

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa en Comunicación Social



Universidad Cooperativa
de Colombia

ESTRATEGIA DIGITAL PARA LA ACADEMIA DE FÚTBOL CHEETAH.

PRÁCTICA SOCIAL Y SOLIDARIA

Presentado por:

Hernán David Fernández Ochoa

Bogotá, D.C. - Colombia

2018

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa en Comunicación Social

ESTRATEGIA DIGITAL PARA LA ACADEMIA DE FÚTBOL CHEETAH.

PRÁCTICA SOCIAL Y SOLIDARIA

Hernán David Fernández Ochoa

Autor

Henry Calderón Moreno

MASTER EN FILOSOFÍA

Universidad Santo Tomás

Tutor Principal

Bogotá, D.C. - Colombia

2018



DEDICATORIA

De antemano este trabajo es dedicado a DIOS por no permitir que me diera por vencido y además de eso emparejar tiempo, actitud, apoyo y demás condiciones que se necesitaron para poder realizar el trabajo, a mi madre y mi padre, Constanza Ochoa y Carlos Héctor Fernández por estar pendientes y ser el apoyo que se necesita en momentos de dificultad tanto financiera como emocionalmente, también a mi esposa por estar en todo momento conmigo dando sus mejores consejos y todo su conocimiento para que el trabajo pueda tener un resultado exitoso, sin dejar atrás a cada uno de los profesores y compañeros que permitieron que yo llegara a estas instancias con sus consejos, enseñanzas y cada una de las cosas que llevan la educación universitaria.

Hernán David Fernández Ochoa

AGRADECIMIENTOS

Se da infinitas gracias a la ACADEMIA DE FÚTBOL CHEETAH y su director David Aldana por permitir llevar a cabo el proceso para iniciar esta academia y poder ejercer el proyecto estrategia digital en una práctica social y solidaria en la *Academia de Fútbol Cheetah* desde el punto de vista de la comunicación, teniendo en cuenta que de fondo se debe agradecer a los adolescentes que forman parte de esta academia igual que a sus padres por permitir interactuar con ellos mismos y tener el apoyo incondicional desde el comienzo.

También a la Universidad Cooperativa de Colombia y a todo su cuerpo docente de la Carrera de Comunicación Social por habernos brindado conocimientos útiles para nuestro futuro tanto personal como profesional; especialmente al profesor Jesús Hernán Zambrano por la paciencia y la dedicación que nos tuvo en cada revisión del trabajo que al igual y no menos impórtate al profesor Henry Calderón Moreno por darnos todas las bases para hacer efectivo este proceso.

RESUMEN

Bajo el manejo del movimiento de las redes sociales como un medio de comunicación, el estudiante de noveno semestre de comunicación social de la Universidad Cooperativa de Colombia y de la mano de adolescentes y directivos de la *Academia de Fútbol Cheetah* de la localidad de Kennedy, mediante un trabajo social y solidario se buscó generar un reconocimiento a esta academia por medio de elementos audiovisuales teniendo en cuenta la web 2.0 como medio comunicativo de masas.

A partir de la necesidad de la academia y de la misma ideología del director de esta, se evidencia que es limitante y engorroso el procedimiento de constituir una academia y más un reconocimiento, ya que se desconocía las redes sociales como medios masivos de comunicación.

Por lo anterior, se generan propuestas desde las diversas redes sociales que según los teóricos soportados son la que crea una mediatización en la gente.

Así mismo el propósito primordial es demostrar cómo por medio del deporte en este caso el fútbol puede tener un alto impacto y un estilo de vida en los jóvenes.

Con esto dejar un proceso en las redes sociales que sea un gran inicio para un reconocimiento futuro.

PALABRAS CLAVE

Academia de Fútbol, Medios Audiovisuales, Redes Sociales, IDRD, Mediatización.

ABSTRACT

Over social networks words like a communication way. An student of the ninth semester of social communication from Universidad Cooperativa de Colombia and with the help of the teenagers and the soccer team of the Cheetah Academy Kennedy's place; through a social and solidary job we were looking for make a recognition to this academy throughout social media elements having present the web 2.0 as communicative median of multitude.

Starting with over mainly needs of academy and the same think of the director of this is evident that is tough and complicated the process to constitute one academy and also get a recognition since it is unknown social network like a massive shape of communication.

Thinking what's happening we make prepositions on the diversity in the social networks made by theatrics based are might to producer medialization in the people.

Likewise the mainly purpose is to show how through of the sport, in this case the soccer can generate a higher impact and the lifestyle in the teenagers with this leave a good process.

In the social networks that help anyway to recognition in the future for them

KEYWORDS

Soccer Academy, Social Media, Social Networks, Institute of Sport, Mediatization

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
RESUMEN	v
PALABRAS CLAVE.....	v
ABSTRACT	vi
KEYWORDS	vi
TABLA DE CONTENIDO	vii
LISTA DE FIGURAS.....	viii
TABLAS	viii
INTRODUCCIÓN	10
Antecedentes	11
Reseña de la organización (Contextualización).....	12
PRESENTACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	15
Planteamiento del Problema	15
Determinación de la Necesidad	16
Justificación de la Intervención.....	22
REFERENTES PARA LA ACCIÓN	23
Referentes Teóricos	23
Elementos Conceptuales.....	24
Recursos técnicos y de infraestructura	25
Condiciones de Vinculación	26
ESTRUCTURA METODOLÓGICA.....	30
Objetivos de la intervención	30
Alcance de la Solución planteada.....	31
Criterios metodológicos	31
Estrategia.....	32
Plan operativo y cronograma	33
Expectativas de mejora	34
DESARROLLO DE LA INTERVENCIÓN	35

Taller 1. Presentación propuesta	35
Taller 2. Creación logo.....	37
Taller 3. Edición videos.....	38
Taller 4. Creación de contenido	40
Taller 5. Revisión de estadísticas.....	43
CONCLUSIONES	51

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. NÚMERO DE ESCUELAS DEPORTIVAS EN BOGOTÁ POR LOCALIDAD
FIGURA 2. NÚMERO DE ESCUELAS POR OFERTA DEPORTIVA EN BOGOTÁ
FIGURA 3. PARTICIPACIÓN DE LAS DISCIPLINAS EN LAS OFERTAS DE SERVICIOS DE FÚTBOL
FIGURA 4. NÚMERO DE ALUMNOS POR OFERTA DEPORTIVA EN BOGOTÁ
FIGURA 1. LOGO ACADEMIA DE FÚTBOL CHEETAH
FIGURA 2. PROGRAMAS EDICIÓN
FIGURA 3. PERFIL DE FACEBOOK
FIGURA 4. PERFIL YOUTUBE
FIGURA 5. VIDEOS FACEBOOK
FIGURA 6. VIDEO YOUTUBE
FIGURA 7. ESTADÍSTICAS DE FACEBOOK
FIGURA 8. EVOLUCIÓN DE LOS VIDEOS
FIGURA 9. TENDENCIAS Y REPRODUCCIONES
FIGURA 10. ESTADÍSTICAS POR VIDEOS

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 LUGAR Y HORARIOS DE ACTIVIDADES DE LA ACADEMIA.
TABLA 2. ACADEMIAS Y ESCUELAS DEPORTIVAS EN BOGOTÁ
TABLA 3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

TABLA 4. PRESENTACIÓN PROPUESTA.

TABLA 5. CREACIÓN LOGO.

TABLA 6. EDICIÓN VIDEOS.

TABLA 7. CREACIÓN DE CONTENIDO.

TABLA 8. REVISIÓN DE ESTADÍSTICA

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, se está viviendo en un estilo de vida donde es fundamental el emprendimiento. El emprendimiento abarca cualquier edad, implica tener disposición de tomar riesgos que se relacionan con la inversión del tiempo, de dinero y de trabajo arduo. Los emprendedores toman a su favor el deporte, la recreación y el tiempo libre entre otros, para encontrar y formar pilares de desarrollo formativo, social y cultural donde a su vez ven la oportunidad de un mercado atractivo y dinámico.

Debido a que el deporte ha tomado tanta fuerza y se ha convertido en algo tan importante para el diario vivir de la población mundial y con mucha influencia en Colombia, con lo anterior se puede decir que los niños o jóvenes lo están tomando como un estilo de vida. El deporte pasa de ser un sistema cerrado a un sistema abierto, que se une a otros factores como el económico, educativo, de entretenimiento y en muchos casos políticos, en donde las redes sociales son las encargadas de llevar de primera mano todo lo concerniente a los datos que día a día las personas necesitan para poder informarse sobre la actualidad mundial de su deporte o actividad preferida, en este caso se hará énfasis en el fútbol.

Al unir el emprendimiento con la influencia que el fútbol causa en la vida de los niños y jóvenes, se están creando escuelas, clubes o academias que empiezan a ser popularmente de barrio para crecer y dar la oportunidad a muchos jóvenes de surgir en su deporte favorito.

Se hablará del fútbol y de las academias que están empezando y quieren algún apoyo para poder ser reconocidas y mostrar el talento que se tiene en el país. A su vez se quiere mejorar las condiciones mínimas de espacios físicos y materiales adecuados para realizar la práctica de fútbol, y patrocinadores que desinteresadamente trabajen con proyectos basándose en la formación de deportistas.

Un club de fútbol es una asociación privada integrada por personas físicas o jurídicas, la cual tiene como objetivo la promoción y la práctica de este deporte por sus asociados, así como la participación activa en las diferentes actividades y competiciones deportivas por parte de estos.

El club de fútbol puede pertenecer a los propios socios o estar administrado por una organización externa o una sociedad anónima que pertenezca a un particular o a un grupo. Si pertenece a los socios, estos pagarán una cuota mensual, semestral o anual, pudiendo así participar en las actividades que se lleven a cabo, además de tener la posibilidad de hacer uso de todas sus instalaciones.

La escuela de fútbol recibe la mayor parte del dinero a través de las aportaciones de los propios jugadores, los cuales pagan cuotas anuales que suponen casi la mitad de los gastos que debe afrontar esta. Su financiación también puede llevarse a cabo a través de alguna de las subvenciones disponibles en la comunidad autónoma o en la localidad a la cual pertenece la escuela. Incluso puede recibir ayudas de las diferentes federaciones de fútbol y de los patrocinadores.

La academia es una mezcla de las dos anteriores, involucra la promoción y la práctica de este deporte, así como la participación activa en las diferentes actividades y competiciones deportivas. Busca recibir ayuda de patrocinadores para mantenerse.

Para lograr lo anterior se busca que la academia gane un status y reconocimiento a través de las redes sociales y de esa manera darse a conocer al igual que mostrar el talento de todos los niños que disfrutan y participan de ella.

Antecedentes

La Academia de fútbol Cheetah fue fundada en enero del año 2018 en Bogotá D.C., en el barrio porvenir de la localidad de Kennedy, por el director Josué Aldana, quien es un joven Bogotano de 24 años y gran apasionado por el fútbol. Jugó profesionalmente para el Margarita F.C y Atlético Socopó F.C en la segunda división del fútbol profesional Venezolano.

Por causa de malas contrataciones realizadas por su director técnico, la mala situación que se fue desarrollando en Venezuela y una lesión de ligamento cruzado, tuvo que regresar a Colombia y alejarse del deporte, aunque siempre mantuvo el ideal de que de una u otra forma seguiría involucrado con el fútbol.

El primer apoyo fue de parte de los padres de familia del mismo creador Josué Aldana. Con mucha disciplina empieza este entrenador a salir al parque de su conjunto a

practicar como siempre lo hacía y con la grata sorpresa que varios niños del mismo conjunto habían interactuado con él y le piden que les enseñe, este personaje acepta y de manera informal empieza a dedicarles un día a la semana a los niños que llegaban al parque del conjunto.

