a una necesidad natural. Además de descanso, proporciona recreo, solaz, entretenimiento. Ayuda a que el tiempo libre sea agradable.”

La diversión es definida por Castillo (1992) como una de las actividades propias del tiempo de ocio (s.p). En este mismo contexto, el autor menciona que se debe distinguir entre “la diversión como un cambio temporal de actividad para lograr mejor algún propósito (reponer fuerzas, desarrollar la creatividad, convivir, entre otros) y la diversión como escape.” La diversión como cambio, está al servicio del desarrollo personal, mientras que la diversión como escape hace lo contrario, dificultando ese desarrollo:

La actitud de escape evita las situaciones de silencio y de soledad necesarias para el diálogo consigo mismo y con Dios. La búsqueda de experiencias emocionales sin control y sin medida supone vivir en la superficialidad (s.p).

El entender el concepto de diversión de forma equivocada y la necesidad de vivir, trabajar o convivir sin el ruido, la prisa y la dispersión, se plantea bajo el nombre de “frivolidad”, siendo este factor el que lleva a las personas a dejar de regir su vida por motivos profundos, para dejarse llevar por superficiales (Castillo, G., 1992, s.p).

Por lo tanto, para una mejor comprensión de este trabajo, es importante ubicar la diversión como cambio temporal, producto de realizar actividades recreativas, y no como escape, con la intención de buscar siempre mejorar la calidad de vida a beneficio propio y social.

### **2.2.3. Deporte**

Según Felio Ruiz, Antonio Ruiz, Inmaculada Perelló y Núria Caus (2003), el término “deporte” no posee una definición clara, debido a que está ligado a términos culturales propios e intransferibles, así como es caracterizado por una continua renovación de las normas y las reglas de las federaciones internacionales, por la aparición de nuevos deportes y por la búsqueda de nuevas formas de expresión corporal. Además, los autores mencionan algunos otros conceptos, según diferentes autores:

Pernavieja (1966): “Diversión en forma de ejercicios físicos”

Cagigal (1957): “Aspecto lúdico, espontáneo y desinteresado que se practica como forma de superación y que puede estar sometido a algún tipo de regla.” “No es fácil determinar la definición del concepto deporte, ya que ésta es cambiante y compleja.”

Luschen y Weis (1976): “El deporte es una acción social que se desarrolla en forma lúdica como competición entre dos o más partes contrincantes (o contra la naturaleza) y cuyo resultado viene determinado por la habilidad, la táctica y la estrategia” (pp. 14-15).

#### **2.2.4. Tiempo libre**

Lobo y Menchén, citados por Muñoz (2011), definen:

El tiempo libre es el tiempo que queda libre de las necesidades y obligaciones ineludibles; es decir, el tiempo empleado en actividades no obligatorias. El tiempo libre debe entenderse no como estar libre de algo, sino también como estar libre para algo, o sea, disponibilidad para ejecutar algo que procura placer y satisfacción, etc. No se puede comprar, ni ahorrar, ni pedir prestado. Sólo se puede usar (Muñoz, 2011, p. 17).

#### **2.2.5. Ocio**

Dumazeider, citado por Muñoz (2011), define:

El ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales, para descansar, para divertirse, para desarrollar su información o su

formación desinteresada, o para participar voluntariamente la vida social de su comunidad (Muñoz, 2011, p. 18).

## **2.3. La Comunicación**

Para el desarrollo de la propuesta de comunicación de esta investigación es indispensable conocer acerca de las teorías de comunicación, que justifique lo propuesto, adaptando las teorías a la actualidad en la utilización de los medios digitales, citando los medios de comunicación tradicionales y digitales, con el fin de conocer sus características y posteriormente proponer su utilización.

### **2.3.1. Teorías de la comunicación**

Desde el siglo pasado y a partir de la década de los treinta, la investigación en comunicación se ha enfocado en los fenómenos ligados al público. Esto se puede apreciar con la creación temprana del esquema de Harold Lasswell, el cual posibilitó una delimitación clara de los elementos que concurren en la comunicación, basándose en el principio: “QUIEN dice QUE, por qué CANAL, a QUIEN, con qué EFECTO” (Belmonte, 2006).

¿Quién?: Laswell establece que quien emite el mensaje es el emisor, independientemente de quien sea y de cómo lo esté haciendo. Dentro del proceso de comunicación, es importante saber quién es el emisor, ya que de ello se derivan factores dignos de análisis, porque no es lo mismo que un médico hable de una enfermedad a que lo haga un estadístico.

¿Dice qué?: Se está hablando del mensaje, puesto que el emisor siempre tiene algo que dar a conocer y esto mismo es lo que se dice. El mensaje es lo que se está transmitiendo y este debe ser claro y conciso, según a quien se le dirija.

¿Por cuál canal? Estos son los medios utilizados para transmitir el o los mensajes.

¿A quién? Refiriéndose al receptor, se debe conocer quién va a estar del otro lado del medio, recibiendo la información.

¿Con qué efecto? Se habla del impacto que tiene este mensaje, según el manejo de los factores anteriores. Si el manejo y la aplicación de estos factores son adecuados, entonces se espera un buen impacto, pero, si esto no sucede, se deben estudiar e identificar los factores que afectaron, desde el emisor en la cadena de este modelo hasta llegar al receptor.

En el ámbito de la comunicación, se presenta el modelo EMIREC (Cloutier, J. 2001), el cual expone lo siguiente: “todo hombre debe ser visto y reconocido como un EMIREC; todo ser humano está dotado y facultado para ambas funciones, y tiene derecho a participar en el proceso de la comunicación actuando alternativamente como emisor y receptor”.

El concepto de EMIREC da una posición distinta a nivel de comunicación, ya que, al ser un individuo tanto emisor como receptor, se le permite ir más allá de la comunicación de masas y enfocarse más en la individual. Siendo este tema un fenómeno actual, con toda la era cibernética y los cambios que esta conlleva, tanto a nivel de comportamiento social como en las formas de comunicación. Un concepto más amplio de la propuesta de EMIREC de Jean Cloutier, es mencionado por Galeano (2011):

Jean Cloutier, de la Universidad de Montreal, aborda los problemas de la comunicación bajo el ángulo de la cibernética, porque “los esquemas lineales que disocian las funciones de E y de R no son suficientes para explicar el proceso completo de la comunicación”. Para Cloutier (2011), la comunicación ha sobrepasado el estado de

fenómeno de masas para volverme Individual. Los “automedios” (selfmedia) han sobrepasado a los medios masivos (s.p).

Se considera que la propuesta de Cloutier es adaptar la comunicación y su modelo a la actualidad, rescatando que, con la era digital la comunicación, es más abierta, permitiendo al individuo emitir y recibir mensajes.

César Galeano menciona que, según Cloutier, “la comunicación es concebida en tres etapas que corresponden a la evolución de la ciencia de la comunicación. Estas son: La comunicación de élite, la comunicación de masas y, por fin, la comunicación individual” (2011, s.p).

A nivel de comunicación, esta investigación se sustenta con lo anterior descrito: la posición de Harold Laswell, pero atribuyendo al modelo de comunicación una nueva interrogante: ¿Con qué efecto se emite un mensaje? Interrogante que se toma en consideración para que la propuesta de comunicación se base en objetivos a trabajar.

Bajo la justificante de que la tecnología ha venido a modificar los modelos de comunicación, en donde, anteriormente, solo era un mensaje emitido por un emisor y recibido por el receptor, como lo mencionaba Jean Cloutier, el modelo convencional de comunicación resulta insuficiente; ahora el receptor puede realimentar ese mensaje y, lo que es aún más importante, afecta directamente en la codificación del mismo. Por esta razón el enfoque, aunque se basa en utilizar medios masivos de comunicación, busca también ahondar en los medios individuales, siguiendo este modelo de comunicación y logrando un intercambio asertivo con la población en estudio.

Esta investigación se fundamenta de las dos teorías citadas anteriormente, iniciando por Harold Laswell quien propone la base de la comunicación “QUIEN dice

QUE, por qué CANAL, a QUIEN, con qué EFECTO”, donde se emite un mensaje, eligiéndose los canales adecuados, a una población específica y estableciendo objetivos de comunicación para determinar su efecto, sin embargo se complementa con la teoría de Jean Cloutier denominada EMIREC, ya que él expone la necesidad actual, donde un individuo no solo juega el papel de emisor, sino que también emite un mensaje a partir de lo recibido, creando un criterio de opinión, dicho modelo involucra las posibilidades de comunicación dentro del campo cibernético como por ejemplo las redes sociales.

### **2.3.2. Medios de comunicación tradicionales**

La siguiente frase resume el objetivo de todo medio de comunicación publicitario, según Gultinan, Gordon, y Thomas (2000): “se pueden utilizar para informar a los consumidores, persuadirlos y/o recordarles sobre el producto” (p. 257).

Los medios de comunicación son el canal de todo mensaje, independientemente de que este sea publicitario o no; ellos transmiten las principales noticias a través del mundo, dependiendo de cuál de todos los medios sea. Así, también aseguran su efectividad. Dichos medios adquieren su credibilidad a través de sus personas usuarias, sin embargo, se encuentran sujetos a los gustos y las preferencias de los mismos, convirtiendo a las personas usuarias en sus consumidores. Asimismo, los consumidores son el canal de la publicidad, que se rescata gracias a su segmentación, con la cual se obtienen diferentes alcances publicitarios.

Por ejemplo, en un medio de comunicación como Teletica Canal 7, existen diversos programas orientados a varios tipos de público, tal como “Buen Día”, un programa dedicado a las amas de casa, lo cual se manifiesta en las temáticas desarrolladas en él y, como de ahí, se toman estas como un segmento. Esto facilita a los encargados de la publicidad de un producto la entrega de su mensaje. Lo

anteriormente expuesto sucede porque se ubica el mercado al que se dirige su producto, colocándolo en la franja horaria en que se transmiten programas que van a ser vistos, escuchados o leídos por este público meta.

Por otro lado, se conocen los beneficios y las desventajas que aportan un medio específico, con el fin de encontrar el mejor vehículo para llevar la información. De acuerdo con Guiltinan (2000): “cada medio (televisión, radio, periódicos y revistas) tienen características particulares que pueden ser o no apropiadas para el tipo de mensaje que se desea presentar y para la clase de segmento objetivo que se busca alcanzar” (p. 272).

Esta afirmación viene a reforzar lo dicho anteriormente: si se está anunciando un producto con un alto contenido educacional y de un buen estatus, no es recomendable anunciarlo a través de un medio de comunicación, como, por ejemplo, una revista automotriz, pues los mercados a los cuales van dirigidos los mensajes son diferentes y cabe la posibilidad de que el aviso no sea visto por el público meta. Incluso, a veces, cuando la imagen o la reputación del medio en el que se anuncia no son aptas, se llega a perjudicar la imagen del producto.

Cada individuo es afín a un medio más que a otro, de ahí que el comportamiento del consumidor sea de trascendencia para la planificación publicitaria. Tal como lo afirma Rueda (1992): “la planificación de medios es una de las decisiones más importantes en la elaboración de una campaña publicitaria, y que tienen como fundamento la estrategia de mercadeo y comunicación” (p. 147).

Peter Steven (2005), argumenta, refiriéndose a los medios de comunicación: “No solo es compleja la influencia que ejercen sobre nosotros, sino que nos influencia de diferente modo dependiendo de nuestro lugar en el mundo y de nuestra experiencia con diversas formas mediáticas” (p. 33).

Por lo tanto, es parte de este proyecto el identificar esas influencias a las que Steven se refiere, por medio de un trabajo de investigación entre las diferentes poblaciones, ubicando cuáles, entre los diversos medios de comunicación que existen, son el modo de provocarlas, para así generar un efecto adecuado, según las necesidades del público.

A nivel de los medios de comunicación, se ha presentado una tendencia a disminuir la relevancia de los mismos, esto por el auge de la Internet, por lo que se han llamado medios tradicionales a la televisión, la radio, las revistas y los periódicos, medios que existen desde hace mucho tiempo y que dieron facilidad a la comunicación de masas.

Los principales medios de comunicación tradicionales son la radio, la televisión y la prensa. Existen autores que respaldan la importancia que estos tienen y mantienen presente su debilitamiento ante una población más tecnológica y cibernética. Guinn, Allen y Semenik (2006), son fieles defensores de los medios tradicionales, justificándolos de la siguiente forma: “La publicidad tradicional, todavía desempeña una función muy valiosa. Simplemente hay ciertas cosas que no es posible lograr sin ellos. El desarrollo de la marca todavía necesita los anuncios tradicionales” (p. 525).

Por lo anterior, se asegura que se mantienen vigentes los medios tradicionales, como propuesta de comunicación, para el posicionamiento de una marca. En el caso de esta investigación de los Parques Recreativos, se utilizarán teniendo como palanca informativa y, muy principalmente, aludiendo a su fortaleza de ser medios masivos, permitiendo abarcar la población de interés.

### 2.3.3. Los medios de comunicación y la globalización

Como respuesta a la globalización, surgen los nuevos medios de comunicación, que vienen a satisfacer las diferentes necesidades de la población; sin embargo, una de las principales razones para la evolución de los medios, es que la misma población provoca esta reacción. Cardoso (2010) afirma: “En la sociedad en red de los sistemas de los medios de comunicación y su evolución depende en gran medida del modo en que nos apropiamos socialmente de ellos” (p. 30).

Aunque se sigue viviendo en un mundo en donde los medios de comunicación siguen siendo vitales para el desarrollo de la sociedad, estos comienzan a seguir otro curso. Cardoso (2012) afirma lo siguiente:

La difusión de Internet ha permitido en una primera fase la emigración hacia el *online* digital de los medios de comunicación de las masas tradicionales, tendiendo los puentes necesarios entre los medios antiguos y nuevos. En una segunda fase, el propio Internet (y en parte la telefonía móvil y los SMS) ha llevado a la creación de un número cada vez mayor de interconexiones entre los medios de comunicación, ya sean digitales o todavía analógicos (p. 30).

La importancia de conocer la transcendencia de los medios de comunicación en la actualidad, nace de la necesidad de comprender a la sociedad, para así saber cómo dirigirse a ella. El patrón de comunicación de la población con que se trabajó, enseña con qué medios de comunicación podemos llegar con el mensaje y cómo es que les gustaría recibirlo.

## 2.4. Medios digitales

En la antigüedad, el ser humano luchaba por sobrevivir y su manera de comunicarse evolucionaba, principalmente, ante esa lucha por la vida. Conforme se fueron estableciendo las sociedades, la comunicación ya no solo se daba para sobrevivir, sino también para convivir, lo que ha llevado al ser humano a formar parte de una sociedad de información, en donde la convivencia de diversos sistemas de comunicación se da en un mismo espacio social.

A los medios de comunicación tradicionales, -como lo son la prensa, la radio y la televisión- y definidos por Boni (2008) como aquellos en donde “la comunicación se efectúa desde uno o muy pocos emisores a un público más o menos amplio” (p. 251), se les añade hoy la Internet, un medio muy potente y de amplio alcance que se suma a los medios de comunicación de masas conocidos y que está sustentado en tecnologías, las cuales aportan notables beneficios y facilidades al transmitir conocimiento, trayendo consigo una innovación imprescindible, ya que, quienes no tengan la visión de renovarse, corren el riesgo de que sus equipos informáticos queden obsoletos en pocos meses (Ballesta, 2002, pp. 15-16).

Hasta hace pocas décadas, cuando la lista de medios de comunicación empezó a crecer y nuevas formas e instrumentos aparecen, para así aumentar las opciones que, por tantos años, las personas estuvieron acostumbradas a utilizar para comunicarse e informarse; se da un paso más allá de los sistemas análogos y la era digital adquiere presencia, creando una revolución tecnológica.

Así es como aparecen los nuevos medios de comunicación, llamados “personales” (*personal media*), los cuales, no vienen a sustituir los anteriores, sino más bien convergen con ellos, dejando muy de lado la inicial creencia de que los medios tradicionales serían reemplazados (Boni, 2008, p. 251).

No obstante, en la actualidad ya no sólo se trata de una sociedad de información, sino que se incorpora una sociedad del conocimiento, sustentada en tecnologías que aportan notables beneficios y facilidades para transmitir conocimiento (Ballesta, 2002, p. 15), en donde se interactúa con todos a nivel mundial, socializando y formándose de esta manera, según Martín Barbero, citado por Valle de Frutos (2011), una “cibercultura”, al permitir la interacción con redes de información seleccionadas y desarrolladas por diferentes comunidades, bajo una constante transformación de su uso en la vida colectiva y de los nuevos recursos técnicos y humanos, requeridos para lograr que estas interacciones sean socialmente creativas y productivas. (p. 31),

#### **2.4.1. Era digital**

Salvat (2000), en la introducción de su libro *La Experiencia Digital en Presente Continuo*, afirma que:

La digitalización se ha extendido en todos los ámbitos: en los medios de comunicación, en el mundo laboral, en nuestros ocios e incluso en el reducto más íntimo de nuestro espacio doméstico. Este impacto digital va más allá de la esfera artística a otros aspectos de la vida cotidiana como la comunicación, el ámbito legal y el sociológico (p. 271).

Con este panorama, se logra visualizar con mucha objetividad las tremendas repercusiones de una tecnología que debe ser apreciada con criterios oportunos e integrales.

Héctor Schmucler (1997), en su libro *Memoria de la Comunicación*, hace grande la presencia de la tecnología moderna al servicio de la cibercultura, al afirmar lo siguiente: “El mundo informatizado, hacia el que parece apuntar la impresionante

expansión de las nuevas tecnologías para el manejo de la información, configura una manera de existir, una cultura, y no una simple ampliación de potencialidades ya existentes” (p. 113).

Las comunicaciones a distancia como la radio, la televisión, el teléfono, la Internet, entre otras, (comunicaciones que conocemos como “telecomunicaciones”), se han encargado de acortar distancias, permitiendo que la información sea mucho más rápida y comunicando, en tiempo real, lugares que pueden estar geográficamente opuestos. También, facilitan el control, el flujo de la información y la disponibilidad en cualquier momento y lugar, llegando a más lugares y favoreciendo la información de miles de personas en el mundo.

#### **2.4.2. Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)**

Herminia Azinián (2009), define las TIC como las tecnologías aplicadas a la creación, al almacenamiento, la selección, la transformación y la distribución de las diversas clases de información, así como la comunicación, utilizando datos digitalizados. Caracterizándose así, por la interactividad, la innovación, los elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, una mayor influencia sobre procesos, la automatización, la interconexión y la diversidad (p. 17).

Por lo anterior, es importante reconocer como las TIC constituyen el núcleo central de un cambio mundial que experimenta la economía y la sociedad, creando influencias que afectan la transformación del ser humano como ente social, el cual debe modificar sus hábitos y sus patrones de conducta, e incluso, su forma de pensar. Un adecuado y ordenado manejo de las TIC, representa un gran aliado para cualquier persona o entidad que desee transmitir un mensaje, dar a conocer un propósito, o bien, interactuar con la sociedad:

Su importancia radica en el poder para mediar en la formación de opiniones, valores, expectativas sociales, modos de sentir, pensar y actuar sobre el mundo. Así, en una sociedad donde los grupos sociales se encuentran cada vez más fragmentados, las tecnologías de la información y la comunicación son canales de circulación de representaciones e ideas en torno a las cuales la población segmentada puede encontrar puntos de contacto y conexión. (Batista, Celso y Usubiaga, 2007, p. 12).

### **2.4.3. La Internet**

Batista et al. (2007), indican que la Internet es una red mundial de computadoras interconectadas, con la capacidad de compartir información y recursos (2007, p. 44). Actualmente, se considera como una herramienta que facilita la información, la diversión, el aprendizaje y la exposición de ideas.

La Internet es un medio de comunicación que ha venido a evolucionar los medios tradicionales y que ha permitido interactuar con las personas usuarias; asimismo, está disponible a todos estas personas usuarias y brinda muchas ventajas. Su flexibilidad permite que cualquier persona vea, desde cualquier parte del mundo y a cualquier hora, la información que busca o bien que se le presenta, con la opción de interactuar por medio de diferentes sistemas como los correos electrónicos, los *chats* o las redes sociales.

#### 2.4.4. Web 2.0

En los últimos años, la Internet ha tomado fuerza y se han creado nuevas formas de comunicación e interacción con las personas usuarias, por eso se habla de la Web 2.0 como algo que viene a revolucionar el mercado, tal como lo menciona Rodríguez (2010):

Web 2.0 significa una nueva actitud dentro de una nueva etapa en la cual el protagonista es el consumidor: la red se convierte en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales. La era 2.0 está impulsando un replanteamiento en la forma tradicional de hacer negocios y en las estrategias de comunicación, las empresas y por extensión sus productos se enfrentan al dilema de si estas están preparadas para un consumidor cada día más proactivo, exigente dispuesto a servir de megáfono para bien o mal de los productos que adquiere, adicto a la nuevas tecnologías, las redes sociales los blogs y no necesariamente leal a las marcas que siempre ha usado (p. 11).

De acuerdo con la cita, se denota como la Web 2.0 brinda a sus personas usuarias información afín a sus necesidades, o más bien, a sus demandas, ya que, al ser más exigentes, proactivos y, hasta cierto punto, más conocedores de toda la información a la cual tienen acceso, resulta más difícil la tarea de satisfacer sus requerimientos. No obstante, se debe tener presente que la clave para velar por ello está en cómo lleva la información a los consumidores. Incluso, se trata de definir quiénes serán ellos, partiendo del hecho de que 2.0 es sinónimo de interactividad y es de ahí donde surgen los *blogs*, las redes sociales y todo lo referente a nuevas tecnologías.

### **2.4.5. Redes Sociales**

Existen diferentes redes sociales que agrupan personas con intereses en común, o bien, como se ha puesto de moda, una misma red social con diferentes grupos que se unen, se hacen fans de ellos mismos y continúan intercambiando opiniones, todos dentro de una misma red, pero en diversos grupos.

Debido a todas estas modificaciones de la era de la Internet, de la Web 2.0 y otros cambios, se esperaban estrategias que vinieran a revolucionar el mercado. Jofré (1999) afirma: “Los ejecutivos y analistas, por otra parte, coinciden en que las estrategias competitivas serán el gran tema empresarial en los próximos años” (p. 301), de donde nacen las redes sociales, ya que son meras estrategias que evitan que el consumidor avance solo, por el contrario la publicidad avanza con él.

