

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
ASOCIACIÓN FÚTBOL CLUB MOTAGUA**

SUSTENTADO POR:

DIEGO MARTIN CERRATO DERAS

11541262

**PREVIA INVESTIDURA AL TITULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLITACITARIA**

TEGUCIGALPA, M.D.C

HONDURAS, C.A.

ABRIL, 2021

MIEMBROS DE LA TERNA:

LICENCIADA YENNY FERNANDA CASTILLO

LICENCIADA ANA MARTINS

LICENCIADA BEATRIZ LOVO REICHMANN

AGRADECIMIENTO

A Asociación Fútbol Club Motagua por abrirme las puertas y cumplir el sueño de estar cerca del equipo que mi familia y yo tanto amamos.

Al licenciado Fabián Ordóñez por abrirme las puertas de una institución tan grande como lo es la Asociación Fútbol Club Motagua.

Al licenciado José Facusse por ser mi guía durante mi Práctica Profesional.

Al licenciado Juan Carlos Suazo por abrirme las puertas de una institución tan grande como lo es Asociación Fútbol Club Motagua.

DEDICATORIA

A Dios por amarme y darme una hermosa vida.

A mi papá, con quien he atravesado momentos tan duros en mi vida, y quien ha sido el que siempre ha estado ahí para apoyarme.

A mi mamá por enseñarme el valor del trabajo y del estudio.

A Don Julio César Núñez Moreira por ser mi mentor.

A Allan Fajardo por ser mi amigo, y por ayudarme a crecer como profesional.

A René Mendoza Rodríguez por creer en mí.

A Jacobo, Juan Marco, Juan De Dios y Rafael por ser mis amigos a través de todos estos años.

Al licenciado Berlioz por enseñarme que debo ser ciudadano del mundo.

Al licenciado Molina por enseñarme que mi voz vale mucho.

Al licenciado Pineda por mostrarme que el respeto es la característica más importante en un profesional.

A mi amada Alma Mater, Unitec, por ser mi segundo hogar.

Índice

AGRADECIMIENTO	2
DEDICATORIA	6
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPÍTULO I GENERALIDADES	12
1.1 Objetivos de la práctica profesional en la Empresa	12
1.1.1 Objetivo General	12
1.1.2 Objetivos Específicos	12
1.2 Datos Generales de la Empresa	13
1.2.1 Antecedentes Históricos	13
1.2.2 Misión	13
1.2.3 Visión	13
1.2.4 Valores	14
1.2.5 Organigrama	14
1.2.6 Área donde se desempeñaron las funciones durante la Práctica Profesional	14
CAPÍTULO II ACTIVIDADES REALIZADAS	15
2.1 Apoyar la organización y realización de ruedas de prensa desde la sede del Club	15
2.2 Gestión y supervisión de protocolos durante las jornadas de Liga Nacional de Honduras en los estadios.	16
2.3 Apoyar la organización y realización de ruedas de prensa desde los recintos deportivos	17
2.4 Monitoreo de programas con contenidos deportivos televisados, radiales y prensa escrita	18
2.5 Supervisión, generación y difusión de contenidos a través de redes sociales.	19
2.6 Acuerdos y pautas de patrocinio.	19
2.7 Charla técnica por parte del cuerpo técnico del club.	20
2.8 Revisión de contratos y demás temas legales del AFC Motagua.	21
CAPÍTULO III PROPUESTA DE MEJORA	22
3.1 Nombre del proyecto:	22
3.2 Tipo de Proyecto	22
3.3 Diagnostico en La Propuesta de Mejora	22
3.4 Objetivos Generales	23
3.5 Objetivo Específico	23
3.6 Descripción	23
3.7 Justificación	23

3.8 Estrategia Metodológica	25
3.9 Cronograma	26
3.10 Recursos	26
3.11 Indicadores de evaluación del proyecto o Key Performance Indicators	28
CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	29
4.1 Resultados obtenidos	29
4.2 Recomendaciones	29
4.3 Conclusiones	30
GLOSARIO	31
Bibliografía	33
ANEXOS	34

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento resume las actividades que Diego Martin Cerrato Deras llevó a cabo durante su Práctica Profesional realizada en Asociación Fútbol Club Motagua, durante los meses de enero a febrero de 2021, previo a su investidura con el título de Licenciado en Comunicación Audiovisual y Publicitario de la Universidad Tecnológica Centroamericana, UNITEC. Asociación Fútbol Club Motagua, es club de fútbol de Honduras que juega en la Liga Nacional de Honduras desde 1965, aunque previamente jugó de forma amateur desde el año de su fundación en 1928. A través de los años, Asociación Fútbol Club Motagua ha sido campeón de la Liga Nacional de Honduras en diecisiete ocasiones a lo largo de su historia, además de ser considerado uno de los equipos más laureado de centroamérica y uno de los equipos que ostenta la mayor cantidad de aficionados a nivel nacional. Además, el AFC Motagua tiene entre sus vitrinas, una Copa UNCAF y una Super Copa de Honduras. El AFC Motagua ha sido catalogado por numerosos medios de comunicación como "El mejor equipo de Honduras en los últimos años" gracias a su filosofía, estilo de juego, jugadores históricos del club, y hegemonía dentro del fútbol nacional a través de varias décadas, siendo una referencia dentro del fútbol de Honduras (Honduras, 2020). La pasantía tiene como objetivo integrar al estudiante en un ambiente laboral para complementar su formación académica, así mismo moldear su carácter profesional y aportar a la institución de manera significativa. El estudiante fue asignado al departamento de Mercadeo y Prensa del AFC Motagua, para apoyar en diferentes áreas de Mercadeo y Prensa, en dónde realizó diversas actividades estratégicas, administrativas y logísticas.