Al ver esto los padres de aquellos niños empiezan a hablar con el exjugador para que se convierta en el profesor o director del equipo y con el pasar del tiempo lo convierta en algo más que un juego y lo más importante para que los niños vean el deporte como un estilo de vida y una forma de ver mejor las situaciones que les presenta las sociedades. Es de esta manera que se desarrollan las cosas como siempre lo había querido el deportista.

Se puede tener como referentes del país, a las figuras que han ganado medallas olímpicas en diferentes disciplinas, ya que han generado impacto en todas las generaciones que se sienten identificados con cualquier deporte; y para ser más específicos, con el favoritismo de deportes en Colombia. Se tiene como referente la selección colombiana de fútbol y los jugadores que se convirtieron en íconos del país; además, en sus últimos encuentros deportivos de eliminatorias, torneos, Copa América y participaciones en mundiales; se puede constatar que se convierten en ejemplo de superación la vida de bastantes jugadores para los adolescentes que están en un proceso de aprendizaje y formación.

Reseña de la organización (Contextualización)

A finales del año 2017, después de una mala experiencia vivida en Venezuela tras la situación política que enfrenta dicho país y con las malas contrataciones que realizó quien era su director técnico en ese entonces, Josué tuvo que regresar a Colombia como lo expresa la frase coloquial “Con el rabo entre las piernas”. También se vio en una situación médica que hizo frenar toda su carrera deportiva y lo sumió en un momento de crisis económica y social, debido a que al regresar a Colombia tuvo que comenzar de cero, enfrentándose a una vida donde ya no podía dedicarse de lleno al fútbol.

A finales de diciembre sus padres se dieron cuenta de que él ya no era el mismo, alejarse del deporte le estaba generando problemas emocionales, pero al mismo tiempo se

sentía el deseo por salir adelante de alguna manera, entonces le brindaron la idea de volver a su ritmo de vida inicial, realizando entrenamientos pequeños hasta donde su cuerpo y su salud se lo permitieran.

En enero del 2018, Josué Aldana decide seguir la idea de sus padres y comienza a entrenar en la cancha de fútbol del conjunto donde vive. La misma está ubicada en Bogotá, en la localidad de Kennedy, Barrio Porvenir.

Sus entrenamientos eran diarios y las personas que habitan el conjunto notaron las habilidades deportivas de Josué, con el pasar de los días los niños del mismo conjunto le pedían jugar con él y participar de su entrenamiento, a lo que accede y aprovecha esta situación para enseñarles algunas cosas del fútbol a los niños.

Los padres de cada niño que se involucraron con Josué, vieron en él una oportunidad de esparcimiento donde podían tener a sus hijos en un ambiente sano y controlado, por lo que se reunieron y hablaron con Josué proponiéndole comenzar un entrenamiento de fútbol más formal con los niños, a lo que con el pasar de los días fue aumentando en volumen hasta tener más de 20 entre niños y niñas en su entrenamiento, y notó que también llegaban niños que no pertenecían al conjunto.

A finales de febrero, comienzos de marzo es notable que los entrenamientos se hacían incómodos debido a que el espacio que usaban en la cancha del conjunto comenzaba a quedar pequeño y no contaba con los materiales e instrumentos necesarios para que todos los niños entrenaran al mismo nivel o con las mismas condiciones.

Al ver que se estaban presentando inconvenientes, decide formalizar los entrenamientos y establecerse como academia de fútbol, de esta manera, podría conseguir los recursos y espacios necesarios para que los niños pudieran realizar sus entrenamientos en las mejores condiciones posibles, sin embargo, no contaba que existen muchas personas que adoptaron la misma idea y el gobierno ha puesto tantos requisitos que se ha convertido más difícil concretar la documentación necesaria para llevar a cabo su propósito.

Según Josué, en las entrevistas dadas frente a la ciudad y la alcaldía de Kennedy, aún no hay ningún documento que soporte la academia, ya que es una propuesta nueva. Se tiene como meta en el mes de enero del 2019, tener la documentación respectiva y es por esto por

lo que un proyecto con ambición donde el propósito primordial es entregarles primero que todo el conocimiento a las demás personas y además de eso, poder cumplir sueños a raíz de su aprendizaje.

Adicional a ello, Josué notó que es más fácil conseguir patrocinio y la documentación necesaria cuando las escuelas, clubes, o academias son reconocidas; pero se enfrenta a este problema debido a que no tiene el conocimiento necesario para poder constituir legalmente una academia y así llegar a ser más reconocida y que al oír el nombre de academia Cheetah, se identifique como un lugar deportivo donde los niños y las niñas pueden aprender sobre el fútbol y valores que esto implica.

Es así como con todo lo anterior, nace la *Academia de Fútbol Cheetah*, resaltando que este nombre nace por el guepardo que es el mamífero más rápido y es una afición del director con dicho animal que no es tan común, con una visión de tener jugadores con muchas capacidades deportivas y aptitudes para un desarrollo integro, pasando por un proceso de educación, a continuación, la tabla 1 indica el cronograma interno.

Tabla 9. Lugar y horarios de actividades de la academia.

ACADEMIA DE FÚTBOL CHEETAH	
Representante y profesor: <i>David Josué Aldana Chavarro</i>	Localidad: <i>KENNEDY – Porvenir</i>
Horario de actividades: Martes: 7:00 am – 9:00 am Jueves: 3: 00 pm – 5:00 pm Sábado: 8:00 am – 10:00 am Domingo 7:00 am – 9:00 am	

Fuente. Elaboración propia

PRESENTACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Se da inicio a este trabajo exponiendo la problemática que enfrenta la *Academia de Fútbol Cheetah*, referente a los medios comunicativos y su necesidad de llegar hacer reconocidos.

Gracias a la oportuna intervención del estudiante de noveno semestre de Comunicación social de la Universidad Cooperativa de Colombia, se evidencia la problemática a tiempo para poder formular una propuesta de intervención.

Planteamiento del Problema

En la actualidad, se vive una época donde el turismo y el deporte han tomado gran auge, como factores liberadores del ocio, por lo anterior, muchas personas han buscado aprovechar esto para crear y poner en marcha proyectos.

Las entidades gubernamentales al ver el crecimiento y la cantidad de proyectos presentados, imponen requisitos e ítems que limitan y sectorizan a las nuevas escuelas, academias y clubes, con el fin de tener más controlado este asunto.

Al no ser una academia reconocida, el gobierno no presta el apoyo necesario ya que se trata de una entidad que no cuenta con los recursos, ni la papelería respectiva. Ha sido muy complicado generar un ambiente agradable para entrenar ya que por la cantidad de adolescentes que llegan con el sueño de entrenar y de jugar quizás un torneo, el DT solo ha podido realizar los entrenamientos en el parque del conjunto donde habita.

A pesar de los primeros intentos tocando puertas en entidades como el IDRDR para tener apoyo y vinculación a torneos, ha sido complicada la búsqueda de algún patrocinio debido a la papelería que exige estas entidades que se pueden detallar más adelante en este documento.

Debido a los esfuerzos del DT en mayo jugaron su primer torneo relámpago y sin ningún renombre pero si con la facultad de poder mostrar sus cualidades en la localidad de Kennedy y esto hizo que empezaran a llegar más niños. Por lo tanto, el parque del conjunto

se quedó pequeño para sus entrenamientos y sin tener permiso de ninguna entidad no ha podido conseguir otro espacio, esto demanda, a que no se pueda agrandar el equipo y que por falta de recursos no pueda proveerles a sus jugadores implementos deportivos, uniformes, ni un espacio donde practicar para futuros torneos.

Debido a lo anterior, en la actualidad la academia de fútbol presenta problemas en el área de patrocinios, representaciones, dificultades en el ámbito económico y manejo de plataformas como redes sociales para ampliar el reconocimiento de la academia.

Por ende, la necesidad más grande en este momento se refiere a generar un reconocimiento de marca en este caso de la *ACADEMIA DE FÚTBOL CHEETAH*. Para ello es importante usar las herramientas que se tienen al alcance y que harían más asequible lograr el reconocimiento de marca; sin invertir cantidades de dinero, debido a la falta de este recurso o de patrocinio.

Determinación de la Necesidad

Debido a que en la actualidad las redes sociales juegan un papel muy importante como lo afirman Pérez-Wiesner, Fernández-Martín y López-Muñoz (2015), se puede evidenciar que la falencia de esta academia está centrada en el área de la comunicación en la organización deportiva.

Se genera directamente por la falta de acción en las plataformas digitales, por lo tanto, se tiene conocimiento que el internet, aparte de ser un gusto se ha convertido en una necesidad de comunicación y de información.

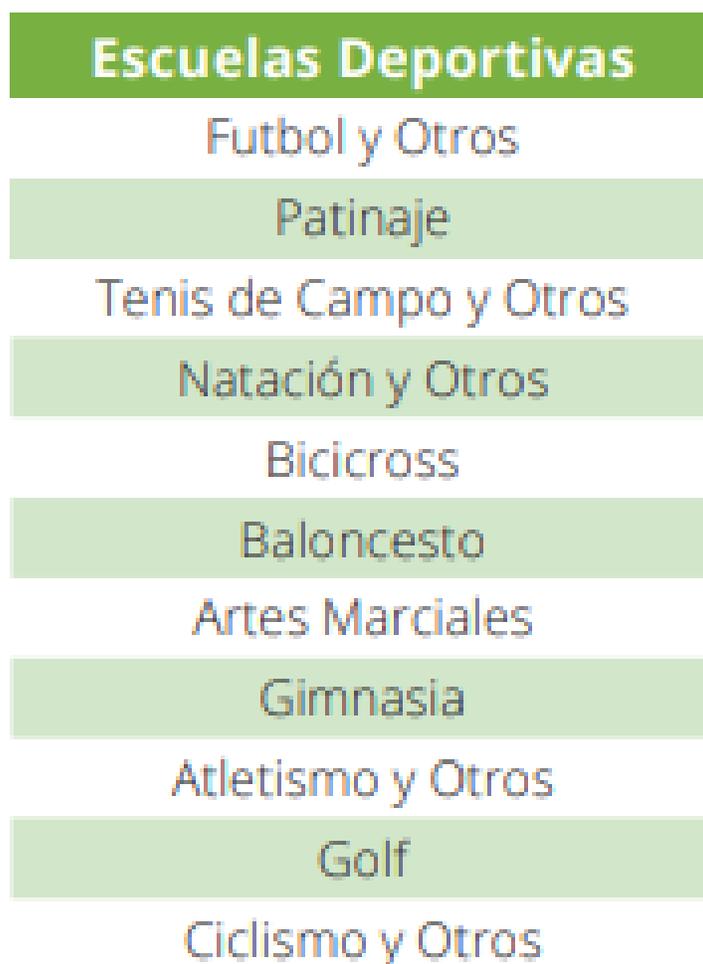
En este caso, se pueden usar a favor las redes sociales que mueven masas en cantidades como lo es Facebook y YouTube de la mano del fútbol que es uno de los deportes que más llaman la atención, si se une esto podrá lograr un reconocimiento de la academia.

Debido a lo anterior, se reconoce por parte de la academia la falta de manejo de estas plataformas y el poco conocimiento de normatividad para las academias, escuelas y clubes, además de esto se tiene en cuenta que son gran cantidad de postulantes e interesados por ser una entidad constituida que genere deporte.

Para comprender la situación a la que se enfrenta la academia, se da a conocer el siguiente cuadro con las siguientes estadísticas con base al artículo Estadísticas de Escuelas Deportivas en Bogotá escrito por Jairo Ayala Director de Planeación en el año 2014.