Las redes sociales cuentan con poder de convocatoria, al llamar la atención en distintos campos y mercados, desde el infantil hasta el adulto mayor, diferentes niveles socioeconómicos y segmentaciones aún más específicas. Kotler, Philip y Armstrong (2007) opinan que “estas comunidades son atractivas para los anunciantes ya que propician visitas frecuentes y prolongadas de consumidores con intereses comunes y características demográficas bien definidas” (p. 578).

## 2.5. Publicidad

La publicidad es la encargada de mantener informada a las personas sobre los diferentes bienes y servicios como parte importante de su comercialización. Como fundamento teórico, se recurre a Arens (2000):

La Publicidad es una comunicación completamente estructurada y compuesta, no personalizada, de la información que generalmente pagan patrocinadores identificados, es de índole persuasiva, se refiere a productos (bienes, servicios e ideas) y se difunde a través de diversos medios (p. 7).

Arens expone que la publicidad es una comunicación estructurada, para la cual debe existir una estrategia previa, con objetivos establecidos, para expresar de forma acertada, lo que se quiere decir al segmento del mercado con el que se está trabajando. La Publicidad es una forma creativa de comunicación, en donde se llame la atención del espectador; esta se puede observar en diversos lugares y de distintas formas.

Arens hace referencia a tres tipos de publicidad: la Publicidad Comercial que involucra a los revendedores mayoristas, distribuidores y detallistas quienes dan a conocer sus productos; la Publicidad Profesional, que, según el autor, está representada por aquellos profesionales que aparecen en las publicaciones oficiales de sus respectivas profesiones y, por último, la Publicidad Agrícola, usada para promover productos y servicios entre las familias de agricultores o entre aquellos que laboran en este ámbito.

La publicidad no está presente únicamente cuando se necesita exponer algo inmediato de una marca, sino también es importante para recordar que el producto o servicio existe, factor que debe estar presente en los planes estratégicos de la marca, tomando en cuenta el porvenir del producto o del servicio el día de mañana, para así ir construyendo la imagen que se pretende proyectar. Por esta razón, no se debe descuidar la publicidad de los bienes y de los servicios.

### **2.5.1. Marketing**

*Marketing* o mercadeo es una de las disciplinas de la publicidad, siendo parte fundamental de todo proceso de construcción de estrategias. Según lo explica el Arens (2000) en su libro *Publicidad*, “es el proceso de planear y ejecutar la concepción, la fijación de precios, la distribución y promoción de bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan las necesidades, deseos y objetivos percibidos de individuos y organizaciones” (p. 38).

La cita anterior explica que, desde el nacimiento de un producto o servicio, se debe planificar todo lo que se llevará a cabo para su reconocimiento y su desarrollo dentro del mercado. Esta será la clave que lo lleve al éxito, pues, gracias al nivel organizativo y a la buena elección de un plan de mercadeo, es probable llegar a ser un producto o servicio "estrella". Sin embargo, el marketing no se aplica únicamente a los productos o servicios nuevos, ya que, se deben tener planes de mercadeo de recordación y de mantenimiento, puesto que es importante para el consumidor tener información constante de sus productos o servicios. Según lo expuesto, se afirma que, el correcto análisis del mercado y las adecuadas estrategias, da como resultado una eficaz propuesta publicitaria.

Además, existe la mezcla de marketing, cuya finalidad es crear una estrategia adecuada de mercadeo, siendo primordial el conocimiento del objetivo de comunicación, para su adecuada planeación y ejecución. La mezcla de Marketing,

según Kotler y Amstrong (2003), es “el conjunto de herramientas tácticas controlables de marketing que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de marketing incluye todo lo que la empresa pueda influir en la demanda de su producto” (p. 63).

Kotler y Amstrong también hacen referencia a la mezcla de marketing, conocida como las “4 Pes”, producto, precio, plaza y promoción, en donde cada una de ellas tiene el siguiente significado:

- Producto: Es la combinación que una empresa ofrece al mercado, esta puede ser un producto o un servicio.
- Precio: Es la cantidad de dinero que paga un cliente por un producto o un servicio.
- Plaza: Son las actividades que utiliza una empresa para disponer el producto en el mercado, siendo la red de distribución del mismo.
- Promoción: Se conoce como promoción todas aquellas actividades que realice una empresa con el fin de dar a conocer al mercado las ventajas de su o sus productos, con el objetivo de que estos los compren.

Con el paso del tiempo y los avances tecnológicos y económicos, también el conocimiento va en constante crecimiento y perfeccionamiento de teorías e ideas.

Al hablar de mezcla de mercadeo, se consideran las 4 Pes antes descritas: producto o servicio, precio, plaza y promoción. Sin embargo, los servicios requieren de una mezcla de mercadeo más amplia, tal y como lo plantea Lovelock (2004):

Para captar la naturaleza distintiva del desempeño de los servicios necesitamos modificar la terminología original, y en su lugar hablar de elementos del producto, lugar, tiempo, precio y otros costos para el usuario; promoción y educación (p. 22).

Estos elementos deberán estar interrelacionados, para así lograr producir los resultados deseados para la empresa, ya que el gerente o encargado de la planificación del mercadeo no se puede centrar en uno solo, sino en todos, pues existe un efecto de sinergia. Lovelock (2004) lo ilustra de la siguiente manera:

Un bote ligero o carcasa, impulsada por ocho remeros (...) la velocidad no solo proviene de la fuerza física de los remeros, sino también de la armonía y cohesión como equipo. Para lograr una eficiencia óptima, cada uno de los remeros debe impulsar su remo al unísono con los demás, siguiendo la dirección del timonel, el cual se encuentra sentado en popa (...) “el timonel”, quien dirige el bote, establece el ritmo, motiva al equipo y vigila de cerca a los botes competidores durante la carrera (Lovelock, 2004, p. 22-23).

- Elementos del producto: Los productos de servicio radican en un servicio fundamental, que atiende una necesidad básica del cliente y el conjunto de elementos adicionales que facilitan o mejoran el servicio.
- Lugar y tiempo: La entrega del servicio involucra decisiones sobre dónde y cuándo debe entregarse, para lo cual, se deben conocer las necesidades y las expectativas del cliente, la naturaleza del servicio y los canales utilizados. Estos canales pueden ser físicos o electrónicos.
- Precio y otros costos para el usuario: Al considerar el precio, se deben tener presentes los costos que el servicio pueda tener para el cliente y otros factores, tales como: el tipo de cliente, el momento y el lugar de entrega, el nivel de la demanda y la capacidad disponible, los costos relacionados con su tiempo, esfuerzo mental y físico deseable y la exposición a experiencias negativas.

- Promoción y educación: Al promocionar los servicios, se requiere enseñar a esos clientes los beneficios del servicio, dónde y cuándo obtenerlo y cómo participar en el proceso de servicio, para obtener el resultado deseado.
- Proceso: Si la oferta de servicio es muy similar a la de la competencia, la creación y la entrega de elementos del servicio generará la diferencia, por lo cual es necesario que el diseño y la implementación de procesos sea eficaz.
- Productividad y calidad: Estos son conceptos muy relacionados, por cuanto una decisión tomada con respecto a la mejor productividad, como, por ejemplo, reducir costos, podría afectar la calidad percibida por los clientes.

Por lo que la mezcla de cada uno de los anteriores elementos y su adecuada utilización, es lo que ocasiona la adquisición de un bien o un servicio y crea la fidelidad hacia una marca.

### **2.5.2. Marketing social**

El marketing social tiene como principio promover el marketing voluntario de los consumidores, con el fin de poder obtener fidelidad de marca, sin tener que recurrir a métodos tradicionales de mostrar el producto para incentivar una compra. Esto se realiza bajo métodos de investigación y aplicando proyectos de marketing orientados al bienestar social.

El fenómeno de campañas en favor de un cambio social no es algo nuevo, e inclusive, se daba en tiempos donde había esclavos y se hacían campañas para que estos fueran liberados. Se menciona que, en estos tiempos, este tipo de campañas eran utilizadas en contra del consumo de tabaco, para evitar el abuso de drogas, por el medio ambiente, entre otras, lo anterior según Kotler y Roberto (2002, p. 5-6). Este tipo de estrategias de comunicación son muy aceptadas por la sociedad, ya que, tienen un valor agregado al de simplemente mercadear un producto o servicio con el fin de obtener ventas altas.

El marketing social es un tema a desarrollar como beneficio de la sociedad. Si las empresas costarricenses colaboraran de forma activa por un bienestar social, el tema de los Parques Recreativos podría ser algo positivo para ellos, e inclusive, la apertura de los canales de comunicación, en los que se expone la propuesta de esta investigación, puede ser subvencionada por las empresas de comunicación como una forma asertiva de marketing social. Se puede obtener como resultado, empresas trabajando por el bien de la sociedad, donde sus empleados y los mismos dueños puedan verse favorecidos.

## **Capítulo III. Marco metodológico**

Este capítulo detalla de forma específica cómo se realizó la investigación y cuáles son sus fundamentos, se habla acerca de los diferentes enfoques y tipos de investigación, los sujetos y fuentes de información, así como la población y muestra, esto con el fin de resolver el problema de investigación planteado, puntualizando el proceso llevado a cabo.

En primera instancia se brinda la opción de estudio en esta investigación, y posteriormente cuáles son los más conocidos bibliográficamente.

### **3.1. Enfoques de investigación**

Existen diferentes tipos de enfoques a la hora de investigar el desarrollo de un trabajo, o métodos de investigación, como también se les llama. A continuación, se expone la opción de estudio de esta investigación y posteriormente los tres más comunes:

#### **3.1.1. Opción de estudio**

El enfoque de la presente investigación es mixto, ya que tendrá características cuantitativas, para conocer las estadísticas de visitación de los centros recreativos, y tendrá características cualitativas, que ayudarán a desarrollar el plan de comunicación, a partir de los resultados encontrados en el trabajo de campo.

#### **3.1.2. Enfoque cuantitativo**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006), el enfoque cuantitativo es el que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis. Confía en la medición numérica, el conteo y,

frecuentemente, en el uso de la estadística, para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población (p. 5). En otras palabras, esta investigación se basa en números y estadísticas para hablar y dar a conocer el tema.

### **3.1.3. Enfoque cualitativo**

La investigación cualitativa es definida de la siguiente forma por Hernández, Fernández y Baptista (2006):

Se utiliza primero para descubrir o refinar preguntas de investigación. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido (p. 8).

Esta investigación no se basa únicamente en cifras, sino, más bien, en la interpretación de la información de los involucrados en el tema de la investigación, de cómo se observan los diferentes temas a evaluar.

### **3.1.4. Enfoque mixto**

Este tipo de enfoque de investigación es una mezcla que posee características, tanto cualitativas como cuantitativas, por esta razón se le llama mixto. Hernández et al. (2006), muestra cómo se originan las investigaciones de la siguiente forma:

Las investigaciones se originan por ideas, sin importar qué tipo de paradigma fundamente nuestro estudio, para iniciar una investigación siempre se necesita una idea; todavía no se conoce el sustituto de una buena idea. Las ideas se constituyen en el primer acercamiento a la realidad objetiva que habrá de investigarse (desde la

perspectiva cuantitativa), o a la realidad subjetiva (desde la perspectiva cualitativa) (p. 34).

Una vez plasmadas las ideas para una investigación, como lo dice Hernández, se definió este enfoque, puesto que fue relevante para esta investigación datos estadísticos sobre visitación de los parques, así como también lo fueron los gustos y preferencias de la población, tanto de las personas usuarias actuales, cómo los potenciales.

### **3.2. Tipos de investigación o estudios**

Con el fin de definir el tipo de estudio, en el cual se ubica este trabajo de investigación, se procede a identificar el tipo de estudio utilizado y posteriormente definir los siguientes tipos de investigación.

#### **3.2.1 Opción de estudio**

La opción de estudio será descriptiva, ya que, se basa en diferentes estudios hechos en los parques ,de forma individual y exploratoria, porque es la primera vez que se realiza un estudio de los cinco Parques Recreativos Metropolitanos, todo con el fin de establecer una propuesta integral de comunicación. También es explicativa, debido a que, si bien es cierto se han hecho algunos análisis de los parques recreativos, ninguno corresponde al tema central de este trabajo.

#### **3.2.2 Estudios exploratorios**

Dentro de los estudios o tipos de investigación, se encuentra la investigación exploratoria, Hernández et al. (2006) lo define de la siguiente forma:

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si lo deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (p. 100).

Según lo anterior, un estudio exploratorio es todo aquel que no haya sido estudiado previamente, siendo el que se realiza como pionero en el campo de investigación, dentro del tema definido.

### **3.2.3 Estudios descriptivos**

En el estudio descriptivo, según Hernández et al. (2006), se “miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables) aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar” (p. 102). Los estudios o investigaciones descriptivas recolectan la información de una o más variables, para que, de esta forma, se describa lo que se ha investigado.

### **3.2.4 Estudios correlacionales**

Los estudios correlacionales son las investigaciones que tienen que ver con uno, dos o más fenómenos. Hernández, et al. (2006) se refirió al respecto, al decir que son aquellos en donde se “asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. Pretenden resolver preguntas de investigación” (2006, p. 104). Este tipo de estudio tiene un propósito y su objetivo es dar respuesta a preguntas de investigación, pero cruzando una o más variables.

### 3.2.5 Estudios explicativos

Los estudios explicativos son una parte que ha de considerarse entre los tipos de investigación, ya que van más allá de la descripción. Para detallar lo que son estudios explicativos, se cita a Hernández et al. (2006):

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o porque se relacionan dos o más variables. La investigación explicativa pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian. (p.108).

### **3.3. Sujetos y fuentes de información**

Se procede a detallar los sujetos y fuentes de información de los cuales se obtuvo los insumos necesarios para el desarrollo de esta investigación, citando cada sujeto y explicando las fuentes tanto primarias como secundarias.

#### **3.3.1 Sujetos de información**

Según Barrantes (2002), los sujetos de información son “todas aquellas personas físicas o corporativas que brindan información” (p. 104). En esta investigación, los sujetos a investigar serán los siguientes:

- Los administradores y la administradora de los Parques Recreativos Metropolitanos, correspondientes a los funcionarios del ICODER, alcanzados por un censo, con el instrumento de una entrevista orientada.
- Entrevistas a personas participantes en la Comisión de Áreas Recreativas.
- Las personas usuarias de los Parques Recreativos Metropolitanos, obtenidos por medio de una muestra aleatoria, mediante una observación participante.
- Personas de la Gran Área Metropolitana, mediante la aplicación de un cuestionario y una muestra al azar.

#### **3.3.2 Fuentes de información**

Las fuentes de información son aquellos lugares de donde se obtuvo lo requerido para la elaboración de este estudio, se divide en dos, en las primarias y secundarias, las cuales se detallan a continuación.

#### **a. Fuentes primarias**

Es toda aquella información publicada por primera vez o que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Según Hernández et al. (2006): “(...) constituyen el objeto de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporciona datos de primera mano” (p. 66).

En el caso de esta investigación se contó con la normativa institucional del ICODER, específicamente la Ley 7800 y el reglamento autónomo de esta institución, así como una entrevista a los administradores y a la administradora de los Parques del ICODER.

#### **b. Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias son aquellas que permiten reunir información ya existente. Para Hernández et al. (2006), son “compilaciones, resúmenes y listados de referencias o fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento en particular” (p. 66).

Las fuentes secundarias utilizadas en esta investigación son estudios anteriores sobre los Parques Recreativos Metropolitanos y otra información bibliográfica.

### **3.4. Variables**

Cada tema independiente, posee características que lo identifican en su estudio. Una variable es, según Hernández et al. (2006), “una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p. 123). Las

variables son relevantes en un estudio, ya que ayudan a delimitar el problema de la investigación y a resolver cada uno de los objetivos específicos.

En esta investigación, se trabajan las siguientes variables, las cuales vienen con su definición conceptual, operacional e instrumental:

### **Variable 1. Características de los Parques Recreativos Metropolitanos**

**Definición conceptual:** Se han denominado los parques recreativos como centros de recreación nuevos, modernos y seguros, para que el visitante se distraiga en una sana diversión. Con ellos se busca satisfacer las expectativas del turista nacional y del extranjero, brindándoles un servicio agradable y creativo (Montes, 2008, p. 4).

**Definición operacional:** Conocer las características de los parques, tanto de lo observado como de la opinión de los administradores y la administradora, tales como: los horarios, el cobro de ingreso, el acceso, el mantenimiento, la seguridad, las atracciones, las actividades, el personal que labora, entre otros. Además de una entrevista a uno de los primeros encargados de las áreas recreativas.

**Definición instrumental:** Se alcanza por medio de la guía de observación a los parques y una entrevista orientada a los administradores y a la administradora de los parques del ICODER (Ver anexo 1, 3 y 5).

### **Variable 2. Información promocional recreativa**

**Definición conceptual:** Etimológicamente, se puede definir la promoción como: “la acción de promover, iniciar o impulsar una cosa, procurando su logro” (Pérez, 2002, p. 153). Además, según Czinkota y Ronkainen (2008), la mezcla promocional incluye las siguientes herramientas:

Publicidad: Cualquier forma de presentación no personal de ideas, bienes o servicios de un patrocinador identificado, haciendo un uso predominante de la comunicación masiva, tales como los medios impresos, transmitidos o electrónicos, o la comunicación directa, dirigida expresamente a un cliente, de negocio a negocio, o al consumidor final que usa tecnología y bases de datos de computadora.

Propaganda: Cualquier forma de noticia o comentario editorial, comercialmente significativo y no pagado, acerca de ideas, productos o instituciones.

Patrocinio: La práctica de promover los intereses de la compañía, al asociarla con un evento específico (por lo común uno deportivo o cultural) o a una causa (como una obra de beneficencia o de interés social) (Czinkota y Ronkainen, 2008, p. 314).

**Definición operacional:** De la mezcla promocional antes definida, esta investigación se enfocó en las herramientas de la publicidad, la cuales incluyen: brochures, televisión, rótulos, página virtual, propaganda, como lo son las menciones en televisión, la prensa o la radio y patrocinios, tales como la participación activa de otras instituciones en los parques recreativos.

**Definición instrumental:** Se logra por medio de la entrevista orientada a los administradores y a la administradora de los parques y la guía de observación (Ver anexo 1).

### **Variable 3. Investigación de Mercados**

**Definición conceptual:** Este tipo de investigación tiene el objetivo de describir los grupos metas, los hábitos, los gustos, las preferencias y hacer pronósticos (Thomas y Heitman, 2008, p. 22).

**Definición operacional:** Se obtiene la recolección de información acerca de los conocimientos, los gustos, los hábitos y las preferencias de las personas usuarias de los parques, tales como, cuáles parques visita, con quién los visita, con qué frecuencia, en qué horarios, qué actividades realiza, la motivación para visitarlos, qué información le gustaría recibir y por qué medio de comunicación.

**Definición instrumental:** Se obtiene la información por medio del instrumento del cuestionario y del método de observación (Ver anexo 2 y 3).

### **Variable 4. Propuesta de plan de comunicación**

**Definición conceptual:** Un plan de comunicación es un documento escrito que engloba el programa comunicativo de actuación y que recoge las metas, el público el objetivo, los mensajes básicos, las acciones, el presupuesto y los métodos de evaluación (Molero, 2005, p. 4).

**Definición operacional:** Elaboración de una propuesta de plan de comunicación para la promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos, incluyendo: las metas, el público, el objetivo, los mensajes básicos, las acciones, el presupuesto y los métodos de evaluación.

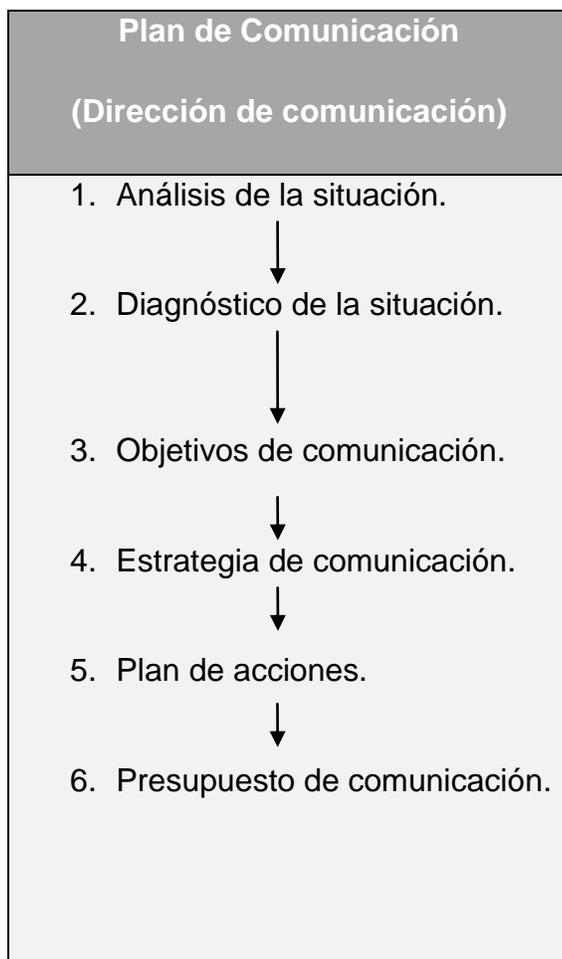
**Definición instrumental:** Se obtiene por medio de la observación, la entrevista orientada y el cuestionario, aplicados a los sujetos de investigación. Se tomará como

base los resultados obtenidos por las consultas hechas a los administradores y a la administradora, personas usuarias actuales y potenciales (Ver anexo 4).

El plan de comunicación se basó en el modelo de José María Sainz, donde se hace referencia a tres principales tipos de plan, de los cuales y para efectos de esta investigación se muestra y se trabaja con el Plan de Comunicación.

