



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Lanzamiento de la cuenta oficial con la red social Instagram de los deportes de la
Universidad Monteávila

UMA DEPORTES

Modalidad: Diseño de Medios Multimedia

Autores

Páez Palacios, Alejandro Antonio

Peña Da Silva, Angel Gabriel

Tutor

Guillermo Yáber Llanos

Caracas, 19 de marzo de 2021

DEDICATORIA

*A la Universidad Monteávila junto a su estudiantado,
por ser la razón principal y fuente de inspiración de este Proyecto Final de Carrera.*

AGRADECIMIENTOS

A nuestro tutor:

Guillermo Yáber Llanos, por creer y apoyarnos desde el primer hasta el último día. Sus conocimientos en el área deportiva y experiencia en redes sociales fueron fundamentales para el desarrollo de este PFC.

A los profesores:

Miguel Sotomayor por ser un líder en la formalización del deporte en la Universidad Monteávila y consejero para secciones en la cuenta. Francisco Blanco y Vicente Corostola, Coordinadores de Vida Universitaria, por su respaldo en el momento que los necesitamos. Y a la profesora Isabel Lessmann por sus grandes observaciones y apoyo incondicional que la caracteriza.

A los integrantes de las selecciones deportivas:

Por su entrega, paciencia y compromiso en todo el camino para nuestro Proyecto Final de Carrera. Esto no hubiera sido posible sin ustedes; se convirtieron en protagonistas de esta historia.

Finalmente, gracias a todas aquellas personas que de alguna u otra manera nos acompañaron durante este viaje tan especial.

RESUMEN

Este proyecto final de carrera nace a partir de la oportunidad de crear una cuenta oficial, en la red social Instagram, para promover y conocer el deporte de la Universidad Monteávila con una identidad gráfica propia.

De esta forma surge “UMA Deportes”, una cuenta en Instagram dirigida a los estudiantes de la Universidad Monteávila que se desempeñan en el área deportiva en torneos internos y externos a nivel universitario.

“UMA Deportes” consiste en una red social, que se centra en reflejar la trayectoria y el desarrollo del deporte umaista a través de perfiles deportivos de los integrantes de las selecciones institucionales, datos sobre el desenvolvimiento de la mencionada área, y entrevistas a sujetos involucrados en actividades deportivas dentro y fuera de la Universidad Monteávila.

“UMA Deportes” busca darle importancia y reconocimiento a los deportes de la Universidad Monteávila junto a los integrantes de las selecciones institucionales para reforzar una rama que viene evolucionando desde enero del 2018 gracias a la formalización de la Coordinación de Deportes dirigida por el profesor, Miguel Sotomayor.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	2
1.1 Tema	2
1.2 Problema	2
1.3 Objetivo General	2
1.5 Justificación	3
1.6 Motivación.....	5
1.7 Oportunidad	5
CAPÍTULO II: ESTRATEGIA	7
2.1 Antecedentes	7
2.1.1 Cromos	7
2.1.2 La Burriquita	7
2.1.3 Evospash	8
2.2 Metodología	8
2.2.1 Encuesta	8
2.3 Análisis FODA.....	23
2.4 Misión.....	25
2.5 Visión	25
2.6 Valores	25
2.7 Presupuesto.....	26
2.8 Cronograma de trabajo	28
CAPITULO III: PROPUESTA	31
3.1 Competencia	31
3.1.1 Deportes UCAB (@deportesucab).....	31
3.1.2 UAH Deportes (@uahdeportes)	32
3.1.3 Fútbol Universidad Santa María (@ums_futbol).....	32
3.1.4 Dirección de Deportes UNIMET (@ligaunimetdeportes)	32
3.1.1.2 Comparación de competencia	33
3.2 Plataforma.....	33
3.3 Nombre.....	36
3.4 Logotipo	36
3.5 Tipografía	38
3.6 Paleta de colores	39

3.7 Pilares de contenido.....	41
3.8 Muestra de grilla de contenido	42
CONCLUSIONES	45
REFERENCIAS	47
ANEXOS.....	49
• Proceso de los diseños	49
• Muestra de publicaciones.....	52
• Plantillas de stories tradicionales y destacadas	53
• Muestra de la cuenta.....	54

INTRODUCCIÓN

La Universidad Monteávila ha crecido en el ámbito deportivo desde enero del 2018 gracias a la consolidación de la Coordinación de Deportes, donde se han incorporado distintas selecciones deportivas, impulsadas por estudiantes con la motivación de poder competir a nivel interuniversitario. Sin embargo, hasta el año 2020, era escaso encontrar información deportiva acerca de las actividades tanto internas como externas de esta casa de estudios.

Los únicos portales que informan, sobre las actividades deportivas son las cuentas de Instagram del Centro de Estudiantes (@ceumonteavila) y de la Universidad Monteávila (@monteavila) con eventos deportivos internos y externos, respectivamente. A pesar de ello, las publicaciones de esta rama no eran constantes, solo se plasmaban ciertos resultados que pasaban desapercibidos por los usuarios. Por ello, “UMA Deportes” tiene el objetivo de ser un medio en donde pueda informarse al resto de la comunidad estudiantil, egresados y familiares el desempeño individual y colectivo de los deportistas mediante una modalidad gráfica personalizada.

Instagram, en la actualidad, es la red social más utilizada por los estudiantes de la Universidad Monteávila, que a su vez, coincidieron en una encuesta realizada donde consideran que es la plataforma digital ideal para consumir información y contenido relacionado de los equipos deportivos. Es por lo anteriormente mencionado que se decidió que “UMA Deportes” sería un medio que informaría a través de Instagram, debido que también cuenta con distintas herramientas que permiten tener un mayor alcance con la comunidad estudiantil a través de distintas dinámicas donde sean involucrados.

CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Tema

Lanzamiento de la cuenta oficial en la red social Instagram para informar, interactuar y comentar sobre los deportes de la Universidad Monteávila. UMA DEPORTES.

1.2 Problema

¿Cómo atender el vacío informativo que hay sobre las actividades deportivas realizadas por la Universidad Monteávila?

La Universidad Monteávila cuenta con una gama amplia de eventos realizados, desde los aspectos académicos, culturales, sociales, políticos, entre otros. En todos ellos la cobertura en redes sociales ha sido una constante para la información y conocimiento de las personas que hacen vida en esta institución. Sin embargo, las actividades deportivas no cuentan con la suficiente promoción en plataformas digitales, donde solo el Centro de Estudiantes (organizadores de los eventos junto a la Coordinación de Deportes) y a la Universidad Monteávila transmitían de manera espontánea lo que gira sobre su rama deportiva universitaria.

Esto trajo como consecuencia que las selecciones deportivas institucionales junto a los eventos internos y externos, no sean seguidos por los estudiantes, debido a que únicamente estaban informados si contaban con compañeros involucrados en las mencionadas actividades o por el poco contenido en redes sociales.

¿Se logrará que el público conozca mejor sobre los deportes de la Universidad Monteávila?

1.3 Objetivo General

Crear una cuenta de Instagram dirigida a los estudiantes universitarios con el propósito de dar a conocer y promover el deporte de la Universidad Monteávila.

1.4 Objetivos Específicos

- Divulgar las noticias deportivas relevantes de los equipos de la Universidad Monteávila.
- Dar a conocer la historia, trayecto y rendimiento de los deportistas umaistas.
- Conseguir 600 seguidores en los primeros seis meses de actividad de la cuenta.
- Producir 120 publicaciones o más en los primeros seis meses de actividad en la cuenta.

1.5 Justificación

La ausencia de información institucional del lado deportivo reflejado en áreas audiovisuales, presentó la oportunidad para crear este proyecto que muestra la importancia del deporte en la Universidad Monteávila, a través de una cuenta en la red social Instagram como una propuesta gráfica institucional y estética. Las herramientas digitales son ya una necesidad primordial para la difusión de información. La situación actual de salud mundial, debido a la pandemia producida por el Covid-19, ha amplificado este aspecto, netamente relacionado al deporte universitario, en el que las actuaciones o resultados deportivos son desconocidos por los estudiantes.

Los diferentes eventos deportivos, tanto internos como externos, son transmitidos ocasionalmente por la cuenta del Centro de Estudiantes (Ceuma) y de la Universidad Monteávila, respectivamente. Esto se realiza mediante Instagram, bien sea por una *story* o una publicación en el *feed*. No obstante, estas actividades pasan desapercibidas debido al poco movimiento en las cuentas de la Universidad Monteávila. Por estas razones antes expuestas, el grupo reconoció que la comunidad estudiantil debe contar con una fuente de información deportiva en nivel universitario.

Ser parte de estos eventos involucra más allá de un aspecto físico, sino que engloba al estudiante a estar involucrado socialmente. En el portal Generación Dos Punto Cero (2018) se afirma: “Practicar deporte en la universidad no solo otorga

beneficios físicos, sino que favorece el aprendizaje de los papeles del individuo y de las reglas de la sociedad, refuerza la autoestima, el sentimiento de identidad y la solidaridad y sirve como medio para adquirir ciertas destrezas sociales. Es una actividad de socialización y convivencia que permite destacarnos y reforzar nuestras habilidades personales y grupales”.

De esta manera, la Universidad Monteávila es reconocida a nivel de educación superior en la última década, tanto nacional e internacionalmente, pero una de sus ramas, como lo es la deportiva, también ha evolucionado en los últimos tres años tras la creación de las selecciones deportivas y su participación en la Liga Central Universitaria (LCU), como en la Liga Universitaria (LigaU), competencias de alto prestigio en la capital. Incluso, desde el inicio del año académico 2019-2020, se implementaron becas deportivas para honrar el valor al mérito de los estudiantes.

Informar, interactuar y comentar sobre deporte en la Universidad Monteávila es el objetivo principal que el equipo se planteó al crear “UMA Deportes”. Con ello, a través de un lenguaje visual se rescatan los talentos, tanto profesionales como personales, junto a la información deportiva de la comunidad umaista.

Diferentes casas de estudios del área metropolitana de Caracas como la Universidad Católica Andrés Bello (@deportesucab), Universidad Metropolitana (@unimetdeportes), Universidad Santa María (@usm_futbol), cuentan con redes sociales relacionadas a temas deportivos que van dirigidos directamente a su población estudiantil. Por esta razón, surgió la iniciativa de crear “UMA Deportes”, una cuenta digital ligada al ámbito deportivo en la Universidad Monteávila donde no solo se resaltan resultados y actuaciones en torneos; sino dar a conocer a los estudiantes gracias a su nivel deportivo desde el lado audiovisual. Además, se buscó que este proyecto resaltara e impulsara la vida universitaria fuera de la habitual aula de clase como espacio de crecimiento de una sana competencia deportiva.

Se consideró crear una cuenta institucional oficial de información sobre los deportes de la Universidad Monteávila con una identidad gráfica y contenido propio debido a que en la encuesta realizada se logró concluir que los estudiantes desconocen el deporte dentro de la mencionada casa de estudios, querían

información de estas actividades y finalmente que la plataforma ideal es la red social Instagram.

1.6 Motivación

La motivación que impulsó este proyecto es la ausencia existente en la Universidad Monteávila de registro audiovisual en el protagonismo de actividades deportivas, tanto internas como externas. Si bien el Centro de Estudiantes (Ceuma) junto a la Coordinación de Deportes (dirigida por el profesor, Miguel Sotomayor) son los encargados de organizar competencias dentro y fuera de esta alma mater, se presenta un vacío institucional de información sobre material audiovisual, información y difusión del deporte universitario. Únicamente los estudiantes se mantienen al tanto de los resultados dentro de la cancha a través de otros compañeros de clase o de una muy escasa información en redes sociales del Centro de Estudiantes o de la Universidad Monteávila.

Por ello, “UMA Deportes” tiene el objetivo de impulsar el sentido de pertenencia hacia los deportes que ofrece esta casa de estudios: fútbol sala, voleibol, tenis de mesa y ajedrez. Además de dar cobertura a torneos, atletas, historia de las selecciones y entrevistas a involucrados del deporte umaista.

1.7 Oportunidad

Se presentó la oportunidad de crear una cuenta que llegara a cada estudiante de la Universidad Monteávila como un portal informativo de las actividades deportivas tanto internas como externas, pero con perfil institucional. Esto podría hacerse a través de perfiles deportivos, datos de las selecciones, entrevistas a integrantes del área del deporte umaista y recuerdos del progreso de equipos. Con ello, incentivar al estudiantado a participar en este gremio donde pueden darse a reconocer y en hacer vida universitaria. También, el proyecto “UMA Deportes” podría ser el puente de enlace para gestionar algún intercambio deportivo con otras universidades.

Por otro lado, el involucrar a los estudiantes durante cinco meses y dos semanas posibilita concretar seguidores en este período sin actividad deportiva, lo

cual permitirá al momento de arrancar las competencias, contar con un público determinado que a su vez sean voceros de la cuenta.