Tabla 10. Relación de Academias y Escuelas Deportivas en Bogotá

Fuente. Secretaria de Cultura Recreación y Deporte (2016)



En esta tabla se muestran los tipos de deportes que generan mayor impacto en los barrios, localidades en Bogotá ya que por popularidad y cuestiones de hábitos de salud se expresan diferentes habilidades deportivas, y se reconocen unos más comunes que las otras.

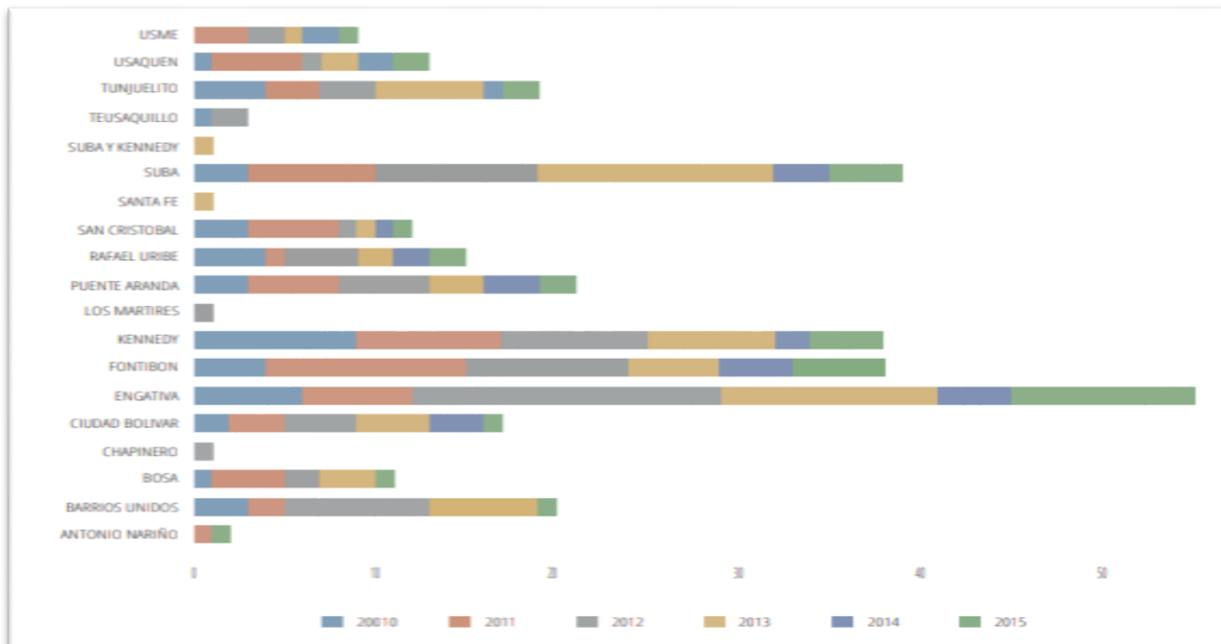


Figura 11. Número de Escuelas Deportivas en Bogotá por Localidad.

Fuente. Secretaria de Cultura Recreación y Deporte (2016)

Cantidad de escuelas deportivas en Bogotá, tomando todas las localidades desde el año 2010 hasta el año 2016, donde se puede evidenciar que Engativá es la localidad que cuenta con más escuelas, seguida de Suba, Kennedy y Fontibón, pero con la grata sorpresa que en la ciudad de Bogotá, el deporte y las actividades físicas mueven muchas personas.

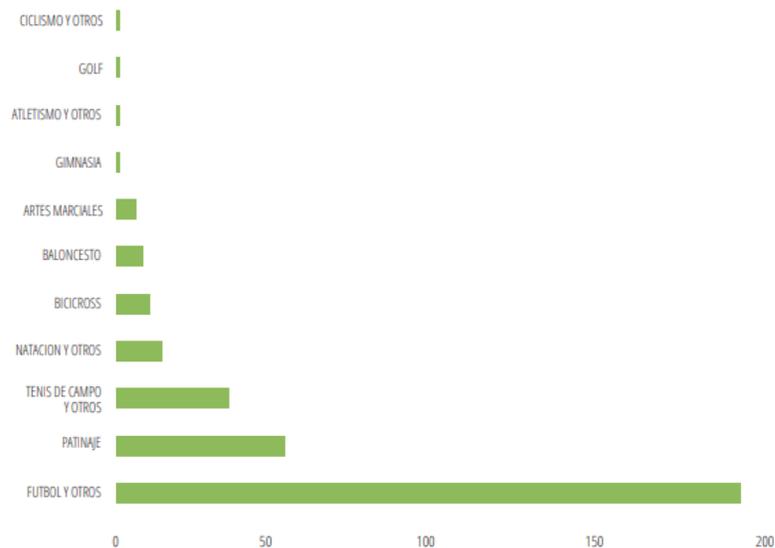


Figura 12. Número de Escuelas por Oferta Deportiva en Bogotá
 Fuente. Secretaria de Cultura Recreación y Deporte (2016)

Según las estadísticas anteriores el fútbol es el deporte que más se practica en las escuelas deportivas de Bogotá haciendo una comparación entre once deportes. En segundo lugar se encuentra el patinaje.

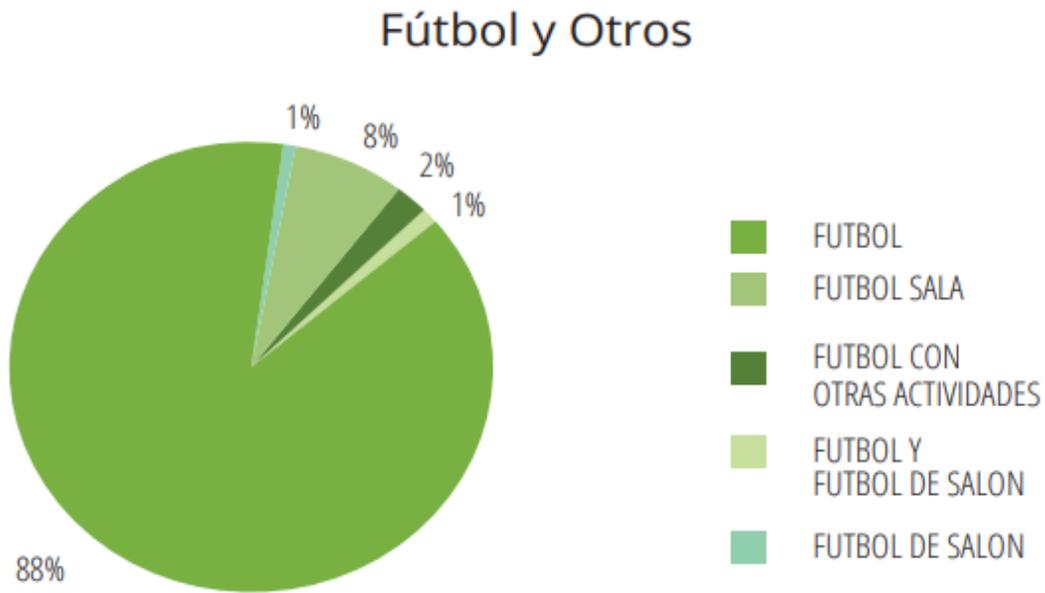


Figura 13. Participación de las Disciplinas en las Ofertas de Servicios de fútbol

Fuente. Secretaria de Cultura Recreación y Deporte (2016)

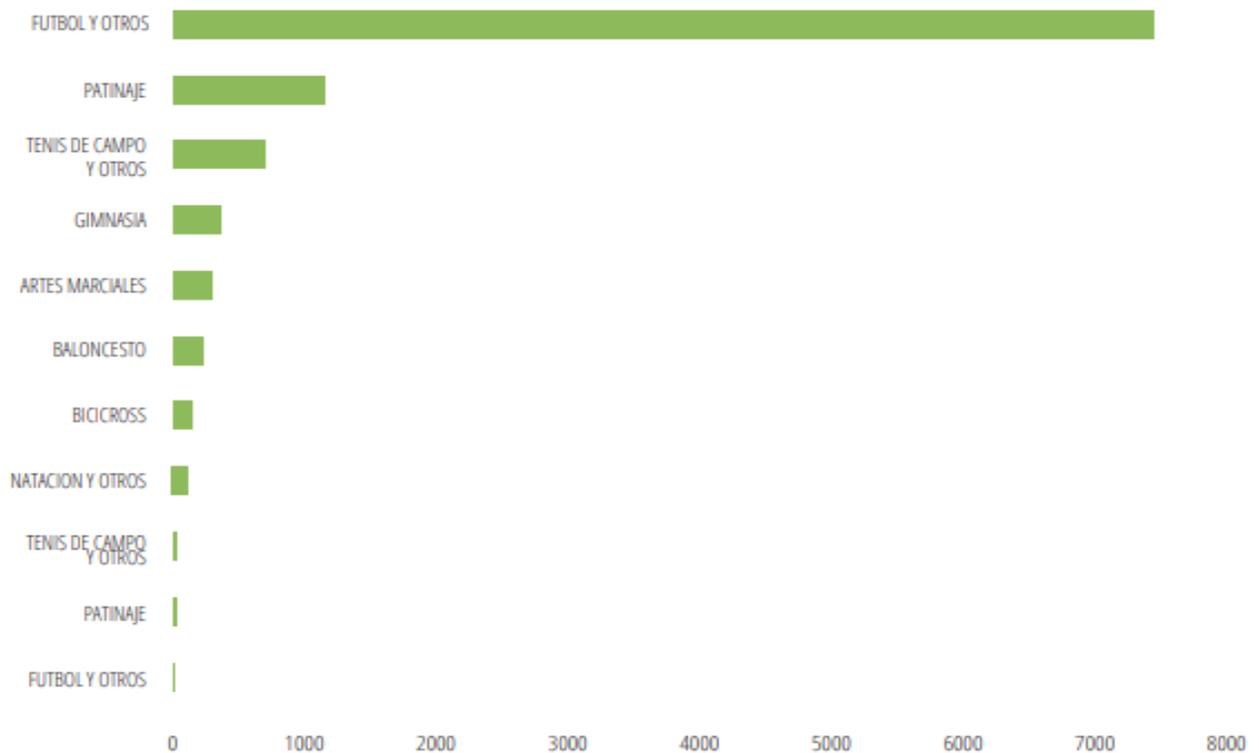


Figura 14. Número de Alumnos por Oferta Deportiva en Bogotá

Fuente. Secretaria de Cultura Recreación y Deporte (2016)

De acuerdo con la información presentada, se evidencia que las academias y escuelas de fútbol son las que más demanda generan.

Al analizar esta situación, se encuentra que la cantidad de academias de fútbol en la ciudad y el país se encuentra en incremento, por esto según gobernación de cundinamarca he instituto departamental para la recreacion y el deporte de cundinamarca legalizaron en el año 2017, la siguiente documentación para poder avalar una academia o escuela deportiva.

DOCUMENTOS NECESARIOS PARA EL AVAL DEPORTIVO

- Copia del acta de reunión para creación
- Copia del acta de aprobación del reglamento y de elección de la junta directiva
- Ficha administrativa de la escuela
- Fotocopia c.c. Director de la escuela.

- Copia del manual de convivencia
- Listado actualizado de alumnos
- Plan pedagógico y técnico por nivel y por deporte
- Hoja de vida de cada uno de los monitores
- Recibo de consignación en cuenta de ahorros “Davivienda”, a Nombre de gobernación de Cundinamarca N° 473100000693 (derechos aval deportivo) \$64.900.
- Publicación de la resolución en la gaceta de cundinamarca \$233.810
Cuenta N° 473100000446
- Radicación en Coldeportes nacional de una copia del aval.