### Diagrama N° 1

Interrelación entre las diferentes etapas  
de los distintos tipos de planes



Fuente: Sainz José María V. (2012). El Plan de Marketing en la Práctica, Decimoséptima Edición, ESIC

La etapa inicial de este plan de comunicación es el análisis y diagnóstico de la situación, se estudia y se determinan gracias a los instrumentos aplicados, ellos dan los insumos para conocer de cerca cuál es la realidad a nivel de comunicación en la que se desarrolla actualmente los Parques Recreativos Metropolitanos, una vez que se conoce esta realidad se procede a la construcción de los objetivos de

comunicación , los cuales dan pie a la elaboración de la estrategia de comunicación y los planes de acción, exponiendo una propuesta del presupuesto. Por último se presenta un plan de comunicación estructurado y de bases sólidas que permita que su desarrollo responda y cumpla con los objetivos de comunicación inicialmente planteados.

### **3.5. Descripción de los instrumentos**

Para el desarrollo de este trabajo se realizaron tres instrumentos, aplicados a diferentes poblaciones: el cuestionario, una entrevista orientada y el método de observación.

#### **3.4.1. Cuestionarios**

Hernández et al. (2006) asegura que, “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Tal vez sea el instrumento más utilizado para recolectar los datos.” (p. 310). Para efectos de este estudio, se utilizó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, con características tanto cuantitativas como cualitativas.

#### **3.4.2. Entrevista orientada**

Hernández et al. (2006) la siguiente explicación para la entrevista: “la entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta. Es una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado)” (p. 597).

Mediante la entrevista orientada, se pretende obtener datos cualitativos que sirvan como insumo para presentar, de forma enriquecedora, los resultados de la investigación.

### **3.4.3. Observación**

La observación es un método de la investigación cualitativa, según Croll II, citado por Acuña (2011), el cual “implica unas normas de registro y observación cuidadosamente definidas y que generalmente traducen resultados de dichas observaciones a términos cuantitativos” (p. 19).

## **3.5. Población y muestra**

La población de esta investigación se ha elegido de acuerdo a los objetivos de investigación, para poder dar solución al problema de investigación, tomando una muestra óptima que permita resultados firmes y confiables para el desarrollo del plan de comunicación de los Parques Recreativos Metropolitanos.

### **3.5.1. Población**

Para conocer el significado de población, se recurrió a la definición de Hernández et al. (2006), quien define a la población como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 239).

La población que se trabajó en esta investigación se divide en tres: la población que visita los Parques Recreativos Metropolitanos, los que trabajan en dichos parques (ICODER) y la población general de la Gran Área Metropolitana. En el siguiente cuadro se detalla esta última:

**Cuadro N° 1**  
Gran Área Metropolitana

<i>Provincia</i>	<i>F<sub>A</sub></i>	<i>F<sub>R</sub></i>
San José	1258074	43.2%
Cartago	825180	28.3%
Alajuela	508917	17.5%
Heredia	320539	11.0%
Total	2,912,710	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2013

### 3.5.2. Muestra

Hernández et al. (2006), se refirió a la muestra de la siguiente manera:

La muestra en el proceso cualitativo, es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades etcétera, sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia. (p. 562).

El tipo de muestra utilizada en esta investigación no es probabilística ni al azar, sino que se basa en lo siguiente:

- Visitas a los diferentes Parques Recreativos Metropolitanos, en donde se aplicó el instrumento de evaluación por observación.
- 385 cuestionarios a personas de la Gran Área Metropolitana, quienes se encontraban en diferentes parques y terminales de buses de cada cantón.

**Cuadro Nº 2**  
Distribución de la Muestra de la Gran Área Metropolitana

<i>Provincia</i>	$F_A$	$F_R$
San José	167	43.2%
Cartago	109	28.3%
Alajuela	67	17.5%
Heredia	42	11.0%
Total	385	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2013

- Una entrevista orientada a los administradores y la administradora de los Parques Recreativos Metropolitanos, pertenecientes al ICODER.

La forma en que se obtuvo la población y muestra fue con la elaboración de una tabla, donde se incluyen las provincias que pertenecen a la Gran Área Metropolitana y cada uno de los cantones que igualmente pertenecen a la GAM.

Por cantidad de habitantes se establece el porcentaje de población y la muestra. La información de la población fue obtenida del Instituto Nacional de Estadística y Censo, la tabla es la siguiente:

<b>San José</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>	<b>Porcentaje</b>
San José	349.155	46	12,0%
Escazú	60.892	8	2,1%
Desamparados	207.082	27	7,1%
Aserrí	58.430	8	2,0%
Mora	26.993	4	0,9%
Goicoechea	114.776	15	3,9%
Santa Ana	43.727	6	1,5%

Alajuelita	77.801	10	2,7%
Vázquez de Coronado	61.000	8	2,1%
Tibás	81.800	11	2,8%
Moravia	54.846	7	1,9%
Montes de Oca	49.008	6	1,7%
Curridabat	72.564	10	2,5%
<b>Total San José</b>	<b>1.258.074</b>	<b>167</b>	<b>43,2%</b>
<b>Alajuela</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>	<b>Porcentaje</b>
Alajuela	254886	34	8,8%
Grecia	82000	11	2,8%
Atenas	26105	3	0,9%
Palmares	38047	5	1,3%
Poás	27306	4	0,9%
San Ramón	80573	11	2,8%
<b>Total Alajuela</b>	<b>508.917</b>	<b>67</b>	<b>17,5%</b>
<b>Cartago</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>	<b>Porcentaje</b>
Cartago	155402	21	5,3%
Paraíso	68872	9	2,4%
La Unión	105612	14	3,6%
Alvarado	44650	6	1,5%
Oreamuno	38054	5	1,3%
El Guarco	412590	55	14,2%
<b>Total Cartago</b>	<b>825.180</b>	<b>109</b>	<b>28,3%</b>
<b>Heredia</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Heredia</b>	123067	16	4,2%
Barva	40681	5	1,4%
Santo Domingo	34748	5	1,2%
Santa Bárbara	29065	4	1,0%
San Rafael	37293	5	1,3%
Belén	19834	3	0,7%
Flores	15038	2	0,5%
San Pablo	20813	3	0,7%
<b>Total Heredia</b>	<b>320.539</b>	<b>42</b>	<b>11,0%</b>
<b>TOTAL GAM</b>	<b>2,912,710</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

### **3.6. Procedimiento y análisis de información**

Para recolectar la información que alimenta este capítulo, fue necesario reunir los datos obtenidos por medio del desarrollo de instrumentos, los cuales se construyeron con base en los objetivos y variables de investigación.

Esta información obtuvo por medio de tres instrumentos aplicados a tres fuentes: entrevista orientada aplicada a los administradores y la administradora de los 5 parques, el cuestionario aplicado a la muestra de 385 personas de la población de la GAM y el método de observación aplicado en cada parque y a personas en su interior.

Por ser el ICODER el ente administrador de los parques recreativos metropolitanos, se contactó al director de Gestión e Instalaciones vía correo electrónico para explicarle sobre la investigación que se deseaba llevar a cabo y el fin de la misma. Se solicitó una reunión personal entre él y los investigadores, para poder dar más detalle de las necesidades del estudio y ahondar un poco en el tema de los parques.

Seguidamente, se hizo contacto telefónico con los administradores y la administradora, quienes habían sido ya informados por el director sobre el estudio, para coordinar una reunión presencial, poder hacerles la entrevista, además de solicitar el permiso para visitar el parque y aplicar la guía de observación. Estas reuniones se realizaron en las oficinas de cada administrador durante sus horas laborales, en algunos casos en días entre semana y otros durante sábado o domingo.

### **3.6.1 Cuestionario aplicado a población de la GAM**

Para cuando se inició el proceso de reunirse con los administradores y con la administradora y visitar los parques para observarlos en abril del 2013, ya se había iniciado, desde marzo anterior, la aplicación del cuestionario a la muestra de la GAM, trabajo de campo que se realizó por 4 personas en diferentes lugares del área: paradas de transporte público, mercados, parques, salidas iglesias, entre otros. Esta práctica se desarrolló en el transcurso de un mes y medio durante días entre semana y fines de semana y a diferentes horas, entre las 7 de la mañana y las de 7 de la noche. Se abarcó desde jóvenes de 15 años hasta adultos mayores que rondaban los 70 años de edad, aunque en su mayoría fueron personas entre los 25 y 45 años quienes contestaron el cuestionario.

Acudir a las paradas de buses públicos aseguró que fueran considerados la mayoría de los cantones de la GAM y personas de los diferentes niveles socio económicos que fueron establecidos como objetivo por las administraciones Oduber (1974-1978) y Carazo (1978-1982) a la hora de crear estas áreas recreativas, información que se detalla en Antecedentes del Capítulo I de este trabajo.

Para la construcción de este instrumento se tomó en cuenta la necesidad de determinar el nivel de conocimiento que existe en la población de la GAM sobre los parques recreativos metropolitanos y su importancia dentro del campo de la recreación, agregando además el interés por recibir información de los parques y bajo cuál método, los gustos y la utilización que se da actualmente, para entonces lograr comparar los resultados con los objetivos establecidos en el ICODER.

La primera pregunta del cuestionario indaga acerca del conocimiento de lo que es un parque recreativo, mientras que la segunda pregunta cuestiona sobre los parques recreativos más conocidos o visitados. Estas dos preguntas se plantean con la intención de saber si las personas reconocen estos lugares bajo la categoría de

“parque recreativo” o desconocen que pertenecen a un grupo de parques creados para un fin específico.

Se toman en cuenta también las preguntas relacionadas con cuáles parques visita con mayor frecuencia y qué actividades acostumbran realizar durante las visitas a estos sitios. De esta forma contrastar la información obtenida del cuestionario, con la observada por parte de los investigadores y lo indicado por los administradores y la administradora durante la entrevista.

### **3.6.2 Entrevista orientada aplicada a los administradores y la administradora de los parques recreativos**

Respecto al diseño de la entrevista orientada, se consideraron temas como el conocimiento que el administrador posee sobre la recreación y sus beneficios a nivel personal y social, también fue necesario consultar sobre las características de los parques y de las personas que los visitan, gustos y necesidades de los administradores y la administradora respecto a una adecuada promoción de las áreas según su propio criterio y posibilidades que la Dirección General del ICODER pone a disposición para este fin. Además, fue importante también conocer acerca de las prácticas y medios de comunicación utilizados actualmente para crear interés de visita.

Las preguntas fueron las mismas para todos los administradores y la administradora, logrando así reconocer la manera en que cada parque se administra según la personalidad de cada responsable bajo una misma tarea establecida por el ICODER, como base para su trabajo.

Con la información obtenida con este instrumento, se pudieron comparar los criterios entre cada encargado contra los que el método de observación y el cuestionario arrojaron como resultados respecto a gustos y prácticas de las personas usuarias y posibles usuarias.

### **3.6.3 Guía de observación aplicada a los parques y sus visitantes**

Con el método de observación se tomó en cuenta las características físicas internas y alrededores de cada parque, incluyendo a las personas que se encontraban dentro de las áreas durante el tiempo de observación, en su mayoría visitantes, pero también se consideró el personal administrativo, de mantenimiento y de seguridad.

Este trabajo de campo fue realizado por cuatro personas situadas en puntos diferentes de los parques, se escogió un parque por día durante sábado o domingo, desde las 9am hasta las 4pm. Cada observador daba seguimiento a las personas a su alrededor anotando horas de entrada y de salida o bien si se movilizaban a otro lugar, también se registraron actividades que realizaban, cantidad de personas en caso de que fueran grupos, edades promedio, si eran acompañados por mascotas y otras observaciones que se consideraban apropiadas además de las preestablecidas en la guía.

En ocasiones hubo diálogos cortos con algunas personas usuarias aunque no fue establecido como parte de la guía, con el fin de indagar si lo observado realmente demostraba ser una práctica común o de gusto de las personas.

Para procesar la información recolectada de cada parque se redactó un resumen para cada uno de ellos donde se detallaron las características físicas internas, nivel de atractivos, condiciones de la comunidad a la que pertenecen, características de las personas, gustos y comportamiento, las actividades que más se realizaban, entre otros datos, logrando identificar las diferencias o similitudes entre ellos.

De esta manera, la información obtenida al finalizar la investigación se separa para tabular la obtenida por medio del cuestionario bajo un enfoque cuantitativo y desarrollar informes con la recolectada por medio de las entrevistas y las guías de observación bajo un enfoque cualitativo.

## **Capítulo IV.**

### **Resultados e interpretación de los datos**

Una vez finalizado el proceso de recolección de datos durante la investigación, se procede a su análisis, logrando discutir los resultados de los mismos, proceso base para entonces poder presentar las conclusiones y las recomendaciones del trabajo realizado, contenidas en el Capítulo V.

#### **4.1. Aplicación de los instrumentos e interpretación**

A continuación se presenta el análisis de los datos recolectados por medio de los tres instrumentos aplicados durante el trabajo investigativo: la entrevista, la observación y el cuestionario. Estos se enumeran y se realizan una serie de cuadros, con el fin de agrupar los resultados de la investigación y así poder analizarlos.

El cuestionario fue aplicado a una muestra de la población de la GAM. La entrevista se aplica a los administradores y la administradora de los Parques Recreativos y, en el caso del método de observación, además de acompañar las entrevistas, se aplica también a los visitantes y a los mismos parques, en la dinámica y en el ambiente en que se presentan dentro de estos lugares.

##### **4.1.1. Cuestionario**

El primer instrumento a interpretar es el cuestionario, el cual fue aplicado a personas usuarias y potenciales personas usuarias de la Gran Área Metropolitana, de donde se extraen los principales resultados que se destacan a continuación:

## Conocimientos de los Parques Recreativos

Se consultó a un grupo de personas que integran la Gran Área Metropolitana (GAM) mediante el cuestionario, si conocían lo que es un Parque Nacional Recreativo.

**Cuadro Nº 3**

Conocimiento de lo que es un Parque Nacional Recreativo

<b>Opinión</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Sí	353	91.7%
No	32	8.3%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia. Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos, 2013

El descubrir que la mayoría de personas tiene conocimiento de su existencia, es algo positivo para este proyecto, ya que el plan de comunicación tiene como premisa el que sí existe conocimiento sobre los Parques Recreativos.

## Parques Recreativos Metropolitanos más visitados

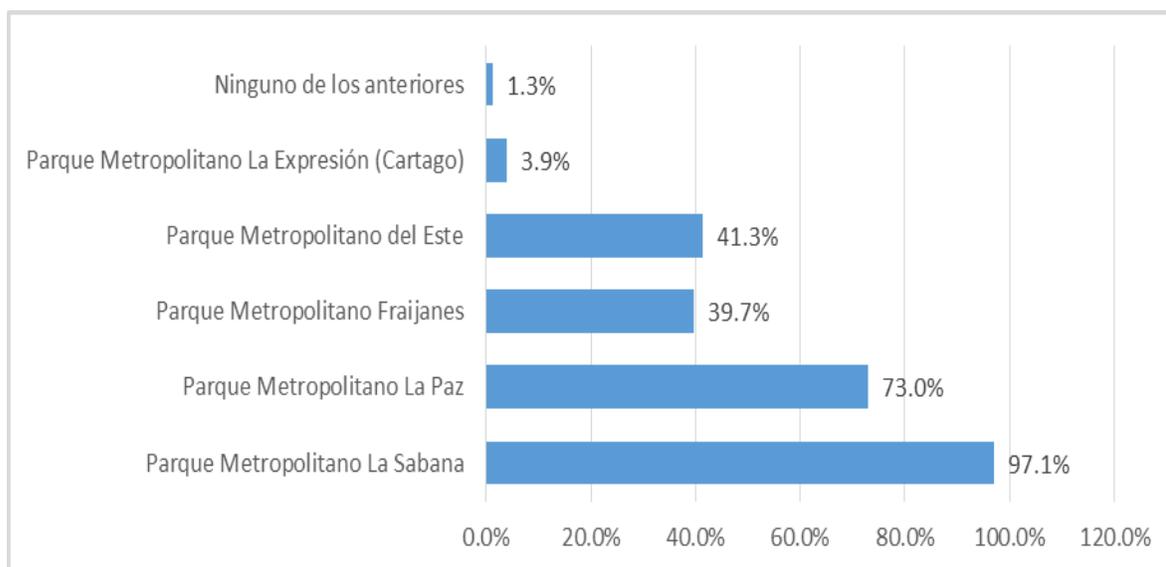
El Parque Metropolitano La Sabana es el parque más conocido entre los cinco que conforman este trabajo, seguido por el Parque de La Paz, con un alto porcentaje de conocimiento entre la población, mientras que, Fraijanes y Parque del Este, presentan un porcentaje muy cercano entre ellos con menor visitación que los anteriores.

El Parque La Expresión es, sin duda alguna, el menos conocido según los datos, ya que muy pocas personas lo han visitado y, solamente cinco de las 385 que conforman la muestra, respondieron no haber visitado nunca estos parques.

En el siguiente cuadro se puede observar la información descrita:

### Gráfico N°1

#### Parques Recreativos más visitados



Fuente: Elaboración Propia. Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos, 2013

Dentro de los parques, el más visitado es el Parque La Sabana, siendo la cercanía, el factor que más influye en la mayoría los participantes del cuestionario, para decidir visitar un parque con mayor frecuencia. El siguiente factor más considerado, es la ubicación céntrica del parque, seguido por la asistencia a diferentes actividades recreativas, culturales y sociales que se realizan dentro del lugar.

El practicar deporte en zonas aptas para ello, es también una razón importante, así como el visitar los parques por tradición familiar. En el caso particular

del Parque La Sabana, el ir al Estadio Nacional también refleja ser una costumbre muy llamativa.

Otros factores señalados son las diferentes atracciones que poseen los parques, tales como: la naturaleza, la seguridad, el clima y la belleza del lugar.

Se puede corroborar esta información en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 4**

Parque con mayor frecuencia de visitación

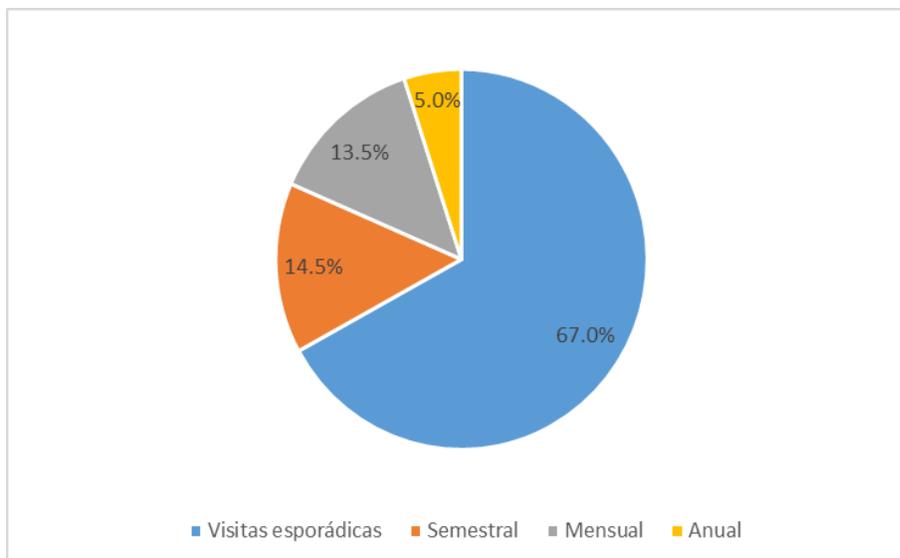
<b>Parque</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
La Sabana	309	80,26%
La Paz	36	9,35%
Fraijanes	14	3,64%
Del Este	13	3,38%
La Expresión	2	0,52%
Ninguno	11	2,86%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia. Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos, agosto 2013

La gran mayoría hace visitas esporádicas a los parques, en comparación con quienes los visitan cada seis meses. Un menor porcentaje asiste cada mes, mientras que, son pocas las personas que ingresan a estas zonas recreativas una vez al año.

## Gráfico N° 2

### Frecuencia de visitación a los Parque Nacionales Recreativos



Fuente: Elaboración Propia. Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos, 2013

Lo anterior demuestra que, aunque la población de la GAM conoce estos parques, no los visita seguido, siendo la mayoría visitas esporádicas.

### Actividades que realizan en los Parques Recreativos

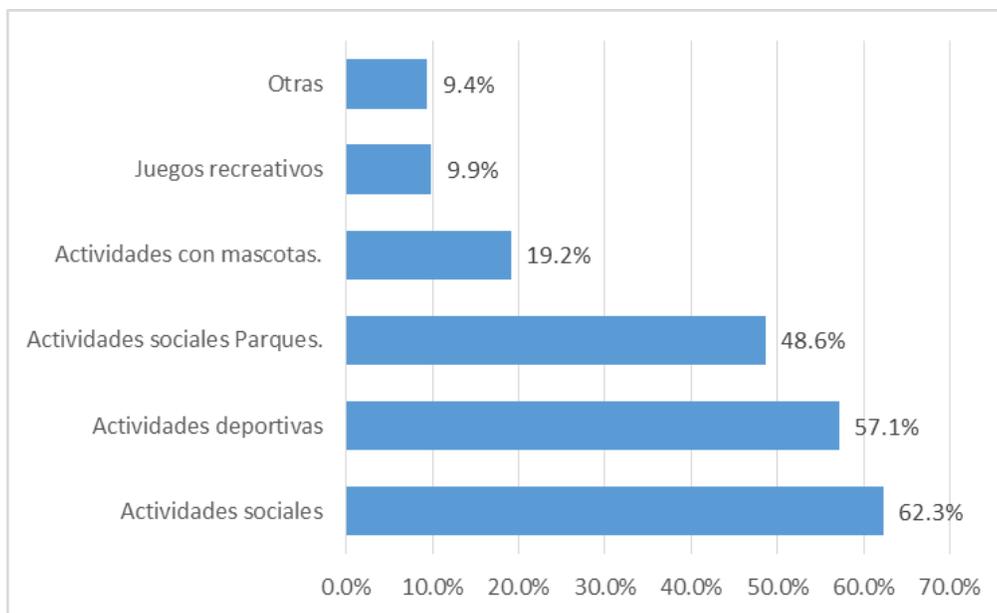
Según los resultados, las actividades de tipo social son las que más se realizan dentro de los Parques Recreativos por parte de los visitantes. Un alto porcentaje menciona que asiste para realizar actividades deportivas e ir a presenciar actividades especiales, independientes de las atracciones de deporte y de recreación tradicionales de los parques, tales como el Festival Internacional de las Artes (FIA), conciertos, entre otros.