A lo largo de las 10 semanas de práctica, el estudiante realizó actividades de redacción, comunicación, proyectos de producción audiovisual, proyectos de producción digital, supervisión de contenido de redes sociales, participación en la elaboración de contratos legales, planteamiento y conceptos de estrategias de marketing, y elaboración de campañas publicitarias de la empresa. El informe está compuesto por tres capítulos que describen la información general de la empresa, las actividades realizadas y la propuesta de mejora que el practicante preparó para la empresa.

En el Capítulo I se describen las generalidades de la empresa, aquí se incluyen la reseña histórica, misión, visión, valores y organigrama de la institución, así como los objetivos que el practicante se planteó al inicio de la pasantía.

En el Capítulo II se puntualizan las funciones asignadas al estudiante a lo largo de su Práctica Profesional, además se detallan las actividades con más relevancia.

En el Capítulo III se muestra el proyecto de mejora propuesto por el estudiante. Este incluye un diagnóstico de la empresa, nombre del proyecto, objetivos, descripción detallada de cada etapa, justificación, beneficiarios, cronograma de actividades los recursos necesarios para su elaboración, presupuesto y evaluación final del proyecto. Dicho proyecto consiste en la creación de varios contenidos audiovisuales que fortalecerán la interacción entre afición y equipo a través del canal de YouTube oficial del AFC Motagua. El Capítulo IV contiene las conclusiones del estudiante acerca de todo el período de Práctica Profesional.

Además incluye recomendaciones a la universidad y a futuros practicantes.

Al final del informe se encuentran la bibliografía, fuentes utilizadas para elaborar el informe, también el glosario, con la definición de términos técnicos utilizados en la redacción de este documento, y finalmente los anexos, con ejemplos que evidencian el trabajo realizado por el practicante.

CAPÍTULO I GENERALIDADES

1.1 Objetivos de la práctica profesional en la Empresa

1.1.1 Objetivo General

La práctica profesional tiene como objetivo general aplicar todos los conocimientos del estudiante en un ambiente laboral, además de adquirir nuevas habilidades tras la aplicación de sus conocimientos prácticos y teóricos previamente adquiridos durante el transcurso de la carrera.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Aplicar conocimientos prácticos y teóricos previamente adquiridos a lo largo de la carrera sobre el uso y manejo de cámara, audio, edición de video para la difusión de contenidos de la Asociación Fútbol Club Motagua para diversos medios de comunicación y a través de redes sociales.
- Estimular la eficiencia organizativa en la difusión de contenidos del Asociación Fútbol Club Motagua en sus conferencias de prensa frente a diversos medios de comunicación en la previa, y al finalizar los partidos del Club.
- Adquirir una visión más amplia del área de comunicación de una empresa, siendo el área de Mercado y Prensa de la Asociación Fútbol Club Motagua un área de vital importancia para el Club.
- Presentar una propuesta de mejoría a la empresa en donde se lleva a cabo la práctica profesional.
- Ofrecer la mayor calidad de labor dentro de la empresa.

1.2 Datos Generales de la Empresa

1.2.1 Antecedentes Históricos

El 29 de agosto de 1928, se fundó de forma oficial el Club Deportivo Motagua de Honduras (ahora Asociación Fútbol Club Motagua), un equipo de fútbol que compete en la primera división de la Liga Nacional de Honduras (Motagua.com, 2018.).

Su nombre tiene origen por el río Motagua de Guatemala, un río que antes estaba ubicado dentro de la extensión territorial de Honduras y que, por un conflicto de disputa de territorio entre Guatemala y Honduras, se le colocó el nombre de este río como un gesto de soberanía y patriotismo.

El Motagua tiene entre sus vitrinas diecisiete títulos de Liga Nacional de Honduras, un título de Copa UNCAF y un título de Super Copa de Honduras (Honduras., 2020).

El Motagua es considerado uno de los cuatro grandes equipos de Honduras, y para muchos, el mejor equipo de Honduras.

Además es uno de los equipos más poderosos de Centroamérica, y se considera el Club que ostenta la segunda afición más grande del país.

1.2.2 Misión

Desarrollar y fomentar el fútbol como elemento de fortalecimiento del orgullo y la pasión de ser aficionado del AFC Motagua.

1.2.3 Visión

Posicionarse como un club modelo de gestión deportiva y administrativa a nivel nacional e internacional en todas sus áreas de estructurales.

1.2.4 Valores

Respeto

Trabajo en equipo

Humildad

Esfuerzo

Solidaridad

1.2.5 Organigrama

Área Administrativa y Dirección.

Área Deportiva.

Área Legal.

Área Financiera.

Área de Mercadeo y Prensa.

Área Logística.

Área de Staff.

1.2.6 Área donde se desempeñaron las funciones durante la Práctica Profesional.

El área donde el alumno realizó sus funciones durante su período de Práctica Profesional fue en el área de Mercadeo y Prensa del AFC Motagua. En dicha área el alumno pudo observar, realizar y ejercer las diversas tareas que se desarrollan en el área de Mercadeo de un club de fútbol, además de ejercer y gestionar el área de Prensa y comunicación de una institución deportiva de referencia como lo es el AFC Motagua a nivel nacional.

CAPÍTULO II ACTIVIDADES REALIZADAS

A continuación se presentaran enumeradas por orden cronológico las labores que el estudiante realizó durante el periodo de Práctica Profesional dentro de la Asociación Fútbol Club Motagua dentro del área de Mercadeo y Prensa.

2.1 Apoyar la organización y realización de ruedas de prensa desde la sede del Club

Esta actividad requirió que el practicante participara en la preparación, convocatoria y transmisión de las ruedas de prensa que se realizan en la previa jornada deportiva en la que participó el club. El trabajo realizado incluyó aspectos logísticos y técnicos, gestión de los medios y moderación de la transmisión en la que participan los medios de comunicación acreditados.