CAPÍTULO II: ESTRATEGIA

2.1 Antecedentes

A continuación, se presentan trabajos de grado que sirvieron como referencia para la ejecución del proyecto final de carrera:

2.1.1 Cromos

Saldivia, S., Macedo, M. & Sánchez, A. (2019) en su proyecto “Creación de marca de diseño gráfico enfocada en rescatar y reforzar la identidad cultural venezolana Cromos” ejecutaron un plan estratégico para la cuenta en Instagram “Cromos” con el objetivo de conectar a los venezolanos con los elementos más importantes y emblemáticos de la cultura criolla. El PFC Cromos permite utilizarlo como guía, en primer lugar, como plataforma de contenido en la red social. Luego, el sentido de identidad, como objetivo primordial del proyecto de carrera a presentar y modalidad de aplicación de encuestas, pero solo aplicarlas en estudiantes de la Universidad Monteávila. También los elementos diferenciadores con demás cuentas deportivas y las características en las publicaciones con el sentido humanista que inculca la Universidad Monteávila. Otro aspecto para tomar en cuenta fue la modalidad cuantitativa a través de encuestas descriptivas (en línea a través de Google Forms) que fue utilizada para tener un mayor conocimiento de los estudiantes de la Universidad Monteávila sobre su noción del área deportiva universitaria.

2.1.2 La Burriquita

Mora Cordero, C. (2019) en su proyecto “La tradición venezolana el baile de La Burriquita vista a través de Instagram” ejecutó una cuenta en la mencionada red social dirigida a un público juvenil, concebida como la plataforma idónea para la divulgación y exposición de fotografías y contenido sobre esta tradición de la cultura venezolana. Este PFC permite utilizarlo como bases teóricas sobre el desenvolvimiento de redes sociales en los últimos años.

2.1.3 Evospash

Añez, M., Carballedo, A. & Pereira, M. (2019) en su proyecto “Estrategia de marketing de contenido en Instagram y Facebook para Evospash empresa de estudio en el extranjero” ejecutaron una estrategia de marketing en las redes sociales Instagram y Facebook para Evospash, empresa de estudios en el extranjero. Crearon contenido innovador y diseñado directamente hacia los estudiantes de pregrado de todas las carreras de la Universidad Monteávila. Este PFC permite utilizarlo como orientación a una identidad gráfica consolidada y dirigida específicamente a la comunidad de la mencionada casa de estudios con el fin de dar a conocer y promover las actividades deportivas en la Universidad Monteávila.

2.2 Metodología

2.2.1 Encuesta

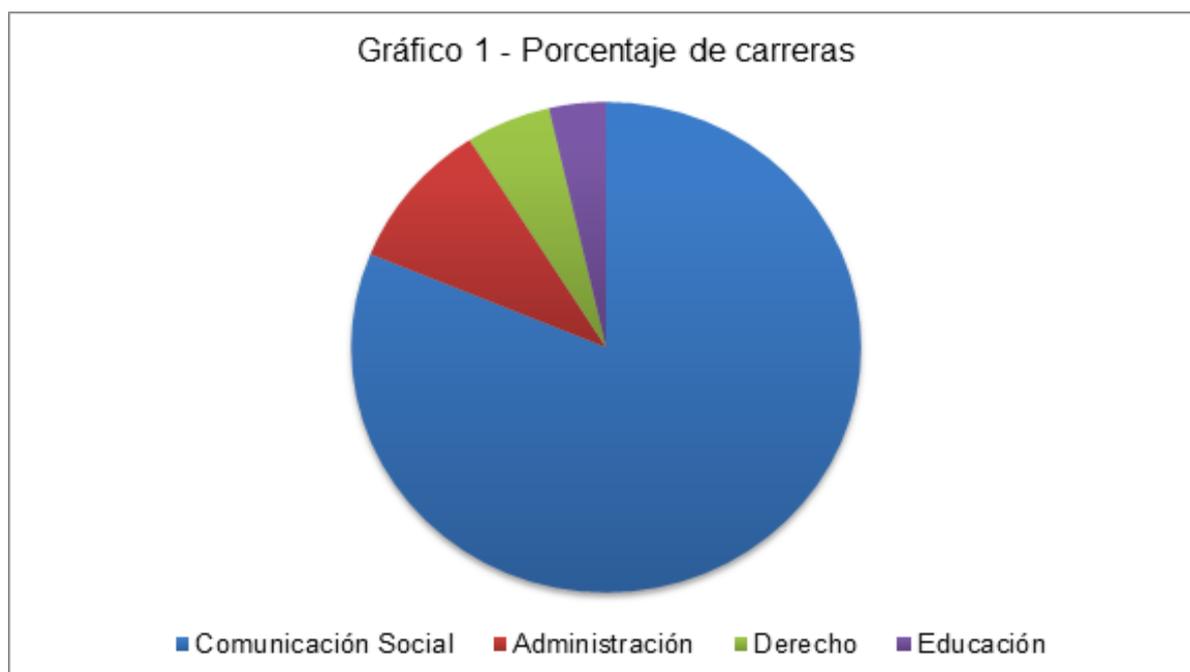
Para la investigación preliminar con el fin de cumplir los objetivos propuestos para la cuenta “UMA Deportes” se encuestaron a 276 estudiantes de todos los años- semestres y de todas las carreras impartidas en la Universidad Monteávila, véase Comunicación Social, Derecho, Ciencias Administrativas y Educación. La encuesta se llevó a cabo en el mes de octubre y fue difundida a través de mensajería Whatsapp, cuentas de Instagram y correos electrónicos.

Los resultados arrojados serán expuestos a continuación a través de tablas y gráficas de cada pregunta realizada.

Tabla 1

Encuestados categorizados según su carrera.

Comunicación Social	Administración	Derecho	Educación
81,2 %	9,8%	5,4%	3,6%

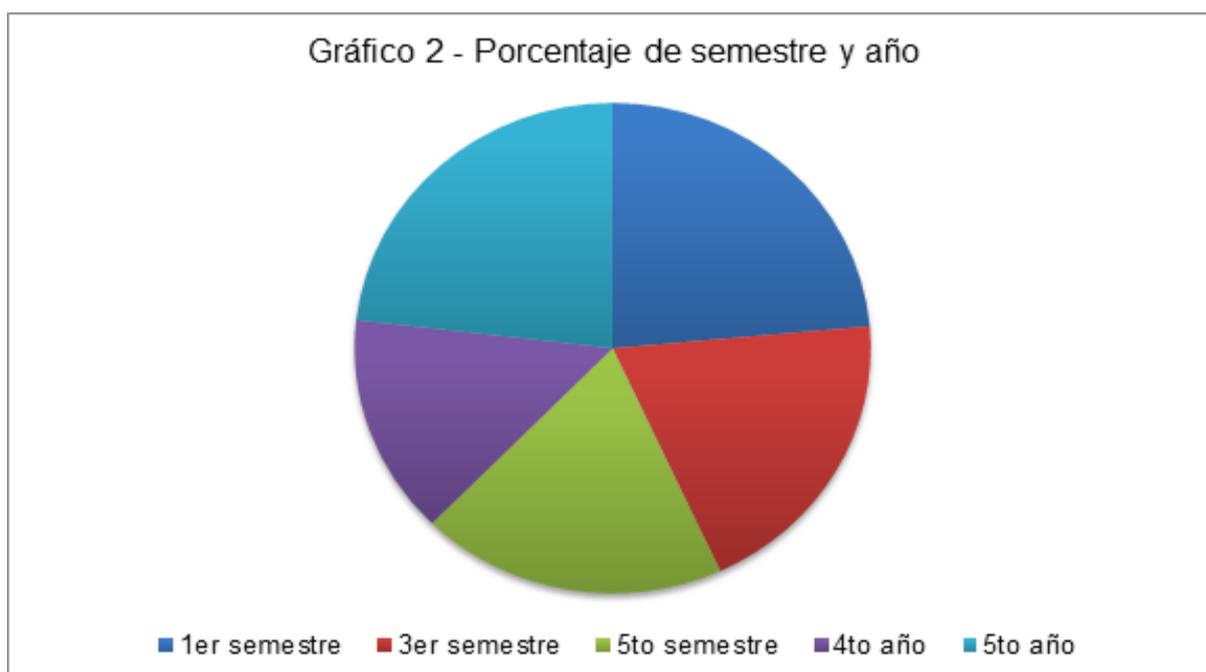


De la población encuestada el 81,2% estudia Comunicación Social, lo que representa la mayoría de la muestra tomada. En segundo lugar, un 9.8% estudia Administración, 5,4% Derecho y un 3,6 Educación. La diferencia de porcentaje sobre el estudiantado de comunicación social se debe a que es la población estudiantil más grande.

Tabla 2

Encuestados categorizados según el año o semestre que cursan.

1er semestre	3er semestre	5to semestre	4to año	5to año
23,6%	19,6%	19,2%	14,5%	23,2%

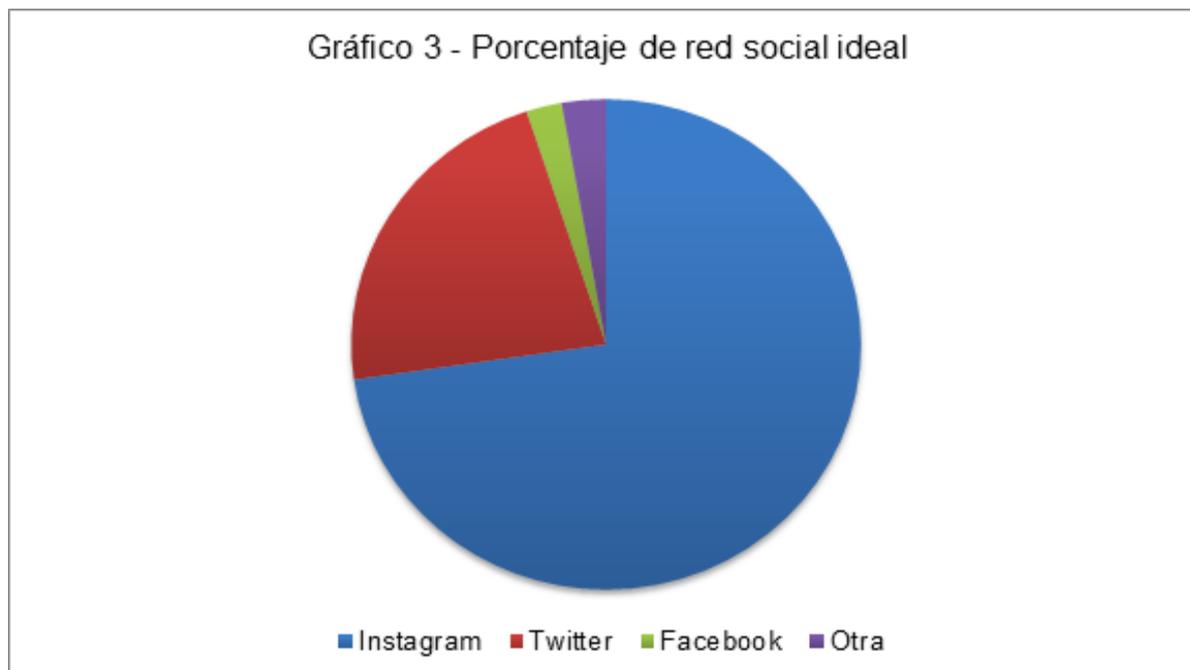


Los mayores porcentajes en esta pregunta corresponden a los estudiantes del primer semestre (23,6%) seguido del quinto año (23,2%), donde representan casi la mitad de toda la muestra. En tercer lugar, se encuentra tercer semestre con un 19,6% seguido del quinto semestre con un 19,2%. Finalmente, cuarto año se quedó con 14,5% restante.

Tabla 3

¿Cuál es la red social ideal para consumir información deportiva?