Además, resultó notorio que asistir con mascotas a estos sitios es una práctica muy común entre los visitantes y, un menor porcentaje, asiste para realizar

juegos recreativos, tales como juegos de mesa, salto a la cuerda o “suiza”, bicicleta, juegos de pelota, fútbol, entre otros.

### Gráfico N° 3

#### Actividades realizadas en los Parques Recreativos



Fuente: Elaboración Propia. Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos, 2013

La población tiene claro el objetivo de estos parques, siendo positivo para la investigación, ya que refleja que las diferentes actividades que se realizan son recreativas, lo cual queda demostrado en el gráfico anterior.

### Motivación para visitar los parques con mayor frecuencia

Sobre la información que motiva a la población para visitar con mayor frecuencia los Parques Recreativos, como insumo a la hora de establecer la promoción, un poco más de la mitad de la muestra considera que tener más actividades les motivaría, mientras que una cantidad similar opina que la seguridad es lo más importante. Por otro lado, casi una cuarta parte da mayor importancia a tener más espacios recreativos y una cantidad similar dice que requiere de mayor información.

**Cuadro Nº 5**

Motivación para visitar con más frecuencia los Parques Recreativos

<b>Factor</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Más actividades	204	53,0%
Más seguridad	190	49,4%
Más espacios recreativos	127	33,0%
Más información	113	29,4%
Otro	45	11,7%
Total de menciones	679	
<b>Total de entrevistados</b>	<b>385</b>	

Fuente: Elaboración Propia. Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos, 2013

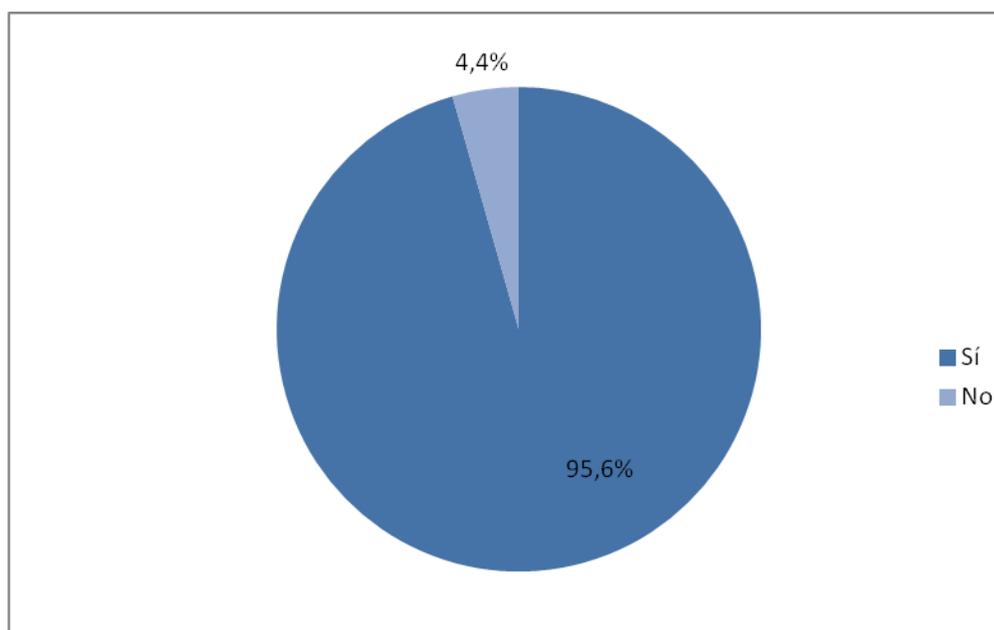
La existencia de más actividades es lo que la población, en su mayoría, considera como principal motivación para visitar los Parques Recreativos, aunque es importante mencionar que, muchas de las actividades que podrían realizar, no las conocen debido a la falta de promoción.

## Información sobre los Parques Recreativos

Según el cuestionario aplicado a la muestra de la población de la GAM, la mayoría de los encuestados considera importante recibir información acerca de los Parques Recreativos. En términos generales, se puede decir que, aunque no exista información de los Parques Recreativos, sí es importante crear un Plan de Comunicación.

### Gráfico N° 4

Opinión de la GAM sobre recibir o no información de los Parques Recreativos



Fuente: Elaboración Propia. Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos, 2013

Anteriormente, se reflejó que la mayoría de la población considera necesario recibir información acerca de los Parques Recreativos, además se les consultó qué tipo de información les gustaría recibir. Gracias a esto, se identifica que la mayoría

considera importante recibir información sobre las actividades que se pueden realizar en los diferentes parques, como, por ejemplo, el Festival Internacional de las Artes, que se ha realizado en la Sabana, y conciertos. Además un alto porcentaje de las personas desea que se les informe acerca de los horarios.

La mitad de la muestra se interesa también por la información sobre los costos y la ubicación. Por último, un pequeño porcentaje de la población indica que le gustaría información de mapas, historia de los parques y otros detalles.

### Cuadro N° 6

Información que le gustaría recibir a la población de la GAM

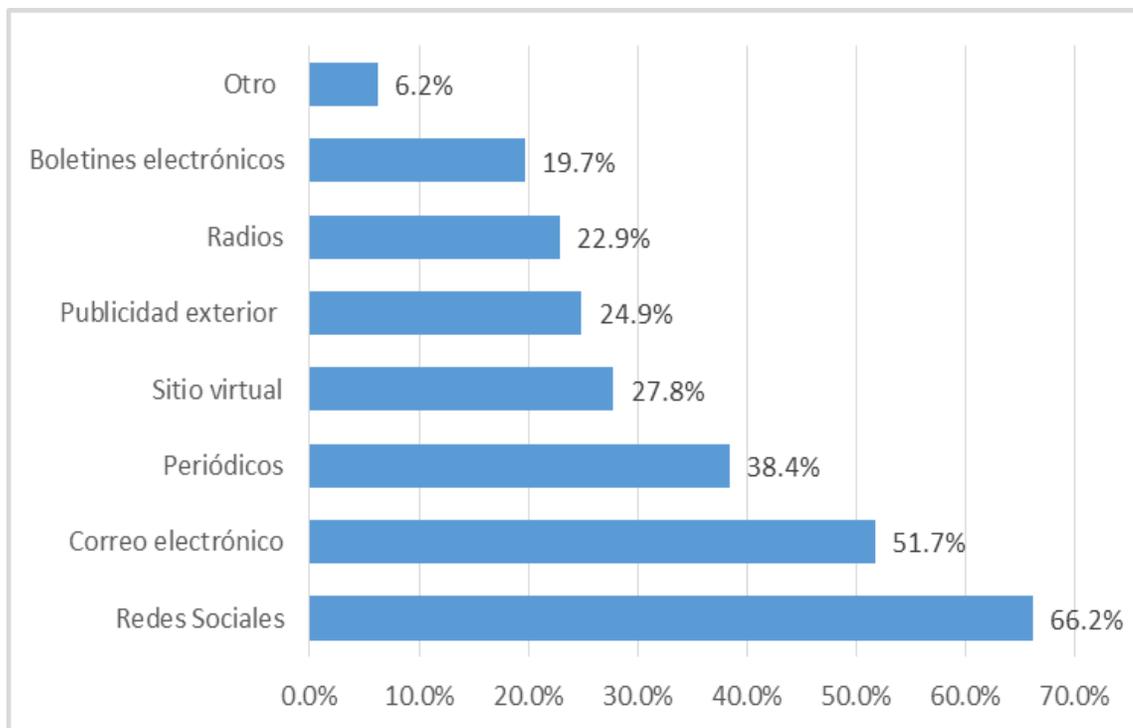
Opciones	Cantidad	%
Actividades que se pueden realizar	328	85,2%
Actividades especiales	269	69,9%
Horarios	249	64,7%
Costos	191	49,6%
Ubicación	165	42,90%
Otro	15	3,9%
<b>Total de menciones</b>	1217	
<b>Total de entrevistados</b>	385	

Fuente: Elaboración Propia. Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos, 2013

Al consultar sobre medios de comunicación, por los cuales les gustaría recibir la información anterior, la población de la GAM indica lo siguiente:

**Gráfico N° 5**

Medio más eficiente para recibir la información



Fuente: Elaboración Propia. Promoción de los Parques Recreativos Metropolitanos, 2013

Las redes sociales lideran este aspecto, las cuales obtuvieron el mayor porcentaje de elección por parte de la población.

#### 4.1.2. Entrevista orientada

El siguiente instrumento a interpretar es la entrevista orientada (ver Anexo 1), la cual contiene dos partes, una aplicada al administrador de la comisión encargada de la creación de las áreas de recreación, durante el Gobierno Carazo (1978-1982), y otra aplicada a los administradores y la administradora de los Parques Recreativos Metropolitanos. A continuación, se describen los resultados de la entrevista con los

administradores y la administradora de los parques, los cuales pertenecen al ICODER:

### **Sobre el conocimiento del tema de la recreación**

En la entrevista orientada, se les preguntó a los administradores y a la administradora sobre el concepto de actividades recreativas y la importancia que éstas tienen para la sociedad, a lo que ellos y ella demostraron conocer el término de recreación y la importancia que esta tiene para las personas.

Rafael Bustamante, quien es el administrador del Parque La Sabana y el encargado general de los parques, comentó que es profesional del área del deporte y la recreación, respondiendo ante esta pregunta de la siguiente forma: “las actividades recreativas son todas aquellas actividades que las personas hacen en su propia exponencia, porque lo que tratan de hacer es el uso positivo del tiempo libre, que sean actividades beneficiosas para su crecimiento personal, para su crecimiento hasta físico” (Bustamante, comunicación personal, 25 de mayo de 2013).

Aunque los demás entrevistados no necesariamente poseían formación académica en actividades recreativas, tenían una clara idea de lo que es la recreación y su importancia. A modo de ejemplo, uno de ellos indica lo siguiente: “actividades recreativas es eso que encierra todo lo que tiene que ver con actividades físicas, tanto a nivel corporal como a nivel mental, eso yo creo que los parques recreativos llegan a ser un fundamento muy grande para la sociedad costarricense que, hoy en día nos hace bastante falta” (Brenes, comunicación personal, mayo 18). Además, ellos expresan que es una necesidad de las personas, “la recreación es una actividad que debería de fomentarse mucho”, comenta el señor Bustamante (Bustamante, comunicación personal, 25 de mayo de 2013).

## **Sobre las características de los Parques Recreativos**

Para conocer acerca de los Parques Recreativos, se incluyó dentro de la entrevista una pregunta acerca de las características de los Parques Recreativos y, analizando sus respuestas, se determinó que los administradores y la administradora están claros en lo que posee cada uno de los parques.

En el caso de La Sabana, el administrador explica que “el parque tiene una gran ventaja que, prácticamente, como dicen, es un “central park”, un parque que tiene toda la ciudad alrededor, es un oasis en medio de un desierto, tal vez esa es la mayor ventaja, gran acceso para muchas personas y, lo más importante, es que muchas personas con muchas condiciones sociales” (Bustamante, comunicación personal, 25 de mayo de 2013). También se determinó que este parque es el que tiene más actividades para realizar, tanto recreativas como deportivas, siendo el más grande y, se estima, el más visitado. Asimismo, es el que demanda la mayor cantidad de presupuesto y, por esta razón, hay algunas necesidades que no pueden ser cubiertas.

En el caso del Parque La Paz, la administradora dice: “Bueno. ¿Positivas? Yo siento que el recrearse es positivo para todo el mundo” (Flores, comunicación personal, 4 de mayo de 2013), y, adicional a esta intervención, la administradora afirma que este parque tiene muchos problemas, ya que posee accesos por muchos lados, al no tener una entrada principal, razón por la cual no se tiene control de los visitantes, lo cual ocasiona problemas, tales como robos a las instalaciones y la basura que las mismas personas botan fuera de los basureros.

La Paz es el segundo Parque Recreativo más grande en Costa Rica y cuenta con una ubicación central dentro del casco metropolitano, por lo que es muy visitado. La administradora considera importante mejorar la educación para que los visitantes cuiden las instalaciones y puedan aprovechar el Parque de La Paz.

El Parque del Este es considerado por el administrador como muy importante. Él lo define de la siguiente forma:

Este parque en sí es muy importante, creo yo, a nivel nacional o a nivel regional, por decirlo así, porque encierra mucha riqueza, aparte de que sirve como foco de reunión para la práctica del deporte y de la recreación, también es un bastión ecológico (García, comunicación personal, mayo 11).

Una característica importante de este parque es que tiene mucha riqueza natural biológica y recibe visitas constantes de diferentes organizaciones, tales como la Universidad Estatal a Distancia (UNED) y la Universidad de Costa Rica (UCR), las cuales realizan diversas actividades instructivas y educativas. Además, muchas personas llegan a compartir en familia y a realizar deporte, entre otras actividades. Lo que el administrador indica como negativo es la falta de comunicación, no dar a conocer lo que se puede realizar en el parque.

El Parque de Fraijanes se caracteriza por la buena aceptación de los visitantes: siempre hay personas en el parque y, como una de sus principales características, el administrador, Rafael Rojas, menciona que las cabinas para alquiler son la gran diferencia con los demás parques, además de los ranchos, ya que algunos tienen electricidad, lo que hace más amena la estadía.

El señor Rojas considera que lo que ayudó a incrementar las visitas es que este parque queda carretera al Volcán Poás y muchas personas que van hacia el volcán se detienen e ingresan al parque. Esta característica también ha influido en el estado de la carretera, la cual se mantiene en muy buenas condiciones para facilitar el tránsito de los turistas. A pesar de que el clima tiende a ser lluvioso, el administrador afirma que esta razón no limita el ingreso y la estadía de los

visitantes, quienes, sin importar si llueve o no, se mantienen inclusive hasta el cierre del parque.

El Parque de la Expresión es uno de los más pequeños, además de ser el menos visitado, su principal característica es que ahí se encuentra el Lago de Doña Anacleto, el cual, debido al cambio climático tan drástico que sufre nuestro país, se ha secado por primera vez, según lo menciona el administrador.

Adicional a esto, La Expresión posee flora y fauna que embellecen el parque, espacios para recreación y, según indica el administrador, muchos de los visitantes son personas que “vienen de largo” y que llegan al parque en busca de tranquilidad y de esparcimiento en familia. Además, él comenta que: “a lo largo de los años de trabajar aquí hemos visto a las personas el uso que le dan al parque, más que todo familiar, aquí lo usan instituciones como escuelas, colegios, los Scouts, otras instituciones, como las Universidades, pero, más que todo, es familiar, es el más uso que tiene el parque” (Brenes, comunicación personal, mayo 18).

### **Sobre datos registrados de los Parques Recreativos**

Acercas del control de visitas que se maneja en los cinco parques, todos los administradores y la administradora deben entregar un informe mensual, con el cual se confecciona el informe anual, por parte de Rafael Bustamante, Director de Gestión e Instalaciones del ICODER y, con esos datos, se justifica el presupuesto anual que se da a los parques.

El Parque La Sabana y el Parque de La Paz hacen un aproximado de visitas, ya que, al ser un área abierta, las personas pueden ingresar por cualquier lado, haciendo imposible su conteo.

En el caso de La Sabana, su administrador, el señor Bustamante, es profesor universitario e imparte un curso de investigación, por lo que solicita a sus estudiantes, cada tres meses, pasar cien encuestas dentro del parque, entre semana y fines de semana, para entonces obtener, por medio de esa metodología, la opinión que tienen los visitantes del parque.

Sobre contabilizar las visitas, el señor Bustamante explica que, para lograrlo habría que hacer un estudio complicado y de alto valor económico, “lo que hay que hacer es un conteo lo más exhaustivo posible, entre semana, fines de semana, mañana, tarde y noche” (Bustamante, comunicación personal, 25 de mayo de 2013). No obstante, el señor Rojas analiza que, al ser La Sabana un parque por donde se puede ingresar por cualquier punto, se tendría que tener entre diez a doce personas, con un contador de visitas y en diferentes puntos del parque, debido a esto es que se considera un proyecto “caro”.

También existe un control de permisos para actividades especiales, realizadas por marcas o empresas dentro del parque, como es el caso de los aeróbicos los domingos, organizados por personal de Powerade (marca de bebida hidratante que pertenece a Coca-Cola) y Perimercados (cadena de supermercados).

Los otros tres parques: del Este, Fraijanes y la Expresión, cuentan con un acceso controlado y el cobro por este acceso incluye un brazalete. Estos brazaletes son diferentes de acuerdo al tipo de visitante, si es niño, adulto, adulto mayor, entre otros. Con ellos, se pueden detallar la cantidad de visitas y, dentro de ellas, la división, según edades o condiciones, como es el caso de las personas con discapacidad e, inclusive, el control de exoneraciones por mes.

## **Sobre la promoción de los Parques Recreativos**

Parte indispensable de la investigación, es conocer qué piensa la administración de los Parques Recreativos, tanto acerca de la promoción y la existencia de la misma o como de algún proyecto. Mediante el método de la observación, se determinó la diferente promoción interna en los parques y, finalmente, por el instrumento del cuestionario, se indagaron cuáles aspectos son los que la población de la GAM quisiera conocer acerca de los Parques Recreativos.

Al investigar sobre los datos utilizados para promocionar los parques, en general, los administradores y la administradora coincidieron en que no existen datos o herramientas establecidas, por parte de ellos o por parte del ICODER. Se pueden identificar métodos, según la experiencia de cada uno de ellos, pero se han presentado con el paso del tiempo y según las características de cada parque.

En el caso del Parque del Este, el administrador considera que, uno de los métodos que puede generar datos para la promoción, es el de “boca en boca”: “la misma gente es la que se encarga de mercadear el parque que, gracias a Dios, nos ha servido bastante en estos últimos años, la misma gente nos comenta” (García, comunicación personal, mayo 11).

También, el señor García comentó que el Deportivo Saprissa hace entrenamiento en ese parque y esto colabora para que diferentes medios de comunicación hagan tomas del parque, mientras los jugadores entrenan o les hacen entrevistas que “publican en las noticias de la tele o en el periódico que Saprissa en el parque del Este entrena o estuvieron en el Parque del Este” (García, comunicación personal, mayo 11).

Él explica también que Canal 13 transmite un programa llamado “Planeta Interno”, grabado en el parque los sábados, haciendo, de forma indirecta, una promoción del lugar.

Para los parques de Fraijanes, La Paz, La Expresión y La Sabana no existe ningún tipo de datos para la promoción y, Rafael Bustamante, agrega que no existe ninguno en La Sabana, “porque el parque no necesita promoción” (Bustamante, comunicación personal, 25 de mayo de 2013).

Un dato histórico del Parque La Expresión, según explicó don José Brenes, es que hace varios años tenían un rótulo dentro de una propiedad esquinera, sobre la carretera principal de Paraíso, pero que se perdió o se lo llevaron a la hora de que la propiedad cambiara de dueños.

Según las entrevistas, es evidente la conciencia acerca de la necesidad de promocionar los Parques Recreativos; sin embargo, se apela a la falta de recursos para poder obtener información, ya que parte de lo que dicen los administradores y la administradora es que “sí nos hace falta”.

Desgraciadamente, un proyecto de mercadeo o de promoción, no solamente es poner un rotulito ahí en la entrada del parque, sino implica más y, desgraciadamente, no tenemos el dinero ni el personal para que lo diseñen, entonces, en esa parte, si nos hace falta algunas cuestiones puntuales (Bustamante, comunicación personal, 25 de mayo de 2013).

Con lo anterior, se demuestra la importancia de la promoción para la administración de los Parques Recreativos, pero estos no tienen ni los medios económicos ni una persona encargada de la comunicación.

El administrador del Parque de Fraijanes dijo: “sí claro, es muy importante y creo que es necesario, aparte de importante necesario, porque eso fomentaría la visitación de la población, aparte de que ese es el fin del parque en sí, o sea, el fin del parque es darse a conocer, darse al pueblo, brindar el servicio a las comunidades, ese es el fin del parque, entonces, si el parque no se mercadea, no se da a reconocer, entonces está perdiendo su fin, entonces, yo creo que sí es muy importante” (Rojas, comunicación personal, mayo 12).

La importancia de la promoción para los administradores y la administradora, va más allá de las visitas a los parques, también hablan del bien que el recrearse y el hacer deporte proporciona a la población, un comentario fue: “la importancia, como lo hablábamos al principio, es fomentar el deporte, la institución o el ICODER en sí, eso es lo que tiene que hacer, incluso está como visión y misión fomentar el deporte, tanto colectivo como individual, de la población costarricense” (Rojas, comunicación personal, mayo 12).

Dado lo anterior, se deduce que la carencia es de medios y no de dar énfasis a la importancia de la promoción, ya que cada administrador está de acuerdo con esto. Reconocen no tener la opción de llegar a la población costarricense y no poseer un plan de promoción, ya que, al consultarles si ellos de forma individual tenían un plan de promoción o bien si el ICODER tiene algún nuevo sistema de promoción, la respuesta fue negativa.

Mediante el método de observación, se analizó el material promocional de cada uno de los parques recreativos y, de estas observaciones, es importante mencionar, que, a nivel de material impreso, tales como: despleables, volantes, pizarra informativa, entre otros, se carece de este tipo de promoción. A nivel de rotulación, también es muy escasa, la señalización al lugar del parque es casi nula. El caso específico de La Expresión es el más crítico, ya que los visitantes que no

conocen el lugar, se pierden al llegar. Los parques sí poseen un mapa del lugar, para así ubicar a los visitantes.

Según las entrevistas aplicadas a los administradores y la administradora de los Parques Recreativos, se obtuvo como única respuesta que, actualmente, no existen objetivos de comunicación definidos; sin embargo, sí consideran importante que los haya.

A los entrevistados se les consultó acerca de las técnicas o herramientas aplicadas para dar a conocer los Parques Recreativos, la respuesta que se obtuvo fue que, la única herramienta utilizada, es el sitio virtual del ICODER, pero no están satisfechos con la misma; algunos comentarios se citan a continuación: "nuestra página Web que está muy mal, le hace falta información, la gente son de las cosas que se han quejado" (García, comunicación personal, mayo 11).