Con la información anterior, la cual se encuentra en la Gobernación de Cundinamarca se evidencia que la documentación para poder constituir la academia no es fácil, se debe generar todos los requisitos solicitados para así poder ser una figura legal.

Por esto se determina que la solicitud con la cantidad de papeles requeridos es un filtro y una limitación para la creación de algunas academias, escuelas o clubes deportivos.

Ya que de esta forma se evitan tener sitios donde solo se busca el lucro, pero también es un punto de fragilidad para aquellos que tienen las mejores intenciones con la creación de las academias, ya que hacen difícil o casi imposible cumplir con los requisitos al 100%.

Es importante dar a conocer la academia y el trabajo que se hace en ella tanto a nivel deportivo como a nivel académico y de responsabilidad, de esta manera adquirir el estatus y el reconocimiento necesario para encontrar uno o varios patrocinadores que apoyen la *Academia de Fútbol Cheetah*.

Por lo anterior se quiere que la academia adopte las mismas plataformas digitales como propias para poder continuar un legado que se empieza con este proyecto. Por lo que es importante resaltar que para la realización de contenido es necesario involucrar tanto a los docentes como a los jóvenes vinculados en la academia por estos medios.

Para obtener contenido en las plataformas digitales elegidas para el reconocimiento de la academia, se realizaron actividades para involucrar a los docentes y a los niños con el aval de sus padres o acudientes que participan de este proyecto de crecimiento que se busca

lograr con este proceso, de esta manera, este trabajo también se convierte en una experiencia para el DT y los estudiantes de la academia, donde unieron sus intereses para mejorar y obtener mayor posibilidad de competencia deportiva.

Justificación de la Intervención

El tema deportivo en Colombia es el diario vivir de muchas personas, es la conversación de muchos en la mesa y para centrarlo un poco más, el fútbol es una pieza primordial del deporte en Colombia. Se ha podido observar que en Bogotá muchos jóvenes toman el fútbol como hobbies, un deporte y hasta algo mucho más importante.

Es por conceptos como esos que un profesional puede aportar bastante en este caso en el área de la comunicación ya que las plataformas digitales se han convertido en un tema de mediatización y un medio masivo de comunicación de esta forma se ha evidenciado que el contenido audiovisual de las redes sociales se ha transformado en un tema de networking y así poder impulsar productos o servicios. Que mejor que poder aportar a una academia de fútbol del barrio Kennedy que no tiene muchos recursos ni apoyo económico.

Al ver las redes sociales como medio importante de comunicación en la globalización se plantea que es el momento en el cual la Academia de Fútbol Cheetah puede emprender y encontrar un apoyo para llegar hacer reconocido. Además demasiadas escuelas o academias de fútbol en Bogotá por eso se cree pertinente que es un tema que genera controversia pero con una muy buena estrategia se cumplirá la misión trazada.

Se entra a generar el contenido que vincule los inicios de la academia con la actualidad, donde se permita generar una línea de continuidad a lo largo del proceso, poder entrar a un paso a paso de preproducción donde se estará dispuesto a generar un desplazamiento a entrenamientos y demás disciplinas para pasar a la producción del contenido audiovisual con sus respectivas cámaras y apoyo de escenografía y continuamente llegar a una posproducción en donde se entregará un resultado limpio para mostrar en redes sociales como (Facebook y YouTube) y así llevar a cabo una implementación en redes y mostrar lo que se quiere plasmar.

REFERENTES PARA LA ACCIÓN

Referentes Teóricos

Para dar una posición en las redes sociales y obtener el crecimiento deseado con el proyecto, se toma la decisión de dividirlo en redes sociales, posicionamiento y comunicación digital.

Según Herrera (2012):

Este tipo de redes han contribuido a fomentar el concepto de *networking* entre las Pymes y mandos intermedios en el caso de las empresas más grandes. Su valor agregado es que permiten ir desarrollando una amplia lista de contactos profesionales, tanto para intercambios comerciales como para interacción y búsquedas de oportunidades entre las personas. (p.124)

Las redes sociales son una buena herramienta para el crecimiento y la ya que al transcurrir de los tiempos la globalización ha generado un cambio en la forma del mercadeo y de difundir una marca o un producto en específico gracias a la mediatización del internet.

Según Pérez-Wiesner, Fernández-Martín, López-Muñoz (2015):

La gran diferencia de las redes sociales tradicionales con respecto a lo que hoy llamamos red social 2.0, es que éstas nacen de la creación de Internet, y resulta de la transformación de la red social tradicional a la red digital o Social Network. (p. 99)

En esta teoría los autores se refieren a las redes sociales como un objeto que ha acompañado a la humanidad en cualquier lugar del mundo, y que se ha desarrollado como una organización en la que se comparten ideas y conceptos y que además se ofrecen servicios. Y es en este punto en el que esta teoría genera la solidez al trabajo, teniendo en cuenta que la herramienta principal son las redes sociales, las cuales se usarán para llegar a posicionar la academia.

En tal sentido Madariaga , Abello y Sierra (2014), argumentan:

Un elemento principal red social, considerado no solo como un objeto que ha acompañado a la humanidad en el mar y en la tierra sino también como una forma de organización social en

la cual se produce el intercambio continuo de ideas, servicios, objetos y modos de hacer. La red es sobre todo una estructura social que permite difundir y detener, actuar y paralizar, en la cual las personas y la sociedad encuentran apoyo y refugio, además de recursos, en las redes sociales se construye una visión compartida a partir de la interconexión para el intercambio horizontal de saberes, experiencias y posibilidades. Es la visión compartida de lo que le da sentido histórico y político al que hacer de la red social. (p. 56)

Además Madariaga *et al* (2014) se refieren a las redes sociales como “una forma de funcionamiento social, y como una estrategia que guía acciones para que una organización presente una propuesta de comunicación” (p. 44), con esto se puede deducir que definitivamente el uso de las redes sociales de una forma adecuada, puede proporcionar lo que se necesita para el equipo de *Cheetah*.

Esto es exactamente lo que se busca con la apertura y el movimiento de las redes sociales (Instagram, YouTube, Facebook) posicionar a la *Academia de Fútbol Cheetah*.

Elementos Conceptuales

Por otra parte, la tecnología tiene un papel muy importante en este trabajo y sobre todo en la actualidad y es aquí en donde hay que hacer referencia a la comunicación digital que es uno de los puntos más importantes de esta investigación. Por eso aquí se resalta lo mencionado por Aced (2013), en su libro *Relaciones públicas 2.0 como gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*.

En el libro habla de que la evolución de la comunicación depende de las nuevas tecnologías, y que las empresas que se encuentran en crecimiento en busca de reconocimiento necesitan usar la comunicación digital a su favor. En especial los encargados del área de comunicaciones dentro de estas compañías.

Por estas razones este trabajo está tan ligado a las nuevas tecnologías, en este caso las redes sociales que se encargan de mover al mundo en la actualidad.

En tal sentido, Aced (2013), argumenta:

Se trata de un entorno que cambia muy rápido: cada día aparecen nuevas redes sociales y nuevas aplicaciones, pero eso no debe asustar a los profesionales de la comunicación. Al fin y

al cabo, eso son sólo herramientas. Lo que es imprescindible es que interioricen esta nueva filosofía, esta nueva forma de hacer las cosas, porque ya no hay vuelta atrás

Las empresas son digitales, los quieran o no: si ellas no participan en la red, otros hablarán por ellas. La tecnología tiene un papel clave en este nuevo contexto, pero es sólo una herramienta que, por sí sola, carece de valor. Lo verdaderamente importante es el uso que se le da. Las herramientas 2.0 son un medio, nunca un fin.

Lo importantes es conocerlas, utilizarlas y aprovechar las nuevas oportunidades que ofrecen para los profesionales y la empresa (p.22).

En nuestro caso, las herramientas 2.0 son el foco principal que se usará para que la academia tenga el reconocimiento que requiere y de esta manera lograr un estatus que le permita a su entrenador encontrar el patrocinio que necesita para brindar sus alumnos las mejores comodidades y herramientas para practicar fútbol.

Recursos técnicos y de infraestructura

La infraestructura con la que cuenta la *Academia de fútbol Cheetah* es mínima, al no contar con un parque o una cancha de fútbol debido a que no tiene los permisos adecuados para hacer uso de ellos.

La academia de fútbol adolece en implementos deportivos de buena calidad como balones para cada jugador, pitos, cronómetros, tarjetas, tableros deportivos, petos y demás accesorios que sean necesarios para la implementación técnica, contado con uniformes para cada participante del equipo teniendo en cuenta a los directivos para llegar hacer una academia unísona.

Por lo tanto se tomara recursos del investigador como cámaras fotográfica marca canon t3i y t3, cámaras de video marca Sony pro, computadores marcas Hp y ACER en donde se manejan programas de edición de la plataforma ADOBE como (Photoshop, Illustrator, Flash, After Effects, Premier Pro).

Condiciones de Vinculación

Teniendo en cuenta que la norma (Acuerdo Superior 219 de 2014) establece, “por el cual se reglamenta las modalidades de trabajo grado como requisito para optar a títulos académicos en los programas de pregrado de la universidad Cooperativa de Colombia.” (p.01)

Como prioridad es el soporte que da aceptación al trabajo de grado por las dos partes en este caso la universidad Cooperativa de Colombia y la Academia de fútbol Cheetah del apoyo ofrecido mediante el trabajo de grado propuesto y que la intervención requiere eventualmente desplazamientos y gestiones relacionadas con la consecución de información, aquí se sustentan las condiciones que enmarcarán el acuerdo de cooperación entre la Universidad y la Academia que recibe el fruto del trabajo de las prácticas.

Mediante, este acuerdo de prácticas celebrado entre la Universidad Cooperativa de Colombia y la academia de fútbol cheetah se hace indispensable para realizar los propósitos que les sean comunes y de interés en el campo académico, investigativo, cultural y social que conlleven al cumplimiento de la misión, visión y principios de ambas entidades.

De acuerdo a esto, se constituyeron unos parámetros para poder realizar la Intervención en dicha academia, donde el estudiante de comunicación social tuvo que solicitar la ayuda respectiva de la Universidad en el que se pudiera grabar, tomar fotos y para saber más información acerca de la entidad, porque sin esto no se podía tener ningún registro fotográfico como evidencia.

Compromisos de la universidad.

Para el fin del trabajo de campo de la intervención se debe de cumplir con un reglamento establecido por la Universidad:

- Facilitar la realización y desarrollo del objeto del presente convenio. Asignar, de acuerdo con la disponibilidad académica, el número de estudiantes que sean necesarios para la realización de las prácticas académicas correspondientes en LA ENTIDAD cuidando que las personas vinculadas ostenten las mejores calidades morales y profesionales.

- Asumir la responsabilidad académica y curricular de la práctica. Instruir, supervisar, orientar y dar el soporte académico que los estudiantes requieran para garantizar el objeto de su práctica e informar sobre cualquier anomalía que se presente.
- Elaborar un plan de actividades concertado con LA ENTIDAD. Realizar el seguimiento semestral de la práctica, con el fin de orientar y verificar el cumplimiento del desarrollo de la misma por parte del estudiante, y prestar asesoría y seguimiento a los estudiantes mediante comunicación permanente y visitas al lugar de actividades con el propósito de asistirlos en el cumplimiento del plan de práctica.
- Garantizar la permanencia de los estudiantes durante el periodo de la práctica y ofrecer toda la colaboración necesaria para el cumplimiento de los objetivos y del horario establecido previamente.
- Realizar la evaluación de la práctica teniendo en cuenta como elemento fundante de la certificación de la práctica realizada por el estudiante, señalada en el numeral 7 de las Obligaciones de LA ENTIDAD.
- Informar con no menos de treinta (30) días de anticipación, salvo fuerza mayor o caso fortuito, cualquier modificación que deba realizarse a los cronogramas de actividades.
- Suministrar los datos y documentos necesarios exigidos por LA ENTIDAD, para el desarrollo del objeto del presente Convenio.
- Designar por programa, la persona que coordinará el desarrollo del presente convenio.
- Informar a los estudiantes de práctica las obligaciones que adquieren en razón del ejercicio de la misma.