El apoyo realizado comenzaba con la etapa de preparación. En este momento se organizaba con la dirección del Gerente de Mercadeo y Prensa del club todos los aspectos relacionados con la convocatoria de los medios acreditados para cubrir el acontecer de la rueda de prensa en la sede del club en el Complejo Deportivo Pedro Atala Simón, también posteriormente estar presente en el complejo deportivo para montar la rueda de prensa, un montaje que incluye colocar la cámara, calibrar el audio, colocar los micrófonos, colocar el banner de fondo con todos los patrocinadores del club, y activar y ser el mediador de la reunión vía Zoom con el fin de respetar los protocolos de bioseguridad establecidos por la Liga Nacional. El día 15 de febrero se realizó una rueda de prensa previa a la jornada número 1 de la Liga Nacional de Honduras, en dónde el AFC Motagua enfrentó a los Lobos de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán en el Estadio Nacional Tiburcio Carías Andino.

Una vez concluida la rueda de prensa, el material es editado y enviado a los diversos medios de comunicación acreditados. El practicante se encargó de todos los aspectos anteriormente mencionados (ver Anexo 1).

2.2 Gestión y supervisión de protocolos durante las jornadas de Liga Nacional de Honduras en los estadios.

Esta actividad consiste en supervisar y colaborar con el staff del AFC Motagua en el montaje, acoplamiento y colocación de elementos necesarios para la ejecución de una jornada de Liga Nacional de Honduras. El área de Mercado y Prensa del AFC Motagua también tiene la labor de coordinar la organización del staff del club, a modo que cumpla con los parámetros establecidos por la Liga Nacional de Honduras (sobre todo ahora en plena crisis sanitaria). Además, otra de las responsabilidades que el área de Mercadeo y Prensa debe asumir, es coordinar que los patrocinadores del club tengan asegurado su posicionamiento, presencia o dinámica de acorde a su acuerdo de patrocinio entre empresa y equipo.

El apoyo realizado para esta actividad consistía en una breve reunión a 3 o 4 horas antes de iniciar el partido, en dónde el Gerente de Mercadeo y Prensa coordinó diversas tareas para cada persona pertenecientes al área de Mercadeo y Prensa del AFC Motagua. Durante estas reuniones, las labores cambian continuamente o se o pueden repetir, ya que todo el área de Mercadeo y Prensa realiza relevos de ser necesarios con el fin de agilizar y perfeccionar la preparación de la Jornada deportiva.

Para el partido de la jornada número 1 de la Liga Nacional de Honduras, correspondiente al partido de Motagua vs Lobos UPNFM, se me ordenó colocar las siluetas de los aficionados que participaron por medio de las redes sociales del club para que su foto de perfil fuese colocada en una silueta en una silla del estadio con el fin de poder ser enfocados durante la transmisión de esa jornada deportiva. El practicante se encargó de todos los aspectos anteriormente descritos (ver Anexo 2).

2.3 Apoyar la organización y realización de ruedas de prensa desde los recintos deportivos

Esta actividad requirió que el practicante participara en la preparación, convocatoria y transmisión de las ruedas de prensa que se realizan al concluir jornada deportiva en la que participó el club. El trabajo realizado incluyó aspectos logísticos y técnicos, gestión de los medios y moderación de la transmisión en la que participan prensa y representantes de los equipos (visitante y local).

El apoyo realizado comenzaba con la etapa de preparación. En este momento se organizaba con la dirección del Gerente de Mercadeo y Prensa del club todos los aspectos relacionados con la convocatoria de los medios acreditados para cubrir el acontecer de la rueda de prensa en la sala de medios del Estadio Nacional, también posteriormente estar presente en dicho recinto deportivo para montar la rueda de prensa, un montaje que incluye colocar la cámara, calibrar el audio, colocar los micrófonos, colocar el banner de fondo con todos los patrocinadores del club, y activar y ser el mediador de la reunión vía Zoom con el fin de respetar los protocolos de bioseguridad establecidos por la Liga Nacional.

El día 16 de febrero se realizó una rueda de prensa al concluir la jornada número 1 de la Liga Nacional de Honduras, en dónde el AFC Motagua enfrentó a los Lobos de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán en el Estadio Nacional Tiburcio Carías Andino. Una vez concluida la rueda de prensa, el material es editado y enviado a los diversos medios de comunicación acreditados. El practicante se encargó de todos los aspectos anteriormente mencionados (ver Anexo 3).

2.4 Monitoreo de programas con contenidos deportivos televisados, radiales y prensa escrita.

La responsabilidad de esta actividad es asumida por el área de Mercadeo y Prensa del club. El monitoreo implica visualizar, sintonizar y estar al tanto de los diversos medios de comunicación que cubran la actualidad del AFC Motagua. Esta actividad es de suma importancia, ya que es el área de Mercadeo y de Prensa quien tiene la labor de informar al club sobre la opinión pública y de los medios sobre el equipo, y su actualidad en el día a día. El apoyo de esta actividad comenzó cuando se asignó al practicante la labor de monitoreo de medios acreditados para cubrir al AFC Motagua. La tarea constó en monitorear el programa Fútbol A Fondo de la corporación Televisión que se emite por TSI de lunes a viernes de 9 PM a 10 PM, y también el programa La Noche del Gol los domingos en horario de 9 PM a 10 PM. El practicante se encargó de todos los aspectos anteriormente mencionados (ver Anexo 4).