Instagram	Twitter	Facebook	Otra
93,5%	28,6%	2,9%	3,6%



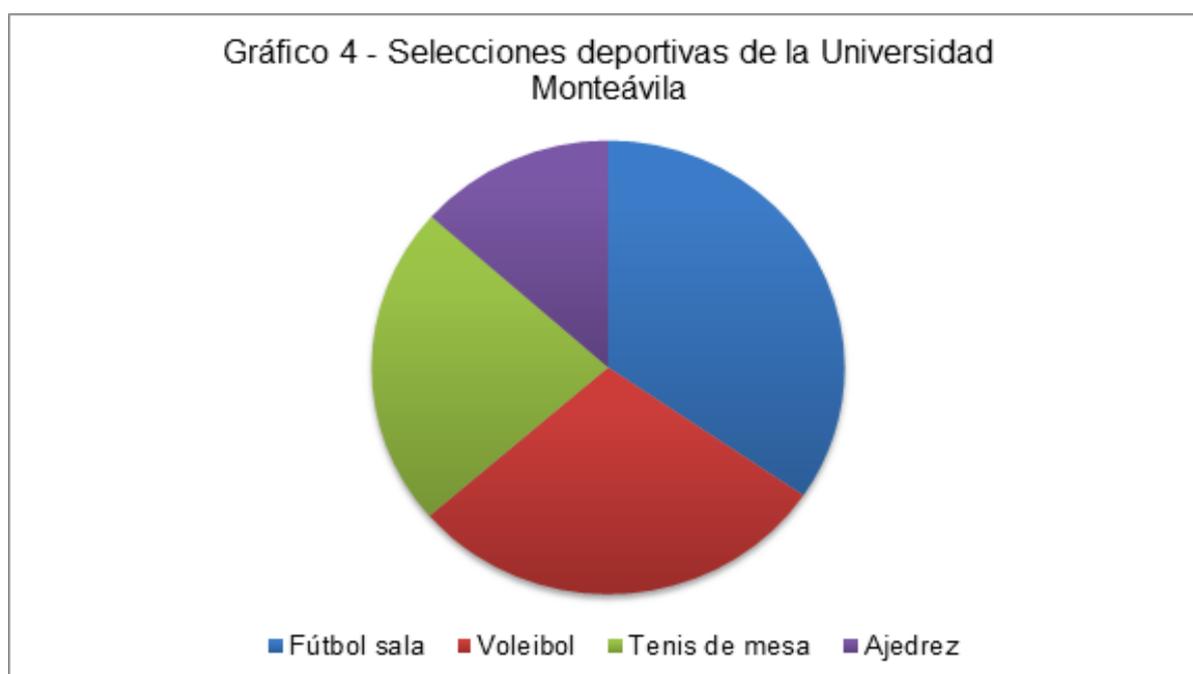
A los encuestados se les permitió la opción de elegir más de una red social de su preferencia para consumir información deportiva. Los resultados indican que, para los estudiantes, la red social ideal para consumir información deportiva sería en primer lugar Instagram con 258 votos (93,5%), Twitter como segunda opción con 79 votos (28,6%), seguido de Facebook con 8 votos (2,9%) y la sección de otra plataforma con 10 votos (3,6%).

Tras la revisión de las respuestas, se decidió utilizar únicamente la plataforma de Instagram para canalizar todo el material audiovisual debido al gran favoritismo de los estudiantes, quienes serán los consumidores de esta cuenta.

Tabla 4

Escoge las selecciones deportivas que conozcas dentro de la Universidad Monteávila.

Fútbol sala	Voleibol	Tenis de mesa	Ajedrez
89,5%	75,4%	59,4%	34,8%

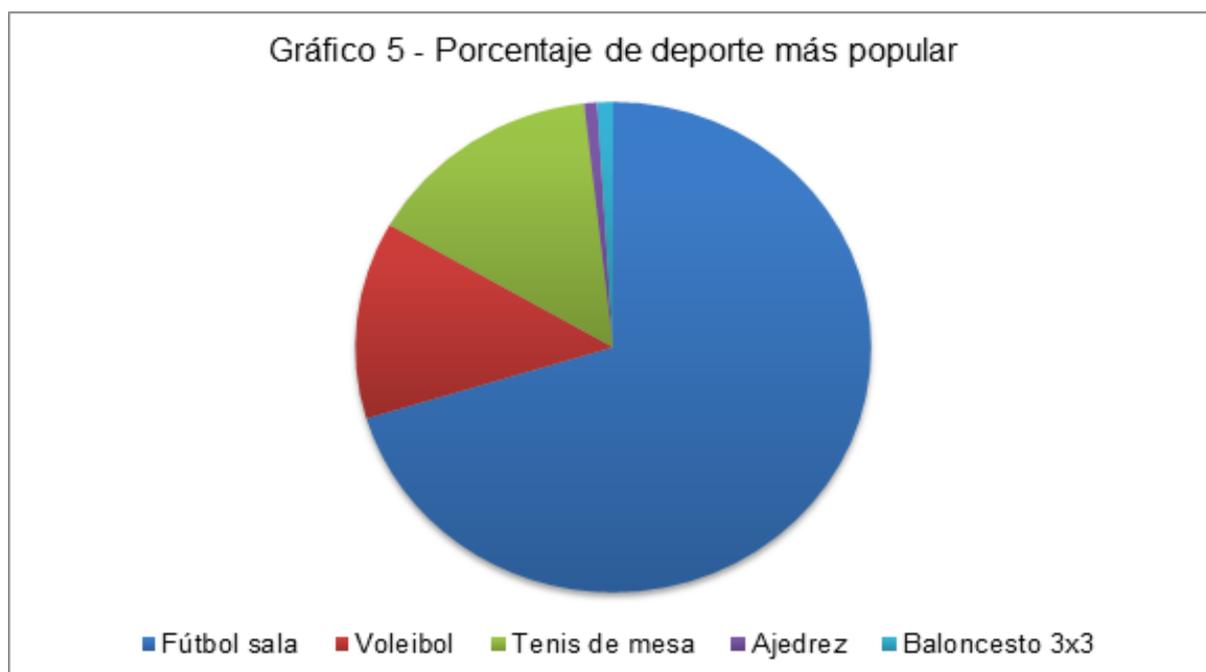


En esta pregunta se les permitió a los estudiantes de la Universidad Monteávila elegir hasta cuatro opciones. De 276 encuestados, 247 conocen la selección de fútbol sala masculina y femenina (89,5%), mientras que 208 personas saben la existencia de la selección de voleibol femenina (75,4%). Por su parte, 164 estudiantes conocen la selección de tenis de mesa (59,4%), mientras que 96 personas saben que existe la selección de ajedrez (34,8%). Además, esta respuesta trae como resultado que los deportes institucionales son conocidos por los estudiantes.

Tabla 5

¿Cuál es el deporte más popular de la Monteávila?

Fútbol sala	Voleibol	Tenis de mesa	Baloncesto 3x3	Ajedrez
70,3%	13%	14,9%	1%	0,8%



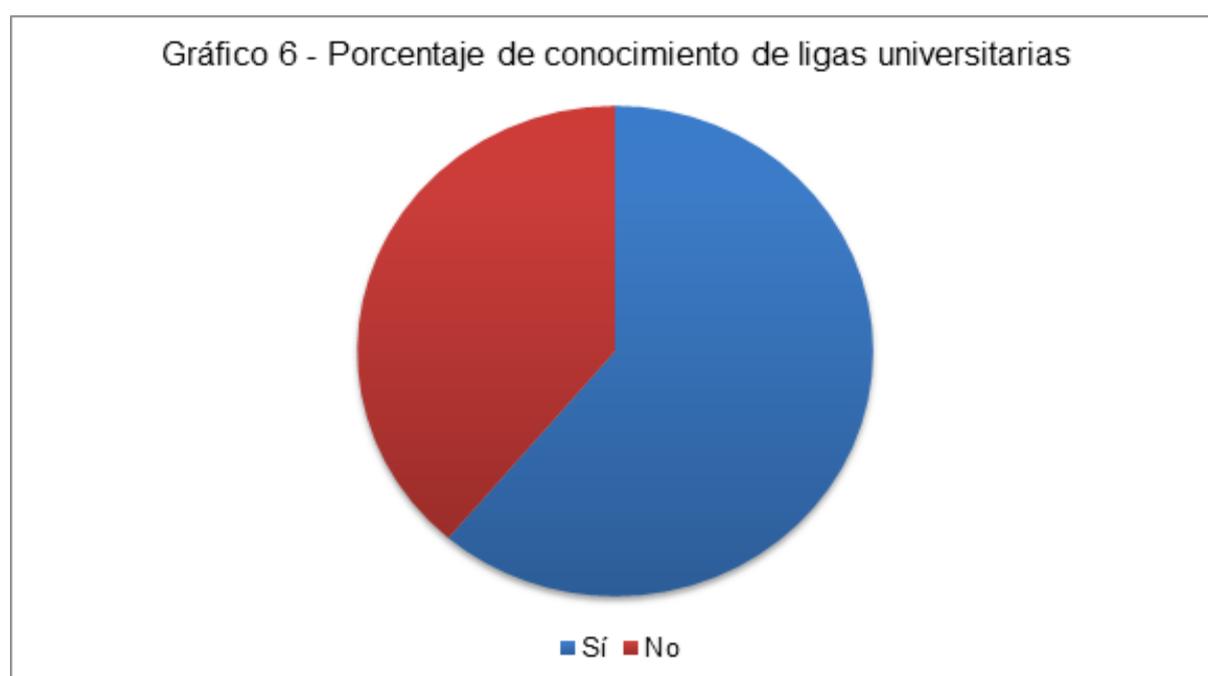
En cuanto a cuál es el deporte más popular de la Universidad Monteávila se destacó el fútbol sala con un 70,3%. Mientras que tenis de mesa consiguió un 14,9% y voleibol 13%. En un rango más bajo, pero no menos importante, fueron las disciplinas de ajedrez con 2,07% y baloncesto 3x3 con 1,1%.

Esta pregunta hace énfasis en las actividades extracurriculares que son organizadas por el Centro de Estudiantes y la Coordinación de Deportes. Se concluye que el fútbol sala es el deporte más popular y/o practicado para el estudiantado de la Universidad Monteávila.

Tabla 6

¿Sabías que las selecciones deportivas hacen vida en competencias nacionales como Liga Central Universitaria (LCU) y Liga Universitaria de Caracas (LigaU)?

Sí	No
61,20%	38,80%

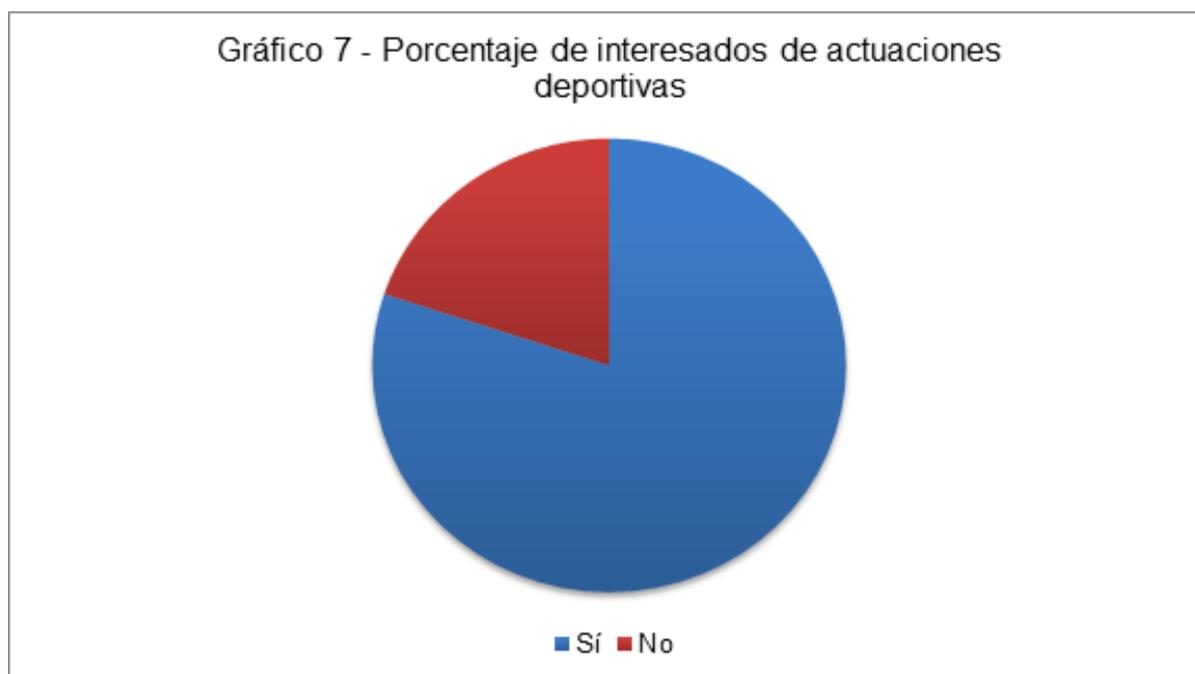


Sobre el conocimiento de las selecciones deportivas en competencias nacionales, la respuesta afirmativa obtuvo una mayoría de un 61,2% en contraposición con la respuesta negativa que representó el 38,8%. Los resultados de esta pregunta confirman que los estudiantes están al tanto de que sus compañeros compiten a nivel universitario.

Tabla 7

¿Te gustaría estar informado sobre las actuaciones de los equipos deportivos en ligas universitarias?

Sí	No
80,10%	19,90%



La respuesta fue afirmativa con un 80,1% en contraposición con la negativa que representó el 19,9%. Los resultados de esta pregunta confirman que la cuenta “UMA Deportes” tenía una audiencia dispuesta y que el proyecto es necesario para fortalecer el área deportiva de la Universidad Monteávila.