Compromisos de la entidad.

Para establecer el convenio entre la Universidad Cooperativa de Colombia y la Academia Cheetah se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

- Coordinar con LA UNIVERSIDAD, a través del asesor académico, las fechas de iniciación y terminación de las prácticas de los estudiantes asignados de cada semestre académico durante la vigencia del presente convenio.

- Efectuar capacitación básica a los estudiantes, previa al inicio del trabajo de campo, cuando sea necesario.
- Mantener permanentemente al frente de los programas de trabajo, personal calificado y capacitado para la coordinación, asesoría y apoyo a los estudiantes en práctica.
- Proporcionar a los estudiantes el espacio físico, los elementos necesarios y la información esencial para realizar las tareas que les sean asignadas, relacionadas con la formación académica que se procura complementar.
- De conformidad con las actividades a realizar, expedir los respectivos permisos para el ingreso de estudiantes y profesores asignados al convenio a los centros de práctica.
- No destinar al estudiante a tareas ajenas a aquellas para las cuales fue seleccionado.
- Brindar las comodidades necesarias y las medidas de seguridad pertinentes a los estudiantes en práctica.
- Una vez cumplido el objetivo de la práctica, LA ENTIDAD deberá expedir certificación en la que conste: Las fechas de inicio y de finalización de la misma. Las actividades desarrolladas. Un concepto personal del asesor designado en el que califique el desempeño y actitudes del estudiante durante su práctica.
- Informar a LA UNIVERSIDAD cualquier irregularidad que se presente relacionada con los estudiantes en práctica en el desarrollo de las actividades que les han sido asignadas.
- Verificar que el estudiante de pregrado o de educación para el trabajo y el desarrollo humano durante su práctica se encuentre afiliado al Sistema de Seguridad Social en Salud, en calidad de cotizante, beneficiario, o pertenezca al régimen subsidiado, además que el estudiante porte siempre su carnet estudiantil y tenga las pólizas respectivas.
- Acoger y poner en práctica las recomendaciones que en materia de prevención del riesgo imparta la Administradora de Riesgos Laborales.
- Informar a la persona designada por LA UNIVERSIDAD los accidentes y las enfermedades ocurridos con ocasión de la práctica o actividad.
- Dotar y/o verificar que el estudiante use los elementos de protección personal en el desarrollo de su práctica o actividad.

- Incluir al estudiante en los programas de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo con los que cuenta LA ENTIDAD.

ESTRUCTURA METODOLÓGICA

En el rumbo que toma el trabajo de grado respecto a la *Academia De Fútbol Cheetah* donde respecto al área en curso de la comunicación arroja una gran problemática en el área audiovisual y el contenido mediático que necesita por parte de las redes sociales.

Objetivos de la intervención

El objetivo principal de este trabajo es dar a conocer la *Academia de fútbol Cheetah*, a través de las redes sociales (Facebook y YouTube), con esto alcanzar tal crecimiento que se pueda encontrar en un futuro cualquier tipo de apoyo o patrocinio.

Teniendo en cuenta lo anterior se generan los siguientes objetivos específicos:

En primer lugar: Diseñar un modelo estructural que involucre la parte administrativa y legal para el funcionamiento óptimo de la academia. Con este punto se quiere dejar un incentivo de reglamentar y estructurar la futura y reconocida *Academia de fútbol Cheetah*, para esto se necesita estar en perfectas condiciones legales y gubernamentales frente a la entidad que rige las academias deportivas en el país y cumplir con la documentación explicada anteriormente.

Por otro lado, se propuso: Incentivar por medio de elementos audiovisuales la importancia del deporte y así mismo el desarrollo y proceso educativo que llevan los niños. Lo que quiere hacer referencia este el objetivo anterior es el uso debido de la web 2.0 que hace referente a la globalización de las redes sociales, donde por medio de una imagen, un video, reely, stop motion y demás contenido que genere una estimulación audiovisual puede llegar a impactar de tal manera que se convierta en un contenido viral y de gran ayuda para la *Academia de fútbol Cheetah*.

El tercer objetivo específico fue: Evaluar las estadísticas que arrojan las redes sociales respecto al crecimiento y reconocimiento de la academia. En este punto del trabajo se debe evidenciar el movimiento por medio de estadísticas y participación que tuvo las plataformas

de estas redes sociales debido al contenido que se generó en producción, preproducción y posproducción, gracias a la colaboración del equipo de trabajo de la academia deportiva.

Alcance de la Solución planteada

La solución que pretendió esta propuesta de intervención fue fortalecer la *Academia de fútbol Cheetah*, a través del crecimiento en redes sociales y participación en el contenido audiovisual, como un espacio de mejoramiento y renombre para esta.

La web 2.0 en la actualidad y la globalización que se lleva al 2018 ha generado una oportunidad de networking donde se puede comprar, vender, intercambiar, aprender, dar reconocimiento y entre otras muchas facultades que permite a facilidad del internet y la mediatización de las redes sociales.

El audiovisual forma parte de los recursos didácticos denominados multisensoriales, procura aproximar la enseñanza a la experiencia directa utilizando como vías la percepción, el oído y la vista; de esta manera, el medio audiovisual recrea imágenes, palabras y sonidos. Los soportes pueden ser tanto impresos como electrónicos: fotografía, cine, radio, televisión, historietas. (p.15)

Por esto es que se quiere alcanzar a un reconocimiento por visitas y likes que se puedan presentar en (Facebook y YouTube) de la academia de fútbol cheetah por medio de contenidos audiovisuales.

Para esto el contenido audiovisual que se generó como videos e imágenes de las actividades de entrenamientos, partidos y momentos de esparcimiento; generan un contenido agradable para cualquier participante de estas redes sociales y que están interesados por medio de estas plataformas en las academias deportivas.

Criterios metodológicos

Teniendo en cuenta que el soporte de la mediatización se genere en la actualidad por las redes sociales, el proyecto con la *Academia de Fútbol Cheetah* se pretende tener una respuesta favorable y eficaz de acuerdo al contenido que se genere Facebook y YouTube dirigido a todos los públicos en específico al sector deportivo.

En la investigación aprovecha las estadísticas y reacciones de las personas que han visto el desarrollo del proyecto incluso sin los recursos necesarios para que sea una entidad bien constituida de acuerdo a lo reglamentario, de esta manera, se puede demostrar que ya siendo una academia con libertad de expandirse a más niños y debido al movimiento que presenten las redes sociales (Instagram, YouTube, Facebook) frente al público objetivo con el material audiovisual; incluyendo las estadísticas que arrojen las mismas, se logrará dar soporte y cumplimiento a los objetivos indicados.

Se realizará una medición de la efectividad de la estrategia de comunicación audiovisual que se construirá para la *Academia de fútbol Cheetah*. Esta medición se realizará con los seguidores de cada red social y la cantidad de visitas a los diferentes videos que se publicaran.

Estrategia

En el contexto el cual se fue desarrollando la estrategia para el reconocimiento de la *Academia de fútbol Cheetah*, en donde según los autores y sus libros referenciados para la investigación. *“Hütt Herrera, las redes sociales: una nueva herramienta de difusión (2012). Pérez Wiesner, Michael Fernández, Fernando López, el fenómeno de las redes sociales: evolución y perfil del usuario. (2015). Madariaga, Abelló, sierra. Redes sociales, infancia, familia y comunidad. (2014)”*.

Se Quiso involucrar una estrategia mixta generando una respuesta cualitativa según las necesidades de la academia deportiva y cuantitativa respecto a las estadísticas arrojadas por las redes sociales.

Así de esta forma se dirigió directamente desde los involucrados que dieron las respuestas para evidenciar las falencias y necesidades de la academia, en este caso los más afectados con las condiciones son los jugaros, el director y los padres de familia.

En las entrevistas y las evidencias realizadas por el estudiante y anexadas al trabajo son la pruebas fehacientes para generar un una práctica social por medio de las redes sociales generando una comunicación externa para los posibles apoyos para esta entidad deportiva.

Plan operativo y cronograma

Como prioridad de la investigación y el proyecto llevado a cabo con la *Academia de Fútbol Cheetah*, se generó un proceso que arrojó un resultado.

Primero que todo se generó una reunión con el director David Aldana para poder entender un poco el sentido que tenía la academia y así poder iniciar con un proceso de investigación con el apoyo de la universidad Cooperativa de Colombia.

De acuerdo con las ideas plantadas después de la primera reunión se experimentó la primera visita a uno de los entrenamientos que llevo como resultados evidenciar las condiciones precarias que se estaba manejando con esta entidad y además de eso hacer la presentación respectiva a los jugadores del proyecto y lo que se tenía planteado por medio de las dos partes.

Para poder empezar con el excelente trabajo que se llevó a cabo se explicó por medio del director a los padres de familia el objetivo del proyecto.

Teniendo la aprobación de padres, directivos, y la universidad se empieza a genera un trabajo de campo donde se llevan a cabo entrevistas, Fotos, videos y el material pertinente para dar inicio a las plataformas digitales.

Por con siguiente se dar paso a la creación del logo y así generar la nueva página de Facebook y YouTube donde se expresa un contenido audiovisual que es real y además de eso que la academia lo aprueba.

Tabla 11. Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	MES 1				MES 2			
	1	2	3	4	5	6	7	8
Primera reunión (presentación propuesta)	x							
Presentación frente a la academia		x						
Toma de fotos y videos			x					
Toma de evidencia				x				

Creación logo					X			
Edición videos					x			
Creación de contenido						x		
Visita academia							x	
Revisión de estadísticas								X
Presentación del contenido en la academia								X

Fuente. Elaboración propia.

El proceso de intervención con la *Academia de fútbol Cheetah* se genera en el barrio Kennedy – porvenir donde entrenan la entidad.

Expectativas de mejora

Realizar un seguimiento a las redes sociales para constatar que se sigan moviendo y llamando la atención de los seguidores del fútbol, de esta manera seguir atrayendo personas que quieran vincular a los niños a la academia y hacerla crecer de tal manera que se vuelva participativa no solo en torneos de barrio o localidades, si no que represente a Bogotá en torneos y competencia de fútbol grandes como la liga de Bogotá, la Pony fútbol y la copa águila infantil entre otros.

Así mismo, ayudar en la motivación de los estudiantes que ya se encuentran participando de las actividades de la academia, y que se apropien de los recursos que esta pueda llegar a ofrecer.

Con lo anterior, los estudiantes podrán seguir a futuro con el proyecto que se ha venido realizando en la *Academia de fútbol Cheetah*, como medio de interacción demostrando sus habilidades deportivas.

DESARROLLO DE LA INTERVENCIÓN

El proyecto estrategia digital en una práctica social y solidaria en la *Academia de fútbol Cheetah* Se da inicio gracias a la intervención que genera la universidad Cooperativa de Colombia con el estudiante de noveno semestre de comunicación social, que ve en la entidad una propuesta de mejoramiento para la comunidad y viendo el enfoque de la comunicación gracias a la web 2.0 genera una metodología de networking.

En donde la idea principal y como resultado final es generar un reconocimiento por medio de las redes sociales, por lo tanto, se realiza un trabajo de campo en donde se interactúa con los jóvenes que en este momento hace parte de la academia.