2.5 Supervisión, generación y difusión de contenidos a través de redes sociales.

Esta actividad consiste en generar contenido a través de las cuentas de redes sociales oficiales del AFC Motagua con el fin de crear un vínculo informativo y de entretenimiento más fuerte con la afición del AFC Motagua. Además, las redes sociales le permiten al club conocer a nivel cuantitativo su alcance y frecuencia, lo que le ayuda al área de Prensa y Mercadeo tener más datos para negociar y pautar con sus patrocinadores a través de estas publicaciones en sus redes sociales. El apoyo realizado comenzó cuando se asignó la tarea de realizar una edición de las fotografías capturadas durante el encuentro entre Motagua y Marathon. Posteriormente editarlas con la rotulación adecuada para las publicaciones de las redes sociales del club, y luego publicar dichas imágenes en la cuenta de Twitter del AFC Motagua con sus hashtags correspondientes, y su copy previamente preestablecido por el gerente de Mercado y Prensa del AFC Motagua. El 12 de marzo, se publicó a través de la cuenta oficial de Twitter las mejores fotografías de la jornada número 7 de la Liga Nacional de Honduras correspondiente al partido que enfrentó al AFC Motagua y al CD Marathon. El practicante se encargó de todos los aspectos anteriormente mencionados (ver Anexo 5).

2.6 Acuerdos y pautas de patrocinio.

En esta actividad, el Área de Mercadeo y Prensa se encarga de negociar, pautar, y concretar los patrocinios de marcas promotoras que desean tener presencia o ser visualizados por medio de un acuerdo de patrocinio con el AFC Motagua.

El apoyo realizado comenzó cuando se solicitó estar presente durante la negociación de acuerdo de patrocinio entre el Gerente de Mercadeo y Prensa del AFC Motagua y un patrocinador que quería realizar una estrategia de mercadotecnia que beneficiara a ambas partes. El 10 de marzo se llevó a cabo una reunión entre el Gerente de Mercadeo y Prensa del AFC Motagua y la gerente de Mercadeo de la empresa TENGO. En dicha reunión se presencié cómo se negoció un acuerdo verbal y contractual con términos económicos específicos para realizar una dinámica de colaboración entre Diunsa, Motagua y TENGO para participar en el sorteo de varios artículos autografiados por jugadores del primer equipo del AFC Motagua. El practicante presencié una negociación de pauta o patrocinio con los detalles anteriormente descritos (ver Anexo 6).

2.7 Charla técnica por parte del cuerpo técnico del club.

Estas reuniones son una previa a un partido de Liga Nacional de Honduras u otro torneo en el cuál el AFC Motagua este participando. Es una charla en la cual el entrenador del primer equipo da algunas instrucciones e indicaciones a los jugadores en la previa al partido que jugarán en brevedad. En dichas reuniones, está presente todo el staff del primer equipo del AFC Motagua. El apoyo de la actividad empezó desde que el Gerente de Mercadeo y Prensa del AFC Motagua me solicitó estar presente en estas charlas técnicas las cuáles no tienen ni implican ninguna labor dentro del club por parte del área a la que el estudiante estaba asignado.

Simplemente, se explicó que en el AFC Motagua, cualquier persona que forme parte de la institución, ya sea el un jugador el primer equipo, alguien del área de Mercadeo y Prensa o el utilero del club, todos forman parte del equipo y deben estar en las charlas tácticas como si fuesen un jugador que está a punto de salir al campo. Un elemento que se puede considerar impresionante e inclusivo con todas las áreas de un club promoviendo la cohesión de grupo y la unidad. El practicante presencié dicha actividad y todos los aspectos anteriormente mencionados (ver Anexo 7).

2.8 Revisión de contratos y demás temas legales del AFC Motagua.

En esta actividad, el equipo legal del AFC Motagua soluciona, gestiona, y provee vías legales y beneficios de mutuo acuerdo entre todos los actores del entorno del AFC Motagua. El equipo legal bajo instrucciones de la directiva, buscará encontrar la vías para cumplir los requisitos de los entes reguladores, autoridades del fútbol de Liga Nacional, y demás equipos, jugadores, cuerpo técnico, medios de comunicación, y el entorno del fútbol en general para que el AFC Motagua logre obtener la sostenibilidad empresarial necesaria para lograr todos sus objetivos a corto, mediano y largo plazo en sus diversas competiciones. El apoyo en esta actividad fue conocer y participar a nivel protocolario en el proceso legal que implica obtener la naturalización y la nacionalización de un jugador del AFC Motagua con pasaporte extranjero, en este caso de Jonathan Rougier de nacionalidad argentina (ver anexo 8).

CAPÍTULO III PROPUESTA DE MEJORA

3.1 Nombre del proyecto:

Águilas detrás de cámaras.

3.2 Tipo de Proyecto

El proyecto que tendrá el objetivo de mejorar un aspecto o área de la empresa, consistirá en la creación de contenido audiovisual semanalmente para el canal de YouTube oficial del AFC Motagua que tendrá el fin de promover la imagen del club.

3.3 Diagnostico en La Propuesta de Mejora

El diagnóstico que se realizó para proponer este proyecto, fue monitorear las redes sociales del AFC Motagua, y compararlas en relación a las redes sociales de otros clubes que son referencia en el fútbol. Al investigar más a fondo sobre las publicaciones en la diversas plataformas de redes sociales, se observó una oportunidad de mejora dentro de la plataforma del canal de YouTube oficial del AFC Motagua, ya que en comparación con otros clubes de fútbol de referencia (FC Barcelona, Manchester City FC) el AFC Motagua no sube contenido audiovisual todas las semanas, lo que provoca un contraste con los canales de YouTube de otros clubes cuyo contenido es renovado semanalmente (inclusive a veces a diario). Por ello, se propone renovar semanalmente y publicar más contenido dentro del canal oficial de YouTube del AFC MOTAGUA.

Además, se pudo remarcar que el contenido del canal de YouTube del AFC Motagua, es muy longevo en relación al contenido de los otros canales de los clubes de referencia. Por ello, se propone crear contenido de corta duración bajo los nuevos estándares de videos de YouTube y las tendencias de los canales de los equipos de fútbol europeos anteriormente mencionados.

