



**CONEXIÓN LOCAL
DE OFERTA DEPORTIVA**

Universidad del Cauca
Tesis Diseño Gráfico

Jhonatan Tumbo Ruiz
Santiago Burbano Martinez

Agradecimientos

Agradecemos en primer lugar a la Universidad del Cauca, en especial a la Facultad de Artes, por brindarnos los espacios académicos para la realización de este proyecto. En segundo lugar a nuestros asesores Laura Sandoval y Jorge Alberto Vega, quienes mostraron gran interés, constancia y dedicación durante la ejecución del proyecto. También queremos agradecer a todos los actores involucrados en la temática del proyecto, desde los que brindan la oferta deportiva (equipos, clubes y grupos ciudadanos), como también a la Institución Educativa Rafael Pombo, la que nos permitió desarrollar las distintas actividades planteadas para la recopilación y el análisis de información y posteriormente la puesta a prueba del trabajo realizado. Finalmente, agradecemos a nuestras familias por el apoyo durante el tiempo del proyecto y la carrera.

Contenido

Trabajo de grado.....	5
1. Introducción.....	7
2. El proyecto.....	9
2.1 ¿Qué importancia tuvo para nosotros desarrollar este proyecto?.....	10
2.2 ¿Qué es CLOD?.....	10
2.3 ¿Qué importancia para el contexto tiene el proyecto?.....	11
3. Planteamiento.....	13
3.1 Panorama de la actividad física de los jóvenes en Popayán.....	14
3.2 Problemática.....	15
3.3 Propuesta.....	15
4. Objetivos.....	17
4.1 Objetivo General.....	17
4.2 Objetivos Específicos.....	17
5. Metodología.....	19
5.1 Reflexión metodológica.....	20
5.2 Propuesta metodológica.....	22
5.2.1 Fases - Herramientas.....	25
5.2.2 Actores.....	30
5.3 Bitácora de implementación.....	32
5.3.1 Primer registro y recolección de información de actores ofertantes.....	32
5.3.2 Acercamiento #1 con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo.....	33
5.3.3 Acercamiento #2 con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo.....	34
5.3.4 Taller de Mapeo Colectivo.....	35
5.3.5 Card - Sort.....	36
5.3.6 Testeo del prototipo 1 de la estrategia de comunicación CLOD, con la muestra del público objetivo.....	39
5.3.7 Testeo del prototipo 2 de la estrategia de comunicación CLOD, con la muestra de actores ofertantes.....	40
6. Resultados del proyecto.....	41
6.1- Actividad física y deportes en Popayán.....	42
6.2 ¿Qué deportes se ofertan en Popayán, cuáles integran la estrategia comunicativa y por qué?.....	44
6.3 Contenido para la estrategia.....	45
6.3.1 Escenarios.....	45
6.3.2 Prácticas.....	46
6.3.3 Horarios.....	46
6.4 Criterios de diseño para la estrategia de comunicación.....	47
6.4.1 Criterios de contenido.....	47
6.4.2 Criterios de forma.....	49
6.4.3 Conclusiones criterios (Contenido y Forma).....	53
6.5 Estrategia de comunicación (prototipo 1, 2 y final).....	55
6.5.1 Resultados testeo prototipo 1.....	55
6.5.1.1 Evolución de marca.....	61
6.5.2 Resultados testeo prototipo 2.....	65
6.5.3 Prototipo final.....	66
6.5.3.1 Impreso principal.....	66
6.5.3.2 Impreso secundario - Plegable.....	68
6.5.3.3 Página en Facebook “Parte digital”.....	70
7. Conclusiones.....	71
7.1 ¿Cómo se cumplieron los objetivos?.....	72
7.2 Recomendaciones para la implementación de la estrategia.....	75
7.3 Aprendizajes.....	75
7.4 Gestión para la realización del proyecto.....	76
7.5 Consideraciones finales.....	76
8. Anexos.....	77
9. Bibliografía.....	79

1. Introducción

CLOD (Conexión Local de Oferta Deportiva) es un trabajo de grado que propone la creación de un prototipo para una estrategia de comunicación que difunda la oferta deportiva presente en Popayán, entre jóvenes de la ciudad, vinculando diversos actores como, los clubes y equipos deportivos además de grupos ciudadanos, comprometidos con generar servicios de calidad. Este proceso se llevó a cabo desde el mes de marzo del año 2017 hasta el 4 de diciembre del mismo año, fecha en la que se realizó la última actividad. Durante el periodo se realizó un proceso investigativo en el que participaron tanto representantes de los actores ofertantes como del público objetivo. Ya que el público objetivo son los jóvenes de Popayán con edades correspondientes a estudiantes de últimos grados de bachillerato, la muestra representativa seleccionada fueron los estudiantes de noveno y décimo de la Institución Educativa Rafael Pombo de Popayán. Esta muestra se definió gracias a los datos otorgados por algunos de los actores que brindan la oferta deportiva, indicando el tipo de público que conforma mayoritariamente sus clubes, equipos o grupos. En cuanto a los actores ofertantes durante la preparación del anteproyecto se realizó un trabajo de campo del cual identificamos algunos tipos de colectivos (Anexo 1. Pág: 77).

El documento está conformado por 8 apartados, en los cuales se exponen entre otros temas, los siguientes: descripción e importancia de la realización del proyecto (apartado 2. El Proyecto), se hace un planteamiento en el cual se contextualiza y se visibiliza la problemática, lo que da paso a la propuesta presentada para la resolución de la misma (apartado 3. Planteamiento). A continuación se encuentran los objetivos planteados con el fin de trabajar en pro de resolver la problemática, o de mejorar la situación actual que se presenta con visibilidad de la oferta deportiva en la ciudad de Popayán para los jóvenes (apartado 4. objetivos). Para la resolución de los objetivos planteados se construye una metodología de trabajo compuesta de herramientas y acciones. Esta metodología fue evolucionando y modificándose a lo largo del desarrollo del proyecto conforme se iban presentando situaciones inesperadas dentro de las actividades planteadas inicialmente, lo cual se podrá evidenciar en el presente documento (apartado 5. Metodología). En el siguiente apartado se encuentran todos los resultados del proyecto, desde el abanico completo de deportes disponibles en Popayán, el contenido que fue definido para la estrategia, los criterios que surgieron para la creación de las piezas y finalmente la puesta a prueba de los prototipos de la estrategia de comunicación con distintos públicos (apartado 6. Resultados del proyecto). A continuación se llega a plasmar las conclusiones obtenidas posteriormente a la conclusión del trabajo de campo y a las respectivas realizadas del prototipo con los diferentes públicos. De esta manera este apartado comienza hablando sobre cómo se cumplieron los objetivos que se plantearon y sobre la realización de las actividades correspondientes a la metodología, cuáles fueron las dificultades que se presentaron en el proceso, que enseñanzas nos dejó y cuál es nuestra visión a futuro sobre el proyecto (apartado 7. Conclusiones). Por último se evidencia todo el material del proceso realizado a lo largo del proyecto (8. Anexos).

Creación y desarrollo del proyecto: Santiago Burbano, Jhonatan Tumbo

2. El proyecto



2.1 ¿QUÉ IMPORTANCIA TUVO PARA NOSOTROS DESARROLLAR ESTE PROYECTO?

Nosotros como deportistas, y al estar integrados en grupos que hacen parte de la oferta deportiva de Popayán, pudimos darnos cuenta de primera mano del panorama general que se viene presentando en torno a la comunicación de esta oferta deportiva hacia los jóvenes, la cual existe pero tiene poca difusión. Con el desarrollo del proyecto, e imaginándonos a nosotros mismos como posible público potencial de esta oferta, concluimos en que tal vez no nos hubiéramos dado cuenta de la presencia de la oferta deportiva existente, ya que la forma en que ambos nos enteramos de la realización de los deportes que practicamos fue por pura coincidencia y no porque existiera una fuente confiable y amplia de información.

De esta forma surgió nuestra intención de tomar cartas en el asunto, y así comenzamos a estudiar esta problemática desde nuestro campo profesional, el Diseño Gráfico, con fines de conseguir un mejoramiento de la situación o incluso de resolverla en su totalidad. Por consiguiente y enfocados en el propósito de mejorar esta problemática, es que empezamos a hacer uso y a poner a prueba nuestro conocimiento adquirido a lo largo de la carrera, creando, en un inicio, una idea que posteriormente daría pie a la articulación de un anteproyecto en torno a esta.

En este recorrido además de usar y poner a prueba nuestros conocimientos y habilidades profesionales, a su vez conseguimos pulirlos, y de igual forma adquirimos experiencia y conocimientos nuevos frente a un pequeño apartado de nuestro campo laboral profesional, ya que no es lo mismo las temáticas y conceptos a los que se enfrentan los estudiantes de Diseño en los talleres, tales como diseño tipográfico, diseño editorial, diseño de información, entre otros, y estos mismos conceptos puestos a prueba en nuestro proyecto de grado, el que representa un ambiente más cercano a la realidad laboral.

2.2 ¿QUÉ ES CLOD?

Conexión Local de Oferta Deportiva (CLOD), propone la creación e implementación —en una fase posterior— de una estrategia de comunicación, que articule diferentes medios para facilitar el acceso a información sobre la oferta deportiva de distintos deportes presentes en la ciudad de Popayán para los jóvenes.

La información recopilada para crear los contenidos de esta estrategia fue obtenida de distintos actores como la Alcaldía de la ciudad, los clubes y equipos deportivos y también grupos ciudadanos. Estos actores se convierten en la parte ofertante, y los datos que se muestran de estos, comprenden las características de sus actividades y lugares de entrenamiento, también sus horarios y costos, entre otra información de interés que mantenga enterados a los jóvenes de la ciudad, en especial, a los que se encuentran en edades correspondientes a la de estudiantes de últimos grados de bachillerato de colegios de Popayán, y de esta manera motivarlos a practicar alguna actividad deportiva, ya sea de forma recreativa, semi-competitiva o competitiva; de este modo, el joven de la ciudad que interactúe con esta estrategia, gracias a la información que contiene, podrá elegir el club, equipo o grupo que mejor se adapte a sus propios horarios y preferencias.

Durante el desarrollo de este proyecto de grado, se consolidó una base de datos en la que se encuentra información sobre 4 deportes: fútbol, voleibol ciclismo y natación, los cuales fueron los más populares dentro de la muestra del público objetivo, siendo esta los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo. (Información disponible en apartado 6.2 ¿Qué deportes se ofertan en Popayán, cuales integran la estrategia comunicativa y por qué?).



Durante el desarrollo de este proyecto de grado, se consolidó una base de datos en la cual se encuentra información sobre 4 deportes: fútbol, voleibol ciclismo y natación, los cuales fueron los más populares dentro del público objetivo, siendo este los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo. (Información disponible en apartado 6.2 ¿Qué deportes se ofertan en Popayán, cuales integran la estrategia comunicativa y por qué?).

2.3 ¿QUÉ IMPORTANCIA PARA EL CONTEXTO TIENE EL PROYECTO?

Se propone mejorar la comunicación entre los diferentes actores involucrados, para un mejor aprovechamiento de la oferta deportiva existente en la ciudad de Popayán para la población de jóvenes con edades correspondientes a la de estudiantes de últimos grados de bachillerato; así como también incrementar el uso de las instalaciones disponibles al público para la realización de actividad física o de práctica deportiva. De este modo la ciudad puede tomar una actitud más activa frente a la realización de deporte, mejorando consecuentemente la salud de las personas que se sumen a esto, ya que la OMS define salud como el estado de completo bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedad o dolencia (Duperly et al., 2011: 18 cita a OMS, 1946), y es mejor aún si esta actitud frente al deporte se adquiere desde una temprana edad, puesto que es el mejor momento para adquirir un estilo de vida saludable que perdure a lo largo de la vida.

Anexo 2. Pág: 77

3. Planteamiento

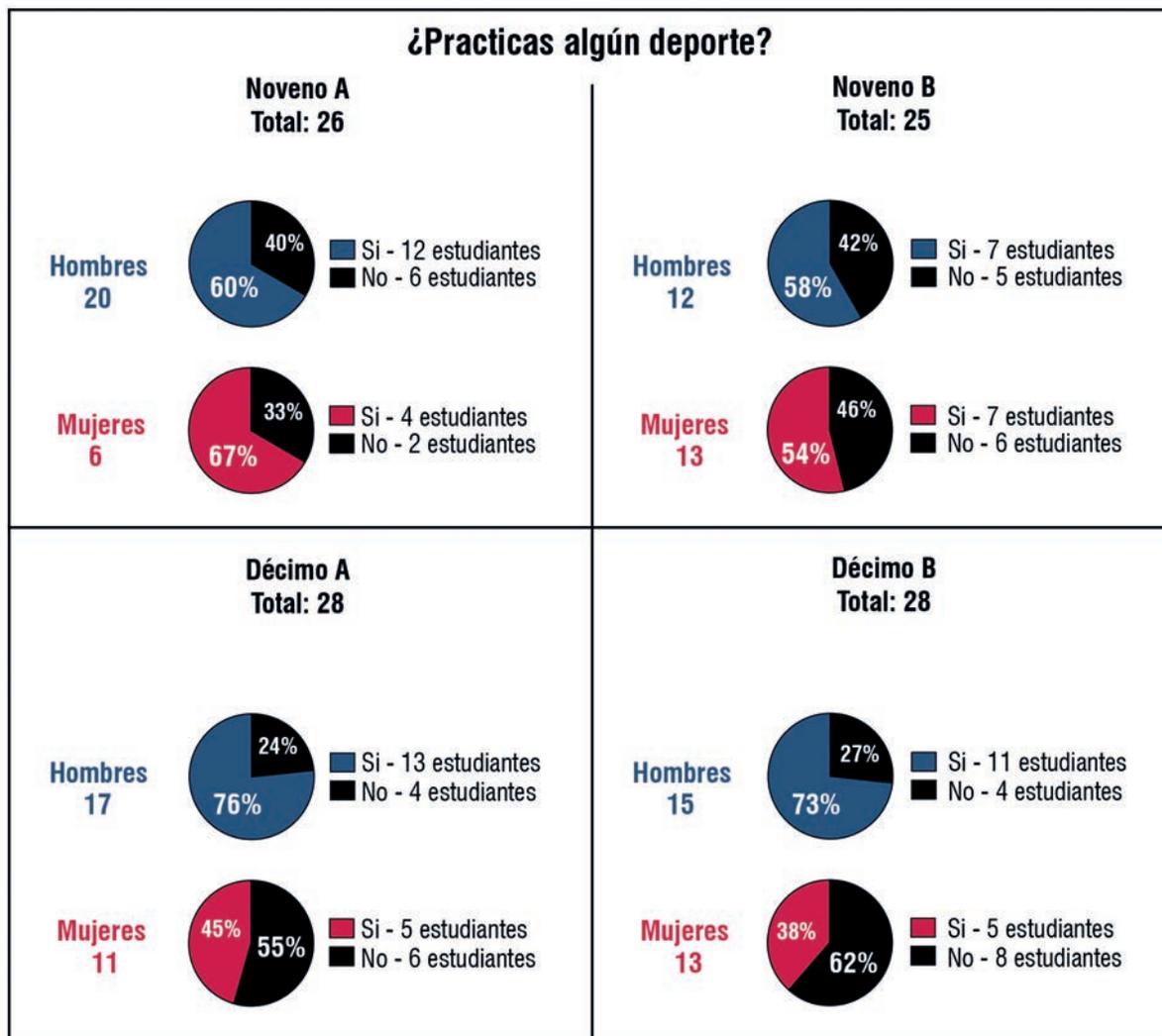


3.1 PANORAMA DE LA ACTIVIDAD FÍSICA DE LOS JÓVENES EN POPAYÁN

La baja realización de actividad física se ha convertido en un problema a nivel mundial el cual está causando diversas enfermedades. Según la Organización Mundial de la Salud el 60% de la población mundial no realiza actividad física (OMS. 2016), siendo los jóvenes una de las poblaciones con más alto riesgo. Esto se debe a la alta realización de actividades pasivas en los tiempos de ocio. En Colombia según el estudio realizado por la Universidad de los Andes (González et al., 2014), se detectó que en adolescentes entre los 13 a 17 años solo el 26 % realizan actividad física. Por otra parte el 34.4 % de los adolescentes entre 12 y 17 años si han practicado algún tipo de deporte. Aún así se

ve que un estimado del 67% de los adolescentes entre las edades mencionadas anteriormente no realizan una actividad física apropiada o no practican deporte, dedicando su tiempo libre a conductas sedentarias en cambio. A continuación, hablando más específicamente de la muestra de público objetivo (los estudiantes del Rafael Pombo), los resultados se presentan de la siguiente manera en la imagen de estadísticas.