Tabla 8

¿Sabías que nuestra casa de estudios cuenta con becas deportivas?

Sí	No
70,70%	29,30%

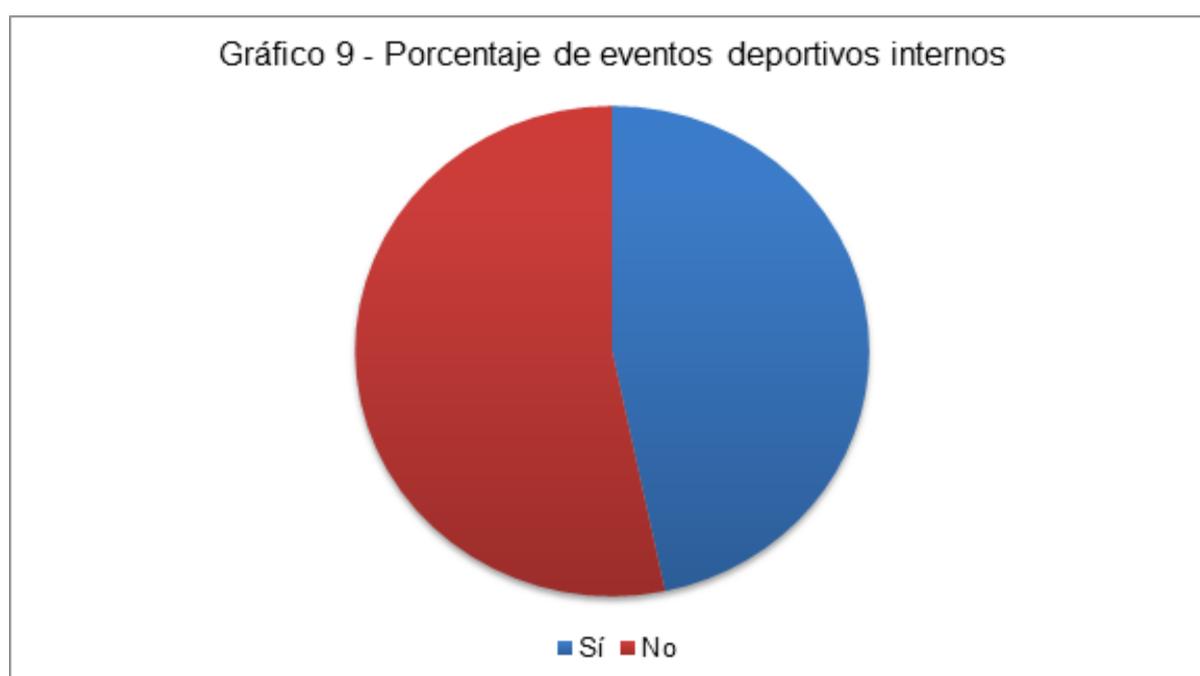


El porcentaje de los encuestados que tienen conocimiento sobre las becas deportivas fue de un 70,7%, mientras un 29,30 % desconocen que se rinde mérito académico a estudiantes que se dedican al deporte.

Tabla 9

¿Has participado en eventos deportivos organizados por el Centro de Estudiantes (Ceuma) o la Coordinación de Deportes?

Sí	No
46,70%	53,30%



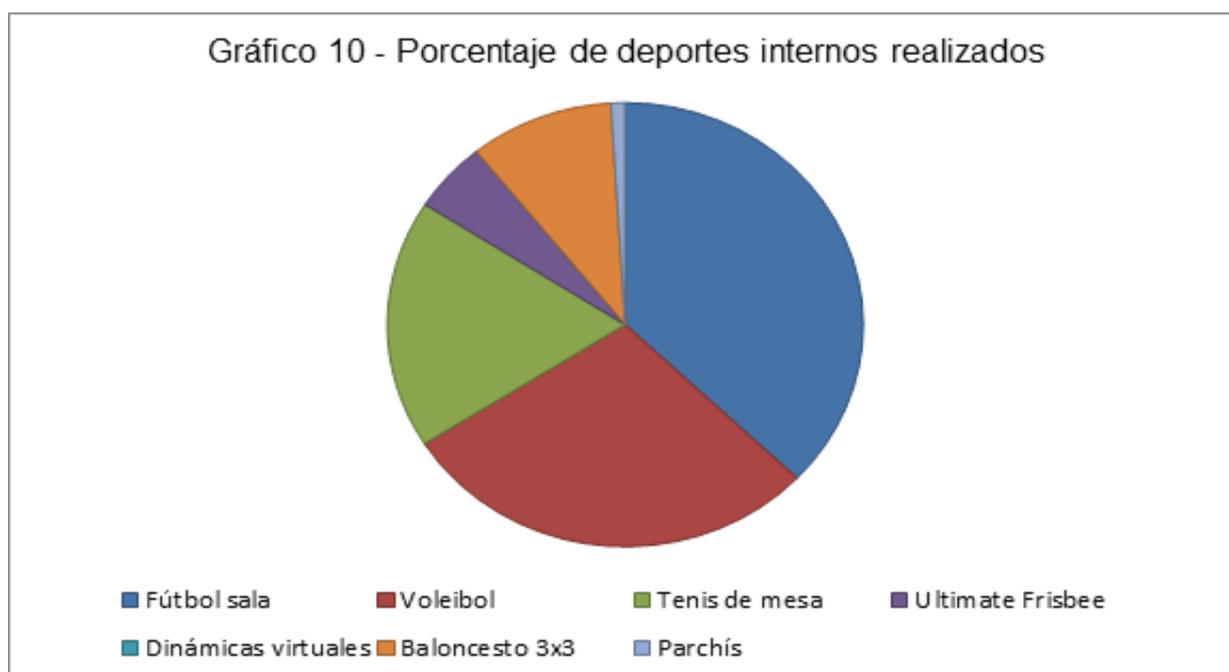
La respuesta negativa obtuvo 53,3%, mientras que su contraparte positiva quedó con un 46,7%.

Un porcentaje (23,6%) de los alumnos encuestados cursan el primer semestre de la carrera, debido a la situación de pandemia con la Covid-19, no han tenido la oportunidad de realizar actividades deportivas oficiales en la Universidad Monteávila debido a la suspensión de competencias y torneos.

Tabla 10

De ser afirmativa tu respuesta anterior, indica cuál.

Fútbol sala	Voleibol	Tenis de mesa	Ultimate Frisbee	Dinámicas virtuales	Baloncesto 3x3	Parchís
61,50%	47,70%	30%	8,5%	0%	16,20%	1,60%



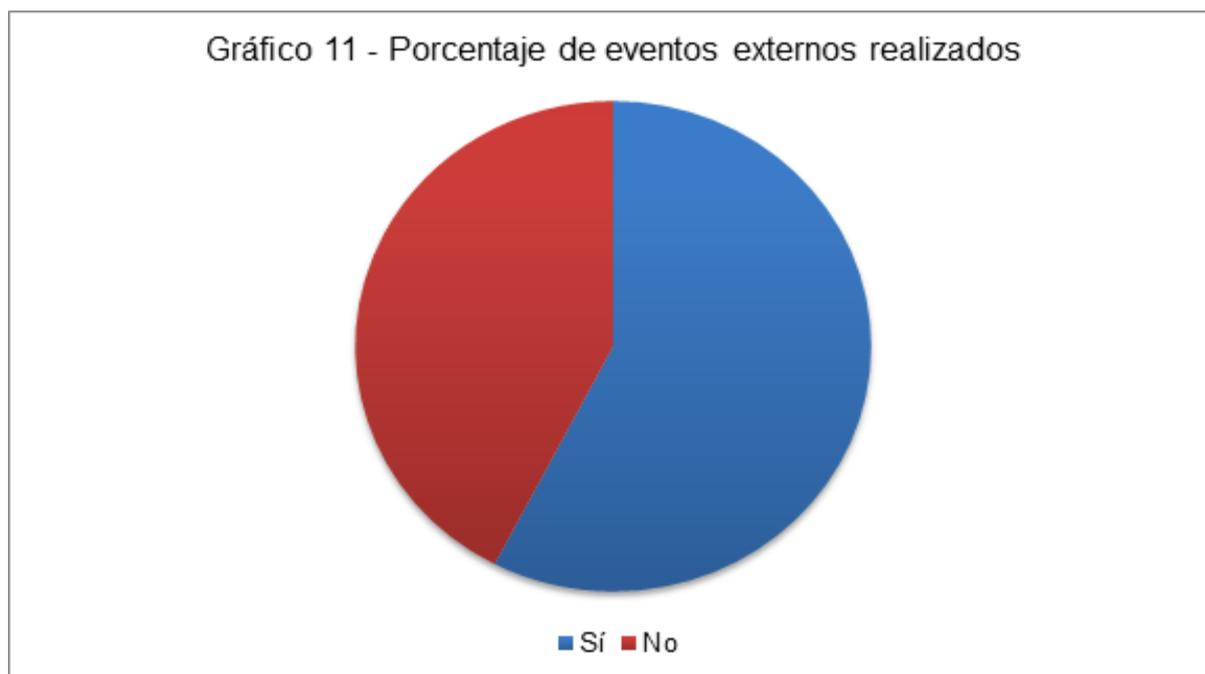
La mayoría de los estudiantes ha participado en torneos de fútbol sala dentro de la universidad con un 61,50%, siendo el deporte que despierta más interés entre ellos. El 47,7% afirmó que han participado en competencias de voleibol, siendo esta la segunda más votada. La tercera más votos fue el tenis de mesa con un 30%.

Por otro lado, los deportes menos votados fueron Baloncesto 3x3 (16,20%), Ultimate Frisbee (8,5%), Parchís (1,60%). Además, ningún estudiante de la muestra encuestada ha participado en dinámicas virtuales, relacionadas al deporte, realizadas por el actual Centro de Estudiantes de la Universidad Monteávila.

Tabla 11

¿Has participado en eventos deportivos externos a la institución?

Sí	No
57,60%	42,40%

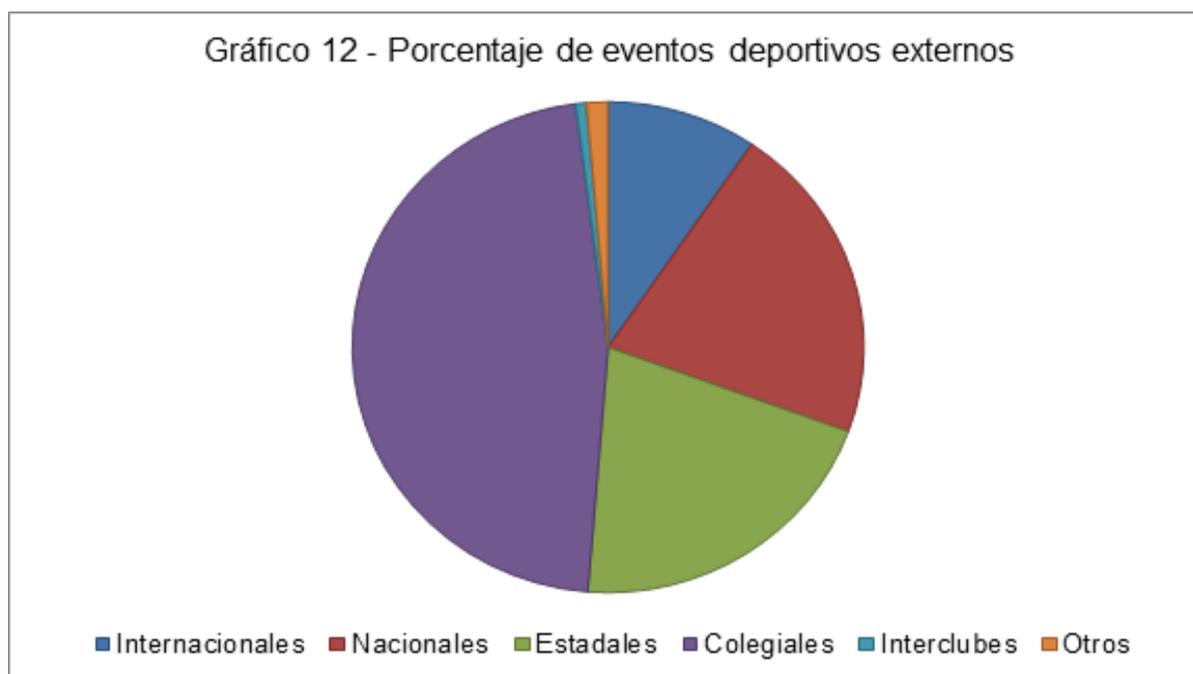


Al preguntarles a los estudiantes si han participado en eventos deportivos externos a la institución, la respuesta afirmativa fue mayor de un 57,60% en contraposición con la respuesta negativa que representó el 42,40%. Esto trae como conclusión que más de la mitad de los estudiantes encuestados cuentan con experiencia deportiva fuera de su casa de estudios.