3.4 Objetivo General

Promover la Imagen del AFC Motagua, a través de la producción de contenido audiovisual semanal para el canal oficial de YouTube del club.

3.5 Objetivo Específico

Crear un enlace emocional más fuerte entre jugadores del AFC Motagua y afición azul profundo.

3.6 Descripción

Se propondrá la oportunidad de crear más contenido semanal a través del canal de YouTube oficial del AFC Motagua, para aprovechar un mercado poco o nada explotado como lo es el canal oficial de YouTube de los clubes de fútbol a nivel nacional, y ser los pioneros en revolucionar con más contenido semanal el cuál aumentará el alcance y la frecuencia de la imagen corporativa del AFC Motagua y sus jugadores frente a la afición del equipo a nivel nacional e internacional.

Además, dichos videos serán de corta duración, lo que facilita su visualización, edición, alcance y frecuencia.

El tipo de contenido que se publicará en los videos de YouTube, será con fines de entretenimiento.

La temática de los videos será basta y variada, pero algunos elementos que se podrán destacar, serán los vídeos con contenido de datos curiosos, entrevistas cortas a jugadores, previa de partidos, sesiones de entrenamiento, detrás de cámaras, bloopers y juegos de obstáculo y habilidad durante los entrenamientos.

3.7 Justificación

Según el monitoreo de recolección de información sobre los canales de YouTube de otros clubes realizado por el practicante, a nivel nacional los clubes no tienen la práctica o el hábito de producir contenido semanal para abarcar más alcance y frecuencia de su marca a través de su canal de YouTube a diferencia de otros equipos en Europa que si lo hacen.

Además, el alumno realizó varias búsquedas a través de las redes sociales de clubes de referencia a nivel internacional como el FC Barcelona, o el Manchester City FC, y logró observar que a través de Twitter, Facebook e Instagram, estos clubes promovían la visualización de su canal oficial de YouTube con nuevo contenido renovado semana a semana (e inclusive a diario en algunos casos) por lo que el alumno considera que realizar Benchmarking de esta estrategia, podría ser una estrategia pertinente para promocionar la imagen del AFC Motagua dentro de redes sociales con énfasis en el canal de YouTube.

Las publicaciones de los canales de YouTube de los equipos de referencia anteriormente mencionados son, a nivel cuantitativo, publicaciones muy exitosas por el gran número de likes, visualizaciones, suscripciones al canal y etc.

Según el monitoreo realizado, se considera que la acción de emular la buena producción y difusión de contenido semanal a través de YouTube, haría que el

AFC Motagua sea líder y pionero en realizar y difundir este tipo de contenido a nivel nacional y centroamericano.

3.8 Beneficiarios

Los beneficiados con mayor alcance y frecuencia de la marca AFC Motagua a través de un canal de YouTube con contenido nuevo semanalmente, tendrían a todos los actores de la triple hélice que hace sostenible a una entidad deportiva. Directiva, equipo y afición.

3.9 Estrategia Metodológica

La estrategia metodológica será ejecutar la escaleta preestablecida de varios videos los cuáles semanalmente podrían variar según un calendario de publicaciones mensual, y ahí se podrá diversificar diversos contenidos que podrán difundirse a través del canal Oficial de YouTube del AFC Motagua. Para ello se necesitará un calendario de publicaciones mensual, una escaleta, y los recursos relevantes para producir el contenido como micrófonos, cámaras, el material humano que sería un editor de video, auditor de audio y los jugadores quienes serían los protagonistas de estos videos. La estrategia que se usó para proponer esta oportunidad de mejora dentro del AFC Motagua, fue hacer Benchmarking sobre los canal de YouTube de equipos de fútbol de referencia a nivel mundial con el fin de emular su gestión en redes sociales.

El Fútbol Club Barcelona (Barcelona, 2021), el Manchester City Football Club (Club M. C., 2021) y el Liverpool Football Club (Club L. F., 2021), fueron algunos de los equipos cuyo canal de YouTube fue visualizado con el fin de basarse en cierto tipo de contenido para generar y retroalimentar en el canal de YouTube oficial del AFC Motagua.

3.10 Cronograma

El cronograma constará de dedicar una hora de cada sesión de entrenamiento del el periodo de Pretemporada del AFC Motagua en realizar el rodaje de estos videos según la escaleta ya preestablecida (pueden ser bloopers, entrevista corta, o juegos de habilidad etc.), y destinar la edición que se haga en el transcurso de los días posteriores al rodaje, de forma que ya se tenga el material que se difundirá semanalmente cada mes de cara a temporada que se aproxima (en este caso el Torneo Apertura de Liga Nacional de Honduras de la Temporada 2021-2022), teniendo en cuenta que cada video será publicado de acorde a la fecha preestablecida en un calendario de publicaciones previamente aprobado (ver Anexo 9 y 11).

Dentro del Cronograma, no se detallará sobre los recursos técnicos y humanos requeridos a nivel de adquisición. ya que los recursos necesario (Community Manager, Cámaras, Micrófonos, Jugadores del Motagua, Editor de Audio y Video en los sistemas Adobe Premiere, Audition, Photoshop e Ilustrador), son recursos que el Área de Mercadeo y Prensa del AFC Motagua ya tiene en su inventario.

3.11 Recursos

Los recursos utilizados serán, cámaras de video, micrófonos, un recurso humano que pueda editar el contenido en audio y/o video. Otro recurso humano sería el apoyo del plantel del AFC Motagua, siendo ellos los protagonistas de los videos del canal de YouTube. Así mismo, otro recurso que es pertinente mencionar sería el uso de la locación dónde se hará el rodaje de los videos que en este caso específico serían los recintos deportivos dónde el AFC Motagua compete, y el Complejo Deportivo Pedro Atala Simón, sitio en dónde los jugadores del AFC Motagua realizan sus sesiones de entrenamiento.