En estas podemos apreciar el estado de la práctica deportiva de los estudiantes de la I.E Rafael Pombo. En el caso de los grados novenos, los estudiantes que realizan actividad física superan por poco a los que no. En cuanto a los grados décimos, los hombres son mucho más activos que las mujeres y el porcentaje de ellos que no realiza deporte es bajo. En cuanto a las



Datos arrojados por la primera encuesta realizada a los estudiantes de noveno y décimo de la I.E. Rafael Pombo los días 27 y 28 de marzo del 2017.

mujeres se ve que la gran mayoría no practican deporte y en algunos casos este porcentaje supera a las que sí, como ocurre con décimo A y B.

3.2 PROBLEMÁTICA

Con el panorama anterior cabe aclarar que la ciudad de Popayán concuerda con las estadísticas que arrojó el estudio de la Universidad de Los Andes, pero esto no quiere decir que la falta de actividad física o de realización de deporte por parte de los jóvenes sea causada únicamente por las razones del punto anterior, puesto que hay ocasiones como por ejemplo, cuando se presenta desinformación acerca de la oferta deportiva existente y que suele ser brindada para cierto público, en las que esa falta de información o el insuficiente sistema de comunicación puede generar que los jóvenes no se enteren de la oferta deportiva presente, en especial para ellos. Este es el caso de Popayán, en donde una parte de la oferta deportiva que se ofrece a los jóvenes de la ciudad no llega a ellos de forma eficiente y hay otras veces las que no les llega en su totalidad, siendo un indicativo de que los medios que se usan para esta labor o el mecanismo de funcionamiento de los mismos no son acordes a la necesidad.

Ejemplo de lo anterior se presenta con la Alcaldía, en donde existe una oferta deportiva que se brinda por comunas y se respalda con monitores que cumplen la labor de entrenadores de cada deporte. Este tipo de oferta no se comunica de la manera más adecuada, puesto a que se suele comunicar haciendo uso de las charlas o conferencias en los centros comunales de las distintas comunas, aún cuando no se consigue un nivel de asistencia alto. A su vez, siendo la Alcaldía el ente encargado de otorgar el reconocimiento a los clubes deportivos para su formación, es un hecho que no se conoce por muchas personas, ocasionando que un determinado grupo de personas que practican cierto deporte y que quieren consolidarse formalmente como un club deportivo no saben cómo proceder frente a esto y así tampoco pueden hacer parte de las competencias o torneos realizados en torno a su deporte y que son ofrecidos a los clubes deportivos.

Por otro lado, en el caso de los clubes y equipos deportivos, la comunicación que manejan se da de forma bastante cerrada y solo involucra a los integrantes de los mismos, razón por la cual una persona externa a estos clubes y equipos, normalmente no suele conocer de su existencia, y en caso de conocerla no

saben datos como su ubicación, sus horarios de entrenamiento, sus costos, entre otros.

Cabe mencionar, que las razones por las que los clubes y equipos deportivos regularmente no suelen hacer promoción de sus servicios, se da por distintas razones. Una de estas y quizás la más importante, es, si es necesario dar a conocer sus servicios a un mayor número de personas, puesto que depende de la capacidad de cada equipo o club el poder atender de forma eficaz a este público. En algunos casos, hay equipos o clubes que no cuentan con espacio para nuevos integrantes, sin embargo, gustan de hacerse conocer a forma de posicionamiento de calidad frente a los otros equipos o clubes de su mismo deporte. Otro escenario se encuentra con los que aún tienen cupos disponibles para nuevas personas, incluso aunque sus implementos deportivos no sean suficientes para cada uno de los integrantes, lo que genera que el trabajo realizado se adapte a la situación.

En estos dos casos no se tiene un interés económico como un eje central, y la mensualidad que se suele pedir es para el mejoramiento y la compra de implementos deportivos. Por el contrario, los equipos o clubes que hacen uso de instalaciones privadas como Comfacaucá, si suelen tener un interés económico, lo que deriva en la búsqueda del crecimiento en la cantidad de integrantes, y aun así, volviendo a la parte de comunicación y promoción de los mismos, se conforman con la “fama” ya adquirida por este tipo de entidades en las que llevan a cabo sus prácticas.

3.3 PROPUESTA

A partir del contacto con el contexto tanto de la parte ofertante (Alcaldía, clubes, equipos deportivos y grupos ciudadanos) como de la parte que se busca beneficiar de esta oferta (jóvenes de la ciudad de Popayán) se hace explícito el problema comunicativo entre ambas partes. Metodológicamente se delimitó como muestra representativa del público objetivo a los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo de Popayán, lugar en donde se trabajó principalmente con los grados noveno y décimo debido a que las edades comprendidas entre los dos cursos (entre 13 a 19 años aproximadamente), se encontraban dentro del rango de edad del público que se busca beneficiar con la oferta deportiva. Dentro de este grupo de estudiantes hay un porcentaje que realiza deporte, como se evidencia anteriormente en las estadísticas del punto 3.1, por otro lado hay que mencionar que gran

parte de los estudiantes que no practican deporte tienen la intención de hacerlo. Por esta razón se realizó el planteamiento del desarrollo de un prototipo de estrategia de comunicación que mejore las condiciones en que se transmite la oferta deportiva brindada por la Alcaldía, clubes, equipos deportivos y grupos ciudadanos a los jóvenes de la ciudad de Popayán, abordando dos canales de comunicación (físico y digital) haciendo uso de tres piezas o partes (dos impresos y un canal digital), que sumadas conforman el prototipo de esta estrategia de comunicación.

4. Objetivos

4.1 OBJETIVO GENERAL

Generar un prototipo de estrategia comunicativa para difundir la oferta deportiva, los lugares y las dinámicas relacionadas con los deportes que se ofrecen en la ciudad de Popayán por parte de entidades públicas y privadas, grupos ciudadanos y clubes deportivos, a los jóvenes que deseen practicar algún deporte, ya sea de forma recreativa, semi-competitiva o competitiva, tomando como muestra representativa a los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los escenarios, actores y dinámicas que conforman la oferta deportiva disponible para los jóvenes de Popayán con edades correspondientes a estudiantes de los últimos grados de bachillerato (principalmente noveno y décimo) y analizar los diferentes medios de comunicación utilizados.
- Conocer las necesidades, intereses, gustos y prácticas deportivas presentes en la población estudiantil de la Institución Educativa Rafael Pombo.
- Desarrollar prueba piloto de la estrategia de comunicación, que articule la oferta deportiva, los lugares y dinámicas relacionadas con los deportes que son ofrecidos en la ciudad de Popayán con los jóvenes estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo.

5. Metodología



5.1 REFLEXIÓN METODOLÓGICA

La metodología para este proyecto se fue reevaluando conforme se interactuó con los actores, principalmente con el público objetivo, permitiendo tener un enfoque más adecuado y los pasos que tendrían que implementarse para su construcción y posterior ejecución. La metodología está estructurada en tres fases, las cuales comprenden la recopilación de información sobre todos los actores participantes como también la parte de análisis de datos y el desarrollo de la propuesta de estrategia de comunicación. Esta metodología fue planteada de la siguiente manera:

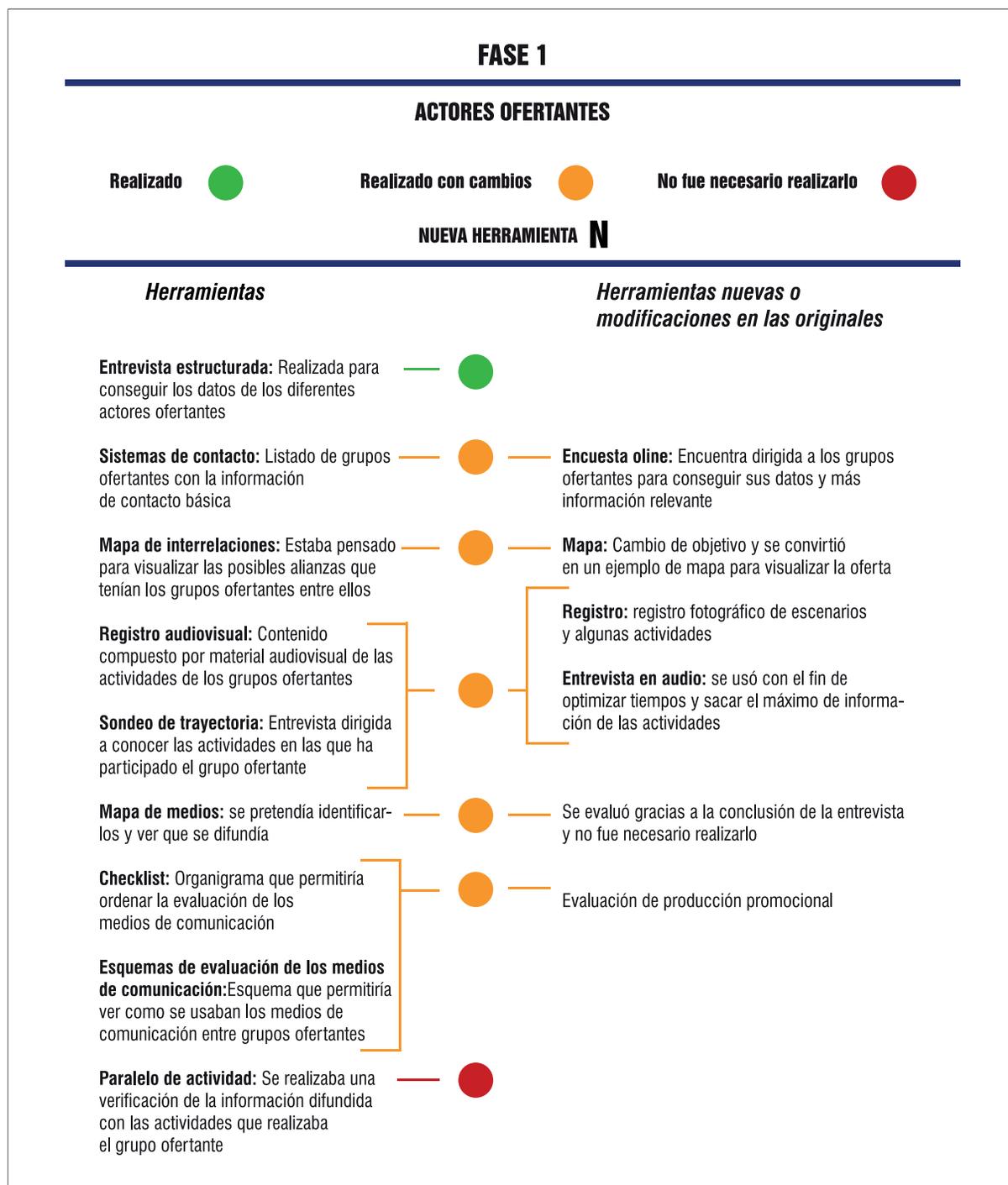
En la Fase 1. (Identificar los escenarios, actores y dinámicas), se identificó qué actores ofertan prácticas deportivas en la ciudad de Popayán, para esto se generó un contacto con los actores ofertantes consiguiendo la creación de una base de datos con información sobre los integrantes, los encargados de los grupos, sus horarios, sus lugares de prácticas y tener toda la información de contacto referente al grupo. En el momento en que se interactuó con el público objetivo, la investigación se centró en las especificidades que requerían los estudiantes y los deportes que ellos preferían.

Posteriormente en la Fase 2. (Conocer las necesidades, intereses, gustos y prácticas), se realizó una investigación en la I.E Rafael Pombo con la muestra representativa del público objetivo (grados noveno y décimo), la cual permitió generar categorías de información, saber cuáles deportes eran de su interés, conocer cuáles eran sus prácticas deportivas y comenzar a consolidar la gráfica final del proyecto. Cabe aclarar que las fases se tenían pensadas para una realización individual, pero durante el desarrollo de las mismas fue necesario trabajar de forma simultánea en estas, ya que para el desarrollo de la fase 1 se necesitó una primera intervención o acercamiento con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo con el fin de orientar la búsqueda o investigación sobre los datos que debían ser recopilados sobre los actores ofertantes.