Tabla 12

De ser afirmativa tu respuesta anterior, indica cuál.

Colegiales	Nacionales	Estadales	Internacionales	Otros
82,60%	37,30%	37%	6,80%	3,40%



La mayoría de los estudiantes, que afirmaron la pregunta anterior, participaron en competencias colegiales (82,60%). El 37,30% participó en eventos nacionales y el 37% en estadales. Un 6,80% estuvo en competencias internacionales y un 3,40% en otras opciones donde destacan: clubes, eventos de fundaciones e intercambio universitario.

Tabla 13

¿Qué otra disciplina deportiva debería contar la Monteávila?

Fútbol campo	Tenis	Voleibol masculino	Otros
13%	10%	9%	68%



Finalmente, en esta pregunta de libre respuesta fútbol campo obtuvo (13%) como el deporte principal para implementar en la Universidad Monteávila. En segundo lugar, está el tenis (10%) seguido de voleibol masculino (8%). Por último, se categorizaron los restantes deportes como opción otros; en los cuales se destacaron baloncesto 3x3 y artes marciales.

Los resultados de las encuestas evidencian que la población estudiantil de la Universidad Monteávila conoce el deporte umaista, tanto como las selecciones deportivas que participan en ligas interuniversitarias, como también están al tanto que existen las becas deportivas. A su vez, han participado en torneos internos realizados por el Centro de Estudiantes junto a la Coordinación de Deportes y existe calidad deportiva extra que eleva las mencionadas competencias de vida universitaria. Sin embargo, no reciben la información suficiente de estas actividades mediante redes sociales. Por lo cual, desean estar informados a través de la plataforma Instagram la cual concluyeron que es la red social ideal para este proyecto.

2.3 Análisis FODA

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • “UMA Deportes” es una cuenta de la Universidad Monteávila, enfocada en la información audiovisual institucional de los deportes de la mencionada casa de estudios. • La frecuencia de publicaciones es puntual y constante, lo que permite que los usuarios puedan seguir de cerca el contenido deportivo. • El presupuesto para el manejo de la cuenta es rentable. 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de equipos especializados para fotos y videos. • El escaso banco audiovisual complica generar contenido de actividades deportivas ya realizadas. • Disposición de participación estudiantil para generar contenido.
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de darle cobertura institucional audiovisual a los deportes de la Universidad Monteávila, área en la que ha crecido la institución. • El surgimiento de redes sociales como Instagram permiten que su utilización como vehículo para promocionar e impulsar el deporte de la Universidad Monteávila alcance mejor al público objeto. • La tecnología actual permite que en cualquier lugar se pueda dar información del deporte a los 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descuido del trabajo de la cuenta o pérdida por cambiar de manos entre pasantes. • La conexión a internet de Venezuela conlleva que se dificulte navegar y publicar en la plataforma. • Suspensión de eventos deportivos en forma presencial que limitó generar contenido.

estudiantes de forma inmediata, sin límites de distancia o tiempo.	
---	--

2.4 Misión

“UMA Deportes” una cuenta informativa de deportes de la Universidad Monteávila con la finalidad de hacer seguimiento y dar a conocer los resultados y protagonistas de las selecciones deportivas que representan a la UMA. Además de aportar en el crecimiento de la universidad y motivar a los estudiantes a hacer vida universitaria a través de los equipos deportivos.

2.5 Visión

Convertirse en la cuenta institucional deportiva de la Universidad Monteávila, en que la comunidad estudiantil y sus allegados puedan conseguir toda la información y contenido relacionado a los deportes de la universidad.

2.6 Valores

Los principales valores que identifican la cuenta “UMA Deportes” son cinco: pertenencia, calidad, pasión, organización y responsabilidad:

- **Pertenencia:** al involucrar a todos los integrantes del mundo deportivo de la Universidad Monteávila genera un sentido de pertenencia para cada uno de ellos, donde se convierten en protagonistas para sus compañeros, profesores y personal trabajador de esta casa de estudios.
- **Calidad:** resalta y demuestra el talento del área deportiva de la Universidad Monteávila. Por lo cual la calidad, originalidad de diseño y contenido se convierte en sinónimo de buen trabajo del estudiantado universitario.
- **Pasión:** el conocimiento y amor por el ámbito del mundo digital junto al deporte son claves para desarrollo del proyecto.
- **Responsabilidad:** la Universidad Monteávila necesita ser reconocida por su calidad deportiva como lo ha sido gracias a su prestigio académico.

- **Organización:** llevar una cuenta en Instagram puede parecer simple, pero la realidad que existe en el trabajo interno conlleva a una organización e investigación previa para garantizar un contenido de calidad para los usuarios.

2.7 Presupuesto

Para llevar a cabo las publicaciones en la cuenta “UMA Deportes” durante cinco meses y dos semanas se trabajó con las siguientes herramientas e inversiones tecnológicas:

Acceso a un teléfono inteligente junto a una computadora con programas de edición Adobe Premier, como Photoshop e Illustrator, que pueden ser descargados de manera gratuita por internet. Estos son gastos únicos para la inversión del manejo de la cuenta y del diseño de contenido, respectivamente. Además, estas herramientas para la cuenta pueden estar disponibles en las instalaciones de la Universidad Monteávila sin que genere ningún costo.

Mientras, la conexión a internet y plan de megas de navegación son gastos constantes que se cancelan mensualmente para realizar las publicaciones al perfil de Instagram. Con ello, se hace énfasis en los datos móviles, adicionales al plan básico de cualquier operadora,

“UMA Deportes”, proyecto que, a largo plazo es rentable, quien se encargue de llevar la cuenta, podrá utilizar su propio teléfono inteligente o computadora junto a conexión a internet. Junto con el gasto de los datos móviles adicionales al plan básico, cuando no se tenga disponibilidad a una red Wifi. En conclusión, durante cinco meses y cuatro semanas se invirtió, aproximadamente, 15\$ (2.7\$ mensuales) en recargas de megabytes. Un costo que no debe variar en tiempo, ni debe sentirse afectado por la inflación al estar reflejado en moneda dura.

Adicionalmente, la inversión del uso de esta cuenta en Instagram trae como beneficio que la Universidad Monteávila sea reconocida por su fuente del deporte, lo cual permite ser atractiva para futuros estudiantes que cuentan con habilidades

deportivas y que deseen optar por realizar sus estudios en esta universidad gracias a las becas deportivas.

A continuación, se refleja el presupuesto utilizado para “UMA Deportes” en el intervalo antes expuesto:

Teléfono inteligente	75\$
Datos móviles	15\$
TOTAL	90\$

Además, el gasto del teléfono inteligente puede ahorrarse en caso que la persona encargada de la cuenta cuente con celular propio.

2.8 Cronograma de trabajo

Fecha	Actividades a realizar
19 de junio del 2020	Entrega del anteproyecto.
Julio del 2020	<ul style="list-style-type: none"> ● Aprobación del proyecto por parte de la universidad. ● Reunión con la facultad
Septiembre 2020	Charlas y asesoría por modalidad.
Semana del 07 al 13 de septiembre del 2020	<ul style="list-style-type: none"> ● Creación de preguntas para las encuestas a realizar. ● Diseñar imágenes.
Semana del 14 al 20 de septiembre del 2020	<ul style="list-style-type: none"> ● Aplicación de las encuestas. ● Creación de la lista de elementos deportivos esenciales para publicar en la cuenta. ● Investigación de festividades nacionales deportivas y estudiantiles.
Semana del 21 al 27 de septiembre del 2020	<ul style="list-style-type: none"> ● Inicio de publicaciones en la cuenta. ● Análisis de los resultados de las encuestas realizadas. ● Diseñar imágenes y pautar posibles invitados a entrevistar.
Semana del 28 de septiembre al 20 de diciembre del 2020	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista a un deportista o profesor de la Monteávila.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Investigación y redacción de captions de las imágenes. ● Cinco (5) publicaciones a la semana. ● Pautar posibles invitados a entrevistar. ● Recopilar material audiovisual de actividades deportivas.
Noviembre del 2020	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrega de carta de aprobación del profesor coordinador. ● Reunión con la universidad para evaluar avances del proyecto.
16 de noviembre del 2020	Iniciar trabajo escrito.
Semana del 21 de diciembre al 03 de enero del 2021	Publicaciones especiales de navidad.
Enero del 2021	Reunión con coordinadores para evaluar avances del proyecto.
Semana del 04 al 31 de enero del 2021	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista a un deportista o profesor de la Monteávila. ● Investigación y redacción de captions de las imágenes. ● Cinco (5) publicaciones a la semana. ● Redacción del trabajo escrito.
Febrero del 2021	Reuniones con el tutor

Marzo del 2021	Correcciones del trabajo escrito.
19 de marzo del 2021	Entrega final informe PFC a la coordinación.

CAPITULO III: PROPUESTA

3.1 Competencia

La principal competencia de “UMA Deportes” abarca cuentas deportivas de diferentes universidades en el área metropolitana de Caracas, donde poseen similitud en la mecánica de publicar el deporte universitario.

Se trata de las cuentas de Deportes UCAB y UAH Deportes. En cuanto al resto de la competencia de la marca, son las cuentas de Fútbol Universidad Santa María y Dirección de Deportes UNIMET dedicadas también a publicar destacado contenido del área deportiva por medio de diseños de calidad.

A continuación, se presenta una breve descripción de cada una de las cuentas que representan la competencia de este proyecto:

3.1.1 Deportes UCAB (@deportesucab)

El proyecto de Deportes UCAB, sin ningún tipo de ataduras políticas, religiosas o partidista, busca crear un espacio de diseño donde expone y también refleja las actividades deportivas que se llevan a cabo dentro de la Universidad Católica Andrés Bello.

La mencionada cuenta en Instagram plantea plasmar, registrar e incentivar las selecciones deportivas, participación de jugadores en videos promocionales en apoyo a sus demás compañeros de la casa de estudios ubicada en Montalbán. Incluso, a pesar de la pandemia del Covid-19, las publicaciones han sido constantes sobre ESports como FIFA, Clash Royale, Call of Duty, entre otros. En su *feed* se pueden encontrar promociones, resultados y participantes de los eventos.

Por otro lado, el parecido con “UMA Deportes” radica en el hecho de que la mayoría de su contenido son, como lo indica su nombre, los deportes dentro de la Universidad Católica Andrés Bello. Con ello, Además, se posiciona como la cuenta de esta categoría más reconocida en la capital del país, contando con más de 3.000

seguidores en la red social Instagram. Por esta razón, es considerado la mayor competencia para “UMA Deportes”.

3.1.2 UAH Deportes (@uahdeportes)

Esta cuenta realiza publicaciones con su propio repertorio de diseños deportivos que resaltan las actividades físicas realizadas en su institución. UAH Deportes, a través de una variada línea gráfica, refleja las actuaciones, desempeño, reconocimientos deportivos y torneos que se han realizado en la Universidad Alejandro de Humboldt. Es considerada la segunda competencia más fuerte de “UMA Deportes”, dado que su línea de contenido, a diferencia de Deportes UCAB, mantiene la mayoría de fotografías básicas sin la inclusión de alguna marquesina.

3.1.3 Fútbol Universidad Santa María (@ums_futbol)

La Universidad Santa María no cuenta con una red oficial que englobe todos sus deportes, pero posee una cuenta sobre la disciplina de fútbol campo, la cual es su principal fuerte debido a que cuentan con un amplio terreno de juego que incluso es utilizado para prácticas de equipos profesionales de Caracas. Con ello, es un perfil que publica resultados, cronogramas, y jugadores sobresalientes. Podemos encontrar que un sentido de pertenencia plasmado en sus diseños con iconos relacionados a su espacio relacionado al balompié.

La decisión de considerarla como tercera cuenta para la competencia de “UMA Deportes” es debido a que desde el 24 de mayo del 2020 detuvieron sus publicaciones por no regresar a las actividades en cancha.

3.1.4 Dirección de Deportes UNIMET (@ligaunimetdeportes)

Al igual que las mencionadas casas de estudios, la Universidad Metropolitana cuenta con una red social sobre sus actividades deportivas. Su cuenta está formada por resultados de torneos externos e información para incentivar a los estudiantes a formar parte de sus selecciones. Esta universidad posee diversas cuentas dedicadas para un deporte en específico, pero solo esta informa de manera global.

Se diferencia de las tres cuentas mencionadas porque no cuenta con una programación tampoco cuenta con una programación actual ni continua en su perfil.