A nivel presupuestario, la inversión es simplemente de mantenimiento del equipo técnico (cámaras, ordenadores, micrófonos y licencias de Adobe Audition, Premiere, Photoshop y Illustrator), ya que generar este proyecto, podría perfectamente ser parte del área de redes sociales del club, al ser YouTube también considerada una red social en la cual un individuo u institución pueden generar contenido para fomentar el alcance y frecuencia de su marca.

En resumen, a nivel de presupuesto el coste del proyecto es una suma 0, ya que la viabilidad y factibilidad de este proyecto solo depende de una mayor generación de contenido ya existente en YouTube con otro enfoque, de menor duración, pero de mayor frecuencia. Por ende, el presupuesto que este proyecto necesita para su ejecución, es a un coste de 0, teniendo en cuenta que AFC Motagua ya cuenta con el equipo humano y las herramientas necesarias para materializar la propuesta.

3.12 Indicadores de evaluación del proyecto o Key Performance

Indicators

Por suerte, dado que YouTube cuantifica el número de likes, suscriptores, comentarios y reproducciones de cada vídeo, es más simple tener una idea clara de si el proyecto de mejora tuvo impacto o no. Pero ahora agregar un método cualitativo, se podría hacer un levantamiento de encuestas sobre si gustan o el contenido generado por el canal de YouTube oficial del AFC Motagua.

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1 Resultados obtenidos

Los resultados del estudiante a lo largo de su Práctica Profesional fueron de un considerable beneficio, pues el alumno logró ejercer los conocimientos y habilidades previamente desarrolladas durante su carrera universitaria, y las aplicó ahora en un contexto laboral. Al mismo tiempo, el alumno reforzó sus habilidades, conocimientos y experiencias que anteriormente había adquirido durante su carrera en la universidad. De igual forma, logró proponer una propuesta de mejora viable y factible. Conclusión general En conclusión, durante la práctica profesional el alumno logró culminar con sus objetivos, pues fomentó sus conocimientos en el ambiente de alta complejidad laboral, y a su vez desarrolló nuevas habilidades tras la ejecución de sus funciones prácticas y teóricas previamente obtenidas durante la Licenciatura en Comunicación Audiovisual y Publicitaria.

4.2 Recomendaciones

Como recomendación al AFC Motagua, se le aconseja seguir por el camino en el que están, ya que son un modelo, referencia y ejemplo de gestión deportiva a nivel nacional. Solo se le sugiere explotar aún más la ya muy buena interacción que tiene entre afición e institución. Por ello, el proyecto de propuesta de mejora del canal de YouTube, podría ser una alternativa viable y factible para desarrollar aún más esa conexión entre equipo y afición.

A la Universidad Tecnológica Centroamericana se le recomienda, establecer más vínculos y colaboraciones con el AFC Motagua, una institución que es un

referente en la disciplina del fútbol a nivel nacional, lo que haría que una alianza entre Motagua y UNITEC, sea una simbiosis perfecta en dónde el equipo ejemplar y con la mejor gestión deportiva a nivel nacional, colabora con la casa de estudios superiores con la mejor gestión educativa a nivel nacional. Finalmente, a aquellos alumnos que por diversos motivos, no lograron cumplir su sueño de ser futbolistas así como me sucedió a mí, aún tienen chance de formar parte de un club sin necesidad de ser bueno con los pies, si no aplicando los conocimientos y herramientas que la universidad nos ha proporcionado a través de nuestra carrera, y que la podamos aplicar a un área en específico de una institución deportiva si eso se anhela.

4.3 Conclusiones

En conclusión, el alumno pudo aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, y además adquirió nuevas habilidades tras experimentar estar en un ambiente laboral altamente competitivo. El alumno aplicó conocimientos prácticos y teóricos en el área de Mercadeo y Prensa del AFC Motagua, y además realizó una propuesta de mejora que podría ser rentable y factible para el AFC Motagua. Además, el alumno adquirió una visión mucho más amplia del área de comunicación de una empresa deportiva y ofreció su mayor esfuerzo dentro de cada una de las tareas e instrucciones asignadas.

GLOSARIO

1-**Primer equipo**: plantilla principal de un club de fútbol, excluyendo divisiones menores o juveniles.

2-**AFC**: Asociación Fútbol Club.

3-**Copa UNCAF**: Antiguo torneo de competición de clubes extinto tras su última edición 2007, exclusivo de centro américa y del caribe creado por CONCACAF, pero que fue eliminado y posteriormente reinstalado en el 2017 bajo el nombre de CONCACAF LEAGUE (League, 2020).

3-**CD**: Club Deportivo.

4-**UPNFM**: Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán.

5-**Cuerpo Técnico**: Es el material humano que acompaña al director técnico dentro de su gestión en club deportivo (Asistente Técnico, Preparador Físico, Entrenador de Porteros, etcétera).

6-**FC**: Fútbol Club es español o Football Club en inglés, en alusión a equipo de fútbol.

7-**CONCACAF LEAGUE**: Torneo de competición de clubes de la federación de CONCACAF en el cual participan exclusivamente equipos de Centroamérica y el Caribe.

8-**CONCACAF**: Confederación de Fútbol de la Asociación del Norte, Centroamérica y el Caribe

9-**Bloopers:** Videos de un corte de edición que no fueron expuestos en el resultado final de una producción audiovisual y a los cuales se les atribuye el género de comedia.

10-**Like:** Es un indicador cuantitativo que usan varias redes sociales para medir el éxito de sus publicaciones, haciendo referencia a cuantas personas les gusto el contenido publicado.