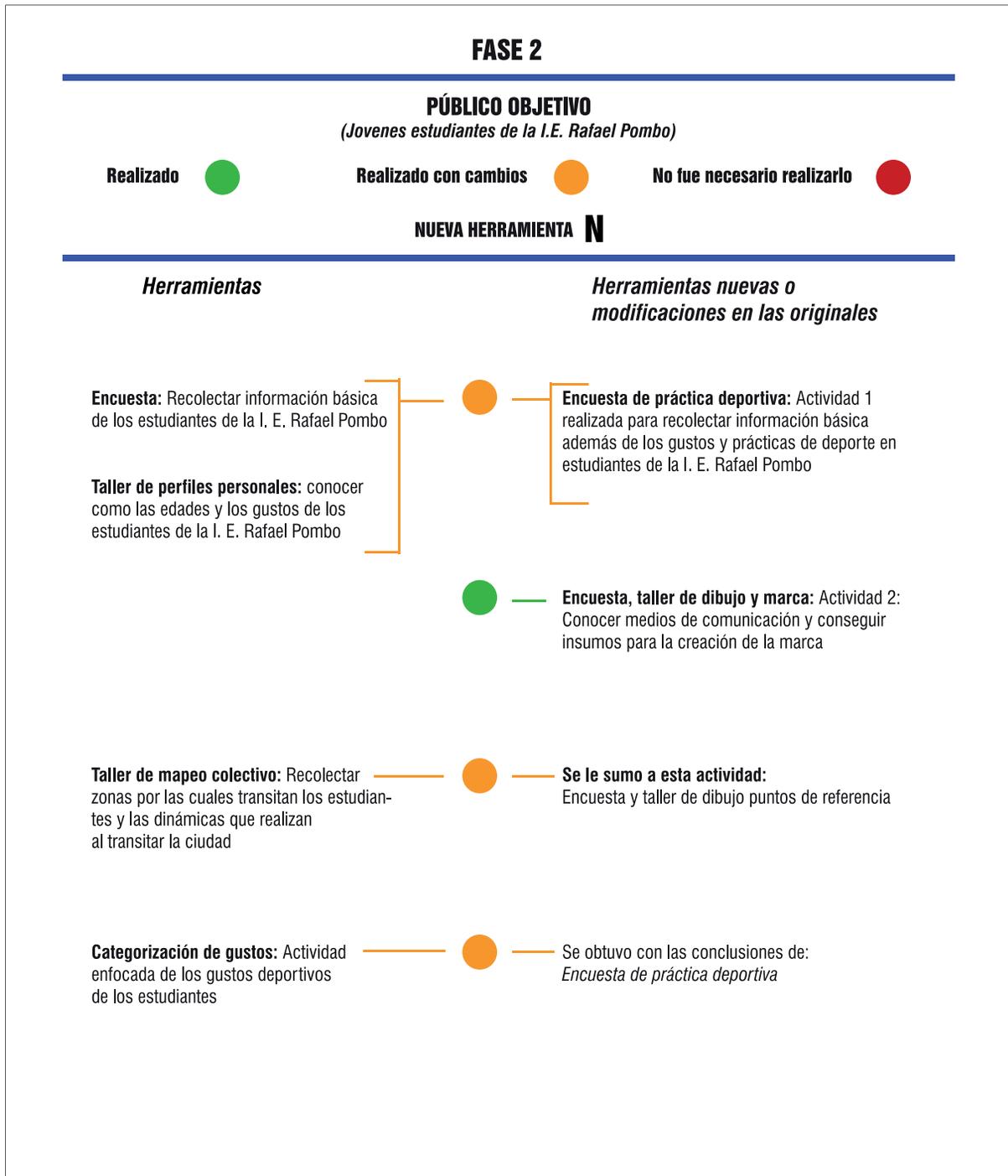
Para finalizar en la Fase 3. (Desarrollo, pruebas y ajustes del prototipo), ya teniendo un conocimiento sobre las necesidades de información del público objetivo y con una base de datos consolidada, se busco generar la visualización de la propuesta de estrategia de comunicación. Se realizaron actividades que permitieron determinar la gráfica del proyecto y la cantidad de información que conformaría cada pieza. Estas piezas se testearon con los jóvenes de la Institución Educativa Rafael Pombo y los miembros del club de voleibol "Los Que Son", lo que permitió conocer las falencias y realizar ajustes de estas.

En la ejecución del proyecto se realizaron ajustes a las herramientas que se tenían planteadas inicialmente, además las fases tomaron más tiempo de lo esperado. Algunas herramientas se modificaron por completo o se unieron con otras que tenían objetivos similares con el fin de optimizar tiempo, un ejemplo de esto fue el testeo del prototipo, del que inicialmente se tenía planeado realizar dos testeos con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo pero se terminó testeando una sola vez con el público objetivo y una vez posterior con uno de los grupos ofertantes (Los Que Son). Esto arrojó resultados y brindó correcciones en cuanto a las piezas del prototipo de la estrategia de comunicación y su contenido. Todo lo anterior demuestra que la metodología no es algo rígido que haya que seguirlo al pie de la letra, ya que durante la realización de actividades surgen ideas, necesidades, complementos y ajustes, los cuales terminan por enriquecer las actividades a realizar, ocasionando que se replanteen algunas partes, siempre con la intención de mejorar, de optimizar la labor investigativa y a su vez la labor productiva. A continuación, se presentan esquemas que sintetizan los aspectos importantes de cada fase del proceso.

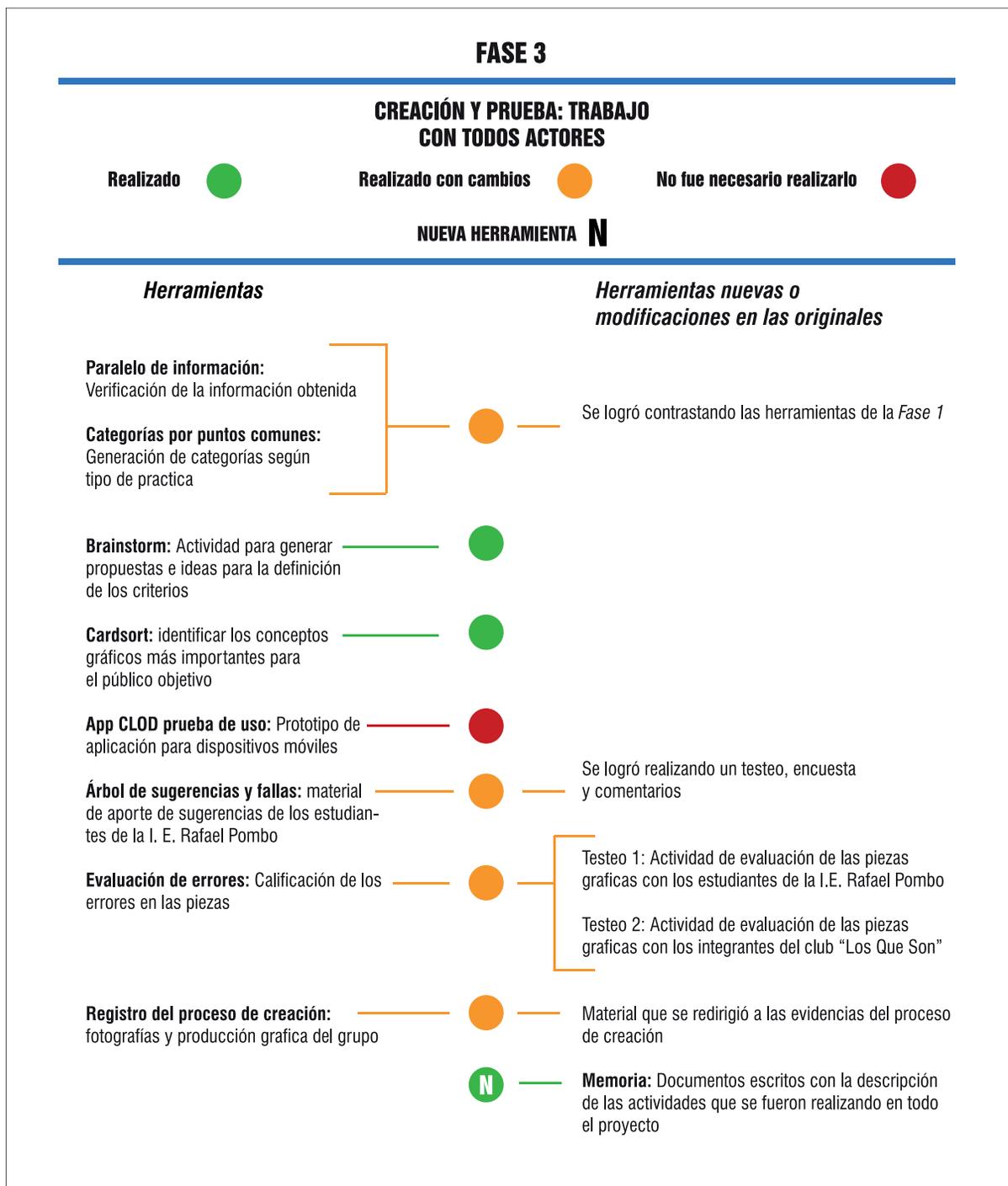
En estos se puede ver del lado izquierdo algunas actividades y herramientas que se plantearon para usarse en la metodología inicial del proyecto y al lado derecho se ven los cambios realizados en las herramientas, mostrando también algunas nuevas que surgieron y se utilizaron en la metodología final del proyecto.



Esquema fase 1



Esquema fase 2



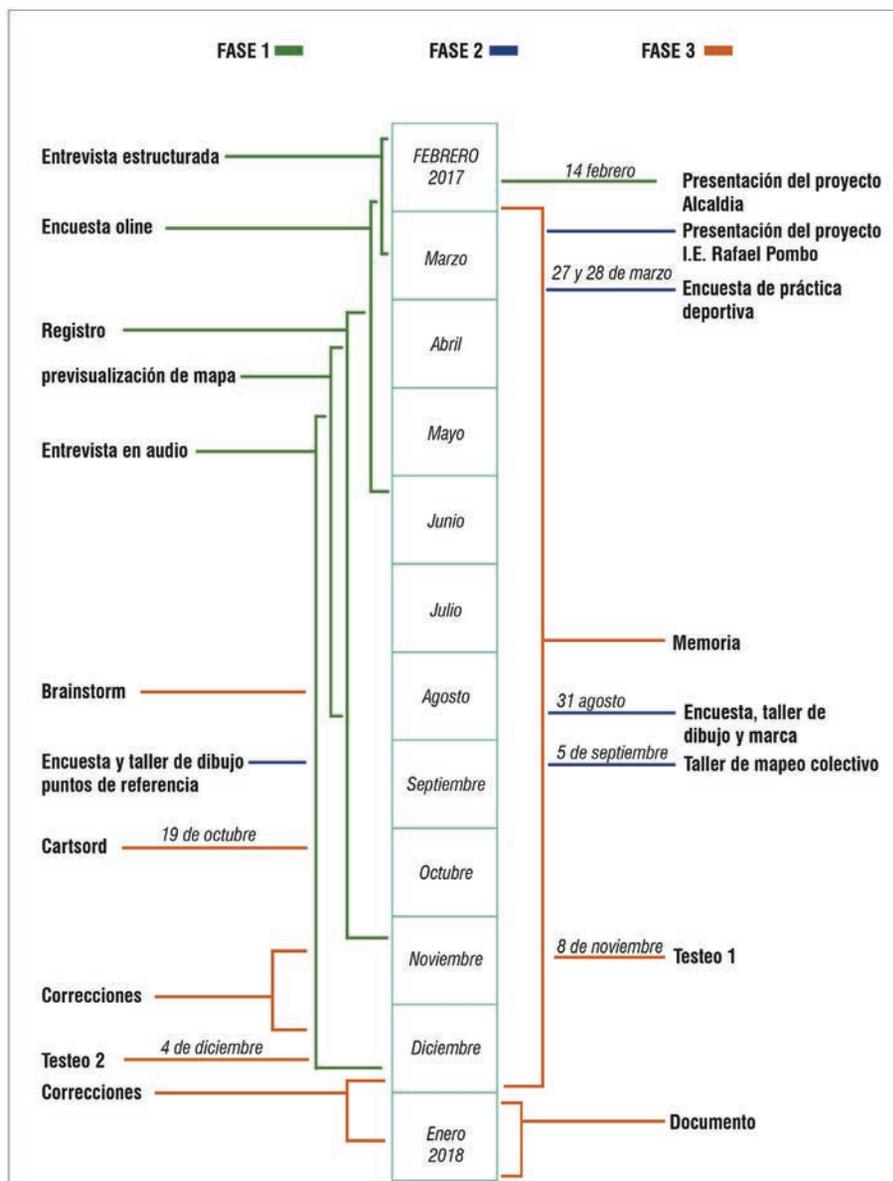
Esquema fase 3

5.2 PROPUESTA METODOLÓGICA

La metodología del proyecto finalmente quedó dividida en 3 fases metodológicas manteniendo las planteadas originalmente en el anteproyecto. A pesar de que se realizaron algunas modificaciones y se agregaron algunas herramientas nuevas en reemplazo de otras ya existentes, a grandes rasgos se logró seguir la idea principal.

Las fases de la metodología fueron las siguientes: Fase 1. Identificar los escenarios, actores y dinámicas que conforman la oferta deportiva disponible para los jóvenes de Popayán con edades correspondientes a

estudiantes de los últimos grados de bachillerato (principalmente noveno y décimo) y analizar los diferentes medios de comunicación que usan, Fase 2. Conocer las necesidades, intereses, gustos y prácticas deportivas presentes en la población estudiantil de la Institución Educativa Rafael Pombo y Fase 3. Desarrollo, pruebas y ajustes del prototipo de la estrategia que articule la oferta deportiva, los lugares y actividades deportivas que son ofrecidos en la ciudad de Popayán con los jóvenes estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo y algunos grupos ofertantes. Estas fases fueron desarrolladas en cierto periodo de tiempo y con ciertos actores como se puede ver a continuación.



Tiempos y fechas del desarrollo metodológico

ACTORES INVOLUCRADOS EN CADA FASE		
FASE 1	FASE 2	FASE 3
Identificar los escenarios, actores y dinámicas	Conocer las necesidades, intereses, gustos y prácticas deportivas	Desarrollo, pruebas y ajustes del prototipo
 <p><i>Clubes y grupos deportivos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> •Entrevista •Encuesta •Registro  <p><i>Grupos ciudadanos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> •Entrevista •Encuesta •Registro  <p><i>Alcaldía de Popayán</i></p> <ul style="list-style-type: none"> •Entrevista •Encuesta •Registro 	<p>Actores</p>  <p><i>Muestra representativa del público objetivo (estudiantes Institución Educativa Rafael Pombo)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de práctica deportiva • Encuesta, taller de dibujo y marca • Taller de mapeo colectivo 	 <p><i>Muestra representativa del público objetivo (estudiantes Institución Educativa Rafael Pombo)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Card-sort • Testeo del prototipo 1  <p><i>Clubes y grupos deportivos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Testeo del prototipo

Esquema actores por fase

5.2.1 Fases - Herramientas

Estas fases fueron las que permitieron estructurar todas las dinámicas y actividades creadas para desarrollar el proyecto. A su vez dieron cabida a distintas herramientas que fueron indispensables al momento de la realización de cada una de las actividades.

En los cuadros expuestos a continuación se dividen en seis columnas. Éstas están comprendidas por: Acciones, Objetivo acción, Actores, Recursos, Herramientas y Resultados obtenidos.

Como su nombre lo indica, las acciones fueron la interpretación de la necesidad que se tenía frente a la información a recopilar. Los objetivos de la acción fueron las metas que se debieron alcanzar frente a la necesidad anterior. Los actores y recursos enseñan al tipo de público que participa en cada parte del proyecto y también a los requerimientos de utensilios indispensables para el desarrollo de las actividades. Las herramientas fueron el método para conseguir la información necesaria de la forma más apropiada, lo que brindó unos resultados útiles para la continuación del proyecto.

Se puede evidenciar todo el contenido de las fases mencionadas en las siguientes tablas.