Agrega el señor Rojas: "se mete al link de parques recreativos no hay nada, prácticamente que no hay nada, hay algunas fotos por lo menos, hablando del Parque del Este, hay como dos o tres fotos que yo creo que esas fotos pueden tener unos quince años, o sea no se apega a la realidad" (Rojas, comunicación personal, mayo 12).

Al consultar sobre las herramientas que se pudieran considerar más efectivas para llevar a cabo un plan de comunicación, la mayoría de los administradores y la administradora indicaron como relevantes la televisión, los espacios publicitarios, un sitio virtual, específicamente por medio de una mejora en el sitio existente, y las redes sociales como Facebook. Adicional a éstos se mencionan también los volantes y la radio.

En el caso particular de la Sabana, el administrador comenta que este parque es muy visitado, por lo que no requiere técnicas de promoción; sin embargo,

menciona que unas pantallas electrónicas, en diferentes puntos, serían de gran beneficio para informar a los visitantes sobre las diferentes actividades.

Al preguntarles a los administradores y a la administradora de los Parques Recreativos acerca del presupuesto, todos afirman que existe un presupuesto anual, asignado por el ICODER, pero que no incluye un rubro específico para la comunicación.

### **Sobre proyectos anteriores, actuales y futuros**

Al investigar sobre actividades recreativas que atrajeran mayor cantidad de visitas y colaboradores, y que repercutieran positivamente para la imagen y la visitación de los parques, el señor García recalcó que, dentro del Parque del Este, destacan Las Eliminatorias de Juegos Estudiantiles y, en sus mismas palabras: “se ha regado la bola que el parque reúne las condiciones para ese tipo de competencias de campo traviesa... por los senderos, por el lago si quieren, el clima en sí les ayuda, entonces ya se ha ido promoviendo en otros sectores del mismo evento vengan acá” (García, comunicación personal, mayo 11).

El señor Rojas considera que, dentro del Parque de Fraijanes, son actividades como las exhibiciones de escuelas, por ejemplo de taekwondo, las fiestas escolares, los campamentos grandes de Scouts y los grupos religiosos, las que convocan a personas de todo el país, además, son las que más repercuten en la participación y promueven las visitas. También, las cabinas son muy llamativas y de mucha demanda para su alquiler, “parece que estuvieran llamando al Barceló... si hubiera veinte o treinta cabinas todas estarían llenas, porque es tanto lo que la gente llama” (Rojas, comunicación personal, mayo 12).

En el Parque de La Paz, la señora Aida Flores considera que han sido las actividades de juegos recreativos tradicionales, desarrollados hace unos años en

convenio con la Fundación Juegos Tradicionales, las que han experimentado la reacción más exitosa, debido a la participación y el entretenimiento de las personas.

En La Sabana, es el proyecto de contratación de la empresa que da mantenimiento al parque lo que el señor Bustamante considera como el proyecto más exitoso a nivel administrativo, junto con el Festival de las Artes, el cual ha contado con la mayor repercusión y participación de personas y colaboradores. Como dato interesante, el señor Bustamante comenta que “ese festival ha llamado más la atención que los eventos deportivos.” Según datos resultantes de ambas actividades, los Juegos Centroamericanos, en instalaciones, pudo haber llegado a seiscientas mil asistentes durante los quince días y, para el FIA, se dice que llegó millón y medio de personas. Considerando que el costo de los Juegos Centroamericanos, por millones, es mucho más alto que el FIA (Bustamante, comunicación personal, 25 de mayo de 2013).

En el Parque de la Expresión, el señor Brenes comentó que no se han realizado ningún tipo de actividades grandes, siendo los campamentos y las reuniones religiosas o escolares las que se podrían contemplar como las actividades más grandes dentro del parque, en lo que respecta a convocar a una gran cantidad de personas.

Por lo anterior se destaca que, de una u otra forma, estas instalaciones son utilizadas para diferentes actividades, no todos los días, pero sí son significativas para los diferentes grupos. Además, según afirmaciones de los administradores y la administradora, estos parques pueden ser utilizados por algún convenio, si alguna institución así lo solicita.

A continuación, se presentan los resultados de la entrevista orientada, aplicada al administrador de la comisión de las áreas recreativas:

## **Comunicación actual de los Parques Recreativos**

En primera instancia, se indagó sobre la comunicación actual que reciben los parques recreativos y, el señor Hernán Zamora, encargado de la antigua comisión encargada de la creación de las áreas recreativas, se refirió de la siguiente forma: “mire, yo creo que no hay ningún tipo de comunicación, yo lo único que he oído en los últimos diez, quince años, en cuanto a parques recreativos ha sido lo de la tala del bosque en el Parque Metropolitano de la Sabana, de ahí afuera, no he vuelto a saber absolutamente nada” (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

## **Sobre las áreas recreativas**

Según el señor Zamora, antes no se les llamaba Parques Recreativos, más bien, eran definidos y nombrados cómo áreas recreativas. Asimismo, los objetivos no eran únicamente espacios grandes, ni específicamente rurales o metropolitanas, sino que, lo que buscaba el gobierno de Rodrigo Carazo, eran zonas donde las personas pudieran llegar y pasar un tiempo; se habla del Parque del Este, Fraijanes y algunos otros, pero también hubo trabajos pequeños, pero no menos importantes, como las bancas en los miradores de Cambronero, las mesas y las bancas en lo que, en ese mismo Gobierno, fue decretado como el Parque Nacional de Manuel Antonio.

El señor Zamora comenta lo siguiente: “Don Rodrigo era un presidente que estaba presente en todo, tenía esa gran virtud y esa gran capacidad, el que nos suministraba las áreas para pensar y promover algún tipo de área de recreación era Don Rodrigo, él mismo, él mismo por ejemplo no se me puede olvidar una vez que llegó a Casa Presidencial y me llama y me dice “Hernán yo necesito que vea a ver como hace para que ponga mesitas en todo Cambronero”, ¿Cómo Don Rodrigo mesitas en todo Cambronero? Si ahí hay paradas, la central donde se parqueaban todos los tráiler, buses, ¡qué sé yo!, necesito que pongan mesitas, para que la gente que se llegue a parquear ahí, porque habían unas vistas muy lindas, tengan unas mesitas donde sentarse, bueno y, efectivamente se hizo, y ya no queda ni una” (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

Las áreas recreativas que se construyeron en el gobierno de Carazo fueron proyectos que se crearon sin presupuesto, el señor Zamora menciona: “fueron proyectos muy lindos, en donde realmente se puede; esos proyectos, para cuando uno es joven, se da cuenta que las cosas en el Estado sí se pueden hacer, sí se pueden hacer sin incrementar impuestos, eso era simplemente buscar los recursos dentro de los recursos que habían y se hicieron, ¿Cuántos se están operando hoy?

No tengo ni la más mínima idea, falta de comunicación y de información al costarricense” (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

En aquel tiempo, la administración de las áreas recreativas no recaía sobre ninguna entidad específica, el señor Zamora lo explica de la siguiente forma: “nosotros no teníamos la responsabilidad de la administración de ninguna de ellas, de ninguna, eso conforme se iban haciendo operativas, íbamos la misma comisión iba determinando que institución del Estado asumía la administración, la administración no tenía recursos, entonces, le repito se le daban al Servicio de Parques Nacionales muchas, a Defensa Civil se le daban también, al M.O.P.T también se le dieron algunas en responsabilidad, y en responsabilidad de mantenimiento, a las comunidades, Bosques de Doña Ana Cleto creo que ese se negoció con la Municipalidad de Paraíso, igual que Fraijanes, Fraijanes, yo creo que se había negociado con la municipalidad de Poás, no recuerdo honestamente, es que son muchos años” (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

### **Criterios para la creación de los Parques Recreativos**

Se indagó sobre los criterios de selección de las áreas recreativas, para lo que el señor Zamora comentó: “eso lo hacíamos en la comisión, todo lo hacíamos en la comisión y los criterios eran muy sencillos, primero, si eran áreas utilizables, si no nos vamos a meter en problemas con propietarios privados, eso era lo primero. Segundo, capacidad del área. Tercero, población, que pudiera beneficiarse de esa área, la población objetivo, cuanta gente vivía alrededor o cuanta gente podía desplazarse con carro o bicicleta, lo que fuera para determinar la carga que iba a tener el área recreativa y esa carga ¿Qué era lo que nos iba a decir? Cuanta cantidad de servicios había que establecer, me refiero, mesas, parrillas, ranchitos, baterías de baños, etc. Aparte de eso, después viene el inventario de recursos, hacíamos un inventario de recursos dentro de las instituciones del Estado para ver si teníamos los recursos suficientes para desarrollar el área, esas eran las cuatro

tareas de la comisión, y la comisión determinaba si lo hacíamos, y se le informaba a don Rodrigo si se hacía o si no se podía” (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

### **Objetivos de los Parques Recreativos**

El objetivo de los Parques Recreativos fue impulsado por la iniciativa de la unión familiar y el tiempo que pasan juntos, el señor Zamora lo expone de la siguiente manera: “el objetivo que la gente tuviera un lugar donde estar en familia, y no solo en familia, sino que tuviera un lugar donde respirar, donde sentirse libre, ese era el objetivo fundamental de las áreas recreativas” (Zamora, comunicación personal, 14 de setiembre de 2013).

Además, él considera que el objetivo como tal, sí se está cumpliendo, sin embargo, piensa que es necesaria la creación de más áreas recreativas, debido el crecimiento de la población y a que, algunas áreas creadas en el pasado, ya no existen.

#### **4.1.3. Observación**

Cómo tercer y último instrumento utilizado en esta investigación, se tiene el método de observación, el cual consistió en la observación de los Parques Recreativos, tanto los parques como a las actividades y grupos de personas que llegan a estos lugares, midiendo los siguientes factores:

## **Parques Recreativos:**

### **Horario**

Según lo observado en los rótulos al ingreso de los tres parques que poseen entradas controladas (Parque del Este, de Fraijanes y La Expresión), el horario en que se encuentran abiertos a los visitantes es de martes a domingo, de 8am a 4pm. Los lunes se mantienen cerrados al público.

El Parque de La Paz y La Sabana no poseen horario y están disponibles al visitante cualquier día y a toda hora, día o noche.

### **Cobro de ingreso al parque**

Los Parques Metropolitanos La Sabana y de La Paz son de libre ingreso, no se debe pagar para ingresar. En el caso de Parque del Este, de Fraijanes y La Expresión, se cobra una cuota para adultos de ¢700 y niños menores de 12 años pagan ¢600.

### **Acceso al Parque Nacional Recreativo**

Los parques de La Expresión, de Fraijanes y Parque del Este poseen una única entrada con control de acceso, en donde hay un encargado de boletería, quien tiene la tarea de cobrar por el ingreso. Estos parques cuentan con cómodos parqueos, vigilados por personal del parque.

El Parque del Este se encuentra sobre la calle principal de Sabanilla, Montes de Oca, una calle muy transitada y en buen estado. Por su ubicación, se puede llegar por varios medios de transporte, ya sea vehículo, transporte público, bicicleta, o incluso, caminando, en el caso de los vecinos del lugar.

El Parque de Fraijanes está ubicado sobre la carretera que lleva al Volcán Poás, Alajuela. Por ser un lugar turístico tan concurrido e importante a nivel nacional, la calle se mantiene en muy buen estado y es muy simple llegar al lugar en vehículo, transporte público, bicicleta o caminando desde áreas aledañas.

El caso del Parque La Expresión es diferente, ya que su acceso es un poco incómodo por encontrarse entre caseríos con calles en mal estado, cuya mayoría no están asfaltadas. Para llegar a la entrada principal, hay que desviarse un kilómetro aproximadamente de la calle principal de Paraíso de Cartago, dentro de una urbanización, por lo que lograr encontrar la calle que lleva a la entrada principal, se torna confuso para quienes visitan el parque por primera vez. Este parque cuenta con una segunda entrada con mejor ubicación, pero solamente se permite el acceso por este punto a ciertas personas, entre ellas funcionarios del parque, personas con alguna discapacidad o quienes, por alguna actividad, requieren ingresar equipos especiales.

Con respecto al Parque La Sabana y al Parque de La Paz, se pueden acceder de manera cómoda y las calles para llegar a ellos se encuentran en buen estado. Su ubicación céntrica los deja al descubierto para quienes se encuentran cerca del lugar, logrando estar visiblemente bien ubicados. Ambos tienen áreas de parqueo con vigilancia, aunque, por la gran cantidad de visitas, estos espacios se saturan rápidamente y los visitantes optan por estacionar sus autos en las calles que rodean los parques.

### **Mantenimiento del Parque Recreativo**

En general, se observa que los cinco parques reciben buen mantenimiento. Aunque los basureros que existen se encuentran distanciados, es nula o poca la cantidad de basura dentro de las áreas. Solamente en el caso del Parque de La Paz, se observaron islas de basura en zonas menos concurridas, situación que, según la

administración, es un problema que enfrentan con los vecinos, ya que aprovechan la poca vigilancia que hay dentro del parque para deshacerse de su basura, tirándola dentro del lugar.

En La Sabana, Fraijanes y La Expresión, los ranchos, las bancas y las mesas se mantienen en buen estado y limpias. En La Sabana y en el Parque de La Paz se observan mesas y bancos un poco dañados por los mismos visitantes. Los administradores y la administradora de estos dos parques indicaron estar constantemente dando mantenimiento a estos objetos, aunque es notorio que ha mejorado el cuidado por parte de las personas.

### **Personal que labora**

Dentro de los tres parques con acceso controlado, se observó entre una y dos personas haciendo rondas de vigilancia en sus alrededores. Además, en el Parque del Este se observó a una persona en quehaceres de aseo. Todos ellos vestían camisas con un logo identificador del ICODER, y solamente en el Parque de Fraijanes y Parque del Este, se observó a uno de los vigilantes portando radio comunicador.

### **Seguridad**

Dentro de los cinco parques, la seguridad por parte de personal de La Fuerza Pública es mínima o nula. Estos parques no cuentan con seguridad propia, tal como lo explicó Rafael Bustamante (Entrevista 1).

En el Parque La Expresión, Fraijanes y del Este no se observó ninguna persona de seguridad, mientras que, en El Parque La Sabana y de La Paz, solo se visualizó a dos policías montados haciendo rondas de vigilancia un par de veces, de

9am a 4pm. En estos dos parques existe una oficina para el personal de Fuerza Pública, pero la presencia de policías es casi inexistente.

### **Sobre los visitantes de los Parques Recreativos**

Se observa que la cantidad de actividades recreativas realizadas por los visitantes es muy amplia. En todos los parques, se desarrollan caminatas en los alrededores y senderos de los parques, así como hay otras personas que llegan a correr, de forma individual y grupal, algunas veces acompañados de sus mascotas, las cuales no tienen ningún tipo de restricción para ingresar a estos sitios.

También, muchos grupos de personas se reúnen para compartir en familia y amigos durante el día, por medio de juegos infantiles y recreativos, al igual que mediante la realización de comidas como meriendas y almuerzos. El rango de edades es muy amplio, desde bebés hasta adultos mayores, aunque, en su mayoría, son parejas jóvenes entre los veinte y cuarenta años, quienes llegan con sus hijos menores de edad e incorporan en este paseo a sus perros, considerados como parte de la familia.

En los cinco parques existen áreas de juegos infantiles con estructuras tipo “play ground” de madera y otros, en excelente estado, siendo estas la principal atracción para los niños pequeños. También hay camas elásticas e inflables, que se cobran por su uso dentro de La Sabana, La Paz y Fraijanes. Las bicicletas y los patines son de gran uso dentro de La Sabana y de La Paz, aunque también se pueden visualizar niños en bicicleta en el Este y en La Expresión.

Muchos grupos de personas se reúnen para impartir charlas o hacer reuniones o estudios religiosos. Los grupos de Scouts utilizan estos sitios para reunirse y hacer sus prácticas y “las mejengas” son actividades realizadas y de gran atractivo, principalmente en La Sabana y Parque de la Paz, aunque, en los cinco

parques existen canchas para ello, utilizadas principalmente por los padres y sus hijos pequeños para jugar a la pelota.

Entre las prácticas que caracterizan cada parque, se puede mencionar el alquiler de botes de pedal dentro de los lagos en el Parque de Fraijanes y La Sabana. En el Parque del Este, asiste un grupo de diez personas para practicar Yoga, ejercicio que, por su naturaleza, requiere de un lugar pacífico, acorde con el ambiente que se vive dentro de este parque.

También, el Parque de La Paz se caracteriza por el atractivo Mirador Chirrido, el montículo de tierra que posee y donde muchas personas llegan para subir a la cima y poder ver la ciudad, así como muchos niños hacen volar sus papalotes o se tiran en cartones. Estas prácticas son tan comunes que hay varias ventas de estos juguetes voladores y se da el alquiler de “carretillos” plásticos, hechos con mitades de estañones, para deslizarse con mayor facilidad por las paredes de esta pequeña montaña.

Se pudo observar que la mayor cantidad de personas ingresa a los parques en las horas de la mañana, entre 9am y 11am, aunque, en el Parque La Sabana y en el Parque de La Paz, ingresa también gran cantidad de visitantes en cualquier momento del día. Quienes llegan a pasar el día, se quedan alrededor de cuatro y cinco horas, muchos hasta que el parque se cierra, mientras que, las personas que realizan deportes o llevan a los niños a jugar a la pelota o a los “play ground”, abandonan los parques una o dos horas después de haber ingresado.

En el Parque del Este llama la atención que, aún con las lluvias que se presentan al iniciar la tarde, acompañadas del clima frío, los visitantes no se van y siguen con sus actividades, en su mayoría dentro de los ranchos.

**Capítulo V.**  
**Conclusiones y recomendaciones**

## 5.1. Conclusiones

Se detallan las conclusiones, después del análisis de los resultados de los instrumentos aplicados.

Los Parques Recreativos no cuentan con ningún plan de comunicación, no poseen objetivos, estrategias ni herramientas, esto por falta de recursos económicos, humanos y una estructura organizacional adecuada, ya que carecen de un departamento de comunicación que les colabore en esta área. Se identifica que la necesidad de promoción de los Parques Recreativos va más allá de la necesidad de generar visitas y se establece como relevante dar a conocer a la población costarricense la importancia de la recreación para el ser humano.

A pesar de la deficiencia de comunicación que tienen los Parques Recreativos, estos sí cumplen con el objetivo de su creación, que es brindarle a la población un área en donde reunirse, tener un lugar de recreación, unión familiar y espacios para disfrutar entre amigos.

La población de la Gran Área Metropolitana considera importante recibir información sobre los diferentes Parques Recreativos; sin embargo, el único medio de comunicación existente para este fin es un espacio en el sitio virtual del ICODER, el cual se encuentra desactualizado, no tiene un orden específico y no contiene la información que se requiere. Básicamente, lo que este incluye se reduce a unas cuantas fotografías de hace varios años, carente de historia e información básica.

En términos generales, tanto la población de la GAM como los administradores y la administradora de los Parques Recreativos, consideran que los medios de comunicación más eficientes son:

- La Internet: Mediante el sitio virtual y el uso de redes sociales.
- Medios tradicionales: Se consideran eficientes la televisión, periódicos y material informativo como despleables.

Los visitantes de los Parques Recreativos tienen una buena percepción de estos espacios, con algunas excepciones. Algunos de los parques cuentan con alianzas estratégicas, como lo son la Fuerza Pública, la Cruz Roja entre otros; en donde ambas partes obtienen sus beneficios, lo que también genera buena imagen para las instituciones.

El Parque Metropolitano La Sabana es el parque recreativo más visitado, debido, principalmente, a su ubicación, además de las actividades especiales que ahí se realizan y las numerosas visitas al Estadio Nacional. También, es el parque que cuenta con una mayor atención y presupuesto por parte del ICODER.

El Parque La Expresión en Cartago es el menos conocido por la población, donde se da la menor cantidad de visitas y que, además, es conocido como la Laguna de Doña Ana para los pueblos que lo rodean.

Todos los parques carecen de personal exclusivo en seguridad, sin embargo, los parques con acceso controlado dan una mayor sensación de seguridad, lo contrario a La Sabana y La Paz. El cobro por el ingreso resulta ser un respaldo para los visitantes quienes perciben que ese pago ofrece vigilancia y control.

El 8.3% de la población dice no saber lo que son los Parques Recreativos; sin embargo, únicamente el 1.3% nunca ha visitado ninguno, por lo que se concluye que la mayoría de la población conoce los Parques Recreativos, aunque exista un porcentaje que desconoce estos parques y lo que esto significa.

Los administradores y la administradora, quienes son funcionarios del ICODER, tienen claridad acerca de lo que son los Parques Recreativos y las actividades recreativas. Adicionalmente, saben del beneficio que esto genera para la sociedad, aunque no todos lo definen de la misma forma.

Los Parques Recreativos poseen algunas características similares, pero también poseen características únicas, lo que hace de cada parque un lugar distinto y que, por lo tanto, alcanzan poblaciones distintas. Todas estas características están muy claras por parte de los administradores y la administradora.

Se determina que las actividades con mascotas que se realizan en los parques, tienen un aumento significativo: un porcentaje bajo de la población lleva sus mascotas, y una cantidad significativa de visitantes son acompañados por sus animales, ya sea que las llevan a caminar, correr o, simplemente, como si fueran un miembro más de la familia.

Las actividades especiales dentro de parques como La Sabana y La Paz se consideran una de las principales razones por lo que se visitan estos sitios.

Además, se sabe que en los Parques Recreativos de la Gran Área Metropolitana, se desarrollan diferentes actividades recreativas, culturales y deportivas, a las cuales asisten grupos específicos y son los siguientes:

- a. Familias que dedican el día a pasarlo juntos, realizando algún almuerzo compartido, juegan un rato y algunos aprovechan para hacer deportes.
- b. Grupos de amigos que se reúnen con el fin de pasar un rato agradable, realizando actividades como juegos y deportes.