Bibliografía

- Barcelona, F. (15 de marzo de 2021). *Canal de Youtube Oficial del FC Barcelona*. Obtenido de FC Barcelona Oficial Youtube Channel: <https://www.youtube.com/user/fcbarcelona>
- Club, L. F. (15 de marzo de 2021). *Liverpool Football Club Oficial Youtube Channel*. Obtenido de Liverpool Football Club Oficial Youtube Channel: <https://www.youtube.com/user/LiverpoolFC>
- Club, M. C. (15 de marzo de 2021). *Manchester City Football Club Oficial Youtube Channel*. Obtenido de Manchester City Football Club Oficial Youtube Channel: <https://www.youtube.com/user/mcfcofficial>
- Honduras, L. N. (15 de septiembre de 2020). *Liga Nacional de Honduras*. Obtenido de Liga Nacional de Honduras: <https://www.lnphn.com/estadisticas-totales-por-equipos/>
- Honduras., L. N. (15 de septiembre de 2020). *Liga Nacional de Honduras*. Obtenido de Liga Nacional de Honduras: <https://www.lnphn.com/team/motagua-2/>
- League, C. (10 de julio de 2020). *Concacaf*. Obtenido de Concacaf.com: <https://www.concacaf.com/es/liga-concacaf/>
- Motagua.com*. (28. de agosto. de 2018.). Obtenido de Motagua.com: <https://motagua.com/team/fc-motagua/>

ANEXOS.

Anexo 1 Rueda de Prensa en el Complejo Deportivo Pedro Atala Simón.



Anexo 2 Colocación de siluetas para dinámica con aficionados.



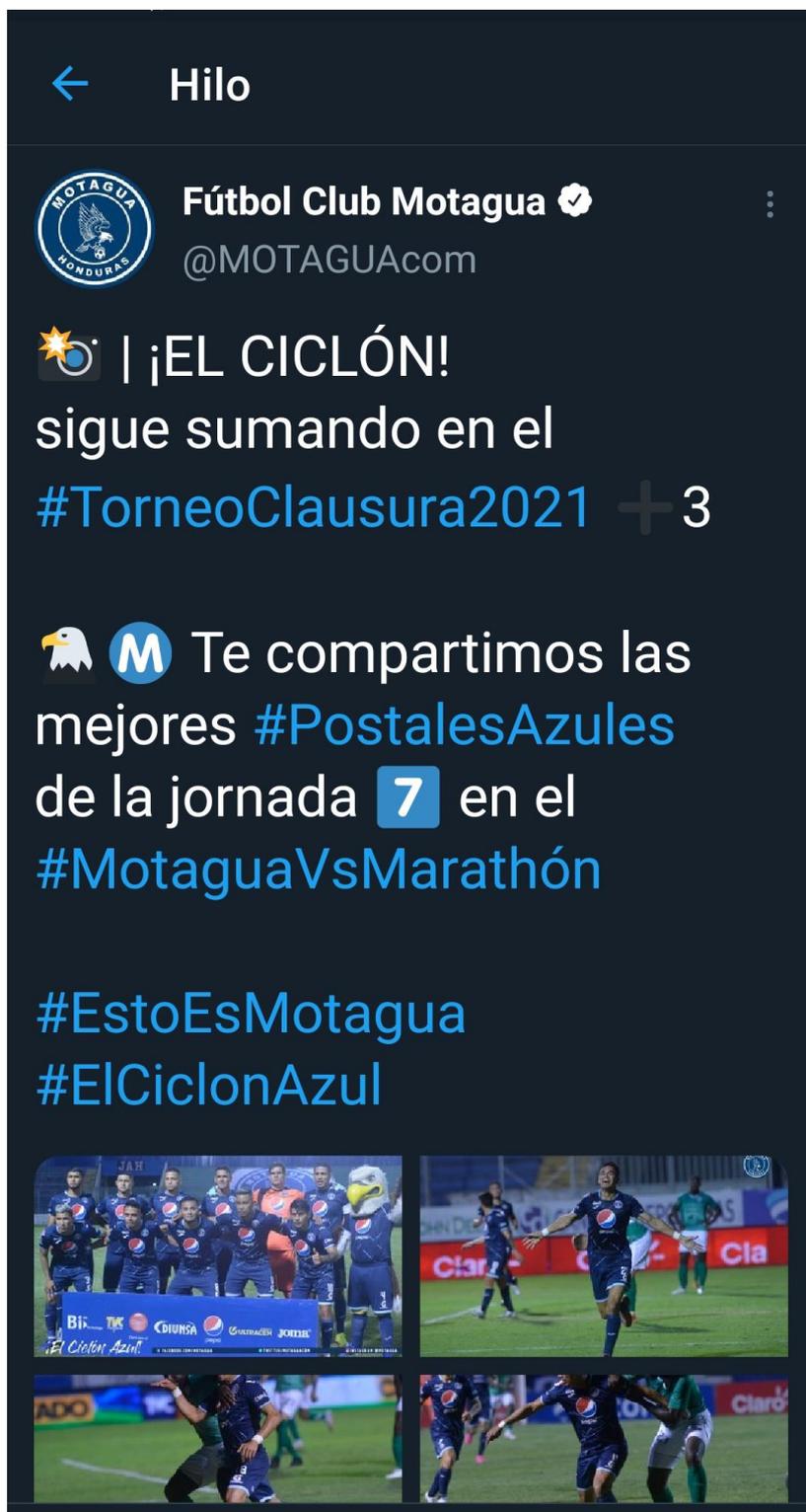
Anexo 3 Rueda de Prensa desde el Estadio Nacional



Anexo 4 Monitoreo de La Noche del Gol.



Anexo 5 Publicación de las mejores imágenes de la jornada 7 a través de Twitter.



Anexo 6 Dinámica de patrocinio TENGO Y AFC Motagua.