Fase 1

ACCIONES	OBJETIVO ACCIÓN	ACTORES	RECURSOS	HERRAMIENTAS	RESULTADOS OBTENIDOS
Examinar los actores que realizan prácticas deportivas en la ciudad de Popayán	Generar un acercamiento que facilite la recopilación de información.	-Alcaldía de Popayán -Grupos ciudadanos -Clubes y equipos deportivos	-Cámara -Libretas de apuntes -Celular	<p>Entrevista estructurada: Permitió conocer datos de los diferentes actores. En el caso de la Alcaldía sobre sus medios de comunicación, deportes ofrecidos y espacios utilizados. Por parte de los clubes, equipos y grupos, el cómo llegó cada integrante a hacer parte de estos, cómo cambia el número de integrantes, si han participado en torneos, si conocen a otros grupos de la ciudad, cómo son sus dinámicas de entrenamiento, cómo se comunican entre sí y cómo atraen a nuevas personas.</p> <p>Encuesta online: Permitió contactar con, clubes, equipos y grupos nuevos, conocer con qué fin realizan su práctica deportiva, sus horarios, costos, cupos disponibles, implementos con los que cuentan y número de contacto de la persona encargada.</p> <p>Pre-visualización mapa: Mapa portátil para visualizar la oferta deportiva por comunas en Popayán y a su vez para enseñar el funcionamiento de CLOD a los encargados de los clubes, equipos y grupos ciudadanos.</p>	Contactos de encargados de los clubes, equipos y grupos ofertantes (entrenadores, directores o monitores), incluyendo cómo divulgan su información.

ACCIONES	OBJETIVO ACCIÓN	ACTORES	RECURSOS	HERRAMIENTAS	RESULTADOS OBTENIDOS
Identificar y ubicar espacialmente los lugares o escenarios deportivos que disponen los actores para realizar sus actividades.	Conseguir un registro visual del estado de los lugares y escenarios deportivos donde se realizan deportes en la ciudad.	-Alcaldía de Popayán -Grupos ciudadanos -Clubes y equipos deportivos	-Cámara -Mapa de la ciudad -Permisos para la realización del registro	Registro: Se generó un registro de las prácticas deportivas de los lugares y de algunas actividades que realizaron los grupos ofertantes.	Fotografías de los escenarios tomadas de distintos ángulos y enfoques.
Charla sobre la trayectoria y experiencia del club, equipo o grupo ofertante	Recolectar información sobre las prácticas que realizan sus miembros como otra información que puede ser obtenida con este tipo de entrevista.	Alcaldía de Popayán Grupos ciudadanos Clubes deportivos.	-Celular -Agenda -Cita previa con los actores -Aliados pertenecientes a los grupos.	Entrevista en audio: entrevista abierta permitiendo hablar de múltiples temas en poco tiempo y arrojó información nueva.	información extra de las prácticas que tiene cada grupo.

Fase 2

ACCIONES	OBJETIVO ACCIÓN	ACTORES	RECURSOS	HERRAMIENTAS	RESULTADOS OBTENIDOS
Se Crearon dinámicas que indagaron sobre sus intereses, gustos, prácticas y demás datos relevantes de los estudiantes en relación al tema.	Obtener datos relevantes en cuanto a diferentes aspectos frente al deporte, como su práctica, los lugares, las preferencias, entre otros.	Estudiantes Institución Educativa Rafael Pombo	-Permisos de horas de trabajo en la Institución Educativa Rafael Pombo - Encuestas impresas -Pliegos de papel -marcadores -cámara fotográfica -grabación en audio	<p>Presentación del proyecto con directivos de la I.E. Rafael Pombo: Evidencio los objetivos del proyecto y permitió conseguir los espacios para el trabajo con el público objetivo (Estudiantes).</p> <p>Encuesta de práctica deportiva: Indago sobre las prácticas que realizan los estudiantes y si en algún momento han practicado algún deporte y por cual medio se enteraron de su oferta. Permito identificar los deportes preferidos por los estudiantes, generando un enfoque de trabajo hacia esos deportes.</p> <p>Encuesta, taller de dibujo y marca: Con esta herramienta fueron expuestos los medios que les gusta a los estudiantes para acceder a la información, además se realizó un ejercicio de creación de marca por parte de los estudiantes, brindando material para la creación de la marca definitiva.</p> <p>Taller de mapeo colectivo: Esta herramienta dio a conocer las rutas por las que se mueven los estudiantes en la ciudad, los puntos de referencia que conocen y también para saber si eran capaces de manejar un mapa con gran cantidad de información.</p> <p>Encuesta y taller de dibujo puntos de referencia: se obtuvo insumos gráficos de los puntos de referencia propuestos por los estudiantes y de los iconos que dibujaron.</p>	Se generó una conexión con los estudiantes, se motivaron a la colaboración y participación con las actividades, se obtuvieron datos escritos en encuestas, además de material gráfico.

Fase 3

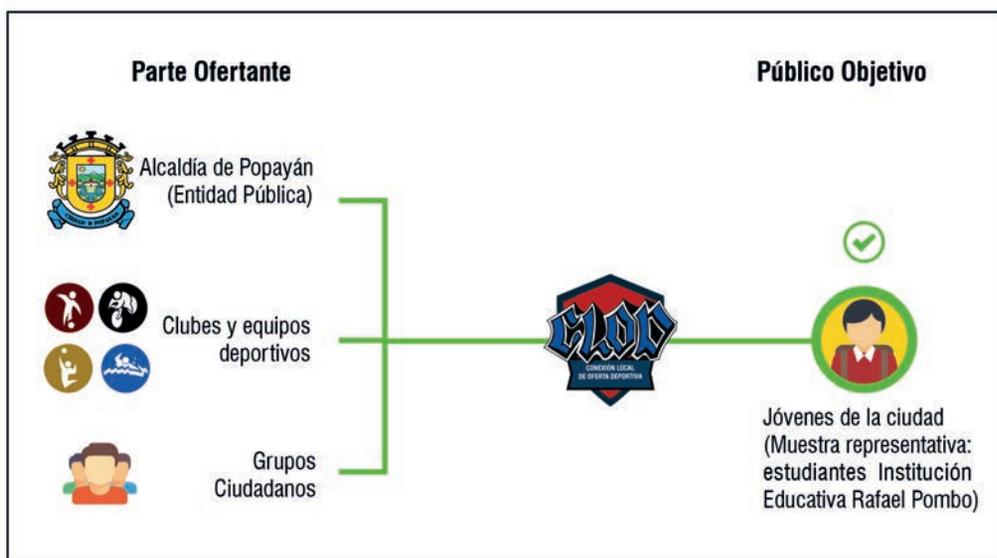
ACCIONES	OBJETIVO ACCIÓN	ACTORES	RECURSOS	HERRAMIENTAS	RESULTADOS OBTENIDOS
Obtención de los conceptos para la producción de criterios.	Plantear los criterios de diseño formales y de contenido para cada una de las piezas del prototipo de la estrategia de comunicación	CLOD -Estudiantes noveno y décimo de la Institución Educativa Rafael Pombo	-Tablero -Cartulina -Post-its -Libreta -Lapiceros -Tarjetas con gráfica impresa -Guía de la actividad - Lista de conceptos para asociar con tarjetas	Brainstorm: Lluvia de propuestas e ideas que guiaron en la búsqueda y definición de los criterios.	Criterios de diseños, tanto formales como de contenido del prototipo de la estrategia de comunicación para poner a prueba con los estudiantes.
				Card-sort: Herramienta que permitió obtener información mediante referencias gráficas impresas en las tarjetas, las cuales se relacionaron con una serie de conceptos y se organizaron con orden de importancia	Permitió identificar los conceptos gráficos más importantes para el público objetivo, para reorganizar los criterios planteados anteriormente.
Testeo del prototipo de la estrategia comunicativa con el público estudiantil de la Institución Educativa Rafael Pombo y analizar resultados.	Identificar los puntos débiles de la primera propuesta y plantear las correcciones correspondientes a la retroalimentación obtenida.	Estudiantes I.E Rafael Pombo	-Pc -Cámara -Piezas del prototipo (análogas y digitales) - Grabador de audio - Libreta	Exposición estrategia comunicativa: Se pusieron a prueba los prototipos de las piezas que conforman la estrategia comunicativa. Los estudiantes las revisaron y dieron su opinión frente a estas.	Identificación de puntos fuertes y material para correcciones.
Aplicación de correcciones a las piezas que hacen parte de la estrategia.	Rediseñar teniendo en cuenta las fallas encontradas	-CLOD	-Pc -Piezas de la plataforma	Correcciones: Según las fallas y las sugerencias obtenidas se replanteó la estrategia para que fuera acorde con las necesidades de los usuarios	Se pudo apreciar la funcionalidad del prototipo con respecto al primer testeo y se preparó la propuesta para el testeo #2.

ACCIONES	OBJETIVO ACCIÓN	ACTORES	RECURSOS	HERRAMIENTAS	RESULTADOS OBTENIDOS
Testeo del prototipo de la estrategia de comunicación con algunos de los integrantes del club de voleibol " Los Que Son".	Evaluar las correcciones realizadas en el primer testeo para posteriormente pulir el prototipo de la estrategia de comunicación	-Integrantes de Los Que Son (Club de Voleibol)	-Pc -Cámara -piezas del prototipo (análogas y digitales) - Grabador de audio - Libreta	Charla expositiva Estrategia comunicativa prototipo 2: Se presentaron y evaluaron las piezas que componen el prototipo de la estrategia comunicativa con los integrantes de "Los Que Son"	Insumos para correcciones finales y creación de la propuesta final del prototipo de la estrategia de comunicación.
Se corrigieron las piezas que hacen parte de la estrategia.	Rediseñar y mejorar la estructura de las piezas del prototipo de la estrategia teniendo en cuenta las falencias detectadas en el último testeo	-CLOD	-Pc -Libretas -Grabaciones de audio	-Correcciones #2: Según las fallas y las sugerencias obtenidas se realizaron ajustes finales a las piezas que hacen parte del prototipo de la estrategia comunicativa	Finalización de las piezas del prototipo de la estrategia de comunicación.
Se generó una memoria del proceso de la realización del proyecto.	Conseguir una cronología de los procesos realizados en el proyecto.	-CLOD	-Pc -Cámara -Memoria fotográfica -Diario y anotaciones del proceso	-Memoria: Permitirá tener organizado todo por fechas y sus respectivos registros	Documento en texto impreso o digital que recopila toda la memoria del trabajo.

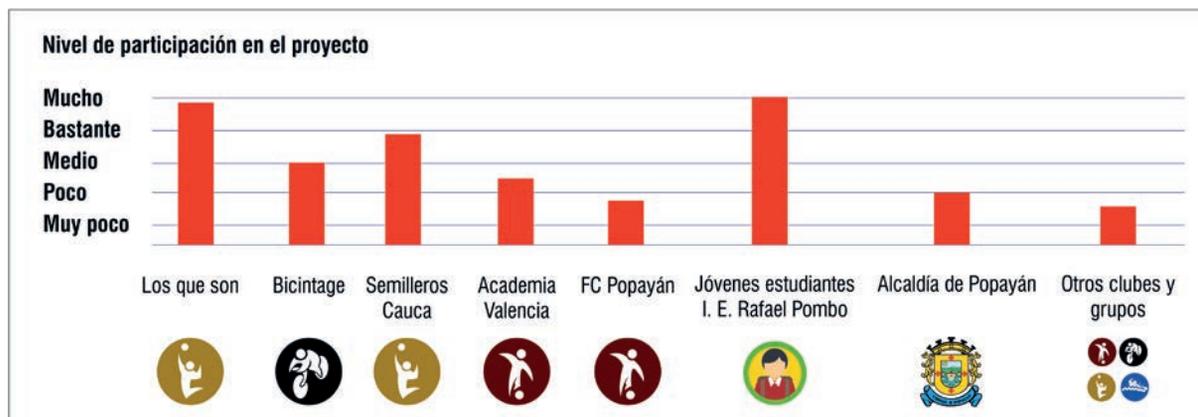
5.2.2 Actores

Para la realización del proyecto se trabajó principalmente con cuatro actores diferentes. La mayoría de estos se encuentran en la parte ofertante de los deportes y actividades, mientras que solo uno de estos hizo la labor de público objetivo. A continuación se muestra cada uno de los actores en forma particular, además de su vinculación en el proyecto en la imagen de funcionamiento.

En la gráfica de nivel de participación se aprecia los diferentes actores involucrados en el proyecto y su nivel de participación. Se exhibe el nivel de participación que se tuvo con los diferentes grupos mediante cinco niveles, teniendo en cuenta qué tan frecuentemente se interactuaba con ellos.



Funcionamiento general CLOD



1. Alcaldía de Popayán

Tiene a su disposición las plantas físicas o escenarios para la realización de deporte en la ciudad bajo el plan de desarrollo “Vive el Cambio” que cubre los periodos 2016 a 2019. “Vive el Cambio bajo su programa “Popayán deportiva e inclusiva” tiene como objetivo promover el mejoramiento de la calidad de vida del ciudadano payanés a partir del sano aprovechamiento del tiempo libre y el fomento de la recreación y el deporte en todas sus dimensiones, con el apoyo de procesos de investigación y con criterios de inclusión social, enfoque poblacional y la participación del ciudadano urbano y rural.” (Acuerdo Plan de Desarrollo Alcaldía de Popayán 2016). Para el desarrollo de este plan la Alcaldía cuenta con diferentes actividades para realizar, uno de sus

focos es el trabajo con jóvenes que se lleva a cabo por sectores y comunas, para esto la Alcaldía trabaja mediante monitores los cuales hacen la labor de entrenadores y se encargan de difundir el deporte que se oferta en determinada comuna, de esta forma buscan generar un contacto con los jóvenes que viven en el sector. En cuanto a la producción impresa, la Oficina de Prensa y Comunicaciones se encarga de producir y difundir la publicidad de los eventos que se realizarán para el público en general, intentando abarcar el mayor número de participantes posible ya sea para la práctica del deporte como para que hagan la función de espectadores.

2. Clubes y equipos deportivos

Estos están conformados por personas de todas las edades, pero principalmente por jóvenes. Existen clubes de distintos deportes como fútbol, voleibol y natación, y su funcionamiento gira principalmente a la dinámica entrenador - estudiante. Cada club tiene sus requerimientos propios, como por ejemplo el costo de los entrenamientos, sus horarios y también el sitio o sitios que disponen para realizar sus prácticas. Además suelen estar orientados a la práctica deportiva con fines competitivos, aunque también se puede hacer parte de estos sin participar en las competencias y torneos existentes. Finalmente cabe mencionar que estos clubes están registrados oficialmente ante la Alcaldía de Popayán, ente que también tiene relación directa con los grupos ciudadanos descritos a continuación.

3. Grupos ciudadanos

Son grupos de personas que se han unido para practicar un deporte y/o promover la realización de diferentes actividades físicas. Gracias a que uno de los integrantes del proyecto es miembro fundador de un grupo ciudadano de ciclismo (Bicintage), regularmente participa en las actividades realizadas por este tipo de grupos, lo que le ha dado acceso al conocimiento de la estructura interna y funcionamiento de los grupos ciudadanos de ciclismo en general. Estos grupos no están avalados por la alcaldía como un club deportivo o un equipo a pesar de que poseen una cantidad de miembros estable y a que regularmente realizan actividades en la ciudad. Aun así, estos grupos ciudadanos tienen el mismo grado de importancia que los equipos y clubes deportivos que integran la oferta. Este tipo de grupos está abierto a la participación y a la vinculación con otros grupos ciudadanos que practiquen el mismo deporte o uno diferente, como también, a personas interesadas en la práctica, ya que buscan que la comunidad crezca, se fortalezca y se conformen nuevos grupos. Cabe aclarar que a diferencia de los clubes, estos grupos no exigen ningún tipo de mensualidad.