El contenido audiovisual ha jugado un papel muy importante en este trabajo de grado, ya que con las habilidades recolectadas a lo largo de la carrera se genera contenidos indicados para poder presentar la propuesta por medio de las plataformas digitales.

Para poder alcanzar el objetivo esperado se convocaron varias reuniones con el director de la academia para generar la propuesta, con los jugadores se lleva a cabo varios encuentros en el mes de septiembre y octubre con la finalidad de ver el manejo de los entrenamientos y así poder registrar en contenidos digitales o que se cree que puede llegar hacer conveniente en las redes sociales dirigidas al área deportiva.

Cada movimiento en las plataformas antes era aprobado por la academia; esto quiere decir que David Alva, los jugadores y sus padres estaban al tanto de lo que se estaba realizando con el contenido audiovisual.

El paso a paso que se da al proyecto es con el fin de generar muy buenos resultados como se puede observar a continuación:

Taller 1. Presentación propuesta

En esta primera intervención se genera una presentación y un dialogo con el director David Alva y los jugadores de la academia para provocar una motivación por el proyecto y así

poder gestionar las ideas planteadas, en donde se hizo necesaria la participación de ellos mismos para la creación del logo.

Tabla 12. *Presentación propuesta.*

Nombre: Primera reunión (presentación propuesta)
Fecha: 14 de septiembre 2018
Tiempo: 02:00 p.m. a 04:00 p.m.
Objetivo: presentación al director y a los jugadores de la <i>Academia de Fútbol Cheetah</i>
Responsables: Hernán David Fernández Ochoa
Participantes: David Aldana Karen Rincón Camilo Albarracín Andrés Parra Matías Fernández Sebastián Correa Thomas Acero Luisa Manrique Camilo Calvo Daniel Benavides
Recursos: Cámara Fotográfica.
Momentos: <ul style="list-style-type: none"> • Presentación del estudiante de la Universidad Cooperativa de Colombia. • Explicación del proyecto de intervención referente a las redes sociales de la <i>Academia de Fútbol Cheetah</i>.

Fuente: Elaboración propia

Desarrollo.

En esta reunión se genera la presentación del proyecto de intervención en la *Academia de Fútbol Cheetah* por medio del estudiante de noveno semestre de comunicación social de la Universidad Cooperativa de Colombia con el fin de que los jugadores tuvieran conocimiento de la propuesta del proyecto a llevar a cabo.

Logros y dificultades.

Como logro se puede resaltar que los jugadores quedaron entusiasmados con ganas de proceso y la dificultad del principio de la reunión fue la timidez de todos al saber que otra persona externa a la academia se estaba dirigiendo a ellos.

Taller 2. Creación logo

Para la intervención de la primera creación del logo se citó al director David Alva y a su conyugue Karen Rincón para poder tener más claridad en lo que se quería como objeto gráfico.

Tabla 13 Creación logo.

Nombre: Creación logo
Fecha: 01 de octubre 2018
Tiempo: 05:00 p.m. a 08:00 p.m.
Objetivo: creación logo <i>Academia de Fútbol Cheetah</i>
Responsables: Hernán David Fernández Ochoa
Participantes: David Aldana Karen Rincón
Recursos: computador, programas adobe audition.
Momentos: <ul style="list-style-type: none"> • Lluvia de ideas con él director. • Creación de 2 logos diferentes. • Debate y elección del logo final.

Fuente: Elaboración propia

Desarrollo

Para poder empezar con el tema digital, lo primero que se creo fue el logo donde se quiso enfocar el animal CHEETAH ya que viene siendo la mascota en forma representativa del equipo y de ahí se parte con las siglas A.F CHEETAH (Academia de Fútbol cheetah).

De fondo se buscó la forma de que pueda ser entendió este logo directamente como deportivo por lo tanto se da la idea del clásico escudo en ondas con los colores del equipo.

Teniendo en cuenta que en el momento de la realización el director de la academia aprobó el logo.



Figura 15. Logo *Academia De Fútbol Cheetah*

Fuente. Elaboración propia y directivos.

Logros y dificultades.

El fin de la intervención se logró con éxito al culminar el logo y quedar revisado por el director y su mano derecha, su conyugue.

Por otro lado, la dificultad fue la cantidad de ideas que se dieron para poder escoger en donde se tomó alrededor de 3 horas para terminar la pieza gráfica.

Taller 3. Edición videos

En la producción del contenido audiovisual el trabajo no es de muchas personas en este caso se realizó solamente con el DT de la academia para apoyar ideas y demás.

Tabla 14. Edición videos.

Nombre: Edición videos
Fecha: 02 de octubre 2018
Tiempo: 08:00 p.m. a 12:00 a.m.
Objetivo: Edición videos
Responsables: Hernán David Fernández Ochoa
Participantes: David Aldana
Recursos: computador, programas del paquete adobe.
Momentos:
<ul style="list-style-type: none">• Lluvia de ideas con él director.• Creación y edición de videos para las redes sociales.• Exportación del producto audiovisual.

Fuente: Elaboración propia

Desarrollo

En el área de la edición, con el material recolectado en los días de las entrevistas, partidos y entrenamientos se agrupan y se selecciona el contenido con el que se realizara las piezas audiovisuales.

Para esto se maneja el paquete de adobe para generar un contenido minucioso en todos los videoclip y fotos para conseguir un trabajo profesional y de buena calidad



Figura 16 Programas Edición

Fuente. Elaboración propia y directivos.

Logros y dificultades.

El logro de este momento del proyecto fue la realización de la pieza grafica que genero impacto en redes sociales y emoción en los jugadores y directivos de la academia.

Por lo contrario la dificultad se presentó ese día en la realización por cuestión del horario de trabajo ya que en las últimas horas de la edición quedo el estudiante de noveno semestre solo con la edición, con la sorpresa que salió un producto excelente

Taller 4. Creación de contenido

Las plataformas digitales de la academia de fútbol cheetah fueron creadas desde ceros y eso nos dio la facilidad de generar un contenido actualizado y llegar a gente conocida y desconocida.

Tabla 15. Creación de contenido.

Nombre: Creación de contenido
Fecha: 11 de octubre 2018
Tiempo: 08:00 p.m. a 12:00 a.m.
Objetivo: Creación de contenido
Responsables: Hernán David Fernández Ochoa
Participantes: David Aldana
Recursos: computador, programas del paquete adobe.
Momentos:
<ul style="list-style-type: none"> • Lluvia de ideas con él director. • Creación de redes sociales “Facebook y YouTube”. • Darle cara a las redes sociales con logo e imágenes de portada y perfil • Subir los primeros videos.

Fuente: Elaboración propia

Desarrollo

Facebook. La plataforma de Facebook se crea en el mes de septiembre como fórmula estratégica de generar reconocimiento por medio del fanpage.

Se ubica como foto de perfil el logo ya creado y calificado por los integrantes de la academia.

Como foto de portada se plasma el equipo de la academia de fútbol cheetah donde fue una participación de un partido y se muestra al técnico en la parte izquierda y el asistente técnico en la parte derecha.

Así se puede evidenciar una de las prácticas del equipo y sus jugadores.



Figura 17 Perfil De Facebook

Fuente. Elaboración propia y directivos.

YouTube. Entre todas las redes sociales la mejor plataforma de contenido audiovisual se genera en YouTube, es por esta razón que se crea este canal.

En esta imagen se evidencia el perfil del canal de YouTube en donde tiene la foto de portada los jugadores titulares del equipo de fútbol en compañía de su entrenador.

Esta foto fue tomada en uno de los entrenamientos en donde se hicieron unas sesiones de fotos para evidenciar las necesidades y virtudes que tenía en ese momento la academia de fútbol cheetah.

Es válido aclarar que en esta plataforma es muchísimo más complejo las reproducciones ya que es muy competido el medio deportivo y es necesario tener un contenido específico y muy profesional.



Figura 18 Perfil YouTube

Fuente. Elaboración propia y directivos.

Logros y dificultades.

Al crear las redes sociales las expectativas eran grandes por partes de todo el personal de la academia de fútbol cheetah y en el momento de que se subieron los videos y el contenido audiovisual por parte de los jugadores se vio y se sintió la emoción y el compromiso por el proyecto.

Hay redes sociales que se mueven más que otras y esa fue la dificultad al principio de las creaciones de estas mismas en el momento la red social Facebook genero más visitas de un momento a otro y por lo contrario YouTube demoro un poco más en dar resultados.

Taller 5. Revisión de estadísticas

Las plataformas digitales de la academia de fútbol cheetah fueron creadas desde ceros y eso nos dio la facilidad de generar un contenido actualizado y llegar a gente conocida y desconocida.

Tabla 16. Revisión de estadística

Nombre: Revisión de estadística
Fecha: 30 de octubre 2018
Tiempo: 05:00 p.m. a 7:00 a.m.
Objetivo: Revisión de estadística
Responsables: Hernán David Fernández Ochoa
Participantes: David Aldana Karen Rincón
Recursos: computador.
Momentos: <ul style="list-style-type: none"> • Revisión de Facebook y YouTube”. • Revisión de cada video he imagen. • Comparación de redes sociales. • Revisión de estadísticas. • Pantallazos de evidencias.

Fuente: Elaboración propia

Desarrollo

Videos Facebook. Claramente el contenido de la página de Facebook fue significativo Para el propósito que fue creada esta red social.

En la imagen se observa como los videos que se subieron a la plataforma web fueron incrementando sus visitas con el pasar de los días generando un reconocimiento de la academia de fútbol cheetah.



Figura 19. Videos Facebook

Fuente. Elaboración propia y directivos.

Video YouTube. Como anterior mente se explicaba acá las visualizaciones son lo más importante y por eso al llegar 199 reproducciones en el canal de YouTube de la *Academia de fútbol Cheetah* es un muy buen número ya que con el tiempo y un muy buen trabajo audiovisual pueden generar un reconocimiento masivo en esta plataforma.

Sin olvidar que la plataforma de YouTube es Gmail y eso conlleva a saber que esta red nunca se va a cerrar, por lo tanto siempre se va a ir incrementando los números de visualización.