3.1.1.2 Comparación de competencia

Nombre de la cuenta	Número de seguidores	Número de publicaciones	Media de likes por publicación	Frecuencia de publicación
@deportesucab	3.480	1.447	Entre 60 y 50 likes	Cada cuatro días
@uahdeportes	970	517	Entre 40 y 20 likes	Cada dos o tres días
@usm_futbol	402	83	Entre 70 y 30 likes	Cada tres días
@ligaunimetdeportes	261	127	Entre 40 y 20 likes	No tiene una frecuencia fija

3.2 Plataforma

Para la realización de este “UMA Deportes” se propuso utilizar la plataforma digital, Instagram. Saldivia, S., Macedo, M. & Sánchez, A. (2019) afirman:

La razón de la elección de esta plataforma es su funcionamiento como herramienta instantánea para diseñadores, fotógrafos e ilustradores que desean mostrar sus obras a través de un formato sencillo, intuitivo y accesible. (p.52).

De este modo, esta red social permite recopilar datos como: comentarios, me gusta, seguidores y mensajes enviados. Instagram contiene una gran variedad y flexibilidad de contenido, debido a que permite ilustrar GIFs animados y videos (IGTV), en vivos, stories; lo cual proporciona una interacción mayor en el público que oscila entre 18 y 25 años, target al que se quiere dirigir la cuenta. Saldivia, S., Macedo, M. & Sánchez, A. (2019) confirman:

Otro punto importante con respecto a esta red social, es que los seguidores tienen la posibilidad de saber varios datos de la cuenta, tales como quiénes son, qué cuentas siguen, la cantidad de seguidores y la cantidad de publicaciones. Esto es una ventaja para este proyecto porque parte del mismo es tener una estrecha relación con su público, y eso es algo que Instagram permite con mucha facilidad. Para concluir, Instagram también permite que, a los perfiles distinguidos como “perfiles de empresa” se les dé acceso a las estadísticas de crecimiento de su cuenta, lo cual facilita mucho la tarea de comprobar que los seguidores están dentro del target seleccionado desde un principio (p.54).

También, la iniciativa de utilizar Instagram consta de ser una de las principales redes sociales utilizadas por estudiantes de la Universidad Monteávila, con lo cual es un medio de comunicación digital que asegura la interacción de la población encuestada para consumir información deportiva universitaria.

Hay que tener en cuenta que Instagram es una red social centrada en contenidos visuales, por lo que compartir imágenes de calidad es primordial. Además, con el fin de construir esa comunidad y generar conversiones, una buena opción es crear un buen anuncio en la plataforma. (Fernández. 2018).

Según estudios de iEGGE, en el 2020 en Venezuela los usuarios del mencionado target en dicha plataforma representan un 50% del total de usuarios. Con ello, afirma la masificación de información de la cuenta “UMA Deportes” a esta población está encaminada.

A diferencia de otras plataformas de redes sociales como Facebook, Twitter y Tik Tok, Instagram es mucho más ameno de usar y la forma en la que se presenta cada publicación en el perfil del usuario también contiene una presentación minimalista. Cuando una persona entra al perfil de un usuario, se puede ver la foto de perfil, lo que hace esa cuenta, la cantidad de seguidores, añadido a la cantidad de publicaciones y la descripción del perfil que refleja un poco de lo que es la cuenta. A

su vez es sencilla y llamativa interfaz permite, además, que los usuarios puedan conocer de forma rápida la cuenta que visitan y el contenido. Esta presentación alberga un estilo de galería que fue aprovechada para generar una planificación general de la imagen del perfil de la cuenta mantuviera los mismos colores y diseños en la variedad de publicaciones.

Instagram presenta una gran afluencia en la sociedad actual, siendo una red social utilizada por muchas personas alrededor del mundo. En el portal web Wally POS (s.f.) se afirma: “el contenido visual es, actualmente, la táctica más importante que utilizan las empresas para optimizar su contenido de redes sociales. Con más de 800 millones de usuarios mensuales, Instagram es la red social reina de la imagen y ofrece a los negocios una gran audiencia potencial”. En esta línea, compartir contenido visual en Instagram ayuda a que el público sepa quién eres y cuál es la experiencia que ofreces.

Esta red social ofrece amplios niveles de contenido cómo stories, fotos, videos, transmisiones en vivo, anuncios e incluso Instagram TV lo cual permite abordar audiovisualmente diferentes formas de propagar de contar una historia. Como señala el blog del gestor de Instagram Icono Square (2021), contar una historia es “una excelente manera de crear una conexión emocional con tu público”.

Actualmente, las redes sociales han tenido un aumento considerable en su audiencia, la experta en marketing digital Yi Min Shum, (2018) afirma que esto es motivado a que unas 19.3 millones de personas tienen acceso a internet, de las cuales, el 25 % lo hace por medio de un teléfono. Esto facilita que el contenido llegue de manera más eficaz que por medio de una computadora debido a que una persona puede abrir sus redes sociales en cualquier momento del día y en cualquier lugar por un corto período de tiempo (Shum, 2018). Bien sea con la finalidad de mantenerse informado con las noticias del acontecer diario o simplemente para consumir el contenido que estas suministran.

Por otro lado, a pesar de que Facebook es la red social con más usuarios en Venezuela, específicamente 9 de cada 10 personas tienen un perfil en esta plataforma; Instagram se lleva el primer lugar en cuanto a la captación de una

audiencia más juvenil. Afirma Carlos Jiménez, presidente de Tendencias Digitales, que Instagram tiene una audiencia más joven, pero una gran capacidad para “viralizar” los contenidos. Jiménez, (2015).

3.3 Nombre

El nombre se diseñó de manera tal que pudiese perdurar en el tiempo para que otros estudiantes continúen con su desarrollo una vez terminado el proyecto final de carrera. Incluso, llegar a ser considerada como una cuenta oficial y reconocida como lo son Radio UMA, PLUMA, UMA TV, entre otras.

“UMA Deportes” comprenderá todo lo que esté y haya estado relacionado en el ámbito deportivo de la Universidad Monteávila, tanto entrenadores y jugadores, competencias y resultados, como también el historial de los estudiantes destacados en distintas áreas del deporte y egresados.

3.4 Logotipo

La imagen de la cuenta “UMA Deportes” está compuesta por un isotipo, representada por un búho (el cual es la mascota oficial de la Universidad Monteávila) vestido con un uniforme deportivo similar al de la selección de fútbol sala.

El búho es un animal que se relaciona con el conocimiento y la sabiduría, elementos con los que se identifica también la Universidad Monteávila. Por ello, se decidió juntar esos elementos para una cuenta deportiva, con el propósito de darle a los estudiantes, que hacen vida en las selecciones, una imagen con la que se sientan identificados.

COMPOSICIÓN



———— ISOTIPO

USOS INCORRECTOS

ESTIRARLO O
ENSANCHARLO



CAMBIAR DE COLOR



3.5 Tipografía

La tipografía utilizada para el logo y para las publicaciones es Tahoma, manteniendo siempre una tipografía corporativa.

TIPOGRAFÍA

TAHOMA

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

TAHOMA

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

12345567890

3.6 Paleta de colores

Desde el inicio de la planificación del proyecto, se decidió que “UMA Deportes” sería una cuenta destinada a los estudiantes y a la Universidad Monteávila en su totalidad. Es por eso que los colores del isotipo se vincularon con los de la Universidad Monteávila, donde siempre ha destacado el verde como principal color, y en otras cuentas oficiales, como Radio UMA, utilizan distintas tonalidades de verdes; además de mezclarse con otros colores propios de las cuentas.

La paleta de colores de la marca cuenta con distintas tonalidades de verdes. En su mayoría son similares al color del búho en el isotipo, y en excepciones se utilizaron otros colores para publicaciones especiales donde se entrevistan a distintos invitados.

A continuación, se muestra la paleta de colores con sus colores base y sus respectivas variaciones:

MUESTRA DE PALETA DE COLORES**Blanco***Feffe***Negro***000000***Naranja/Marrón***e8641a***Azul***17254c**772915**0c2d88***Verde***009f3b**027927**016924**3b9d22**00ff01*

3.7 Pilares de contenido

Para la realización de la línea editorial del proyecto “UMA Deportes” se presentaron cinco tipos de publicaciones, de lunes a domingo, variando de cinco publicaciones durante la semana y una el fin de semana, comprendido de la siguiente manera:

1. **Perfil UMA:** perfil deportivo para los integrantes de todas las selecciones donde se destacó la trayectoria en competencias con la Universidad Monteávila y en otras instituciones. Además, se incluyeron declaraciones sobre el sentido de pertenencia hacia la mencionada casa de estudios.
2. **Dato UMA:** referencia de actuaciones o premios que han obtenido las selecciones deportivas en torneos interuniversitarios. También exhibir las instalaciones con las que cuenta la Universidad Monteávila para el desarrollo del deporte.
3. **TBT UMA:** recuento de años anteriores sobre el recorrido de competencias internas y externas donde se hace referencia a lo que el lado deportivo ha estado presente en el desarrollo de la Universidad Monteávila.
4. **Conversatorio UMA:** entrevista en vivo desde la cuenta de “UMA Deportes” mediante la herramienta, Instagram Live. Con ella, el público, en este caso los estudiantes y autoridades universitarias, puedan interactuar con los integrantes de este proyecto final de carrera sobre distintos tópicos relacionados al deporte. De esta manera, se hizo un contacto más cercano para destacar la participación en el área deportiva interna o externamente a la Universidad Monteávila sin menospreciar la disciplina a que se dediquen. Cabe destacar que existieron dos días para este pilar, donde uno sería para promocionar la entrevista y otro para realizarla en vivo.

3.8 Muestra de grilla de contenido

<p>Lunes 12 de octubre del 2020.</p>		<p>PerfilUMA</p> <p>Ella es Daniela Valentina Velázquez Rodríguez, nuestra capitana de fútbol sala femenino. Tiene 2 años haciendo vida en nuestra selección y es estudiante del cuarto año de Comunicación Social.</p> <p>Daniela empezó a jugar fútbol campo cuando tenía 10 años y para ese entonces vivía en Dedham, Massachusetts. Dos años después regresó a Caracas e ingresó al equipo de fútbol sala femenino del Colegio Emil Friedman.</p> <p>Nuestra delantera comentó que competir en ligas universitarias le ha dado oportunidad de desarrollarse en el ámbito deportivo. Además, es fiel creyente que promueven el trabajo colectivo y establecen relaciones personales con diversos integrantes.</p> <p>"Es un sentimiento único, ya que al representar a toda una universidad sentimos que debemos superarnos dentro y fuera de la cancha, para así poder obtener más logros y hacer sentir a la UMA orgullosos del equipo de fútbol sala femenino", destacó Velázquez sobre representar a la</p>
--------------------------------------	---	--

		<p>@monteavila.</p> <p>¡Deja tu mensaje para @danivelazquez_ en los comentarios!</p> <p>#umadeportes #Monteavila #uma #universidad #deporte</p>
<p>Martes 13 de octubre del 2020</p>		<p>La disciplina del voleibol en Venezuela inició durante el gobierno del ex presidente, Eleazar López Contreras, gracias a la fundación del Cuerpo de Bomberos de Caracas. El periodista Herman "Chiquitín" Etedgui organizó el primer partido en el Estadio San Agustín.</p> <p>Hasta nuestro día se mantiene la tradición de este deporte en la UMA.</p> <ul style="list-style-type: none"> : cortesía <p>#umadeportes #Monteavila #uma #universidad #deporte</p>
<p>Jueves 15 de octubre 2020.</p>		<p>Nuestro #TBTUMA de hoy es un poco más reciente, pero igual con una gran cantidad de valor y logística. La nueva mesa de ping pong que consiguieron en conjunto el @ceumonteavila y la @monteavila a través de una donación.</p> <p>Llegó el 14 de marzo de este año a nuestra casa de estudios. Sí, un día después de que apareciera el primer caso de Covid-19.</p>

		<p>Sin embargo, la Secretaría de Deportes recibió sin contratiempos la mesa proveniente de Valencia, Carabobo.</p> <p>¡Pronto la estrenamos!</p> <p>#umadeportes #Monteavila #uma #universidad #deporte</p>
<p>Domingo 18 de octubre del 2020</p>		<p>Este domingo continuaremos a través del #ConversatorioUMA con Juan Carlos Alique (@alique_42), estudiante del 5to año de Comunicación Social y subcampeón interuniversitario en tenis de mesa.</p> <p>Alique forma parte de la reciente selección de ping pong de la Universidad Monteávila. Nos contará su trayectoria en torneos disputados contra otras casas de estudios y sobre desempeño deportivo en la UMA.</p> <p>¡Nos vemos a las 7:00 pm por IG LIVE!</p> <p>Host: Ángel Peña @angelga98</p> <p>#umadeportes #Monteavila #uma #universidad #deporte</p>

CONCLUSIONES

A partir de los resultados de esta experiencia construyendo una cuenta en la plataforma Instagram, el equipo llegó a las siguientes conclusiones:

- Se logró crear la cuenta de Instagram institucional de deportes de la Universidad Monteávila cuyo perfil va dirigido a los estudiantes universitarios, alcanzando el propósito de dar a conocer y promover el deporte de la UMA mediante perfiles deportivos, la historia de este gremio y entrevistas a personalidad ligadas al deporte en la universidad.
- Se le dio prioridad y promoción a los eventos deportivos virtuales organizados por la Coordinación de deporte mediante publicaciones especiales adicionales al contenido habitual.
- Se plasmó la historia y trayectoria de las actividades de deporte junto al rendimiento deportivo del estudiantado que sirvió como ventana de información con los pilares de Dato UMA y Perfil UMA.
- Se alcanzaron 566 seguidores en los primero cinco meses y dos semanas de la cuenta. Se estima que al cumplirse los seis meses se alcancen los 600 seguidores siendo una cuenta que genera 100 seguidores por cada mes.
- Se elaboraron 122 publicaciones realizadas en cinco meses y dos semanas basado en los pilares de contenido como Perfil UMA, Dato UMA, TBT UMA y Conversatorio UMA; distribuidos los lunes, martes, jueves, viernes y domingo en horario comprendido entre las 3:00 p.m a 10:00 p.m.
- El deporte universitario es un arma poderosa que invita a realizar vida universitaria debido que genera la oportunidad de conocer a la Universidad Monteávila.