4. Estudiantes Institución Educativa Rafael Pombo

Los estudiantes de los grados noveno y décimo fueron la muestra representativa con la que se trabajó durante el proyecto, en otras palabras, hicieron la labor de público objetivo y de participantes activos en la invención y corrección de las piezas de la estrategia de comunicación. Las edades de los estudiantes de estos cursos

estaban comprendidas entre los 13 y 19 años y eran un total de 107 estudiantes de los cuales 43 eran mujeres y 64 hombres. Fue con la colaboración de los profesores, quienes permitieron realizar las actividades durante sus horas de clase, que se consiguió desarrollar las herramientas planteadas en las fases 1 y 2. En cuanto a la realización de las actividades uno de los puntos a tener en cuenta fue el tiempo de trabajo, puesto a que se contaba con un tiempo límite de 40 minutos. Por esta razón se utilizaron herramientas que permitieron la recopilación de información en grupos numerosos y en poco tiempo. El promedio de cada grado con el que se realizó todo el trabajo fue entre 25 a 30 estudiantes.

5.3 BITÁCORA DE IMPLEMENTACIÓN

En este apartado se encontrará la descripción de la implementación de las actividades realizadas a lo largo de la realización del proyecto, desde cómo fueron planteadas y que se esperaba conseguir, además de lo que se llevó a cabo realmente.

5.3.1 Primer registro y recolección de información de actores ofertantes.

Durante los días 7 y 8 de marzo del 2017 se llevó a cabo la realización de un torneo de voleibol como lo muestra la siguiente imagen, en este participaron gran parte de los clubes que se encuentran en Popayán. El torneo fue organizado por Athletic Voley Club, equipo que hace uso de las instalaciones de la Villa Olímpica de Comfacauca para sus entrenamientos. A lo largo del torneo se realizó un registro fotográfico de todo el evento, tanto de las instalaciones, que en este caso se hizo uso las canchas del Cadillal y del colegio Don Bosco, como de los equipos que participaron, los cuales fueron fotografiados mientras disputaban sus respectivos partidos. A su vez se aprovechó el espacio del torneo para acercarse a los entrenadores de los equipos participantes y contarles un poco sobre el proyecto y lo que se pretendía hacer con este. Posteriormente se acordó una dinámica de intercambio de información entre CLOD y los equipos que participaron en el torneo. Esta dinámica consistió en intercambiar las fotografías de los respectivos equipos luego de que ellos respondieron una encuesta digital¹, que indagaba

1 Encuesta realizada en Google Drive: 1 :<https://goo.gl/forms/nr3U4ISxJk33Q4Fh2> 2: <https://goo.gl/forms/ORMROf8hIDYuwHgE2>
Anexo 4, Anexo 5, Anexo 6 y Anexo 7

5.3.3 Acercamiento #2 con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo

El 31 agosto de 2017 se realizó la segunda actividad con los estudiantes de la I. E. Rafael Pombo. La herramienta seleccionada para tal labor fue la encuesta. A diferencia de la vez anterior con la encuesta #1, realizada los días 27 y 28 de marzo del 2017, se indagó sobre puntos más específicos, como por ejemplo sus medios preferidos para tener acceso a la información, concretamente al tema de la oferta deportiva. Otro punto relevante dentro de la encuesta fue llegar a conocer qué redes sociales eran las más usadas por los estu-

diantes de la Institución Educativa esto se indagó mediante una pregunta de selección múltiple – para identificar si los jóvenes manejan perfiles en varias de estas redes sociales – que presentaba los logos y el nombre de diferentes redes sociales. Posteriormente, se propuso un taller de marca como espacio para que los estudiantes aportaran ideas según sus gustos, intereses y conocimientos para la identidad visual de CLOD. Al invitar a los estudiante de los grados noveno y décimo dibujaron la forma en que les gustaría que fuera la marca CLOD, se identificaron formas de interpretación de los valores que podría representar el proyecto (CLOD).



Grado: __ Sexo: __

Actividad 1

Responde las siguientes preguntas

- *¿De qué forma te gustaría tener acceso a la información de la oferta deportiva en la ciudad? (única respuesta)*

PC
 Teléfono o dispositivo móvil
 Impresos
 Todas las anteriores

Impreso portable
 Impreso fijo en un sitio
 ¿Que sitio o sitios? _____

- *De las siguientes redes sociales ¿Cuales usas? (selección múltiple)*


 Facebook


 Twitter


 Instagram


 Tumblr

Actividad 2

CLOD (Conexión Local de Oferta Deportiva), es un proyecto que pretende visibilizar la **oferta deportiva** presente en la ciudad de Popayán la cual es ofrecida principalmente a jóvenes. Queremos que **nuestra marca** (CLOD) represente clara y funcionalmente el enfoque del proyecto. ¿Cómo harías tú la marca? ¡Dibuja tu idea!

Actividad 3

Se sabe que es diferente un día de semana (lunes – viernes), que un día donde no hay colegio (sábado – domingo), por esto, realiza una descripción escrita (puedes ayudarte con dibujos), sobre un día común de semana y un día de fin de semana. Anota que recorridos haces, los sitios que sueles visitar y las dinámicas o actividades que realizas.

¡Usa la parte de atrás de la hoja!

Encuesta #2 utilizada el 31 de agosto de 2017 con los grados noveno y décimo del Rafael Pombo Anexo 9. Pág: 77.

5.3.4 Taller de Mapeo Colectivo

En el libro Manual de Mapeo Colectivo, se define a esta actividad como un proceso de creación que permite la participación de diferentes actores, en el que se puede obtener información sobre diferentes temáticas con el apoyo de un material gráfico (en especial un mapa), que puede ser impreso o dibujado (Risier y Ares 2013, 14). En este caso, la pertinencia de esta actividad en el trabajo de campo se tiene porque se identificó la necesidad de conocer qué sitios o lugares de la ciudad eran representativos para los estudiantes, para posteriormente definir los puntos de referencia. A su vez se indago sobre las rutas de sus recorridos cotidianos en la ciudad, mostrando que suelen mantenerse por cierto sector de Popayán (centro y suroccidente), razón por la cual conocían más sitios alrededor de esa zona que de los sitios que fueron propuestos por nosotros originalmente. Realizamos la actividad de mapeo colectivo en la Institución Educativa Rafael Pombo, el día martes 5 de septiembre del 2017, en la que participaron es-

tudiantes de grado Décimo, grupos A y B. Lamentablemente no se pudo contar con la presencia de los estudiantes del grado 9°, ya que tenían que realizar actividades importantes en sus respectivas clases en el momento de la actividad de Mapeo Colectivo. Para realizar la actividad, se solicitó en cada grupo de grado Décimo, la colaboración voluntaria de un pequeño número de estudiantes. Teniendo como referente el libro Manual de Mapeo Colectivo mencionado anteriormente, se adaptó la actividad para obtener la información que se necesitaba.

Para la actividad se utilizó una cartografía impresa de Popayán con una capa superior de papel transparente para poder intervenir el mapa. También se hizo uso de unas fichas guía, impresas en hojas tamaño carta para que los estudiantes pusieran más información sobre puntos de referencia y sobre iconografía.

Ver capítulo 6 Resultados del proyecto - 6.4.2 Criterios de forma - Resultados taller de mapeo colectivo.

CLOD
Comisión Local de
Oficina Departamental

Cara 1

Grado: ___ Participante: ___

Actividad 1

Mira en la cartografía (mapa) de Popayán los 26 sitios que están ubicados como puntos de referencia y responde lo siguiente:

- ¿Del total de estos 26 sitios, cuantos conoces?
Menos de 5 Entre 5 y 10 Entre 10 y 15 Entre 15 y 20 Más de 20 Todos
- ¿Crees que los 26 sitios que se están usando son suficientes para orientarse y ubicarse correctamente en la cartografía (mapa) de la ciudad?
Sí No
- En caso de haber respondido No, ¿Qué otros sitios crees que deberían aparecer? (máximo 10). En caso de haber respondido Sí, ¡Escribe al menos uno!

Ejemplo: Representación de este símbolo mediante su significación

Icono: ¿Qué que puede representar una central eléctrica, como también a una fuente de agua

Actividad 2

Nota: Puedes dibujar más de un icono de la misma categoría si le alcanza el espacio.

Dibuja los **iconos** que creas que representen mejor las categorías de los sitios que aparecen en la cartografía (mapa), excepto la categoría de "puntos de referencia" en la que tendrás más espacio para dibujar al menos **4 iconos** de los lugares que pertenecen a la categoría.

<p>Puntos de referencia</p>	<p>Centros de comercio</p>
	<p>Parques</p>

CLOD
Comisión Local de
Oficina Departamental

Cara 2

Actividad 3

De los lugares que anotaste en la página anterior, ubícalos en las categorías ya establecidas (puntos de referencia, centros de comercio y parques).

Puntos de referencia _____

Centros de comercio _____

Parques _____

Actividad 4

En caso de que creas que alguno de los sitios que colocaste en la actividad anterior no pertenece a las categorías ya establecidas, ¡Crea tu propia categoría o categorías, poniéndole **nombre** y **dibujando** su icono respectivo!

Nota: Puedes hacer uso de todo el recuadro ubicado en la parte inferior.



Estudiantes de grado décimo durante la actividad de mapeo colectivo

5.3.5 Card - Sort

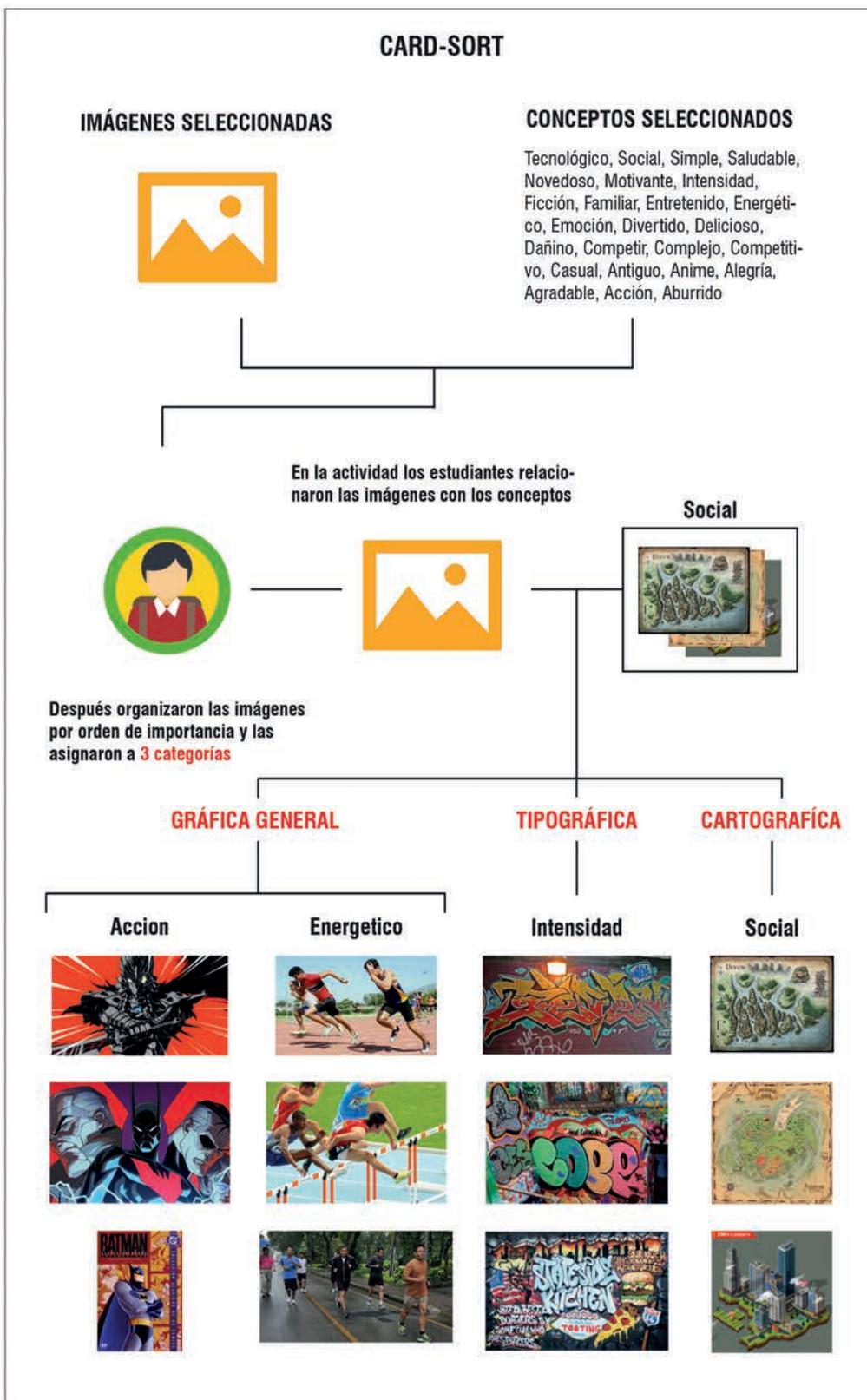
El 19 de octubre de 2017 se llevó a cabo la actividad de Card - Sort, considerada como la última actividad de recolección de datos de los estudiantes de 9° y 10° de la I. E. Rafael Pombo posterior al comienzo del proceso de diseño para la propuesta de la estrategia de comunicación CLOD.

El Card - Sort, es una herramienta para conseguir información precisa sobre un tema o temática determinada, además de jerarquizar cada concepto presentado al usuario o público con el propósito de identificar aspectos importantes². Como esta herramienta se ha utilizado para identificar ideas y elementos que los usuarios no pueden verbalizar fácilmente, en CLOD, se tomó la decisión de utilizarla para precisar imaginarios y percepciones de los jóvenes en cuanto a algunas de sus preferencias. Esta información relacionada con sus gustos a nivel visual, permitió definir aspectos formales de la estrategia comunicativa como el estilo gráfico, las condiciones de la tipografía, el tipo de cartografía pertinente, valores de marca, entre otros criterios clave para plantear la estrategia.

Para la realización de la actividad se llevaron dos barajas de cartas con imágenes de distintos tipos impresas en octavos de carta. También se contó con una lista de conceptos y palabras en recortes de papel adhesivo. La actividad para los estudiantes consistió en relacionar los conceptos con cada imagen o pareja de imágenes (máximo tres imágenes por concepto) y luego organizarlas en orden de importancia, de menor a mayor, como se explica en el esquema CARD - SORT.