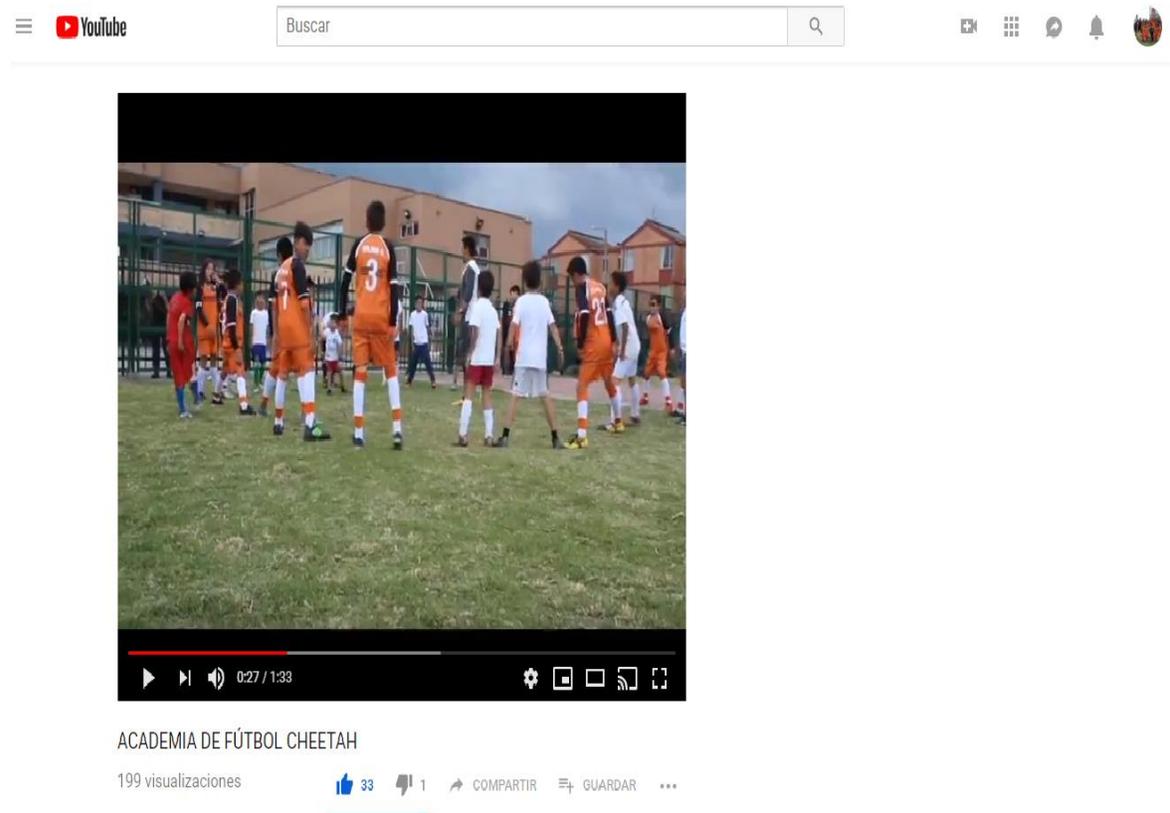


Figura 20 Video YouTube

Fuente. Elaboración propia y directivos.

Estadísticas Facebook. Con el pasar de los días se ha podido evidenciar como fue mejorando la actividad en Facebook gracias a que la plataforma permite evidenciar por medio de las estadísticas el crecimiento de la página y el movimiento del contenido audiovisual.

Gracias al contenido que se montó con el pasar del tiempo, la gente se dio cuenta que y empezó a reconocer el trabajo generado por el director David Aldana con los jóvenes de la comunidad de Kennedy.

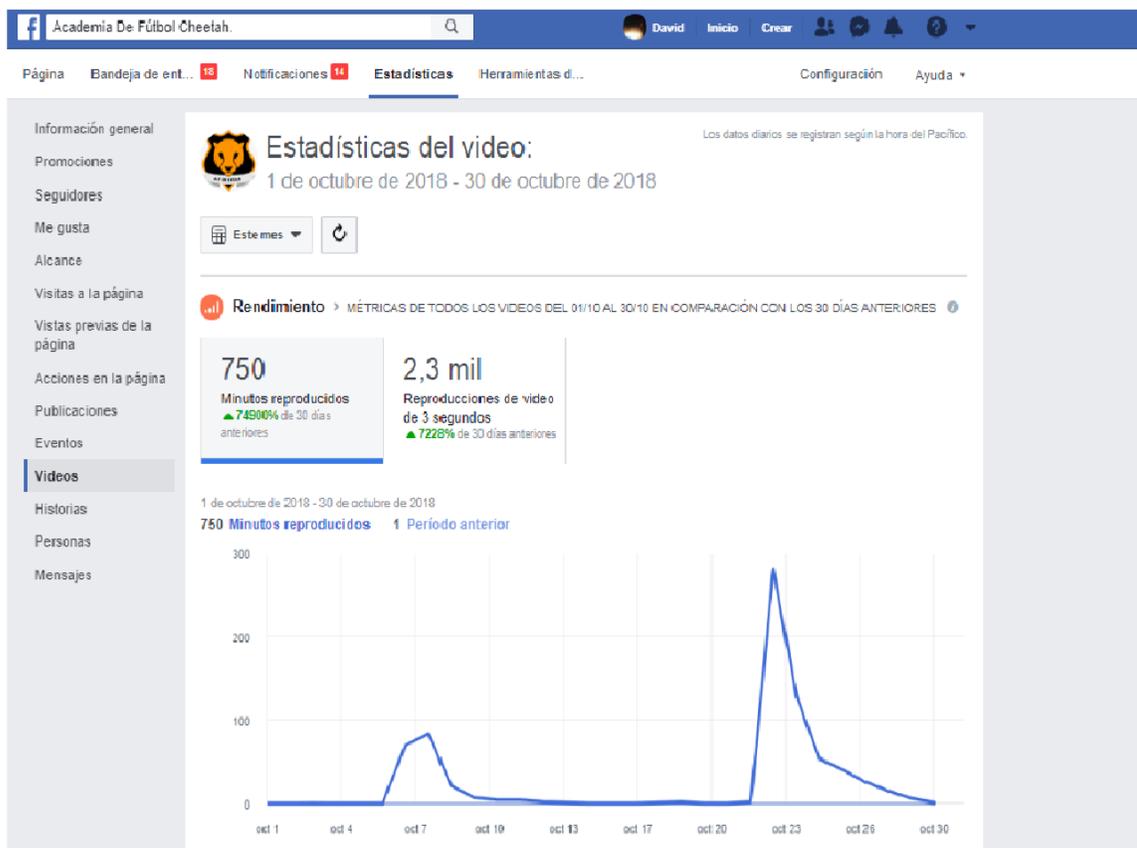


Figura 21 Estadísticas De Facebook

Fuente. Elaboración propia y directivos.

Evolución de Videos

La idea inicial del proyecto era generar un reconocimiento por medio de las redes sociales.

Con la imagen anterior se puede evidenciar claramente que el material audiovisual que se generó en Facebook fue creciendo con el tiempo.

Tanto así que el primer video que se momento tuvo 23 reproducciones, pero con un gran asombro que el último video llego a 943 visualizaciones.

Por lo tanto se evidencia que el trabajo de la academia de fútbol cheetah y el contenido audiovisual que fue implementado por el estudiante de noveno semestre ha generado un gran impacto en esta plataforma digital.

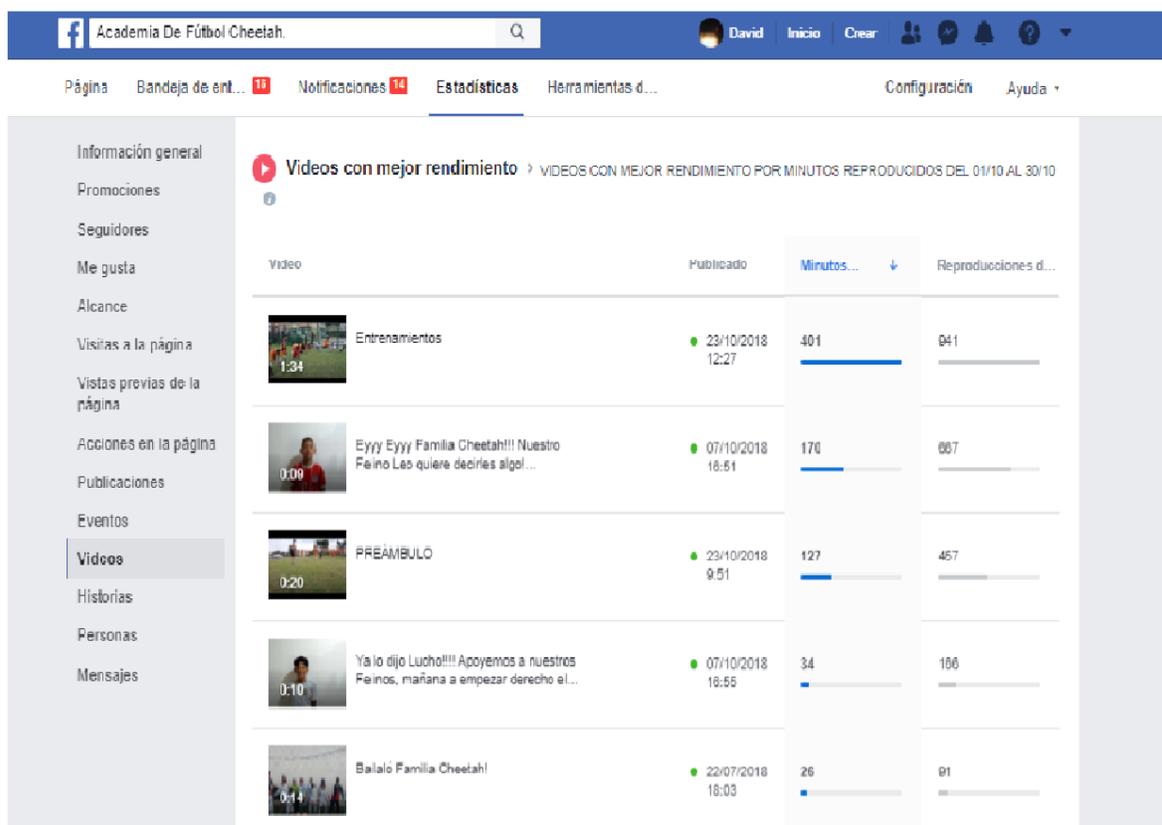


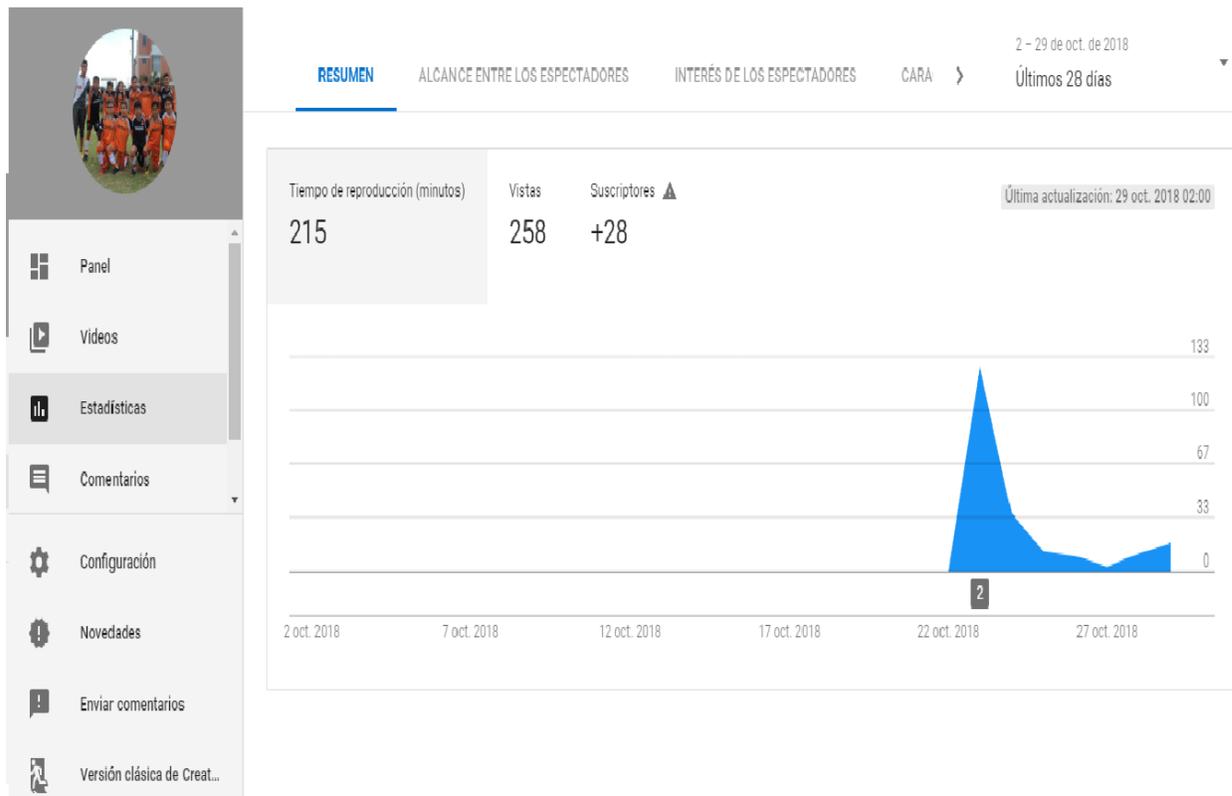
Figura 22 Evolución De Los Videos

Fuente. Elaboración propia y directivos.