RECOMENDACIONES

Basado en los resultados obtenidos al concluir este proyecto se proponen las siguientes recomendaciones para el futuro:

- Se recomienda continuar y ampliar en el concepto, parámetros y pilares de identidad visual y contenido investigado preliminarmente para lanzar esta red social institucional de información audiovisual de los deportes de la Universidad Monteávila.
- Es recomendable contar con un equipo de trabajos, donde cada miembro tenga un rol particular y que posean conocimientos de todas las áreas de una marca como, diseño, planificación estratégica y manejo de redes.
- Se aconseja continuar con las alianzas de proyectos en la Universidad Monteávila (Radio UMA, UMA TV, PLUMA y el Centro de Estudiantes) para que la cuenta siga creciendo en seguidores y sea reconocida como un pilar de vida universitaria.
- Se recomiendan mantener de 4 a 5 publicaciones semanales con historias de Instagram y formato de videos ya que este ritmo de publicación fue lo que permitió formalizar una constante interacción con la población estudiantil.
- Se recomienda utilizar el deporte universitario como una fuente de oportunidad para futuros proyectos y también como parte del Servicio Comunitario para la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, siendo canalizada y dirigida por la Coordinación de Deportes y Coordinadores de Vida Universitaria.

REFERENCIAS

Añez, M., Carballedo, A. & Pereira, M. (2019). Estrategia de marketing de contenido en Instagram, y Facebook para Evospash empresa de estudio en el extranjero (tesis de pregrado). Universidad Monteávila, Caracas, Venezuela.

Fernández, L. (2018). *Instagram es la red social del momento, ¿cuáles son sus beneficios?*. Wordpress. Recuperado de <https://www.lorenafdezblog.com/beneficios-instagram/#:~:text=Hay%20que%20tener%20en%20cuenta,buen%20anuncio%20en%20la%20plataforma.>

Jiménez, C. (04 de septiembre de 2015). El Estímulo. Recuperado el 05 de marzo de 2021, de El Estímulo <http://elestimulo.com/elinteres/cuales-son-las-redes-sociales-masusadas-en-venezuela/>

Matilla Martínez, S., Palomares García, M., Rojín Guitián, N.& Talaverón Rocío Gómez, T. (13 de junio de 2018). *El deporte universitario y su capacidad integradora*. Generación dos puntos cero. Recuperado de <http://generaciondospuntocero.com/el-deporte-universitario-y-su-capacidad-integradora/#:~:text=Practicar%20deporte%20en%20la%20universidad,para%20adquirir%20ciertas%20destrezas%20sociales.>

Mora, N. (2019). Tradición venezolana el baile de La Burriquita vista a través de Instagram (tesis de pregrado). Universidad Monteávila, Caracas, Venezuela.

Muñoz, J. Metodología para llevar a cabo una encuesta (Mayo-Agosto 2005). D.R. Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey. Recuperado de https://www.academia.edu/33132623/Diplomado_de_Gobierno_Abierto_y_Participativo_Institucional_Mayo-Agosto_2005_M%C3%B3dulo_2

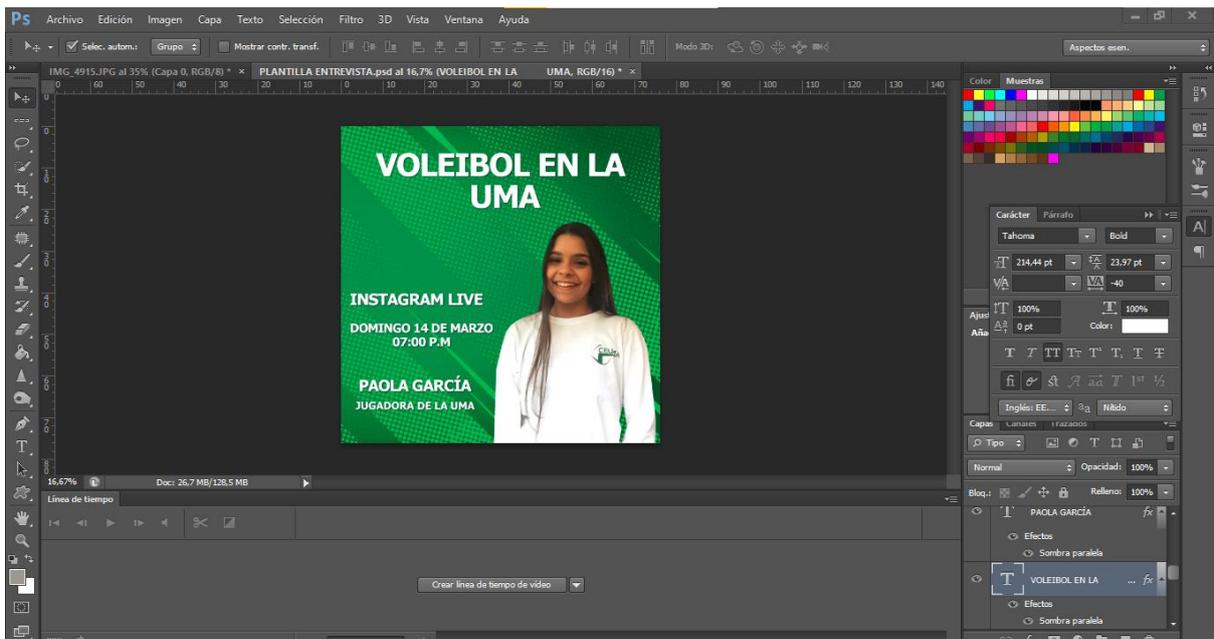
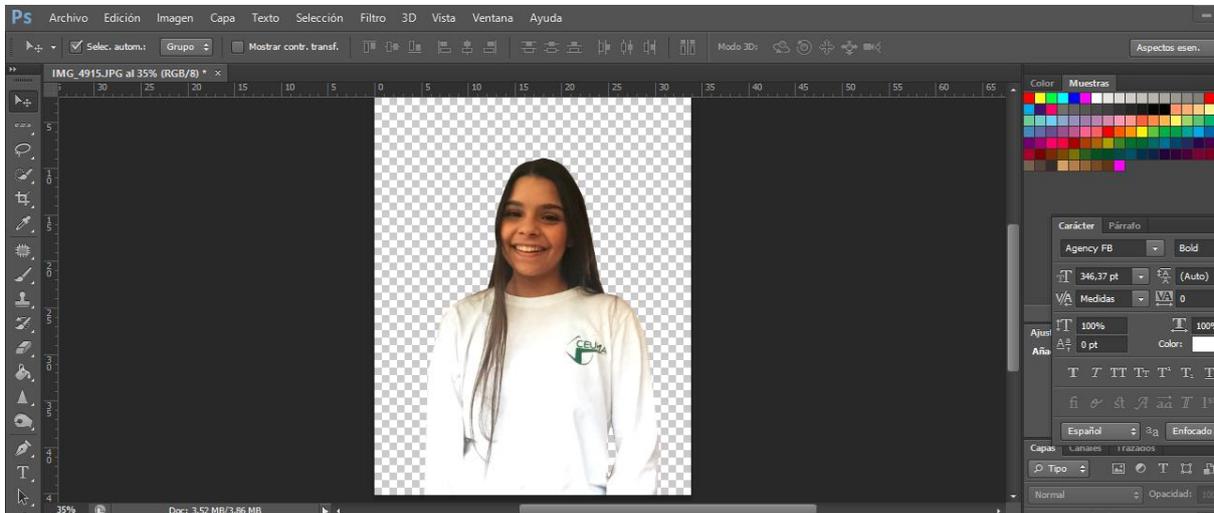
Saldivia, S., Macedo, M. & Sánchez, A. (2019). Creación de marca de diseño gráfico enfocada en rescatar y reforzar de la identidad cultural venezolana Cromos (tesis de pregrado). Universidad Monteávila, Caracas, Venezuela.

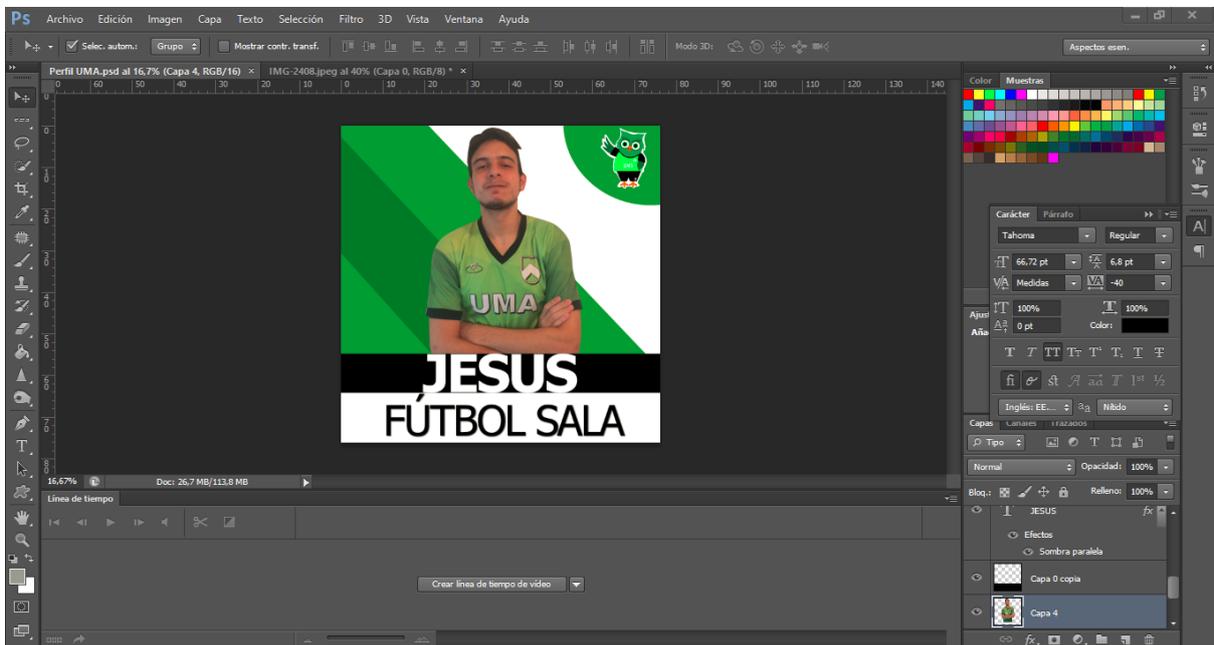
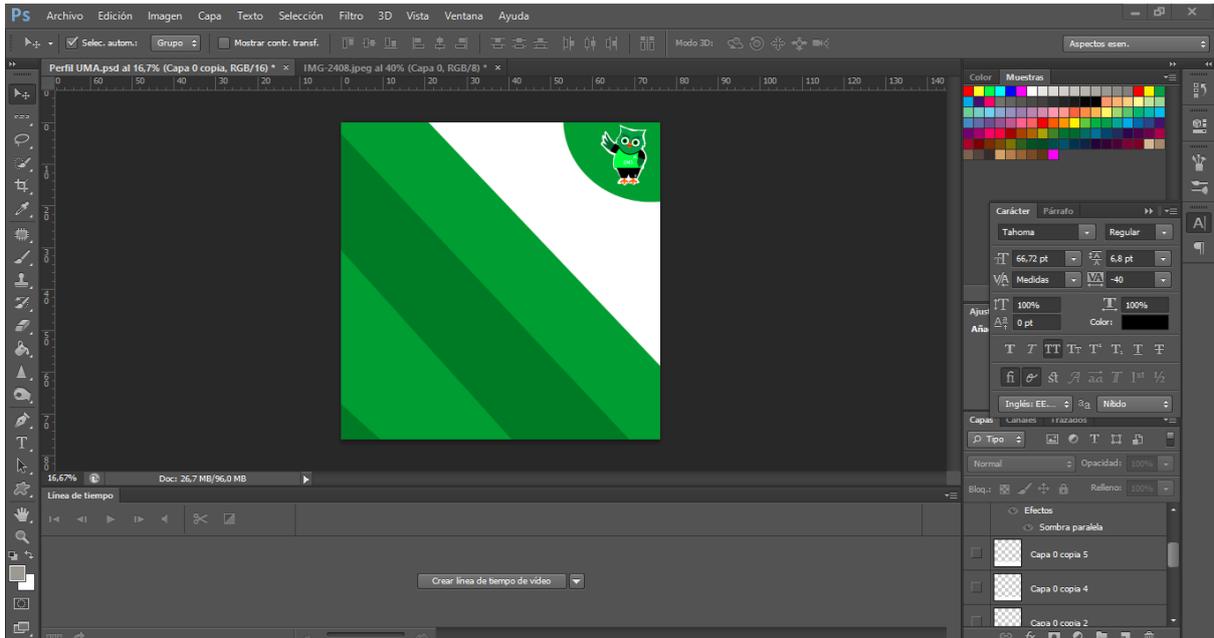
Shum, Y. M. (12 de marzo de 2018). Situación digital en Venezuela 2018. Recuperado el 05 de marzo de 2021, de Yi Min Shum Xie: <https://yiminshum.com/situacion-digital-venezuela-2018/>