La dinámica en la institución se realizó de la siguiente manera. Se pidió la participación voluntaria de cinco estudiantes de cada curso. En el caso de décimo A solo se consiguió la participación de cuatro estudiantes, por lo que se tuvo que completar las diez personas con seis estudiantes de décimo B. Seguidamente se les explicó en qué consistía la actividad con lo cual los estudiantes iniciaron el trabajo. El grupo conformado por ambos décimos realizó un trabajo en equipo, puesto que todos colaboraron entre sí para el desarrollo y la finalización de la actividad. Cuando fue el turno de los estudiantes de noveno A y B se siguió el mismo procedimiento, pero a diferencia de grado décimo, se formaron pequeños grupos de trabajo para desarrollar la actividad.

2 Descripción de Card Sort encontrada en la página de Design Kit (Design kit, sf), <http://www.designkit.org/methods/24>



Esquema de funcionamiento del Card – Sort.



Estudiantes de grado noveno durante la actividad de Card - Sort



Estudiantes de grado décimo durante la actividad de Card - Sort.

Durante el desarrollo de la actividad con ambos grupos (9° y 10°), se presentaron algunas dudas por parte de los estudiantes, principalmente en cuanto al número de imágenes que podían ser agrupadas bajo un mismo concepto, siendo tres la cantidad máxima de imágenes por cada concepto.

5.3.6 Testeo del prototipo 1 de la estrategia de comunicación CLOD, con la muestra del público objetivo

Una vez desarrollado el primer prototipo de la estrategia de comunicación CLOD, en el que se incluyeron variables de información ya procesada en relación con datos concretos como el nombre de los equipos, clubes, o grupos ciudadanos, su ubicación en la ciudad de Popayán, sus horarios de práctica, el registro fotográfico de las instalaciones que utilizan, entre otras; pero también información sobre aspectos visuales, de uso y gustos del público objetivo que se identificaron gracias al trabajo de campo previamente realizado con los actores ofertantes y los estudiantes de la IE Rafael Pombo; fue necesario realizar pruebas del prototipo, para establecer criterios de mejora del mismo. Por tal razón, el día 8 de noviembre de 2017 se llevó a cabo el

testeo del prototipo 1, con los estudiantes de 9° y 10° de la IE Rafael Pombo. Para la realización de la misma se contó con un computador en el que se explicó todo. Se mostraron las partes de la estrategia y algunas visualizaciones de estas en un contexto real haciendo uso de muck up's. También se llevaron dos prototipos del impreso pequeño, para que los estudiantes pudieran apreciar de primera mano la disposición de la información, los tamaños de las partes que lo conforman, como también la cromática usada en este.

Imágenes de los Muckups se pueden ver más adelante en la sección 6.5 Estrategia de comunicación (prototipos 1 y 2) - 6.5.1 Resultados testeo prototipo 1.

Claramente era necesaria la participación de los estudiantes en esta actividad, o al menos de una parte de ellos. De esta forma se consiguió que 10 voluntarios de cada curso se retiraran por un momento de sus respectivas clases, para poderles exponer nuestro trabajo. Del único curso que no se consiguió la participación en la actividad fue de 10B, y esto fue debido a que este grupo se encontraba en una reunión, la cual concluía al final de la jornada estudiantil, motivo que alteró en gran medida el tiempo que se tenía dispuesto para el trabajo.



Estudiantes de noveno durante la presentación

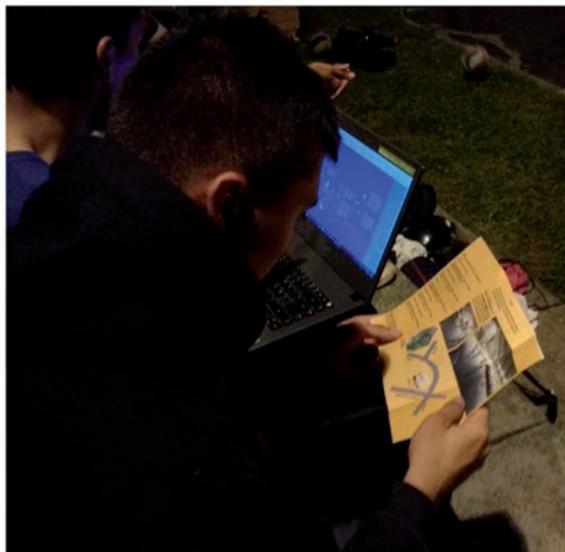
5.3.7 Testeo del prototipo 2 de la estrategia de comunicación CLOD, con la muestra de actores ofertantes

Luego de haber realizado el primer testeo y habiendo analizado la información obtenida se realizaron correcciones al prototipo de estrategia de comunicación. Estas correcciones fueron enfocadas en aspectos de las piezas como la diagramación, la cartografía y la cantidad de información brindada por cada pieza. Con las correcciones realizadas se pretendió volver a testear el prototipo con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo, lastimosamente entraban en exámenes finales durante la semana en que pensó realizar el testeo, lo que hizo imposible repetir la actividad. Por este motivo se decidió testear el prototipo de estrategia de comunicación con el club de voleibol Los Que Son. Este proceso se llevó a cabo el día 4 de diciembre de 2017 y se presentó el trabajo que se venía reali-

zando hasta el momento con los estudiantes de los grados 9° y 10° de la Institución Educativa Rafael Pombo. En esta presentación se enseñó nuevamente el funcionamiento de la estrategia y se probaron las correcciones realizadas de las piezas. Esta dinámica se realizó con algunos de los integrantes del equipo y fue realizada durante uno de sus entrenamientos.

Para esto, al igual que la vez anterior, se llevó un computador con la información, además de una reedición del plegable (anteriormente panfleto). Aquí se les expuso todo el funcionamiento del prototipo de estrategia de comunicación, se les entregó el plegable para que lo revisaran y leyeran su información y finalmente se realizó un espacio de retroalimentación en el que los integrantes del equipo brindaron datos y recomendaciones en pro del mejoramiento de la estrategia.

Resultados en la sección 6.5 Estrategia de comunicación (prototipos 1 y 2) - 6.5.2 Resultados testeo prototipo 2.



Fotografías de registro testeo 2 con club de voleibol Los Que Son en el barrio Palace, el 4 de diciembre de 2017.

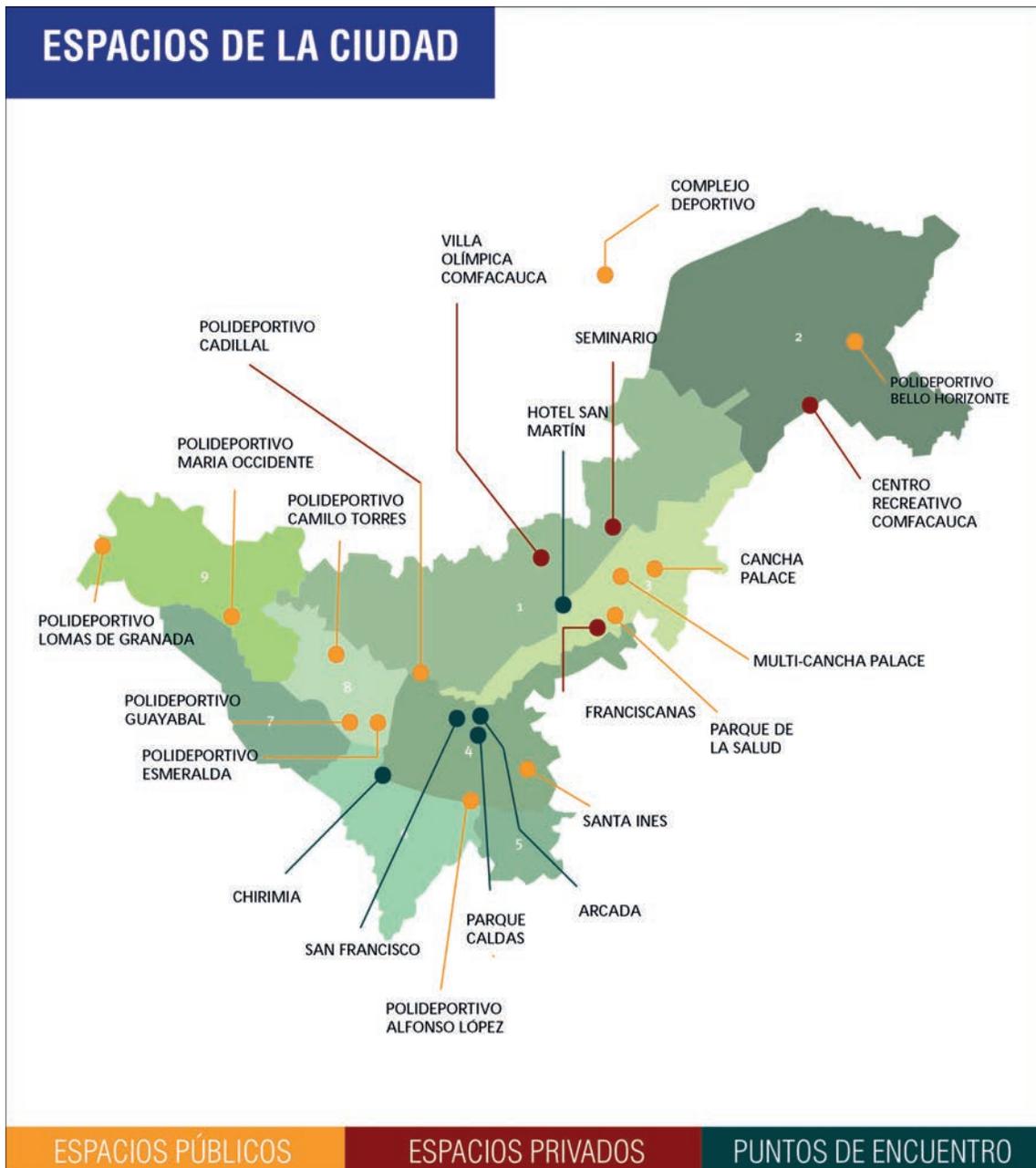
6. Resultados del proyecto



6.1- ACTIVIDAD FÍSICA Y DEPORTES EN POPAYÁN

Al iniciar el trabajo de anteproyecto y habiendo decidido finalmente la temática en la que se iba a centrar, el panorama que se tenía frente a la oferta deportiva existente en la ciudad de Popayán era demasiado amplio debido a que no se conocía gran parte de su funcionamiento. La información que se tenía era poca

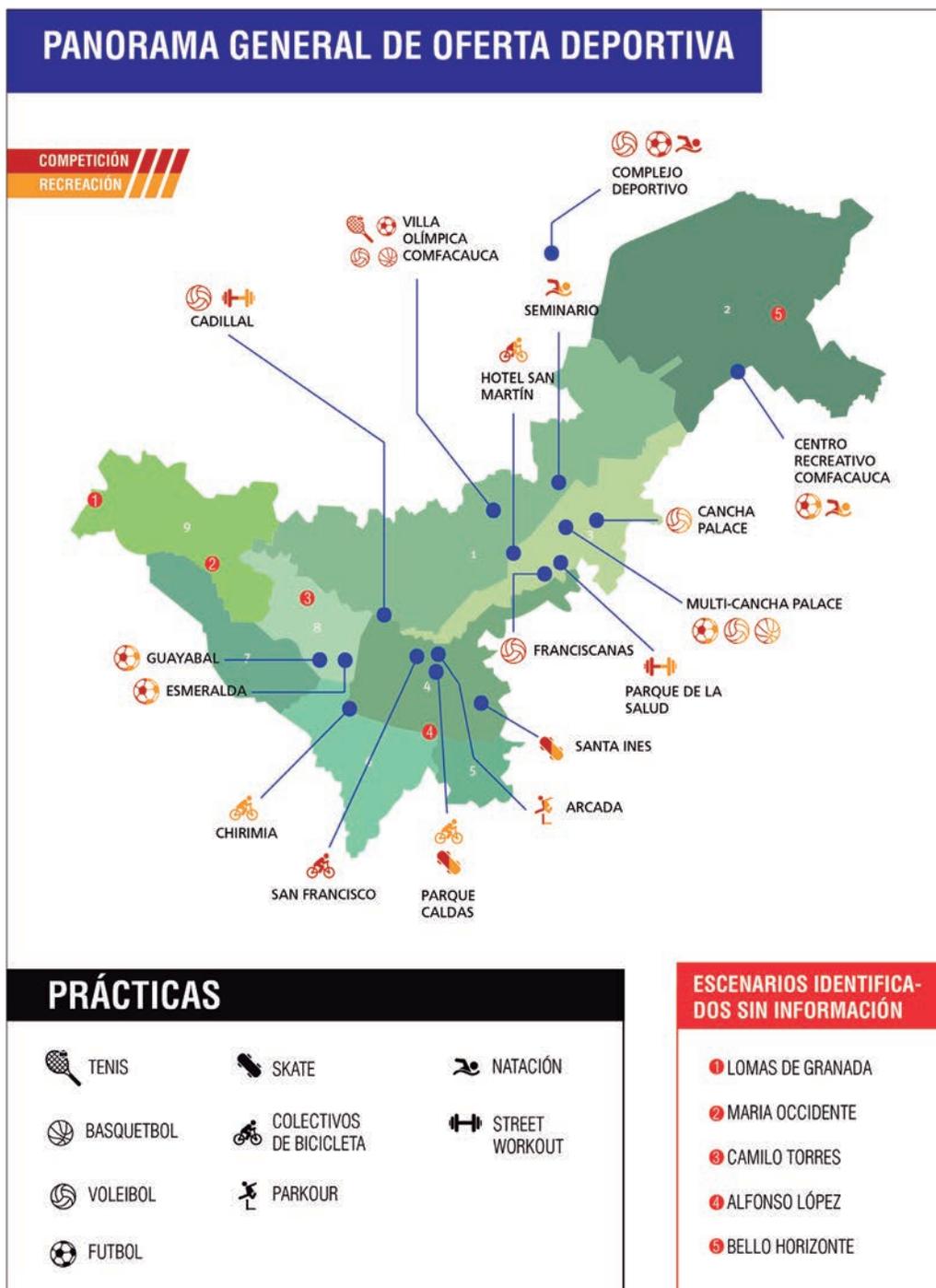
y únicamente comprendía los grupos y clubes de los deportes practicados por nosotros. Por esta razón la investigación realizada sobre la oferta deportiva de la ciudad fue muy amplia, y se recolectó información sobre la mayor cantidad de deportes disponibles. Esto brindó insumos para realizar una cartografía de Popayán en la que se ubicaron los escenarios y los puntos de encuentro en los que se llevaba a cabo la práctica de los diferentes deportes.



Cartografía de Popayán separada por comunas y ubicación de espacios para la realización de deporte.

De igual forma se realizó otra cartografía en la que se detalló que deportes eran los que se podían practicar en cada uno de los escenarios ubicados en la cartografía anterior. Estas cartografías fueron realizadas con la intención de visualizar la distribución y

el alcance de la oferta deportiva en la ciudad de Popayán, información que fue orientada principalmente a la recolección de información acerca de los cuatro deportes que fueron tenidos en cuenta para la realización del prototipo de estrategia de comunicación.



Cartografía de Popayán separada por comunas y deportes disponibles por sitio.