Tendencias de YouTube

En la actualidad ver las estadísticas de un video individual es mucho más factible que hace algunos años por esto en la imagen anterior se evidencia el flujo que ha tenido los videos de la academia de fútbol cheetah en la plataforma de YouTube.

Con 258 visitas en total tiene un incremento del 28% del video anterior según él lo que arroja las estadísticas de esta plataforma web 2.0



Figuran 23 Tendencias Y Reproducciones

Fuente. Elaboración propia y directivos.

Estadísticas Por Vídeos

En este pantallazo se puede observar cómo se desglosa cada video y al compararlos se ve el incremento del primer video con 14 reproducciones a un comparativo del segundo video con 202 reproducciones completas.

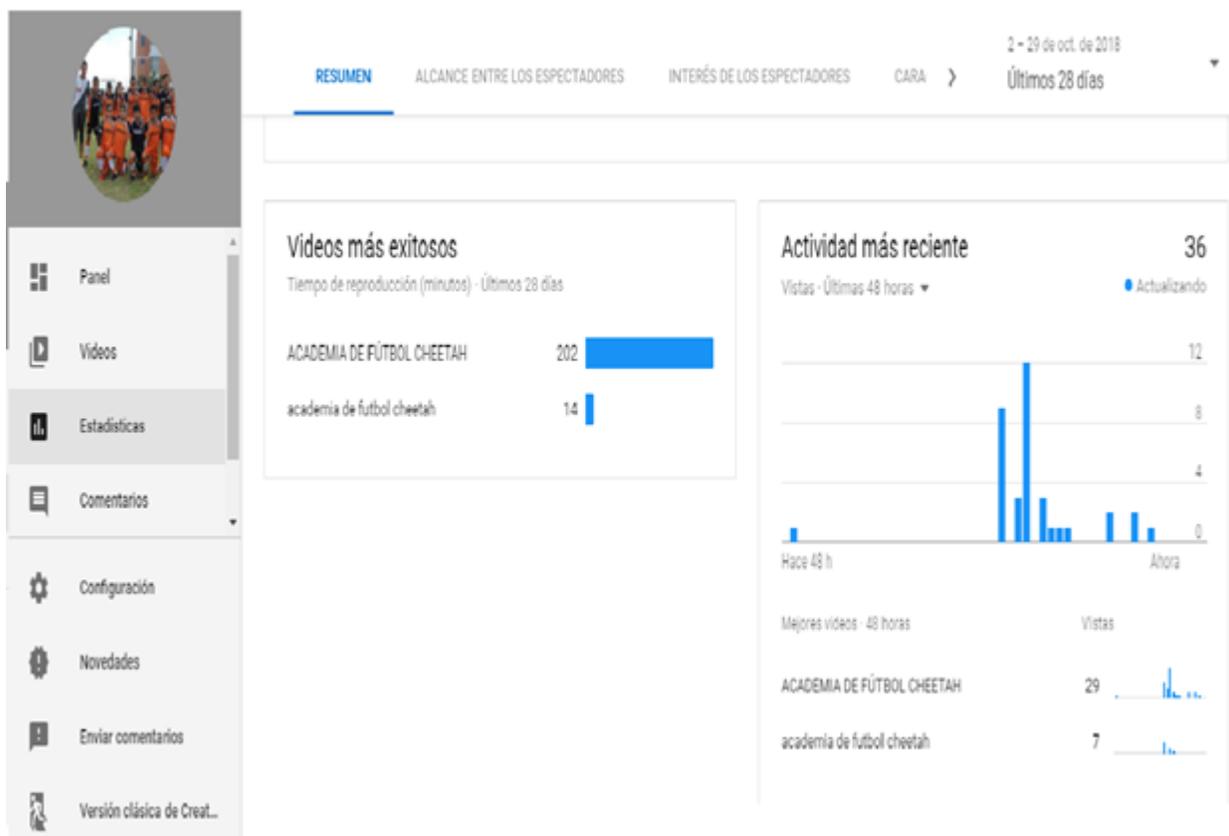


Figura 24 Estadísticas Por Videos

Fuente. Elaboración propia y directivos

CONCLUSIONES

A raíz de la intervención que se generó frente a la *Academia de Fútbol Cheetah* de a mano de la universidad cooperativa de Colombia, se generó una estrategia de reconocimiento para el apoyo de esta misma por medio de las plataformas digitales, para ser más específico utilizando las redes sociales tales como Facebook y YouTube.

Agradeciendo a los docentes de la universidad que generar las pautas para el proyecto y de la mano de los directivos de la academia y jóvenes que hacen parte de esta misma, se generó un equipo de trabajo que pudo dar resultados por medio de contenidos audiovisuales.

Se generó reuniones e interacciones con los jóvenes donde por medio de charlas, sesiones de fotos y videos se pudo complementar una propuesta de usar las plataformas de la web 2.0.

Este diagnóstico preliminar permitió continuar con el objetivo general planteado, en este caso: El objetivo principal de este trabajo es dar a conocer *Academia de Fútbol Cheetah* a través de las redes sociales (Facebook y YouTube), con esto alcanzar tal crecimiento que se pueda encontrar en un futuro cualquier tipo de apoyo o patrocinio.

Por lo anterior se arroja la evidencia por medio de las redes sociales y pantallazos en este documento donde refleja que la falencia comunicativa en la academia de fútbol cheetah tiene como posible solución los medios digitales de la actualidad, para poder llegar a personas que estén interesadas en colaborar con recursos y así tener la oportunidad de crecer como entidad.

Se educó sobre las redes sociales y para qué son útiles como empresa y así dejar las plataformas abiertas para la academia, allí continúen explorando por medio de contenidos audiovisuales el buen manejo de la tecnología en el pasar de la globalización.

Cada uno de los acercamientos que se tuvieron fue útil para las 2 partes. Primero los jugadores de esta academia participaron con la mejor actitud para ser registrados en cámara las mejores situaciones y así dejar la evidencia de lo que están estructurando como academia

y por otra parte el estudiante y afortunado de hacer este proyecto quedo con más experiencia sobre el tema audiovisual y de networking.

La *Academia de Fútbol Cheetah* queda con una propuesta muy interesante con el fin que continúen la propuesta del manejo audiovisual de las redes sociales ya que el medio magnético no es tan complicado de llevar un comunicador social lo puede realizar, por esto el trabajo realizado por el estudiante de noveno semestre de la Universidad Cooperativa realiza un aporte valioso y muy interesante para el futuro de la academia deportiva.

Además de eso se realizó la investigación de cómo generar la *Academia de Fútbol Cheetah* para que fuera legítimamente constituida como lo rige la entidad de Cundinamarca.

De igual forma los jugadores de la academia generaron una comunicación voz a voz en lo que está pasando con la entidad deportiva para que por el medio comunicativa que sea necesario que genere u reconocimiento y así poder llegar a una oportunidad de patrocinio, por esto es que las redes sociales con sus respectivos usuarios y contraseñas se le entregaron al profesor y director David Aldana con el fin que no deje perder la continuidad del proceso ya iniciado.

Recomendaciones

- Se recomienda a la academia de fútbol cheetah seguir generando contenido con las plataformas ya creadas.
- Con el pasar del tiempo generar contenido en diversas redes sociales no solo limitarse a las que el estudiante le dio la oportunidad de tener.
- El director debe buscar la forma de conectarse con personal profesional en el área de relaciones públicas.
- También buscar la manera de vincularse a la alcaldía local para generar algún patrocinio.
- Buscar por medio de conocidos la opción de empezar con algún patrocinio pequeño para ir paso a paso.
- Se sugiere que con un esfuerzo mayor se adquiera una cámara que puede ser semiprofesional para poder generar un buen contenido y así llegar al objetivo del patrocinio por medio de las piezas audiovisuales.

- Como prioridad se recomienda que se diligencien los documentos para quedar registrado legalmente como academia y así poder exigir apoyo gubernamental.
- Se sugiere que con el tiempo adquiera profesionales en todas las áreas primordialmente en comunicaciones.
- Sugerencia para la universidad Cooperativa de Colombia un respaldo con más tiempo para poder generar más objetivos.
- El estudiante de comunicación social se le recomienda continuar con el proceso que se inició en comunicación hacia la academia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aced, M. (2013). Relaciones públicas 2.0 como gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Buenos Aires: Paidós editores.
- Barros Bastida, C. Barros Morales, R. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. En: Universidad de Guayaquil. República del Ecuador. Universidad y Sociedad vol.7 no.3 Cienfuegos sep.-dic. 2015. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000300005.
- Garzón, G. (2017). Guía para la Conformación de Escuelas Deportivas –Escuelas Deportivas. Gobernación de Cundinamarca. En: Instituto Departamental para la Recreación y el Deporte de Cundinamarca. Recuperado de: https://www.academia.edu/4154944/GUIA_PARA_LA_CONFORMACION_DE_ESCUELAS_DE_FORMACION_D?auto=download
- Herrera, H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. Reflexiones, vol. 91, núm. 2, 2012. Universidad de Costa Rica, San José: Recuperado de: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>> ISSN 1021-1209
- Idoate, G. Idoate, G. (2018). Diferencias entre un club y una escuela de fútbol. Madrid, España, Recuperado de: <https://www.misentrenamientosdefutbol.com/diccionario/club-vs-escuela-de-futbol>
- Linares, E. (2014). Estrategias de marketing para la empresa Gateaux Gourmet, C.A. haciendo uso de las redes sociales para el año 2014. Bogotá: Universidad Nueva Esparta.
- Madariaga, C., Abello, R. y Sierra, O. (2014). Redes sociales, infancia, familia y comunidad. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Pérez, S. y Corredor, J. (2014). Universidad Cooperativa de Colombia Consejo Superior Universitario Acuerdo N° 219 27 de octubre del 2014.
- Pérez Wiesner, M.P. Fernández Martín, F. Y López Muñoz (2015). El fenómeno de las redes sociales: evolución y perfil del usuario. eduPsykhé editores, 2014, Vol. 13, No. 1. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/287209549_El_fenomeno_de_las_redes_sociales_evolucion_y_perfil_del_usuario [accessed Oct 16 2018].

Rosero, R. (2012). 100+ Herramientas Útiles para Community Managers, Editor Autoedición, . Madrid, España, Recuperado de:

<https://openlibra.com/es/book/100-herramientas-utiles-para-community-managers>

Ayala, J. (2014). Estadísticas de Escuelas Deportivas en Bogotá, Secretaria de Cultura

Recreación y Deporte 2014, Recuperado de:

<http://sispru.scrd.gov.co/siscred/sites/default/files/Bolet%C3%ADn%20No.%2017%20Escuelas%20Deportivas.pdf>.

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Galería fotográfica y videos

Anexo B. Entrevistas director David Aldana (Archivo adjunto)

Anexo C. Entrevista jugadores (Archivo adjunto)

Anexo D. Entrevista madre de jugadores (Archivo adjunto)

ANEXO A. GALERÍA FOTOGRÁFICA



ANEXO A. 1. (Matías Perdomo, jugador)



ANEXO A. 2. (Equipo de futbol)



ANEXO A. 3. (Entrevista)



ANEXO A. 4. (entrenamiento)