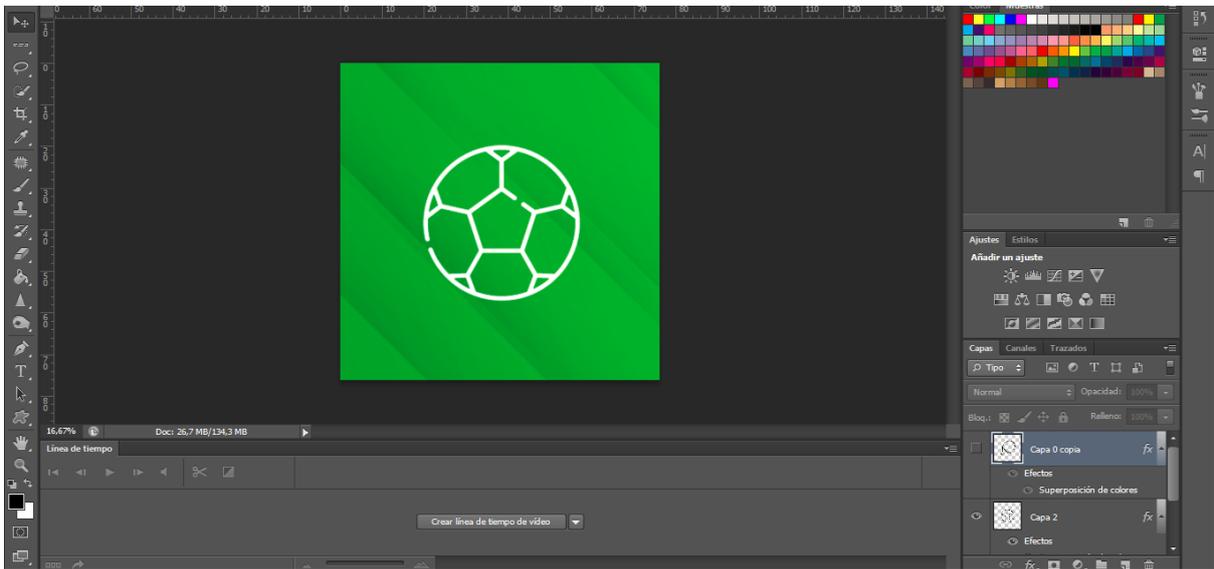
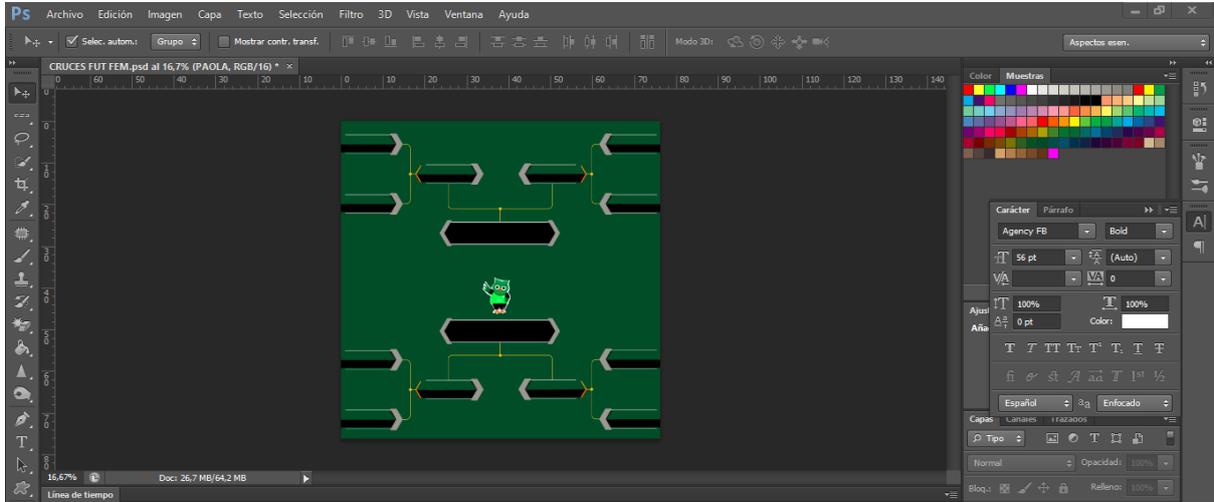
Wally Pos. *Instagram: ¿Por qué es la red social preferida por los pequeños negocios?*. (s.f). Recuperado de <https://blog.wallypos.com/instagram-por-que-es-la-red-social-preferida-por-los-pequenos-negocios#:~:text=El%20contenido%20visual%20domina%20las%20redes%20sociales&text=Si%20bien%20Instagram%20te%20brinda,Facebook%2C%20Pinterest%20o%20tu%20blog.>

ANEXOS

- Proceso de los diseños



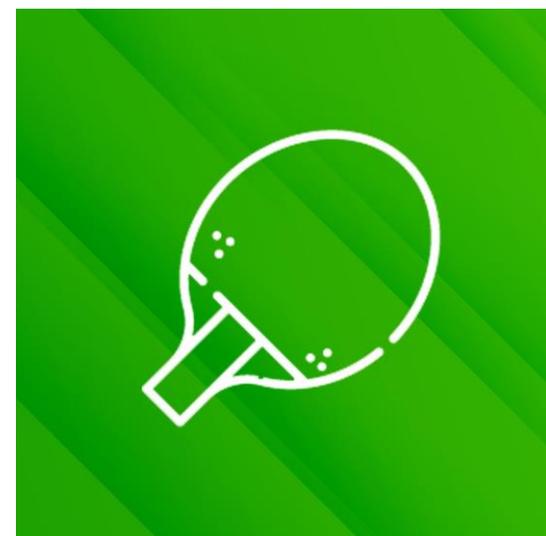




- Muestra de publicaciones



- Plantillas de stories tradicionales y destacadas



• **Muestra de la cuenta**

← **umadeportes** 🔔 ⋮



122
Publicacio...

566
Seguidores

778
Seguidos

UMA Deportes
Equipo deportivo
Cuenta deportiva oficial de la Universidad Monteávila

- Fútbol sala ⚽ (masculino y femenino)
- Voleibol 🏐 (femenino)
- Tenis de mesa 🏓
- Ajedrez ♟️

Ver traducción
www.uma.edu.ve/
vinedo.lateral, mgazzella1 y 181 personas más siguen esta cuenta

Siguiendo ▾

Mensaje

▾


Fútbol sala ⚽


Voleibol 🏐


Tenis de mes...






MVP UMA
TENIS DE MESA

YUDIANA D.

MVP UMA
VOLEIBOL

ISABELLA R.

MVP UMA
FÚTBOL FEMENINO

MVP UMA
FÚTBOL FEMENINO



umadeportes



Ver estadísticas

Promocionar



350 reproducciones • Les gusta a umatvoficial y leonel_f20
umadeportes Conversatorio UMA - Ana Mastropietro • En la décimo séptima edición de #ConversatorioUMA nos... más
Ver los 12 comentarios

umadeportes



Ver estadísticas

Promocionar



Le gusta a leonel_f20 y 124 personas más
umadeportes Hoy recordamos el clásico torneo interno de fútbol sala, edición realizada en el último trimestre del 2016. Esta disciplina ha sido una constante en el desarrollo deportivo de la Universidad Monteávila 🏆.

¿A quién reconoces en los comentarios? 🤔

@ceumonteavila

miguel.sotomayorperez Excelente entrevista 🙌🙌🙌
22 h 2 Me gusta Responder Enviar mensaje

umadeportes @miguel.sotomayorperez ¡gracias, profe!
22 h Responder

anareinagarcia Me encantó la entrevista!! Felicidades Ana D orgullosa de ti!!!! 🥳🥳🥳
21 h 2 Me gusta Responder Enviar mensaje

umadeportes @anareinagarcia ¡Nos encanta recibir estos comentarios! Gracias por el apoyo 🙌
21 h Responder

emilyjmrodriguez Mi deportista favorita 🙌🙌🙌
21 h 2 Me gusta Responder Enviar mensaje

umadeportes @emilyjmrodriguez Ana es una crack 😎
21 h Responder

isabricep Muy orgullosa de ti 🙌🥳❤️❤️
@anadmastro
10 h 2 Me gusta Responder Enviar mensaje

umadeportes Hoy recordamos el clásico torneo interno de fútbol sala, edición realizada en el último trimestre del 2016. Esta disciplina ha sido una constante en el desarrollo deportivo de la Universidad Monteávila 🏆.

¿A quién reconoces en los comentarios? 🤔

@ceumonteavila

#tbt #umadeportes #Monteavila #uma #universidad #deporte

7 d · Editado

njcirigliano @bramblack @juanpiglesias @antonioiavaronee @kikea96 @gabrielbrodriguez
2 sem 3 Me gusta Responder

Ocultar respuestas

juanpiglesias @njcirigliano trabuco
2 sem 2 Me gusta Responder

umadeportes @njcirigliano puros fenómenos con el balón 🙌
2 sem Responder

bramblack @njcirigliano puro artista
2 sem 1 Me gusta Responder

dztpedro @santisiso5 teníamos como 15 años
2 sem 2 Me gusta Responder



LUIS
FÚTBOL SALA

Ver estadísticas

Promocionar



Le gusta a leonel_f20 y 68 personas más
 umadeportes PerfilUMA



Ver estadísticas

Promocionar



Le gusta a leonel_f20 y 18 personas más
 umadeportes ¡Tenemos finalistas!🔥❤️

- gabriela.adam Wuuuuu!! 😄 @luisgearaujo
 17 sem 2 Me gusta Responder
- umadeportes @gabriela.adam 🔥🔥
 17 sem 1 Me gusta Responder
- leonel_f20 Duroo 🏆🔥
 17 sem 2 Me gusta Responder
- umadeportes @leonel_f20 pura calidad 🏆
 17 sem 1 Me gusta Responder
- Lu_i_s_o_s_o_r_i_o Pero bueno Luis 😍
 17 sem 2 Me gusta Responder
- umadeportes @Lu_i_s_o_s_o_r_i_o figura goleadora 🏆
 17 sem 1 Me gusta Responder
- andre.lehrmann Vamoo
 17 sem 2 Me gusta Responder
- umadeportes @andre.lehrmann 🙌🙌
 17 sem Responder
- paezito98 Pichichi historico @luisgearaujo
 17 sem 2 Me gusta Responder
- cristiangc_ @gabrielbrodriguez será que por primera vez le ganarás?
 4 h 2 Me gusta Responder Enviar mensaje
- Ocultar respuestas

 gabogonzalez3004 🤔🤔🤔🤔🤔🤔
 4 h 2 Me gusta Responder Enviar mensaje
- umadeportes @cristiangc_ Gabriel se jugará la vida !?
 4 h 2 Me gusta Responder
- gabrielbrodriguez Ya le he ganado 😊 @cristiangc_
 3 h 3 Me gusta Responder Enviar mensaje
- Ver 1 respuesta anterior

 yudiana_v @gabrielbrodriguez cuándooo
 3 h 3 Me gusta Responder Enviar mensaje
- gabrielbrodriguez @yudiana_v no tengo pruebas.. fue una victoria cualquiera
 3 h 2 Me gusta Responder Enviar mensaje
- yudiana_v @gabrielbrodriguez creo que estás sufriendo de la memoria
 2 h 2 Me gusta Responder Enviar mensaje