6.2 ¿QUÉ DEPORTES SE OFERTAN EN POPAYÁN, CUÁLES INTEGRAN LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA Y POR QUÉ?

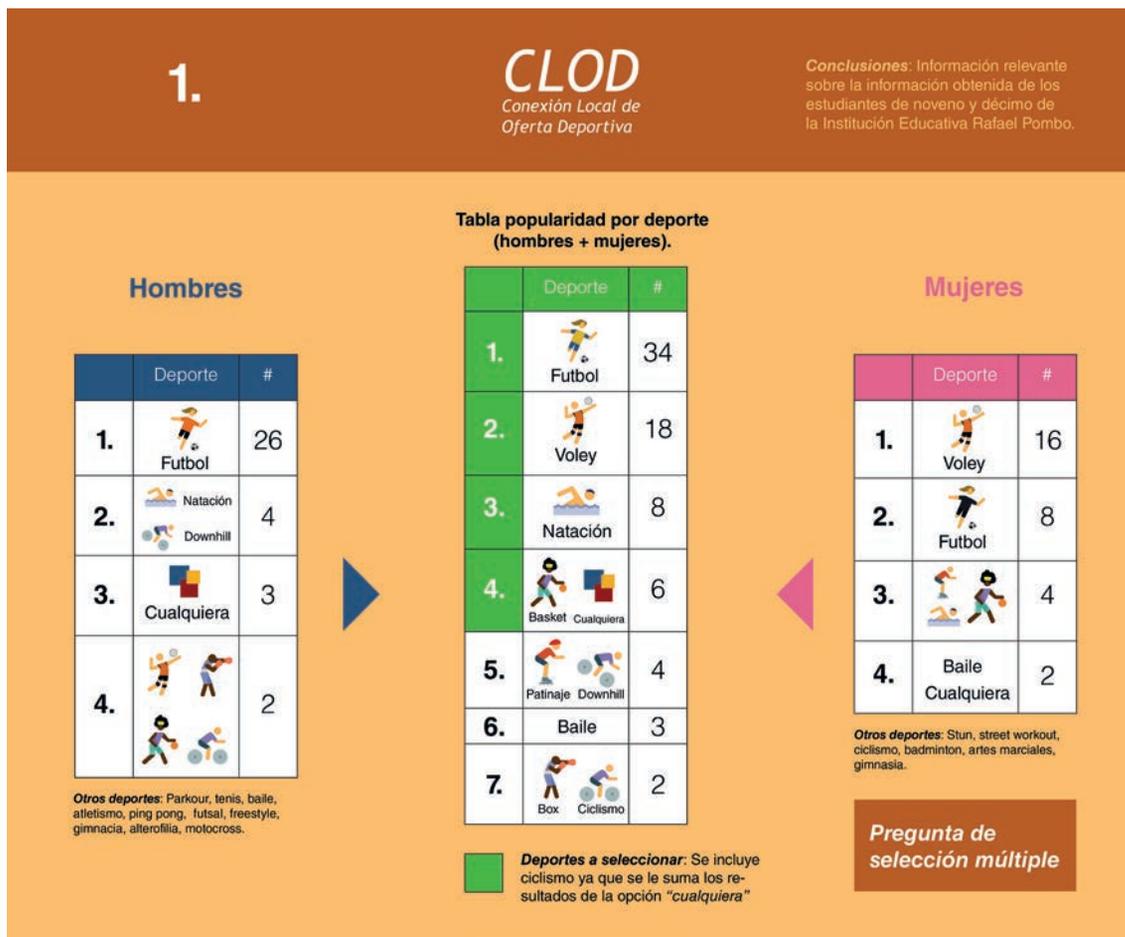
En general el listado de deportes que se ofrecen en la ciudad de Popayán es bastante amplio, ya que se brinda desde diversas partes, ya sean los equipos y clubes deportivos, los grupos ciudadanos o los monitores de los que dispone la Alcaldía.

Por parte de la Alcaldía de Popayán se ofrecen 9 deportes: Bádminton, fútbol, judo, artes marciales mixtas, pesas, natación, boxeo, baile deportivo y baloncesto, con un total de 24 grupos de entrenamiento. De la información de la Alcaldía se extrajeron 3 grupos de fútbol los cuales fueron usados en la base de datos. De los 10 grupos ciudadanos divididos en ciclismo, softball, parkour, fútbol y street workout, seis de estos destinan sus actividades al ciclismo y estos mismos fueron tomados para ser agregados en la base de datos.

Deportes ofrecidos en Popayán	
Futbol	Boxeo
Ciclismo	Baile deportivo
Voleibol	Parkour
Badminton	Street Workout y calistenia
Judo	Softball
Artes marciales mixtas	Patinaje de carreras
Levantamiento de pesas	Natación
Baloncesto	

Listado de deportes que conforman la oferta deportiva general de Popayán

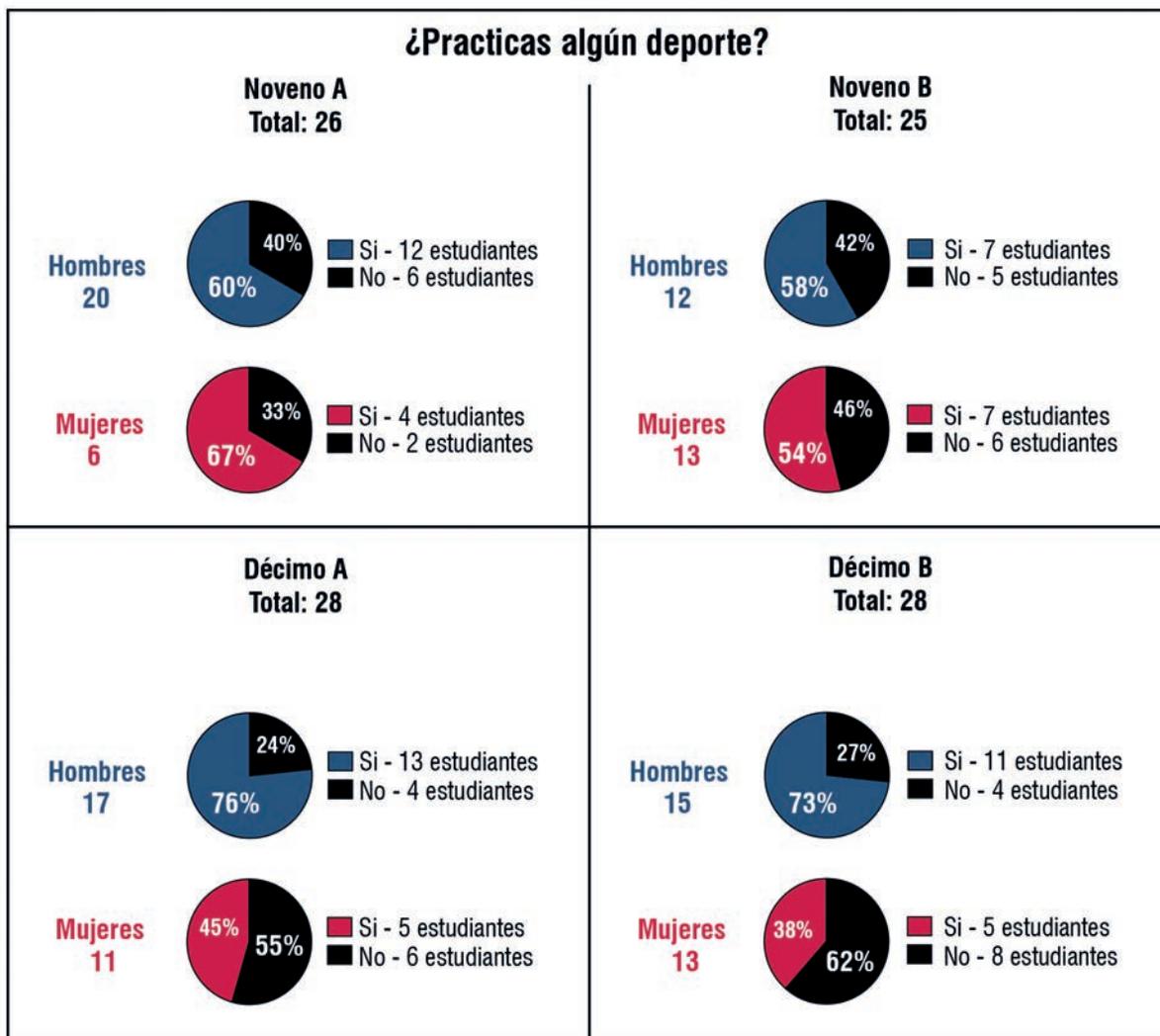
Posteriormente gracias al trabajo que se realizó con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo, se enfocó la investigación a solamente cuatro deportes, siendo estos fútbol, voleibol, ciclismo y natación, resaltando que fueron los más votados según las preferencias de los estudiantes. De esta forma los demás deportes fueron dejados de lado por el momento, ya que se pretende en un futuro que la oferta deportiva se haga mucho más grande y llegue a abarcar más deportes.



Resultados fragmento de la primera encuesta realizada los estudiantes del Rafael Pombo los días 27 y 28 de marzo del 2017.

Con estos resultados fue que se inició la labor de investigación en torno a los cuatro deportes clave, de los cuales se consiguieron los datos de contacto de los entrenadores, su ubicación, puntos de en-

cuentro, costos de los entrenamientos y registro fotográfico de sus instalaciones y dinámicas de entrenamiento realizadas por los miembros de cada equipo, club y grupo ciudadano.



Lista de nombres de equipos de los cuatro deportes (Fútbol, Voleibol, Ciclismo y Natación) Anexo 12. Pág: 77.

6.3 CONTENIDO PARA LA ESTRATEGIA

6.3.1 Escenarios

Se partió de nuestro conocimiento como integrantes del proyecto sobre los sitios que conocemos en la ciudad de Popayán para la realización de deporte. Este panorama fue complementado haciendo uso de Google Maps, plataforma en la que se consiguió ubicar otros sitios de los que no se contaba con in-

formación. Luego de ubicar los sitios se realizó un registro de las condiciones en las que estaban, aprovechando espacios como torneos competitivos y actividades recreativas. Este contenido fue dispuesto para ser enseñado al público que llegue a tener contacto con las piezas del prototipo de la estrategia de comunicación. Se lograron registrar 16 espacios destinados para la práctica de diferentes deportes y en el caso de los grupos que no usan espacios fijos para el desarrollo de sus actividades, se realizó un registro de las mismas, las cuales se llevan a cabo regularmente por distintos puntos de la ciudad.



Espacios (Fútbol, Voleibol, Natación), y ruta de ciclo - paseo (Barrio Aída Lucía).

6.3.2 Prácticas

Posteriormente a los primeros acercamientos con los actores ofertantes, se identificaron el tipo de prácticas que realizaban y se separaron en tres categorías (recreativa, semi-competitiva y competitiva).

Recreativa: Las prácticas de esta categoría se realizan sin un objetivo de competencia, no requieren de preparación y no exigen una constancia de entrenamiento. Por este motivo los horarios suelen ser menos frecuentes que en las prácticas competitivas y lo mismo ocurre con la intensidad con que se desarrolla sus actividades.

Semi-competitiva: Comparte características con las dos categorías anteriores gracias a que funciona como intermediaria. En esta categoría, aumenta un poco la exigencia con respecto a la categoría recreativa. Se hace con el objetivo de foguearse esporádicamente en algunos torneos, aún así, sigue siendo abierta para la participación de personas sin interés en la competición.

Competitiva: ésta categoría se enfoca en el entrenamiento para la competencia en eventos y torneos, esto significa que la preparación y la intensidad de

los entrenos son arduos y se aprovecha la mayor cantidad de días a la semana posible para esto.

Estas 3 categorías permitieron evidenciar que tipo de exigencia física es requerida por cada grupo ofertante de los distintos deportes, así, el público que se busca beneficiar con esta información esté en la capacidad de seleccionar el grupo más acorde y que mejor se adapte a su nivel.

6.3.3 Horarios

Gracias a los acercamientos realizados se logró identificar los horarios de las prácticas, las cuales por lo general están divididas en 3 sesiones por semana. En otros casos solo se realiza una práctica a la semana dependiendo de la intensidad de entrenamiento del grupo. La gran mayoría de los grupos realizan sus prácticas en horas de la tarde y noche y unos pocos realizan sus actividades los fines de semana en horas de la mañana. Esta información es de importancia para que el público, al igual que en el caso de las categorías de las prácticas, elija una de las opciones de oferta deportiva adaptándola a sus propios horarios.

6.4 CRITERIOS DE DISEÑO PARA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Una vez terminadas las actividades de recopilación de información dispuestas para los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo se preparó lo que fue el testeo de la estrategia de comunicación, el cual fue realizado de igual forma en la institución. Para este testeo fue necesario articular toda la información que se recogió durante las actividades con los estudiantes para darle un orden lógico que permitiera su comprensión e interpretación tanto para nosotros como para el público con el que fue testado. Con la intención de testear el prototipo de estrategia de comunicación con los estudiantes fue necesario formular unos criterios que le dieran valor a las piezas. Es así que en el proceso de articular y analizar la información obtenida algunos criterios fueron apareciendo de forma espontánea, mientras que otros fueron conseguidos a partir de actividades planeadas específicamente para tal propósito, como el caso del Card - Sort, mapeo colectivo y el apartado de taller de marca dentro de la segunda encuesta. Hay que aclarar que los criterios fueron divididos en dos categorías, que son “Los criterios de contenido” y “Los criterios formales”.

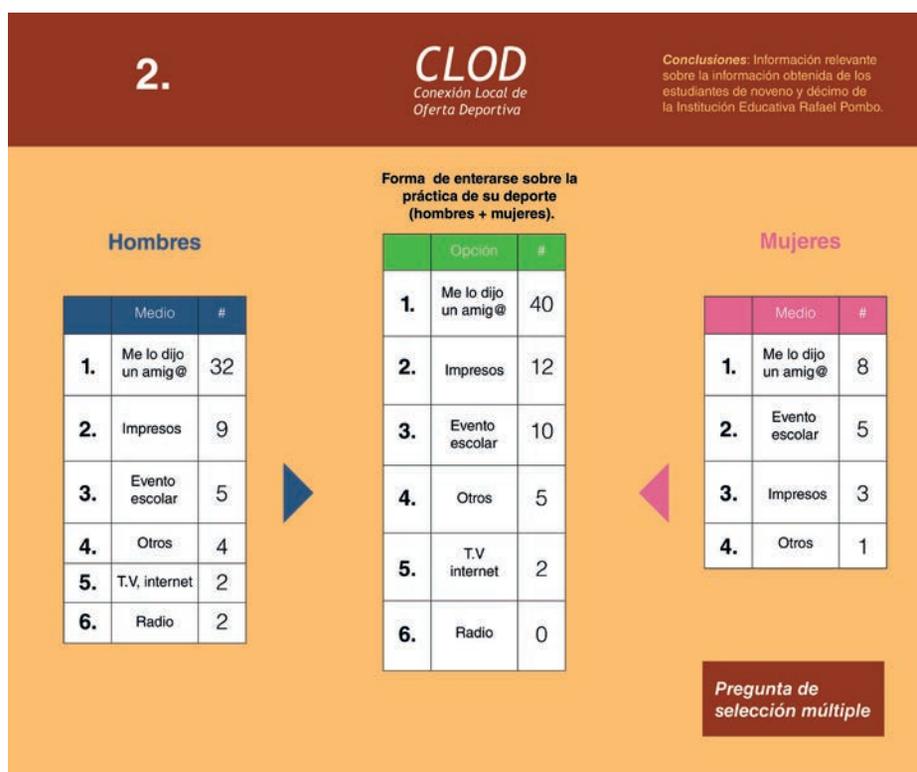
6.4.1 Criterios de contenido

Estos criterios, como su nombre lo indica fueron aquellos que guiaron la búsqueda de información. En otras palabras, los que permitieron decidir qué investigar y qué no investigar sobre los actores ofertantes, como también qué otros actores investigar.