- c. Grupos deportivos organizados que se reúnen en los parques a entrenar o practicar actividades, tales como el yoga o algún otro tipo de actividad física.
- d. Vecinos de los diferentes parques que llegan solos, con sus parejas, hijos o mascotas para hacer deporte como caminar o correr.
- e. Grupos e instituciones como los *boy scouts* y universidades, entre otras, que se reúnen a realizar actividades específicas, como prácticas, estudios en la biodiversidad, campamentos, actividades de recreación, entre otros.

Al abordar este tema, se logra un crecimiento personal y profesional. Conocer más a fondo sobre el tema de la recreación, enriquece la perspectiva sobre el tiempo libre y lo importante del tema dentro de la sociedad.

Ya concluido este trabajo se da mayor valor a estas áreas, que se convierten en indispensables ya que cubren una necesidad, como lo es el balance que se debe tener frente a una sociedad acelerada por el ritmo de trabajo y la disminución del tiempo libre y el convivio familiar.

Por estas razones, se considera de vital importancia dar a conocer esta investigación a las demás personas, logrando así una mayor promoción de los parques para que se reconozca su importancia.

## 5.2. Recomendaciones

Una vez analizadas todas las variables de esta investigación, los resultados y, finalmente, las conclusiones, se procederá a presentar las recomendaciones de esta investigación.

Se recomienda la creación de un departamento de comunicaciones en el ICODER, encargado de elaborar una estrategia de comunicación para cada uno de los Parques Recreativos, en donde los mismos administradores y la administradora, en coordinación con el administrador general, puedan diseñar una estrategia de comunicación, según las necesidades individuales de cada parque, ajustándolas a su presupuesto.

Además, surge importante establecer un comité interinstitucional de las áreas recreativas, para que así cumplan con el objetivo de proporcionar a la población espacios abiertos, en donde puedan recrearse, tomando como base la estructura organizacional del comité de áreas de recreación.

También es necesario el aprovechamiento de un espacio dentro del sitio virtual del ICODER, para proporcionar a la población datos actualizados, dando a conocer las actividades que se pueden realizar, los horarios, la ubicación, los costos, entre otros.

Considerando la falta de presupuesto del Área de la Comunicación del ICODER, se recomienda crear una estrategia de comunicación basada en medios no tradicionales, como lo son las redes sociales y los boletines electrónicos, apoyándose en el sitio virtual y en alguna alternativa en medios tradicionales, tales como la radio y la televisión.

Se recomienda adicionar en el plan de comunicación la importancia de la recreación, para que la población de la GAM reconozca el bienestar que conlleva visitar los Parques Recreativos, además de informar acerca de las actividades que se pueden realizar en los mismos.

Destacar en la estrategia de comunicación las alianzas que existen con las diferentes organizaciones, para fomentar positivamente la percepción de la población, al contar con el respaldo de diversas instituciones.

Como parte del plan de comunicación, se recomienda desarrollar una estrategia para aumentar las visitas en los parques que más lo requieran, como lo es el Parque de La Expresión y el Parque del Este.

A nivel de seguridad, se recomienda identificar mejor los elementos destinados a este propósito, como lo son la identificación de los funcionarios de seguridad y la existencia de rótulos, para que los visitantes acudan, en caso de alguna situación que lo amerite.

Incluir dentro del reglamento de los parques el horario de visita y además publicarlo en el sitio virtual y en los rótulos de ingreso.

Asimismo, es recomendable que los administradores y la administradora de los Parques Recreativos se reúnan y definan el fin de los parques y las actividades recreativas, para que se maneje un mismo concepto y se dé a conocer a la población de la Gran Área Metropolitana.

Además, es sabido que las mascotas tienen un papel importante para los visitantes de los Parques Recreativos, por lo que se recomienda incluir dentro de la estrategia de comunicación un reglamento de uso de las instalaciones con las mascotas, su cuidado y responsabilidad por parte de los dueños.

Se recomienda aprovechar las actividades especiales que generan aglomeración de personas, para comunicar a los visitantes sobre futuras actividades y los aspectos importantes referentes al uso de las áreas y sus beneficios, e inclusive, de los otros Parques Recreativos.

También, se deben analizar los diferentes grupos de visitantes de los Parques Recreativos, para fortalecer las vías de comunicación hacia ellos, según sus intereses, cumpliendo con los objetivos de comunicación que se vayan a plantear.

**Capítulo VI.**  
**Plan de comunicación**

En este capítulo se desarrolla un plan de comunicación, para poder ser empleado por los funcionarios del ICODER, quienes son los administradores y administradora de los Parques Recreativos, basado en los resultados obtenidos en esta investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones.

Antes de iniciar con el plan de comunicación, es importante mencionar que el ICODER es el Instituto Nacional de Deporte y Recreación, organización semi-autónoma del Estado, cuyo fin primordial es apoyar y estimular la práctica, tanto individual como colectiva, de los habitantes costarricenses. Según lo establece su sitio virtual, la misión y la visión del ICODER son los siguientes:

### **Misión**

El Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación es un órgano estatal semi-autónomo, que promueve, fiscaliza, desarrolla, ejecuta actividades, programas y proyectos deportivos, recreativos y de ejercicio físico, para que la población en general adquiera estilos de vida activos (ICODER, Acerca del ICODER, 2012).

### **Visión**

Ser una institución integradora y promotora del deporte y la recreación en las regiones del país, con liderazgo y capaz de coordinar y articular esfuerzos en las comunidades y con organizaciones para el desarrollo de programas. Ser un patrono modelo, que procura elevar la calidad de vida de sus colaboradores (ICODER, Acerca del ICODER, 2012).

Anteriormente se mencionó en el marco conceptual la teoría de la comunicación, haciendo referencia a la posición de Harold Laswell, quien le atribuye al modelo de comunicación una nueva interrogante, siendo esta: ¿Con qué efecto se emite un mensaje?, por lo que, procedemos a plantear los objetivos de comunicación, con el fin de plantear una estrategia de comunicación asertiva.

### **6.1. Análisis de la situación**

El ICODER es una empresa gubernamental, administra 7 Parques Recreativos, en distintas regiones del país, 5 son metropolitanos y 2 rurales. Cada uno de estos parques es administrado por un funcionario del ICODER.

Todos los parques recreativos son distintos y en ellos se realizan diferentes actividades, las cuales es importante que la población de la Gran Área Metropolitana conozca. Estas áreas de esparcimiento fueron creadas para beneficio de la población, son lugares para compartir con los amigos y las familias o de manera individual.

Actualmente existe escasez de información, por lo que la recopilación de datos se basó, en su mayoría, en fuentes primarias. Para lograrlo se acudió a instrumentos de investigación que permitieron conocer en detalle sobre estos parques, sus objetivos y funciones, con el fin de concretar todo y mostrarlo en este plan de comunicación.

## **6.2. Diagnóstico de la situación**

Los parques recreativos sí son conocidos por la población, sin embargo un bajo porcentaje de ésta lo visita regularmente. Además, es importante resaltar que aunque conocen lo que es un parque recreativo, la mayoría ha visitado solamente uno o dos de ellos.

Actualmente no existe ningún plan de comunicación para estos parques, ellos subsisten por las personas que los conocen y los visitan, no tienen un plan que haga crecer su visitación, ni tampoco que la mantenga. Según los hallazgos de investigación, la necesidad de comunicación va más allá de una campaña publicitaria, requiere de un plan estructurado.

Dentro de lo que se encontró existe una deficiencia, desde la ausencia de identificadores institucionales como uniformes, gafetes, rótulos, entre otros, hasta la necesidad de un sitio virtual estructurado e información actualizada.

Por lo anterior se establece la necesidad de comunicación en un plano hacia la población, como también a lo interno de la institución. El ICODER carece de recurso económico para la realización de un plan de comunicación, sin embargo este plan genera las ideas de poder conseguir cada una de las estrategias por medio de recursos internos o donaciones externas.

Un dato muy importante es que la población de la GAM sí desea recibir información sobre los parques recreativos, información obtenida por la población, además de esto se logra obtener la información de cuáles medios de comunicación se consideran más afines para un plan de comunicación.

Dentro de los hallazgos se encuentra que algunos parques se encuentran saturados en población visitante, por lo que la necesidad también está en la apertura

de nuevas áreas recreativas, aunque no precisamente sean responsabilidad directa del ICODER, esta institución puede liderar esta propuesta.

### **6.3. Objetivos de comunicación**

Todo lo anterior descrito en el análisis y diagnóstico da pie para la construcción de los objetivos de comunicación que nacen de las necesidades encontradas en esta investigación, para posteriormente crear las estrategias de comunicación y finalmente el plan de acción. A continuación se detallan los objetivos de comunicación de este plan:

- Utilizar los medios de comunicación no tradicionales, mediante las nuevas tecnologías de la información: su sitio virtual, las redes sociales, los boletines electrónicos y las aplicaciones para celulares, y de esta forma, apoyar los medios tradicionales ya utilizados.
- Proporcionar información acerca de los Parques Recreativos a la población de la Gran Área Metropolitana mediante los diferentes medios de comunicación seleccionados, fortaleciendo el mensaje de importancia de la recreación para el ser humano y para la sociedad.
- Promocionar las opciones de recreación que ofrecen los Parques Recreativos a través de comunicados en los diferentes medios, para el disfrute de la población.
- Presentar los reglamentos acerca del uso de las instalaciones de los Parques Recreativos a través de rótulos en cada parque, en las secciones informativas del

sitio virtual y en los perfiles sociales, de manera que se informe a las personas usuarias y posibles personas usuarias de las reglas de uso de estas áreas.

- Establecer un plan de acción de los Parques Recreativos mediante el análisis de las características de cada parque con el fin de incrementar el número de sus visitas.
- Mejorar la comunicación interna de cada parque a través de rótulos ubicados en diferentes puntos y de elementos de identificación para el personal que labora, de forma tal que los visitantes tengan mejor sentido de ubicación, estén informados del correcto uso de las instalaciones y sepan a quién acudir en caso de necesitarlo.
- Crear áreas recreativas mediante la ayuda del Gobierno y de la población para el disfrute de todas las personas que los visitan.

Las teorías consultadas, a las cuales se hace referencia en esta investigación, aclaran que, a nivel de medios de comunicación, tanto los medios electrónicos como los medios tradicionales, son utilizados para toda estrategia de comunicación. No predomina ningún medio sobre otro, sino más bien, depende de la necesidad de comunicación que se tenga y el segmento del mercado al cual se dirige. Por esa razón, en las acciones que se derivan de los objetivos de comunicación se proponen los medios de comunicación indicados, tomando en consideración los resultados de esta investigación y planteando cada uno de los siguientes puntos:

#### **6.4. Estrategias de comunicación**

Basados en los anteriores objetivos se trabajará en las estrategias propuestas a continuación, las cuales consisten en unir cada uno de los hallazgos relevantes de esta investigación y convertirlos en estrategias para posteriormente definir un plan de acción.

#### **6.4.1. Medios de comunicación**

El principal hallazgo de esta investigación es la necesidad de información que existe sobre los parques recreativos y en temas de recreación. De esta investigación surgen los medios de comunicación que la población desea recibir la información, siendo estos los siguientes:

6.4.1.1. **Sitio virtual:** El sitio virtual del ICODER ya existe y, la recomendación es el rediseño total del mismo, sin embargo la propuesta está orientada a rediseñar la sección de Parques Recreativos, ya que es la que corresponde a esta investigación y es la sección donde se tienen los insumos para la propuesta. El contenido del diseño recomendado es:

- a. Crear en el menú principal del sitio una pestaña para Parques Recreativos, generando así un enlace directo para mejorar la navegabilidad.

Mapa del sitio Contacto




**Inicio** Acerca de ICODER Deporte Parques Recreativos Juegos Deportivos Nacionales Servicios

Últimas noticias Ecosistema autóctono en La Sabana > Viernes 01 de Abril de 2011 10:15



**AGENDA DEPORTIVA AL DOMINGO 30 DE JUNIO DE 2013**  
 INSTITUTO COSTARRICENSE DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN  
 (ICODER)www.icoder.go.cr (.J.Jundefined) /  
 www.facebook.com/icodercr (http://www.facebook.com/icodercr)

**AGENDA DEPORTIVA AL DOMINGO 30 DE JUNIO DE 2013**  
 INSTITUTO COSTA...

**ESTE JUEVES A LAS 10 A.M. JURAMENTAN DELEGACION COSTARRICENSE...**  
 INSTITUTO COSTA...

**CCCAN COSTA RICA 2013**  
 CAMPEONATO CENT...

**AGENDA DEPORTIVA AL DOMINGO 23 DE JUNIO DE 2013**  
 INSTITUTO COSTA...

**SÍGANOS EN FACEBOOK** GALERÍA FOTOGRÁFICA

**Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación**  
 Me gusta 16 950

**Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación**  
 Este lunes a las 8.30 a.m. arrancaron las pruebas clasificatorias de natación correspondientes a la primera jornada de un total de cinco que se disputarán desde este día y hasta el viernes 5 de julio en la Piscina María del Milagro París en La Sabana. Las finales comenzarán a las 4.30 p.m. El CCCAN Costa Rica 2013 también incluye nado sincronizado y polo acuático, que se inician el miércoles, y aguas abiertas, que tendrán lugar el viernes y el domingo. — COMENZÓ CENTROAMERICANO Y DEL CARIBE DE NATACIÓN (33 fotos)

**Juegos Deportivos Nacionales XXXIII**



**XXXIII Juegos Deportivos Nacionales**  
 Altura Guanacaste • Sur • Sur  
 ENERO 2014

**Inscripciones JDN XXXIII**



**SISTEMA DE INSCRIPCIÓN OFICIAL**

**Redes Sociales**



**Galería Flickr**

• Visite nuestra galería

- b. Crear un menú secundario, en el apartado de Parques Recreativos, que contenga un enlace a cada uno de los parques, las últimas noticias y la galería de imágenes.

Mapa del sitio Contacto Q buscar...




---

Inicio
Acerca de ICODER
Deporte
Parques Recreativos
Juegos Deportivos Nacionales
Servicios

---

Últimas noticias ▶ Ecosistema autóctono en La Sabana Viernes 01 de Abril de 2011 10:15

Parque Recreativo La Sabana
Parque Recreativo La Paz
Parque Recreativo Del Este
Parque Recreativo Fraijanes
Parque Recreativo La Expresion
Parque Recreativo Cariari
Parque Recreativo Dominica
Últimas Noticias
Galería de Fotos

---

## LA SABANA

Tipo: Parque Recreativo Metropolitano

Localización: Se encuentra situado en la provincia de San José, cantón número uno y distrito de Mata Redonda.

Administrador: Sr. Rafael Bustamante

Teléfono: (506) 2549-0700

Horario: Abierto todo el año

E-mail: [rafael.bustamante@icoder.go.cr](mailto:rafael.bustamante@icoder.go.cr)

Tamaño: 72 Hectáreas

Inauguración: 1873

Dirección: Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación

Visitantes al año: Aproximadamente 2 000 000

(Leer más +)



Parque Recreativo La Sabana



Parque Recreativo La Paz



Parque Recreativo del Este



Parque Recreativo de Fraijanes



Parque Recreativo La Expresion



Parque Recreativo Cariari



Parque Recreativo Dominica

### Juegos Deportivos Nacionales XXXIII



### Inscripciones JDN XXXIII



### Redes Sociales






### Galería Flickr

• Visite nuestra galería

Seguimos sembrando el futuro de La Sabana



**Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación**

 Me gusta 18 997

---

► **Administración de los Parques Nacionales Recreativos**

La Dirección de Promoción Recreativa del ICODER tiene a cargo la administración de 7 parques nacionales recreativos: Parque Metropolitano La Sabana, Parque de La Paz, Parque del Este, Parque de Fraijanes, Parque La Expresión, Parque Cariari y Parque Dominica.

► **Contacto Dirección de Promoción Recreativa**

Administrador: Sr. Rafael Bustamante  
 Teléfono: (506) 2549-0700  
 Horario de atención: 8am-4pm  
 E-mail: [rafael.bustamante@icoder.go.cr](mailto:rafael.bustamante@icoder.go.cr)  
 Ubicación: Parque Metropolitano La Sabana, Estadio Nacional, 4to piso

► **Sobre los Parques Nacionales Recreativos**

Los Parques Nacionales Recreativos son espacios creados y preservados para la recreación de los Costarricenses, con el fin de fomentar la unión familiar, la amistad y brindar un espacio saludable. (Leer más +)

► **Conocer el Reglamento de uso de Parques Nacionales Recreativos**

► **La importancia de la recreación**

La Recreación es la actitud positiva del individuo hacia la vida en el desarrollo de actividades para el tiempo, que le permitan trascender los límites de la conciencia y el logro del equilibrio biológico y social, que dan como resultado una buena salud y una mejor calidad de vida. (Leer más +)

► **Inscribirse al boletín electrónico**

- c. En la sección principal de Parques Recreativos, se definirá lo que es, la información general sobre su administración, los números de teléfono y del personal encargado. Además, se incluirá un enlace al reglamento de los parques y uno sobre la importancia de la recreación para los seres humanos y la sociedad, así como un acceso de suscripción al boletín electrónico, el cual es parte de la propuesta.
- d. Los apartados de cada uno de los parques incluirán las características del mismo: la dirección, los horarios y los números telefónicos. Contarán también con la promoción de actividades especiales o temas de interés general y, además, con un enlace que direcciona a la galería del parque específico.

Mapa del sitio Contacto Q buscar...




Inicio Acerca de ICODER Deporte **Parques Recreativos** Juegos Deportivos Nacionales Servicios

Últimas noticias  Ecosistema autóctono en La Sabana Viernes 01 de Abril de 2011 10:15

Parque Recreativo La Sabana Parque Recreativo La Paz Parque Recreativo Del Este **Parque Recreativo Fraijanes** Parque Recreativo La Expresión Parque Recreativo Canari Parque Recreativo Dominica  Últimas Noticias  Galería de Fotos

### Parque Recreativo de Fraijanes

información

básica

<p>Tipo: Parque Recreativo Metropolitano</p> <p>Localización: Se encuentra situado en San Isidro de Alajuela, carretera al Volcán Poás</p> <p>Administrador: Sr. Rafael Rojas</p> <p>Teléfono: (506) 2482-2166</p> <p>Horario: De martes a domingo de 8am a 4pm</p> <p>E-mail: rafael.bustamante@icoder.go.cr</p> <p>Tamaño: 40.000 mts<sup>2</sup></p> <p>Inauguración: 1982</p> <p>Dirección: Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación</p> <p>Visitantes al año: Aproximadamente 20.000</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold; font-size: 24px;">galería</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold; font-size: 18px;">de fotos</p>
--	--



---

#### Acerca de este parque

Se comenzó a construir en el año de 1982 para aprovechar su riqueza ecológica, dentro de la cual se encuentra la laguna natural que representa el mayor atractivo del parque y su flora y fauna para el disfrute recreativo. Se encuentra en una altitud de 1 650 metros sobre el nivel del mar.

Durante el año el parque cuenta con un clima seco de enero a marzo y una época lluviosa que comienza a finales del mes de marzo y se extienden hasta diciembre.

Este parque es visitado por público de todo nivel económico y social, en un promedio de 10 000 personas visitan el parque en su temporada alta de noviembre a marzo y 5 000 personas en su temporada baja de abril a octubre.

#### Instalaciones recreativas y deportivas:

- Canchas de fútbol, baloncesto y voleibol
- Ranchos y zonas de picnic
- Mesas y parrillas para almuerzos familiares
- Juegos infantiles
- Dos anfiteatros
- Tableros para ajedrez
- Área para juegos tradicionales.
- Zonas ecológicas
- Un lago
- Áreas verdes con bosques de árboles frondosos y especies variadas en las que predomina el ciprés
- Tres senderos que permiten la exploración: El sendero El Conocimiento, que rodea la laguna y tiene una distancia de 350 metros, el sendero La Conciencia que bordea el área de ranchos y tiene una distancia de 450 metros y el sendero Ecológico el cual se introduce en el corazón del bosque y cuenta con dos torres de observación ecológica y tiene una distancia de 600 metros.
- Salón Multiuso
- Dos refugios con servicios sanitarios
- Cinco cabañas diseñadas para pasar la noche en el parque

#### Actividades que se pueden realizar en el Parque:

- Campamentos
- Entrenamientos
- Cultos religiosos
- Actividades recreativas (activas y pasivas)
- Celebraciones varias (cumpleaños, aniversarios, etc.)
- Competencias deportivas

#### Cabañitas para alquiler

Dentro del parque hay 3 cabañas que pueden ser alquiladas por los visitantes para pasar el día o bien varios días. Están totalmente equipadas para dormir y cocinar, además cuentan con electricidad y agua potable. Por la gran demanda, es importante solicitarlas con cinco días de anticipación como mínimo contactando al administrador del parque.

**Capacidad:** 6 personas mayores de 8 años

**Costo del alquiler:** \$10.000 por noche

- e. El apartado de galerías incluye una división por cada uno de los parques; el Parque de La Sabana y La Paz contarán con dos carpetas: una de actividades especiales y la otra con fotos del parque. Los demás parques tendrán una única carpeta de fotos.