← Tweet

 **Fútbol Club Motagua** ✓
@MOTAGUAcorn

 TengoUnSueño..

¡Se viene algo muy bueno! 🏆
¿Estás listo?

¡Podes ganarte increíbles premios autografiados por nuestros guerreros azules!
[@TengoHN](#) [@diunsahn](#)

 |  | 

962 reproducciones

Twittea tu respuesta 

Anexo 7 Charla Técnica del plantel.



Anexo 8 Acuerdo de naturalización del jugador Jonathan Rougier.



Anexo 9 Cronograma y Escaleta del contenido del canal de YouTube.

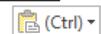
Escaleta de los "Bloopers".

Tiempo	Video	Audio
00:00-00:05	Cortina de entrada de logo animado de <u>Motagua</u> con una adición la cual añade la frase " <u>Bloopers</u> ".	Banda sonora de comedia previamente aprobada.
00:05-1:25	<u>Bloopers</u> de los jugadores durante la pretemporada del Torneo Clausura de la temporada 2020/2021.	Banda sonora de comedia previamente aprobada.
1:25-1:30	Cortina de salida de logo animado del <u>Motagua</u> con una adición la cual añade la frase " <u>Bloopers</u> ".	Banda sonora de comedia previamente aprobada.

ACTIVIDADES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Tiempo destinado a la Pre Producción de la Propuesta de Mejora.	Temporada 2020-2021			Inicio de la Temporada 2021-2022					
Tiempo de producción y edición simultanea destinado al contenido del canal de Youtube del AFC <u>Motagua</u> .							La producción de los Vídeos iniciará a finales del mes de Julio, mes donde inicia la Pretemporada del AFC <u>Motagua</u> y el equipo vuelve a los entrenamientos. Se destinara una hora de cada sesión de entrenamiento para la producción del contenido, de forma que correspondiente a este mes de la temporada, se pueda disponer de tomas para 10 vídeos	La producción continuará a bajo los mismos <u>parámetros</u> de calendario del mes de Julio, pero en este caso durante el mes de Agosto	
Tiempo de difusión y publicación del contenido del canal de Youtube del AFC <u>Motagua</u> .									El contenido se difundirá cada semana en el canal de Youtube del AFC <u>Motagua</u> a lo largo del Torneo Apertura de la Temporada 2021-2022. Esta Propuesta de Mejora es atemporal, por lo que es renovable.

Anexo 10 Procesos metodológicos para la Estrategia en la Propuesta de Mejora

Análisis de viabilidad y factibilidad de la propuesta de mejora para el AFC Motagua.	Planificación detallada:	Ejecución	Parámetros de evaluación del proyecto	Renovación de contenidos para la siguiente temporada.
Visualización de oportunidad de mejora: Monitoreo de contenido del canal de YouTube del AFC Motagua en relación a otros clubes de referencia a nivel internacional.	Temática y contenidos a producir y difundir por medio de una escaleta de los videos.	Publicación de los videos.	Comentarios, Likes, Visualizaciones de YouTube.	Renovación de contenidos para la siguiente temporada.
Análisis de beneficio de monetización, promoción de imagen, y la frecuencia y alcance de la propuesta. Retorno de inversión.	Realización de presupuesto estimado.	Publicación de los videos.	Comentarios, Likes, Visualizaciones de YouTube	Renovación de contenidos para la siguiente temporada.
Análisis de riesgos.	Definición del Plan de calendario de publicaciones.	Publicación de los videos.	Comentarios, Likes, Visualizaciones de YouTube	Renovación de contenidos para la siguiente temporada.
Análisis final de viabilidad.	Posibles negociaciones de contrato.	Publicación de los videos.	Comentarios, Likes, Visualizaciones de YouTube	Renovación de contenidos para la siguiente temporada.



Anexo 10 Calendario de Publicaciones

Calendario de publicaciones del Torneo Apertura de la Liga Nacional de la Temporada 2021-2022.

Tiempo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Semana 1 de Septiembre			Día de publicación de entrevista corta en el canal de Youtube del AFC Motagua.				
Semana 2 de Septiembre				Día de publicación de Bloopers en el canal de Youtube del AFC Motagua.			
Semana 3 de Septiembre			Día de publicación de Juegos de Habilidad o Obstáculos en el canal de Youtube del AFC Motagua.				
Semana 4 de Septiembre				Día de publicación de tomas del entrenamiento.			
Semana 1 de Octubre			Día de publicación de entrevista corta en el canal de Youtube del AFC Motagua.				
Semana 2 de Octubre				Día de publicación de Bloopers en el canal de Youtube del AFC Motagua.			

Semana 3 de Octubre			Día de publicación de Juegos de Habilidad o Obstáculos en el canal de Youtube del AFC Motagua.				
Semana 4 de Octubre				Día de publicación de tomas del entrenamiento			
Semana 1 de Noviembre			Día de publicación de entrevista corta en el canal de Youtube del AFC Motagua.				
Semana 2 de Noviembre				Día de publicación de Bloopers en el canal de Youtube del AFC Motagua.			
Semana 3 de Noviembre			Día de publicación de Juegos de Habilidad o Obstáculos en el canal de Youtube del AFC Motagua.				
Semana 4 de Noviembre				Día de publicación de tomas del entrenamiento.			
Semana 1 de Diciembre			Día de publicación de entrevista corta en el canal de Youtube del AFC Motagua				

Semana 2 de Diciembre				Día de publicación de Bloopers en el canal de Youtube del AFC Motagua.			
Semana 3 de Diciembre			Día de publicación de Juegos de Habilidad o Obstáculos en el canal de Youtube del AFC Motagua.				
Semana 4 de Diciembre				Día de publicación de tomas del entrenamiento.			
Semana 1 de Diciembre			Día de publicación de entrevista corta en el canal de Youtube del AFC Motagua.				