Mapa del sitio Contacto




Inicio Acerca de ICODER Deporte **Parques Recreativos** Juegos Deportivos Nacionales Servicios

Últimas noticias  Ecosistema autóctono en La Sabana [»](#) Viernes 01 de Abril de 2011 10:15

Parque Recreativo La Sabana Parque Recreativo La Paz Parque Recreativo Del Este Parque Recreativo Fraijanes Parque Recreativo La Expresión Parque Recreativo Cariari Parque Recreativo Dominica  Últimas Noticias  Galería de Fotos

## Galería Parques Recreativos

Written by Administrator

font size  | Imprimir | E-mail

Rate this item      (3 votes)



**La Sabana**  
San José



**La Paz**  
San Sebastián



**Del Este**  
Sabanilla



**Fraijanes**  
Poás Alajuela



**La Expresión**  
Paraíso Cartago



**Carari**  
Limón



**Dominica**  
Turrialba

Mapa del sitio    Contacto   



**Inicio**    **Acerca de ICODER**    **Deporte**    **Parques Recreativos**    **Juegos Deportivos Nacionales**    **Servicios**

Últimas noticias    [Ecosistema autóctono en La Sabana](#)    Viernes 01 de Abril de 2011 10:15

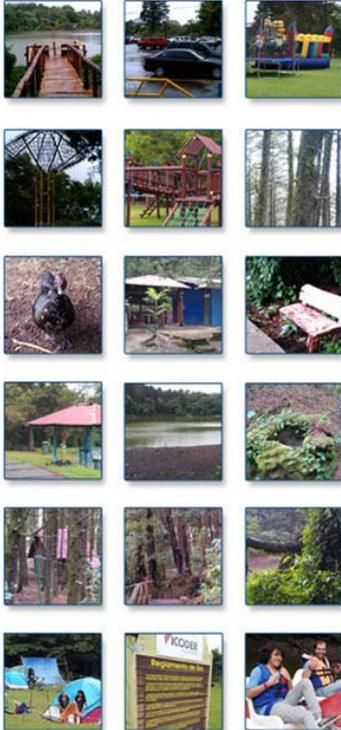
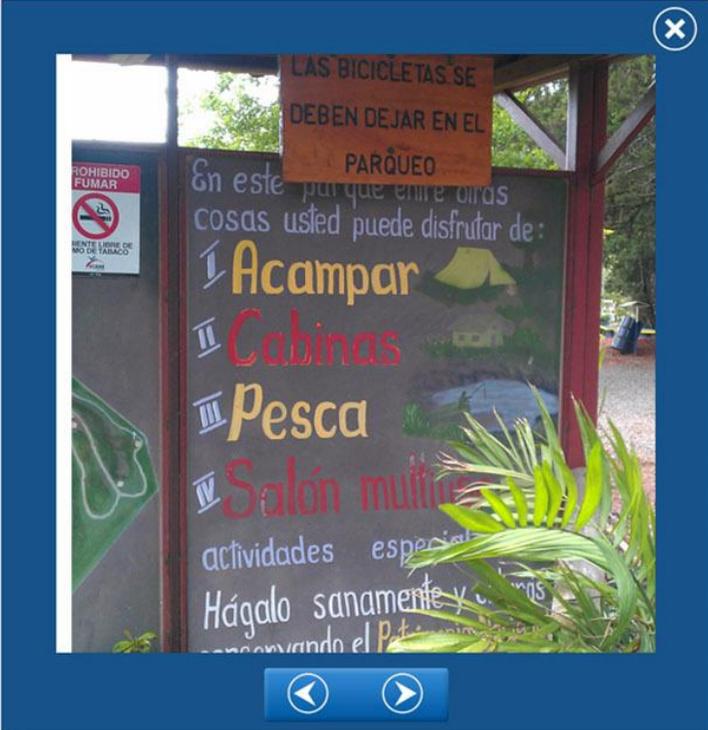
[Parque Recreativo La Sabana](#)    [Parque Recreativo La Paz](#)    [Parque Recreativo Del Este](#)    [Parque Recreativo Fraijanes](#)    [Parque Recreativo La Expresion](#)    [Parque Recreativo Canari](#)    [Parque Recreativo Dominica](#)    [Últimas Noticias](#)    [Galería de Fotos](#)

## Galería Parque Recreativo de Fraijanes

Written by Administrator

font size    Imprimir    E-mail

Rate this item    (3 votes)



El reglamento del parque se ubica en la primera etapa del parque dentro del área de juegos infantiles

- f. La parte de últimas noticias ya existe en el sitio del ICODER y en el menú secundario; sin embargo, la propuesta es mantenerlo y que, semanalmente, se actualice con las últimas noticias.

Se debe dar mantenimiento a esta sección del sitio, para así mantener al día con la información a todos las personas usuarias.

Mapa del sitio Contacto

**ICODER**

Inicio Acerca de ICODER Deporte Parques Recreativos Juegos Deportivos Nacionales Servicios

Últimas noticias Ecosistema autóctono en La Sabana Viernes 01 de Abril de 2011 10:15

Parque Recreativo La Sabana Parque Recreativo La Paz Parque Recreativo Del Este Parque Recreativo Fraijanes Parque Recreativo La Expresión Parque Recreativo Cariari Parque Recreativo Dominica Últimas Noticias Galería de Fotos

## Últimas Noticias

Written by Administrator

font size | Imprimir | E-mail

Rate this item (3 votes)

**Últimos estudios sobre la importancia de caminar**  
Los Parques Nacionales de Costa Rica y sus senderos conforman el escenario perfecto para una experiencia ecológica, que le permitirá...

**Nuevos talleres de lectura en los parques recreativos**  
Niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, deportistas, visitantes, familias completas y curiosos se integraron este domingo...

**Ecosistema autóctono en La Sabana**  
El presente proyecto impactará de forma general el desarrollo integral de los habitantes de la Gran Área Metropolitana...

**VERACRUZ 2014**  
XXII JUEGOS CENTROAMERICANOS Y DEL CARIBE

6.4.1.2. **Redes sociales:** A nivel de redes sociales, se propone la creación de un perfil de Facebook, ya que actualmente no existe, en el cual se debe hacer un perfil público de instituciones gubernamentales para los Parques Recreativos. Con esto, se obtiene un mayor alcance a la población de la GAM, ya que es uno de los medios más utilizados por ellos y lo principal es uno de los medios que la población encuestada definió como preferido para recibir información sobre los parques. Sobre el manejo de esta red social, la estrategia es la siguiente:

1. Al carecer de un departamento de comunicación, la administración general de los parques estará a cargo del manejo de este perfil o delegará esta función.
2. La información que incluye este perfil se orienta a mantener actualizada las diferentes actividades de los Parques Recreativos, compartiendo los enlaces del sitio virtual, cada vez que este es actualizado, y de noticias importantes, en donde se fomente la recreación como un bien para la sociedad. Adicional, debe contener, dentro de la información de la institución, el enlace a la suscripción del boletín electrónico.
3. Este perfil debe ser actualizado, como mínimo, una vez a la semana. Los lunes incluirán imágenes de lo ocurrido el fin de semana y además promocionarán las actividades nuevas; sin embargo, se debe aclarar que el perfil debe mantenerse abierto a los comentarios y/o consultas que realicen las personas usuarias.

The image shows a Facebook profile for 'Parques Nacionales Recreativos'. The header includes the Facebook logo, a search bar, and the page name. Below the header, there are navigation tabs for 'Parques Nacionales Re...', 'Biografía', and 'Reciente'. A 'Panel de administración' button is visible. The main content area features a cover photo of a park with a wooden bridge over a lake. Below the cover photo, the page name 'Parques Nacionales Recreativos' is displayed, along with a bio: 'Son espacios creados y preservados para la recreación de los Costarricenses. Para fomentar la unión familiar, la amistad y brindar un espacio saludable.' There are 9 likes shown. Below the bio, there are tabs for 'Información', 'Fotos', and 'Me gusta'. The main content area shows two posts: 'Parque la Expresión (41 fotos)' and 'Parque del Estes (25 fotos)'. The right sidebar includes a 'Reciente' section with the year 2013.

Nota: Perfil creado para el fin de esta investigación. Disponible en <https://www.facebook.com/pages/Parques-Nacionales-Recreativos/61486623852011>

**6.4.1.3. Boletines electrónicos:** Se propone la creación de boletines electrónicos para la población de la Gran Área Metropolitana. El correo electrónico es un medio de comunicación elegido para recibir información, por esa razón, los boletines electrónicos forman parte de este plan de comunicación.

La propuesta consiste en un envío bisemanal, en donde se incluya información actualizada de los parques, se hable de una noticia importante sobre recreación, o

bien sea, material específico alusivo a temas de aniversario de algún parque en específico. También, incluirá un listado de las actividades recreativas que se realizarán durante las quincena, entre otros. La obtención de la base de datos se hará por medio de la implementación de una sección de suscripción al sitio virtual, mientras que, el envío electrónico se propone que sea elaborado por la administración de los parques, con ayuda del web máster del ICODER.



## NOTICIAS RECIENTES

### Rediseño del sitio ICODER



En el apartado de Parques Recreativos, se mejora en la información, para mayor información ingrese aquí. [Leer más.](#)

### Creación del Perfil de Facebook



El ICODER recientemente ha creado su perfil de Facebook, en su segmento de Parques Recreativos e invita a los usuarios a visitarlo, haciendo mediante esta nota. [Leer más.](#)

### Mañana de Zumba



El Parque Recreativo la Sabana le invita este martes de 8 a 10 Am a participar de Zumba para todas las edades, para mayor información ingrese aquí. [Leer más.](#)

### Carrera Rosa



El pasado mes de Octubre se realizó la carrera rosa en colaboración de las personas que padecen Cáncer de mama, ingresando acá podrá encontrar fotos, información de auto examen y mucho más. [Leer más.](#)

6.4.1.4. **Aplicaciones móviles:** En la actualidad las aplicaciones móviles tienen mucha utilización y aceptación por muchas personas de la Gran Área Metropolitana y si bien es cierto en el cuestionario no se consultó sobre este tema, es una recomendación del equipo de investigación, tomando como base que en las observaciones realizadas en los parques, unas de las anotaciones sobresalientes es la dificultad de llegar. La aplicación móvil viene a colaborar en gran medida este aspecto, además de incrementar la facilidad de la obtención de información.

Por lo anterior, como parte de la estrategia de comunicación, se encuentra la creación de una aplicación móvil, para promocionar los parques recreativos y para facilitar a las personas usuarias las direcciones (mapas, horarios y, estratégicamente, la inclusión de las actividades que se pueden realizar en cada uno de los Parques Recreativos Metropolitanos). Para efectos de costos se propone solicitar a Kolbi, del Instituto Costarricense de Electricidad, el patrocinio de la misma, ya que esta empresa se ha caracterizado por promover este tipo de proyectos que significan para la sociedad costarricense un bien social.



6.4.1.5. **Medios tradicionales:** Para la población en estudio, los medios tradicionales son también un medio elegido, por lo que a nivel de medios tradicionales, se propone utilizar la vía social de los medios masivos de comunicación, como lo son la televisión, la radio y la prensa, esto con el fin de anunciar sus actividades y que esto no implique un costo para el ICODER, debido a que no tienen presupuesto para cubrir estos aspectos. Dado lo anterior, la propuesta es hacer envío de notas a estos medios de comunicación para promocionar actividades. Un ejemplo de esto sería una nota de prensa para distribuir en los

principales medios de comunicación, considerando la hora de transmisión de las actividades a realizarse o bien sitios de recreación que pueden visitar los costarricenses.





**Actividades  
Recreativas**

## TALLER DE LECTURA NACIONAL

**De interés nacional**

---

El Plan Nacional de Lectura y Escritura (en adelante PNLE) es una iniciativa del Gobierno Nacional, liderada por los Ministerios de Educación y de Cultura, para que los sectores público y privado y, la sociedad en general, se unan alrededor de un objetivo común: "lograr que los colombianos incorporen la lectura y la escritura a su vida cotidiana y tengan así más herramientas y oportunidades de desarrollo".



Desde el Ministerio de Educación buscamos mediante el PNLE, fomentar el desarrollo de las competencias en lectura y escritura mediante el mejoramiento del comportamiento lector, la comprensión lectora y la producción textual de estudiantes de educación preescolar, básica y media, a través del fortalecimiento de la escuela como espacio fundamental para la formación de lectores y escritores, y de la vinculación de las familias en estos procesos.

Objetivo general: Comprender la propuesta del PNLE como una oportunidad para mejorar la formación de lectores y escritores en la escuela y el entorno, con prácticas transversales al currículo y con diversidad de materiales, textos y soportes.

► **Contacto Dirección de Promoción Recreativa**  
 Administrador: Sr. Rafael Bustamante  
 Teléfono: (506) 2549-0700  
 Horario de atención: 8am-4pm  
 E-mail: [rafael.bustamante@icoder.go.cr](mailto:rafael.bustamante@icoder.go.cr)  
 Ubicación: Parque Metropolitano La Sabana, Estadio Nacional, 4to piso

#### **6.4.2. Proporcionar a la población información sobre actividades recreativas y la importancia para la sociedad:**

Mediante el sitio virtual, la aplicación virtual, los boletines electrónicos y las redes sociales, se presentará la información sobre la importancia de las actividades recreativas para la sociedad.

Como parte de la propuesta se incluye que la población sea informada y desarrolle mayor conocimiento del bien que conlleva poder recrearse, ya que actualmente existe mucha información de los beneficios que el deporte aporta a la salud dejando de lado la importancia de la recreación, por lo que debe incluirse este aspecto. Se propone que se actualice la información cada dos semanas, por los medios antes citados.

#### **6.4.3. Brindar a la población las diferentes opciones de recreación que poseen los Parques Recreativos:**

Las opciones de recreación de los parques se identificarán mediante el sitio virtual y el perfil de Facebook y además por los medios masivos tradicionales, tales como la televisión, la radio y la prensa. De estos medios, se tomarán referencias de programas específicos dentro de los cuales se encuentran: “Buen Día”, “Giros”, “Tiempo Libre”, “Cultural”, entre otras. El plan sería el siguiente:

1. Comunicarse con los principales medios de comunicación e informarse sobre cuáles son las vías para realizar la solicitud a estos programas, para así anunciar las diferentes actividades a realizar en los Parques Recreativos.
2. Se propone que, mensualmente, los administradores y la administradora de los parques envíen un programa al administrador general para que este valore la posibilidad de enviar cartas a los medios de comunicación y estos puedan hacer mención en sus programas, logrando así una promoción de los Parques Recreativos y sus actividades.

#### **6.4.4. Dar a conocer aspectos como lo son los reglamentos de los Parques Recreativos, acerca del uso de las instalaciones:**

Actualmente en el sitio virtual del ICODER está el reglamento general, sin embargo este es muy largo e incluye también la parte de deportes.

La propuesta consiste en extraer lo más importante con respecto al uso de las instalaciones y colocarlo en la sección de cada parque dentro del sitio virtual, en el perfil de Facebook y rótulos físicos en los diferentes parques; por medio de extractos cortos como lo es el uso de los ranchos, los servicios sanitarios, entre otros.

#### **6.4.5. Establecer un plan de acción para los Parques Recreativos que requieran acciones según sus necesidades, ya sea incrementar su visitación, comunicarse con segmentos específicos de la población o bien fortalecer la comunicación interna.**

Cada Parque Nacional Recreativo posee características propias, e inclusive, tiene necesidades de comunicación adicionales a las planteadas en esta propuesta, por ejemplo la necesidad de aumentar la visitación y otros aspectos que no se abarcaron en esta investigación, por lo que se propone lo siguiente:

1. Que el administrador general de los Parques Recreativos se reúna con los administradores y la administradora de los parques y puedan establecer necesidades.
2. Una vez establecidas las necesidades deben desarrollar un plan para solventarlas, o bien identificar aquellas que puedan incluirse en el plan ya desarrollado y agregarlas.
3. De ser necesario, incluir parte del presupuesto para llevar a cabo alguna de las necesidades expuestas, lo cual pueda ser contemplado en el que esté próximo a ser aprobado.

#### 6.4.6. Mejorar la comunicación interna en cada parque:

Uno de los hallazgos es que a nivel institucional no existe una distinción del personal del ICODER, ni rótulos que indiquen de manera efectiva la ubicación y/o el reglamento del parque, siendo éste un punto primordial dentro del plan de comunicación.

Por lo que a nivel de comunicación interna se propone lo siguiente:

- a. Crear gafetes de identificación para los funcionarios de los parques, los cuales permitan a los visitantes identificarlos.



- b. A los miembros de seguridad de los parques, se les dará una camisa distintiva, que los identifica de los demás funcionarios.



- c. Crear rótulos de entrada a los parques.



- d. Creación de rótulos que incluyan segmentos importantes del reglamento, por ejemplo: las visitas con mascotas, las bicicletas, entre otros.



- e. Colocar un libro de visitas con sugerencias y comentarios en cada uno de los parques, que permita conocer la percepción de la población y ayude a mejorar los parques día con día.

#### 6.4.7. Crear más áreas recreativas:

Un aspecto sobresaliente de los resultados de la investigación es que algunos de estos parques ya están saturados de visitas, principalmente las áreas abiertas y que se encuentran en el casco metropolitano, además la población costarricense crece día con día, por lo que se recomienda lo siguiente:

- a. Promover la creación de un comité interinstitucional liderado por el ICODER, en donde cada institución aporte los recursos disponibles, con el fin de buscar y establecer áreas recreativas, no necesariamente establecidas como Parques Recreativos, sino más bien, áreas abiertas que cumplan con el

propósito de esparcimiento para la población, propiciando un ambiente sano y de recreación.

- b. Apoyarse en los medios de comunicación que se establecen en esta propuesta para así fortalecer este comité, además de anunciar las nuevas áreas, o bien, solicitar colaboración de los mismos medios, si se requiere.

#### **6.4.8. Estrategias para involucrar diferentes segmentos de la población:**

Todos los parques tienen a sus alrededores instituciones educativas o casas de cuidado para adultos mayores, así como empresas o comercio. Esta variedad de lugares indica que hay personas de todas las edades, de diferentes niveles sociales y con diversidad de gustos. Tal situación puede ser aprovechada por parte de la administración de los parques recreativos para acercarse a ellos con el fin de informarles y de establecer convenios, de manera que se disfruten los beneficios que estas áreas ofrecen a la comunidad, extendiendo una invitación para considerar la recreación como parte de sus estrategias educativas, empresariales, de salud y motivacionales de fácil acceso para ellos.

Dicha acción puede lograrse por medio un acercamiento personal, por las redes sociales, las reuniones presenciales y/o el intercambio de correos electrónicos.

## 6.5. Plan de acción

Estrategia	Actividades	Plazo	Recursos	Presupuesto anual	Entregables	Responsable
Utilizar los medios de comunicación no tradicionales, cómo lo son partes de las nuevas tecnologías de la información especialmente su página Web, redes sociales, boletines electrónicos. Apoyado los medios tradicionales.	Rediseñar la sección de Parques Recreativos, agregar sección por cada parque, galerías e información	Seis meses	Recolección de información y fotografías de los parques. Noticias de recreación.	(No requiere presupuesto adicional)	Sitio Web	Administrador del ICODER /Webmaster ICODER
	Crear un perfil de Facebook, donde se debe se cree un perfil público de instituciones gubernamentales para los Parques Recreativos	Tres meses	Recolección de información y fotografías de los parques	N/A	Perfil de Facebook	Administradores de los Parques Recreativos
	Crear boletines electrónicos	Seis meses	Recolección de información y fotografías de los parques. Noticias de recreación.	N/A	Base de datos y boletín.	Administrador del ICODER /Webmaster ICODER
	utilizar la vía social de los medios de comunicación como televisión, radio y prensa. Con el fin de poder anunciar sus actividades y que esto no implique un cobro al ICODER	Cada dos semanas	Recolección de información de los medios de comunicación y las actividades de los parques.	N/A	Lista de contactos de los medios de comunicación	Administrador general de los Parques Recreativos
Proporcionar a la población del Gran Área Metropolitana la información acerca de los Parques Nacionales Recreativos y la importancia de la recreación para los seres humanos y la sociedad.	Mediante la página Web, los boletines electrónicos y redes sociales se mantendrá la información sobre la importancia de las actividades recreativas para la sociedad.	Tres meses	Recolección de información sobre Recreación	N/A	Noticias sobre importancia de la recreación.	Administradores de los Parques Recreativos
Brindar a la población las diferentes opciones de recreación que poseen los Parques Nacionales Recreativos	Comunicarse con los principales medios de comunicación e informarse sobre cuáles son las vías para realizar la solicitud a estos programas para anunciar las diferentes actividades a realizar de los Parques Nacionales Recreativos. .	Mensual	Recolección de información de los medios de comunicación y las actividades de los parques	N/A	Listas de contacto	Administrador general de los Parques Recreativos
Dar a conocer aspectos cómo lo son los reglamentos de los Parques Nacionales Recreativos, acerca del uso de las instalaciones	Extraer lo más importante del reglamento con respecto al uso de las instalaciones y colocarlos en la sección de cada parque en sitio Web y en el Facebook y a nivel de extractos cortos cómo uso de los ranchos, servicios sanitarios entre otros, colocarlos en rótulos	Mensual	Reglamento general del uso de las instalaciones del ICODER	N/A	Reglamento	Administrador general de los Parques Recreativos
Establecer un plan de acción para los Parques Nacionales Recreativos que requieran incrementar su visitación	Que el administrador general de los Parques Nacionales Recreativos se reúna con los administradores y puedan establecer necesidades específicas de cada parque.	Mensual	Información de los Parques Recreativos	N/A	Plan de acción	Administradores de los Parques Recreativos
Mejorar la comunicación Interna de los parques	Realizar gafetes de identificación para los funcionarios de los parques, que permita a los visitantes reconocerlos.	Mensual	Información de los Funcionarios del ICODER	Ciento cincuentamil colones	Gafetes	Administrador general de los Parques Recreativos y el departamento de Recursos Humanos del ICODER
	A los miembros de seguridad de los parques que utilicen una camisa distintiva a los demás funcionarios.	Dos Meses	Información de los funcionarios de seguridad del ICODER	Quinientos mil colones	Camisetas	Administrador general de los Parques Recreativos y el departamento de Recursos Humanos del ICODER
	Rotulación en los parques, entrada, ranchos, servicios, actividades, entre otros.	Seis meses	Reporte de las necesidades de los rótulos	5 millones de colones	Rótulos	Administradores de los Parques Recreativos

## **6.6. Presupuesto de comunicación**

El ICODER como institución gubernamental, no posee fuentes de ingresos para el desarrollo de un plan de comunicación; por tal razón se les entregó este trabajo para que puedan aplicar la propuesta de cada una de las estrategias.

Para el desarrollo de la propuesta anteriormente planteada, se recomienda a la administración general de los Parques Recreativos solicitar patrocinios a las diferentes empresas costarricenses.

La responsabilidad social es un tema abordado por las entidades y consiste en apoyar a las empresas o las personas, mediante proyectos que representen un bien social. Por esta razón es que la creación de rótulos, señalización, gafetes, camisas identificadas y la creación de la aplicación móvil propuesta, puede ser solicitada como una forma de patrocinio. Además de lo anterior, es importante recomendar que se incluya dentro de los planes la inclusión de grupos de trabajo comunitario que existen en las universidades, los colegios y las escuelas, así como otras instituciones.

## **6.7. Presentación de investigación y recomendaciones adicionales a la propuesta**

A continuación se detalla la presentación de la investigación y además el resultado de la evaluación heurística aplicado a la propuesta del sitio Web del ICODER.

### **6.7.1 Presentación**

Una vez finalizado este trabajo de investigación fue presentado a la Administración de la Gestión e Instalaciones del ICODER, quienes son el área encargada de la administración de los parques.

En la presentación se expusieron los objetivos de investigación, dando a conocer los resultados del estudio, conclusiones y recomendaciones, seguidos de la propuesta de comunicación, donde se detalló cada uno de las estrategias y sus planes de acción. Una vez finalizada la presentación se dio la palabra a Rafael Bustamente quien es el administrador del departamento anteriormente citado, él externó que es de mucha utilidad la investigación y un gran aporte el plan propuesto, coincide en que una de las acciones a tomar es la creación de nuevas áreas de recreación, para el disfrute del Gran Área Metropolitana.

Finalmente se le hace entrega una copia digital y se le insta a poner en práctica las diferentes estrategias.

### **6.7.2 Evaluación Heurística**

Una sección de la propuesta es la mejora en el sitio virtual del ICODER. La recomendación ideal fue un rediseño del sitio, sin embargo, por ser una organización gubernamental y, además de que el sitio como tal comprende temas que no fueron

abarcados en este estudio, la propuesta se basa en la sección de los Parques Recreativos.

Una vez diseñada la propuesta de la sección de Parques Recreativos del sitio virtual del ICODER, se procede a aplicarle una Evaluación Heurística, la cual consiste en encontrar aquellas oportunidades de mejora, en cuanto a una buena utilización del sitio virtual en los siguientes aspectos:

1. Navegación y Arquitectura
2. Diseño gráfico
3. Ayuda al usuario
4. Búsqueda
5. Confianza y credibilidad
6. Tipografía
7. Página de Inicio
8. Uso de estándares y convenciones
9. Ayuda y retroalimentación al usuario.

La Evaluación Heurística arroja, tanto resultados positivos como aspectos de mejora, y en este caso específico, es importante aclarar que, pese a que la sección de Parques Recreativos fue mejorada sustancialmente, las deficiencias que posea el sitio en general le afectará, lo que es un insumo para incentivar, en un futuro, al rediseño total del sitio virtual.

A continuación, se presentan las características más importantes encontradas en la evaluación.

#### **6.7.1. Navegación y Arquitectura**

En la sección de Parques Recreativos la navegación del sitio es muy amigable, lo que permite que el usuario vaya de un lugar a otro, encontrando la información que necesita.

El sitio posee un mapa, sin embargo, el mismo es muy extenso y desordenado, por lo que, más bien, tiende a confundir al usuario en lugar de guiarlo, por lo que, se recomienda tener entre 25 y 45 enlaces, contando con todas las páginas internas, de tal forma que, todos los robots de buscadores puedan encontrar la información; además de darle un orden lógico para que facilite la lectura de las personas usuarias.

La información de los Parques Recreativos es actualizada y busca darle al usuario las nuevas noticias que presenta, no obstante, aunque esto es muy positivo, no es congruente con la presentación del sitio completo. Se recomienda actualizar la información de todas las páginas por igual.

Asimismo recomienda que el menú sea más fácil de manipular, para que esto ayude a las personas que posean alguna discapacidad en la motora fina.

#### **6.7.2. Diseño gráfico**

El diseño del sitio original impidió que el diseño propuesto en la sección de Parques Recreativos fuera más agradable a las personas usuarias, sin embargo, se logra que sea limpio y llamativo, permitiendo mostrar la información sin perder el diseño original.

El diseño del menú es intuitivo y permite que la persona que se encuentre en el sitio sepa cómo dirigirse a una sección específica.

Se recomienda eliminar o modificar una imagen animada que se encuentra sobre la página al costado derecho, ya que, la misma tiene un fondo ilegible y no se entiende el objetivo. Con respecto al color del fondo del sitio, del menú y del sub menú, los colores son muy similares, de forma que, se recomienda diferenciarlos, para dar mayor ubicación espacial a las personas usuarias.

### 6.7.3. Ayuda al usuario

El sitio como tal, carece de ayuda al usuario, tanto lo propuesto como lo existente en el sitio.

Como recomendación, se establece que se le atribuya igual importancia en la información presentada del deporte a la recreación, lo cual colaboraría con el usuario, al hacer más fácil su búsqueda en el sitio.

### 6.7.4. Búsqueda

A nivel de búsqueda, la recomendación es crear un buscador en el sitio virtual, ya que actualmente no existe uno, lo que limita las búsquedas de las personas usuarias, haciéndoles recorrer todo el menú y submenú para encontrar la información que requieren.

### 6.7.5. Credibilidad y confianza

La sección propuesta cuenta con información actualizada, lo que genera confianza y credibilidad, al observar que se trabaja en la alimentación de los datos constantemente.

Asimismo, brinda a las personas usuarias información de actividades donde pueden asistir, además se les informa los datos de los administradores ya la administradora de cada parque, facilitándoles el contacto.

Como recomendación, se deben aplicar las buenas prácticas de credibilidad de la sección de los Parques Recreativos a las demás secciones.

#### **6.7.6. Tipografía y legibilidad**

Se recomienda disminuir la cantidad de tipografías existentes en las páginas, es un aspecto que se cumple en la propuesta, pero que llega a ser incoherente con las demás secciones.

Se sugiere el uso de fuente Verdana, con un tamaño de letra 12.

#### **6.7.7. Página de Inicio**

La página de inicio se muestra desordenada, con imágenes en movimiento que no son del tamaño del recuadro, por lo que se ajustan, viéndose de forma estirada y, en algunas ocasiones, ilegibles. Debido a esto, se recomienda tener un único tamaño y, si la imagen no se adapta, colocarle bordes, pero no ajustarlo a la fuerza.

Asimismo, se sugiere modificar las últimas noticias, las cuales se encuentran debajo del menú, ya que no le dan al usuario la información de la noticia que va a acceder o, por lo menos, no lo hace de forma intuitiva.

#### **6.7.8. Uso de estándares y convenciones**

En términos generales, el sitio cumple con los estándares y las convenciones, no obstante, se recomienda dar más información acerca de los temas y apoyarlos con información extra. Por ejemplo, al darse una noticia, se puede decir, “para mayor información ir a...” y, con esto, se evita tener todo en un solo párrafo y ayuda al usuario que esté realmente interesado en el tema a ampliar la información.

#### **6.7.9. Ayuda y retroalimentación al usuario**

Se recomienda la creación de una sección de preguntas frecuentes, que colabore resolviendo las dudas que puedan tener las personas usuarias.

Un sitio que puede ser tan activo como lo es este, y por ello, es recomendable que contenga un foro, para que las personas puedan participar abiertamente sobre temas del deporte y de la recreación.

## Referencias

- Acuña, B. (2011). *Métodos científicos de observación en educación*. Madrid: Editorial Visión Libros
- Allen, C., Guinn, T. y Semenik, R. (2006). *Publicidad y comunicación integral de marca*. (4ª ed.). México, D.F: Internacional Thomson Editores
- Alfaro, F. (2005). *Factores Diseño de una estrategia de recreación para el Parque del Este en Montes de Oca, Costa Rica*. (Tesis para optar por el grado de Maestría Interdisciplinaria en Gestión Ambiental y Ecoturismo. Universidad de Costa Rica)
- Alsina, M. (2001). *Teorías de la Comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona
- Aragón, A. y Sanabria, E. (2010). *Parque del Este*. San José: Universidad Autónoma de Centroamérica
- Arens, W. (2000). *Publicidad*. (7ª ed.). México, D.F: Editorial Mc Graw-Hill Interamericana
- Arguedas, R. y Quesada, J. (2010). *Lugar: Parque Recreativo de Fraijanes*. San José: Universidad Autónoma de Centroamérica
- Arrieta, M., Monge, A. y Vargas, M. (2006). *Investigación en el Parque de la Paz y Parque Metropolitano La Sabana*. San José: Universidad Autónoma de Centroamérica
- Azinián, H. (2009). *Las tecnologías de la información y la comunicación en las prácticas pedagógicas*. Buenos Aires: Novedades Educativas

- Ballesta, J. (2002). *Medios de Comunicación para una sociedad global*. Murcia: EDITUM
- Batista, Celso y Usubiaga. (2007). *Tecnologías de la información y la comunicación en la escuela: trazos, claves y oportunidades para su integración pedagógica*. Buenos Aires: Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación. Disponible en <http://www.me.gov.ar/curriform/publica/tic.pdf>
- Belmonte, J. (2006). *Comunicación Humana*. Disponible en <http://com2cue.blogspot.com/2006/03/antecedentes-de-la-comunicacin-humana.html>
- Blascos, J. y Grimaltos, T. (2004). *Teorías de la comunicación*. Valencia: Universidad de Valencia
- Boni, F. (2008). *Teorías de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Universitat Jaume
- Cardoso, G. (2010). *Los medios de comunicación*. (2ª ed.). Barcelona: Editorial UOC
- Castillo, G. (1992). *Tus Hijos Adolescentes*. Madrid: Ediciones Palabra S.A.
- Cecchini, S. (2005). *Oportunidades digitales, equidad y pobreza en América Latina: ¿Qué podemos aprender de la evidencia empírica?* Santiago: Naciones Unidas
- Chaverri, A. (1979). *Análisis de un Sistema de Reservas Biológicas Privadas en Costa Rica*. Turrialba: Universidad de Costa Rica
- Cloutier, J. (2001). *Le petit traité de communication*. Quebec: Telemediatique Inc.
- Conejero, A. y Sallent, C. (2011). *Estudio del ecosistema urbano de San José*. San José: INBio

- Consejo Nacional del Deporte y la Recreación. (2003). *Reglamento para el uso Público de Parques Recreativos*. La Gaceta. N° 186. San José
- Czinkota, M. y Ronkainen, I. (2004). *Marketing Internacional*, 7ª edición. México D.F.: International Thomson Editores S.A.
- Duque, H. y Sierra R. (2007). *Cómo alcanzar la superación y el éxito personal*. Bogotá: Editorial San Pablo
- Editorial Vértice. (2008). *Análisis de mercado*. Málaga
- Enrique, A., Madroñero, M., Morales, F. y Soler, P. (2009). *La planificación de la comunicación Empresarial*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona
- Galeano, C. (2011). *EMIREC, el modelo de la comunicación individualizada*. [Blog]. Recuperado de <http://prosumidos.wordpress.com/2011/03/20/emirec-el-modelo-de-la-comunicacion-individualizada>
- Garbanzo, F., Guzmán, M., Quirós, J. y Rodríguez, L. (2010). *Parque de la Paz. Trabajo para aprobar el curso de seminario de investigación*. San José: Universidad Autónoma de Centroamérica
- Gil, A., Guarné, B., López, D., Rodríguez, I. y Vítores, A. (2005). *Tecnologías sociales de la comunicación*. Barcelona: Editorial Eureka Media, SL.
- Guiltinan, J., Gordon, P., y Thomas, M. (2000). *Gerencia de Marketing estrategias y programas*. (6ª ed.). Bogotá: Mc Graw-Hill Companies
- Guadamuz, J. y Salazar, G. (2011). *Investigación del Parque de la Paz*. San José: Universidad Autónoma de Centroamérica
- Guinguis, F. y Incarbone, O. (2006). *Actividades recreativas: juegos, campamentos, bailes y canciones*. Buenos Aires: Editorial Stadium

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. (4 ed). México, D.F: Mc Graw-Hill Interamericana
- Incarbone, O. y Guinguis, F. (2006). *Actividades recreativas*. Buenos Aires: Editorial Stadium S.R.L.
- ICODER. (2012). *Acerca del ICODER. Misión y Visión*. San José: ICODER.  
Disponibile en <http://www.icoder.go.cr/index.php/acercade>
- Jofré, A. (1999). *Enfoques Gerenciales Modernos: Análisis de cada enfoque y factores críticos para su aplicación*. (1ª ed.). San José: Delphí de Costa Rica, S.A.
- Lovelock, C. (2004). *Administración de Servicios: estrategia de marketing, operaciones y recursos humanos*. (1ª ed.). México D.F.: Pearson Educación
- Lubetkin, M. y Martínez, R. (2010). *Comunicación y Desarrollo, pasos hacia la coherencia*. Zamora: Editorial Comunicación Social
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la torre
- Kotler, P. y Amstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Madrid: Pearson Educación
- Kotler, P. y Roberto, E. (2006). *Marketing social*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica. (1983). *Decreto Presidencial de creación de la Dirección de Recreación*. La Gaceta. N°14524-A. San José
- Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica. (1998). *Ley 7800*. La Gaceta. N° 103. San José

- Molero, A. (2005). *Plan de comunicación, concepto, diseño e implementación*. INCAE. Disponible en:  
[http://conocimiento.incae.edu/ES/no\\_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlancomunicacion.pdf](http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlancomunicacion.pdf)
- Moragas, M. (1985). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili
- Montes, J. (2008). *Área Recreativa en la Plazuela Barrios, San Marcos*. San Carlos: Facultad de Arquitectura. Universidad de San Carlos
- Muñoz, J. (2011). *Adolescencia y tiempo libre: análisis y propuestas educativas en Salamanca*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca
- Pacheco, R. (1990). *Educación Física y Recreación Infantil*. San José: EUNED
- Pérez, E. (2002). *La comunicación fuera de los medios: Below the line*. Madrid: ESIC Editorial
- Quesada, J. y Mas, M. (2005). *Las Nuevas tecnologías y el crecimiento económico en España*. Madrid: Fundación BBVA
- Plan*. (2001). Diccionario de la lengua española (22° ed). Disponible en:  
<http://lema.rae.es/drae/?val=plan>
- Rodríguez, M. (2010, enero). Estrategias de comunicación en la era 2.0: Lo que usted ya sabe, pero no debe olvidar. Revista ene/medio. N°12, p.11
- Rueda, E. (1992). *Estudio sobre los factores que influyen en la selección de los medios publicitarios y limitan la elaboración de una estrategia de medios*. Tesina presentada para optar por el grado de Bachiller en Publicidad. San José. Universidad Internacional de las Américas

- Ruiz, F., Ruiz, A., Perelló, I. y Caus, N. (2003). *Educación Física*. Sevilla: Editorial Mad, S.L.
- Sainz, J. (2012). *El plan de marketing en la práctica*. (17ª ed.). Madrid: ESIC Editorial
- Salvat, G. (2000). *La experiencia digital en presente continuo*. Madrid: Cees, Ediciones
- Sardau, M. (1999). *Recreación: Hacer, sentir, crecer. Tiempo de permisos*. Buenos Aires: Noveduc.com
- Schiller, H. (1996). *Aviso para navegantes*. Barcelona: Icaria
- Schmucler, H. (1997). *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires: Editorial Biblos
- Schneider, E. (2004). *Salud por la Naturaleza*. Madrid: Editorial Safeliz
- Steven, P. (2005). *Dominatrix: la influencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Intermón Oxfam Editorial
- Suarez, R. (2007). *Tecnologías de la Información y la Comunicación: Introducción a los sistemas de Información y Telecomunicación*. Pontevedra: Ideas Propias Editorial
- Valle de Frutos, S. (2011). *Cibercultura y civilización universal. 2da Edición*. Barcelona: Erasmus Ediciones
- Varona, F. (2008). *Multicultural Management*. Madrid: Netbiblo, S. L.
- Thomas, O. y Heitmann, J. (2008). *Investigación del mercado potencial centroamericano y evaluación de una estrategia para penetrar el mercado en el caso de una empresa alemana del Internet*. Norderstedt: GRIN Verlag

Urribarri, R. (1999). *Revista de Comunicación*. (No 106). Caracas: Centro Guamilla

White, E. (2003). *La educación*. Recuperado de:

<http://text.egwwritings.org/publication.php?pubtype=Book&bookCode=HC&lang=es&pagenumber=465>

Zoido, F., De la Vega, B., Morales, M., Hernández, M. y González, L., (2000).

*Diccionario de geografía urbana, urbanismo y ordenación del territorio.*

Barcelona: Ariel

## **Anexos**

## **Anexo # 1**

### **Entrevista orientada 1**

---

Esta entrevista es creada para efectos de la investigación del trabajo final de graduación de la Universidad Estatal a Distancia, la información que suministre será de índole confidencial.

1. Sobre el conocimiento del tema de la recreación
  - a. ¿Cómo definiría el término “actividades recreativas” y qué beneficios considera que aporta a las personas y a la sociedad?
2. Sobre las características de los Parques Recreativos
  - a. ¿Cuáles características positivas y/o negativas destacan sobre los Parques?
    - i. Parque Metropolitano La Sabana
    - ii. Parque Metropolitano La Paz
    - iii. Parque Metropolitano Fraijanes
    - iv. Parque Metropolitano del Este
  - b. ¿Lo que la población podría estar percibiendo?
  - c. ¿Lo que la administración quiere que se destaque más?
3. Sobre datos registrados de los Parques Recreativos
  - a. ¿Se maneja un control de datos de cada Parque? (Utilización, presupuesto, visitación, administración, etc.)
  - b. ¿Qué datos utilizan para la promoción de los Parques?
4. Sobre la promoción de los Parques Recreativos
  - a. ¿Considera necesario (importante) promocionar los parques recreativos?
  - b. ¿Cuáles son los objetivos de comunicación en la promoción de los parques Nacionales recreativos?
  - c. ¿Cómo justificaría la importancia y necesidad de promocionar los Parques Recreativos?

- d. ¿Qué técnicas y herramientas utilizan actualmente para promocionar los Parques Recreativos?
  - e. ¿Cuál técnica o herramienta ha sido la más efectiva hasta el momento?
  - f. ¿Cuál técnica o herramienta considera ser la más efectiva?
  - g. ¿Están impulsando algún nuevo sistema de promoción?
  - h. ¿Cuentan con presupuesto para la promoción de los parques? ¿Hay presupuesto? ¿Qué opina del presupuesto?
5. Sobre proyectos anteriores, actuales y futuros
- a. ¿A nivel recreativo, cuál ha sido el proyecto o experiencia que experimentó mayor repercusión y participación por parte de los visitantes y colaboradores?
  - b. ¿Se realizan actividades especiales en los parques bajo un acuerdo o contrato? ¿Con grupos o empresas?

## Anexo # 2 Cuestionario

---

Este cuestionario es creado para efectos de investigación del trabajo final de graduación de la Universidad Estatal a Distancia, la información que suministre será de índole confidencial.

1. ¿Sabe qué es un Parque Nacional Recreativo?

( ) Sí

( ) No

2. De los siguientes Parques Recreativos Metropolitanos, seleccione cuáles ha visitado alguna vez. (Puede marcar más de una opción)

( ) Parque Metropolitano La Sabana

( ) Parque Metropolitano La Paz

( ) Parque Metropolitano Fraijanes

( ) Parque Metropolitano del Este

( ) Ninguno de los anteriores

*--Si su respuesta es ninguno de los anteriores, pase a la pregunta 6--*

3. De los anteriores ¿Cuál Parque Nacional Recreativo Metropolitano ha asistido con mayor frecuencia? ¿Por qué?

---

4. ¿Con qué frecuencia visita los Parques Recreativos?

- Cada mes
- Cada seis meses
- Cada año
- Visitas esporádicas

5. ¿Qué actividades realizó en los Parques Recreativos? (Puede marcar más de una opción)

- Actividades sociales: Almuerzo compartido, pasear en familia o con personas amigas, entre otros.
- Actividades con mascotas.
- Actividades deportivas: Fútbol, caminatas, patinaje, ciclismo, entre otros.
- Juegos recreativos: Juegos de mesa, saltar la cuerda “suiza”, entre otros.
- Visitó el parque para asistir a actividades como el Festival Internacional de las artes (FIA) u otras actividades independientes a los parques.
- Otra \_\_\_\_\_

6. ¿Qué le motivaría visitar los Parques Recreativos con mayor frecuencia?

- Más información
- Más seguridad
- Más actividades
- Más espacios recreativos
- Otro \_\_\_\_\_

7. ¿Considera importante recibir información acerca de los Parques Recreativos por parte de los medios de comunicación?

Sí

No

8. ¿Qué información le gustaría recibir? (Puede marcar más de una opción)

Horarios

Costos

Ubicación

Actividades que se pueden realizar

Actividades especiales

Otra \_\_\_\_\_

9. ¿Por qué medio es más eficiente recibir la información?

Periódicos

Radios

Redes Sociales

Boletines electrónicos

Sitio Web

Correo electrónico

Publicidad exterior (vallas, mupies, publicidad en bus, entre otros.)

Otro \_\_\_\_\_

**Anexo # 3**  
**Ficha de Observación 1**

---

**Parques Recreativos Metropolitanos**

Nombre del Parque Nacional Recreativo: \_\_\_\_\_

Fecha de la observación: \_\_\_\_\_

Horario: \_\_\_\_\_

Cobro de Ingreso al Parque:

---

---

Acceso al Parque Nacional Recreativo:

---

---

Mantenimiento del Parque Nacional Recreativo:

---

---

Seguridad:

---

---

Material Informativo: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Personal que labora: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Actividades:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Comentarios:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## **Anexo # 5**

### **Entrevista a orientada 2**

---

1. ¿Cuál es su opinión acerca de los Parques Recreativos?
2. ¿De dónde nació la idea de establecer Parques Recreativos?
3. ¿Cómo se llevaba a cabo la administración de los parques? ¿tiene conocimiento de cómo se administran actualmente?
4. ¿Sabe usted cuáles son los criterios que se toman en cuenta o cuál es el proceso para establecer un área como Parque Nacional Recreativo?
5. ¿Sabe usted quién se encarga de tomar la decisión de que espacio es nombrado como Parque Nacional Recreativo?
6. ¿Sabe si existen leyes que justifican la creación y la conservación de las áreas? ¿Cuáles son estas?
7. ¿Qué piensa acerca de la comunicación (información) que actualmente se da sobre los parques recreativos?
8. ¿Considera que los parques recreativos cumplen actualmente con los objetivos con los que fueron creados?
9. ¿Qué recomendaría para que los parques recreativos cumplan con el objetivo con que fueron creados?