La actividad principal de la que se consiguió obtener los criterios de contenido fue la primera encuesta realizada en la Institución Educativa Rafael Pombo.

Resultados acercamiento #1 con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo (encuesta 1), en el punto 6.2.

Esta encuesta realizada en los días 27 y 28 de marzo del 2017 fue de gran importancia a la hora de enfocar o sintetizar la información que se pensaba conseguir sobre la oferta deportiva de la ciudad de Popayán, puesto que entregaría información precisa de los estudiantes en cuanto a sus gustos e intereses deportivos. En primer lugar y como se mencionó antes, el abanico de deportes disponibles era muy amplio y se consiguió orientar la investigación a cuatro deportes como se ve a continuación.



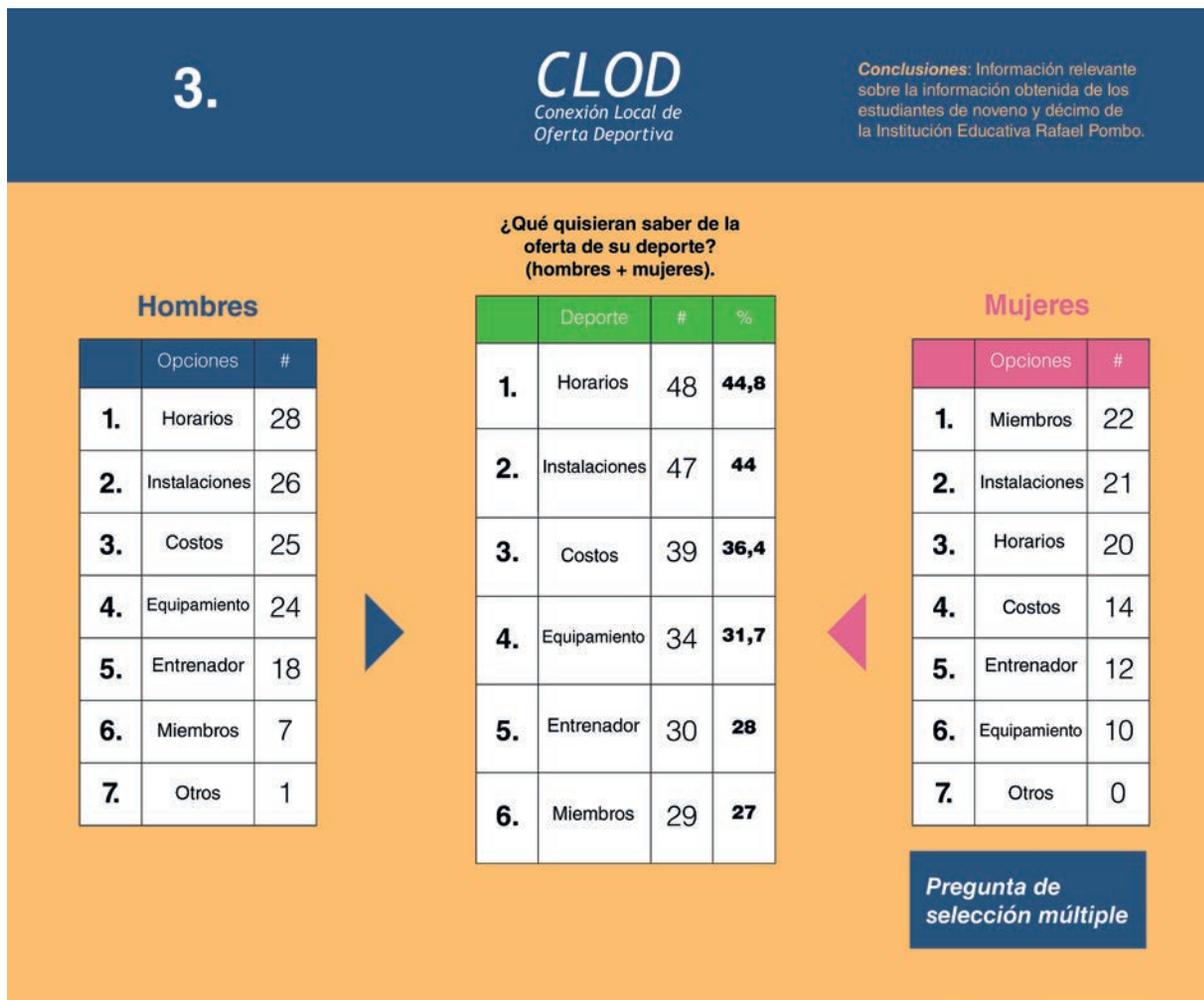
Evidencia del medio para enterarse sobre prácticas deportivas.

A su vez fue de gran importancia conocer cómo se enteraban de la oferta deportiva los estudiantes y se esperaba que la parte digital fuera por mucho la opción más fuerte en cuanto a comunicación, como por ejemplo al hacer uso de internet, ya sea de redes sociales o alguna página web o aplicación para teléfono móvil, aunque por el contrario no fue el resultado esperado. Los estudiantes le dieron prioridad a la información que recibían en su entorno cercano, especialmente en la Institución Educativa y por parte de sus amigos o compañeros de clase, en otras palabras, haciendo uso del conocido “voz a voz”.

Este punto fue vital para decidir qué formatos se les daría a las piezas propuestas para el prototipo

de estrategia de comunicación, ya que estas debían potencializar la efectividad de la forma en que se transmiten información más comúnmente y no llegar a proponer algo diferente o “novedoso” que no tendría la efectividad necesaria para cumplir esta labor. Por ejemplo en el caso del plegable cumplirá la función de potenciar el “voz a voz” pero esto será explicado más adelante.

Para finalizar se tenía la incógnita de “qué tipo de información quisieran saber antes de entrar a hacer parte de alguno de los grupos, o clubes deportivos” razón por la cual este fue uno de los puntos que se indagaron en la encuesta y del cual se obtuvieron los siguientes resultados:



Como se puede apreciar, los resultados entre hombres y mujeres fueron bastante similares y únicamente en la parte de miembros se puede distinguir la única gran diferencia. Esto nos indica que al menos en el caso de las chicas, la parte de conocer quiénes son los integrantes de un grupo o un equipo (la parte social), es de gran relevancia en su toma de decisiones, caso contrario con los resultados obtenidos de los chicos.

Con toda la información que fue proporcionada por esta encuesta es que los criterios de contenido quedaron definidos y así comenzó todo el trabajo de campo que se realizó en fin de obtener los datos más relevantes para los estudiantes acerca de los actores ofertantes de los deportes seleccionados.

6.4.2 Criterios de forma

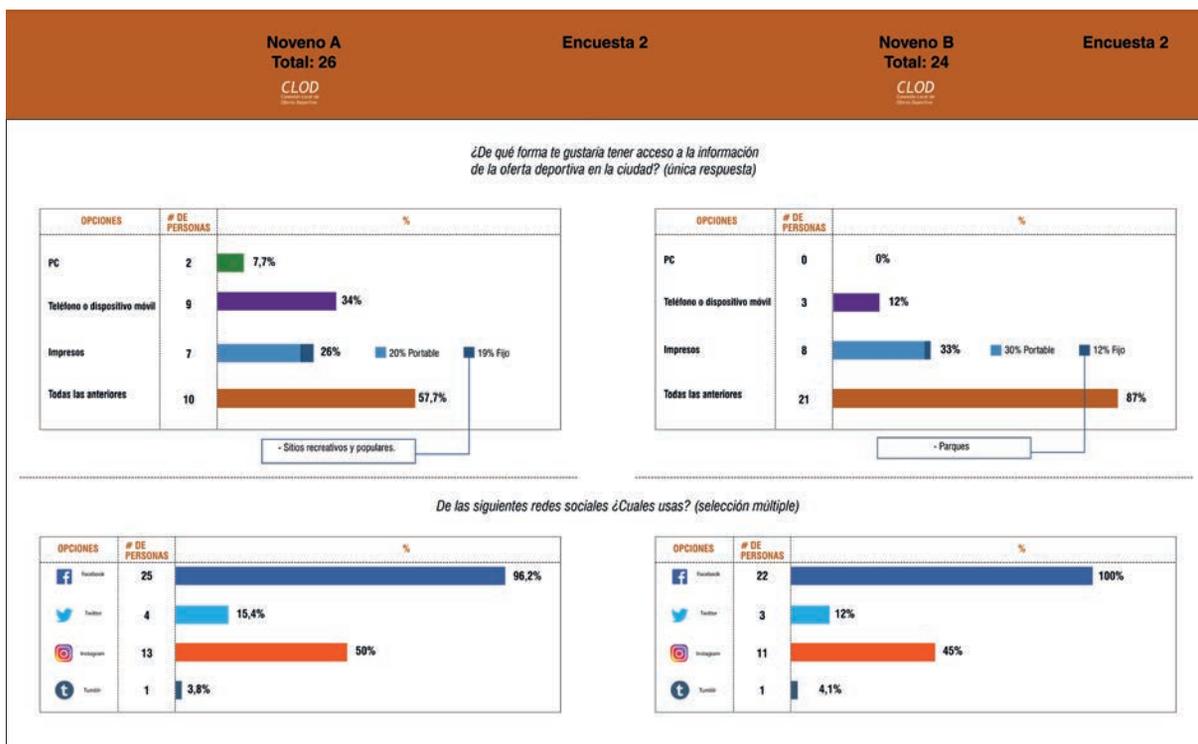
En complemento a los criterios de contenido, los criterios de forma fueron los que, como su nombre lo indica, dieron forma al contenido recopilado sobre los actores que brindan la oferta deportiva. Esos criterios de forma abarcan desde los formatos de las piezas que conformaron el prototipo de estrategia de comuni-

cación, como también la cromática implementada, las tipografías, el estilo de ilustración, iconografía y cartografías, además del proceso de evolución que tuvo la marca a lo largo del proyecto.

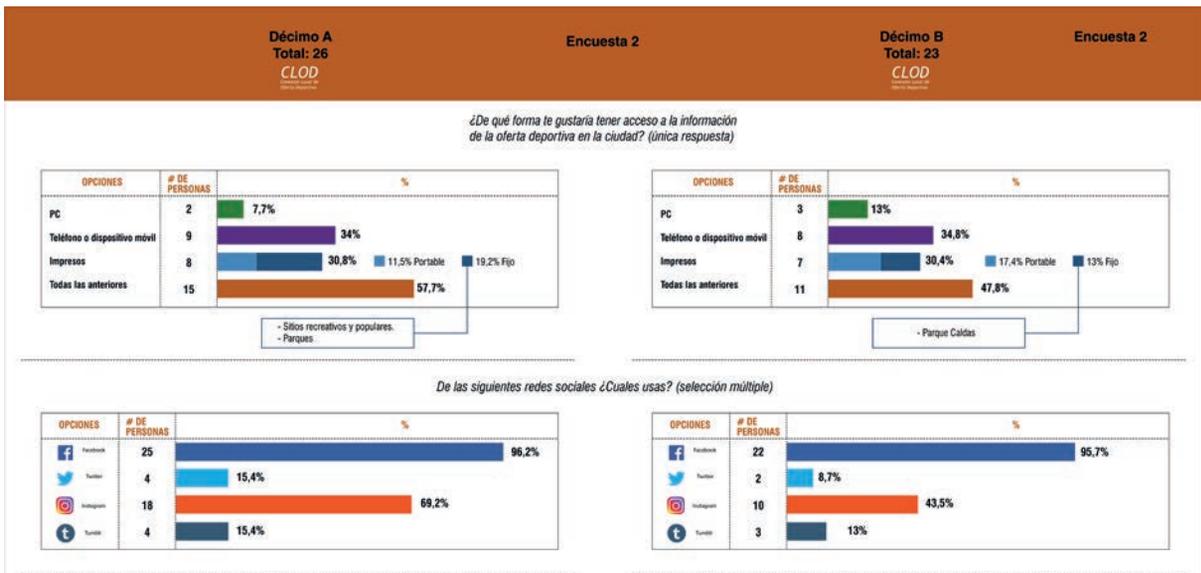
Para obtener insumos que permitieran definir estos conceptos, fueron realizadas distintas actividades con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo, las cuales fueron planeadas para recopilar información puntual sobre elementos como los mencionados previamente y que son de vital importancia al momento de iniciar con el proceso de diseño.

Resultados acercamiento #2 con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo (encuesta 2).

En esta encuesta se indaga sobre cuatro puntos, de los cuales se consiguieron resultados importantes sobre tres de estos. El primero fue sobre la forma (medios) en los que les gustaría tener acceso a la información de oferta deportiva, el segundo fue sobre qué redes sociales usan. El último fue un pequeño taller de marca que fue aprovechado a modo de referente gráfico para la modificación y posterior creación de la marca final.



Resultados primeros dos puntos de la encuesta, grados noveno A y B



Resultados primeros dos puntos de la encuesta, grados décimo A y B

Con los resultados estos dos primeros puntos fue que se dio forma al funcionamiento general del prototipo de estrategia de comunicación debido a que se concluyó que esta debía tener una parte física y una parte digital. La parte física sería representada por dos impresos, mientras que la digital haría uso de la red social más popular entre los estudiantes (Facebook) para hacer de cabo conector entre las demás partes

del prototipo, además de ser la que brinde la información en forma más completa que en los impresos.

Finalmente con el taller de marca se obtuvo resultados bastante buenos, los cuales demostraron que la gráfica o estética que relacionaban principalmente con la marca del proyecto era la que suele ser usada en los escudos de equipos deportivos.



Algunos resultados de noveno y décimo en el taller de marca.

CARD - SORT

CONCLUSIÓN NOVENO + DÉCIMO

Gráfica general (Gg)

- 1 Motivante
- 2 Delicioso
- 3 Saludable
- 4 Acción
- 5 Divertido
- 6 Alegría
- 7 Sintético
- 8 Energético
- 9 Familiar

Tipografía (T)

- 1 Intensidad

Cartografía (C)

- 1 Social
- 2 Forma
- 3 Emoción

Conceptos enumerados por orden de importancia según los estudiantes.

1 Motivante **2 Delicioso** **4 Acción y 5 Divertido** **7 Sintético**



(Gg)

1 Intensidad



(T)

1 Social **2 Forma**



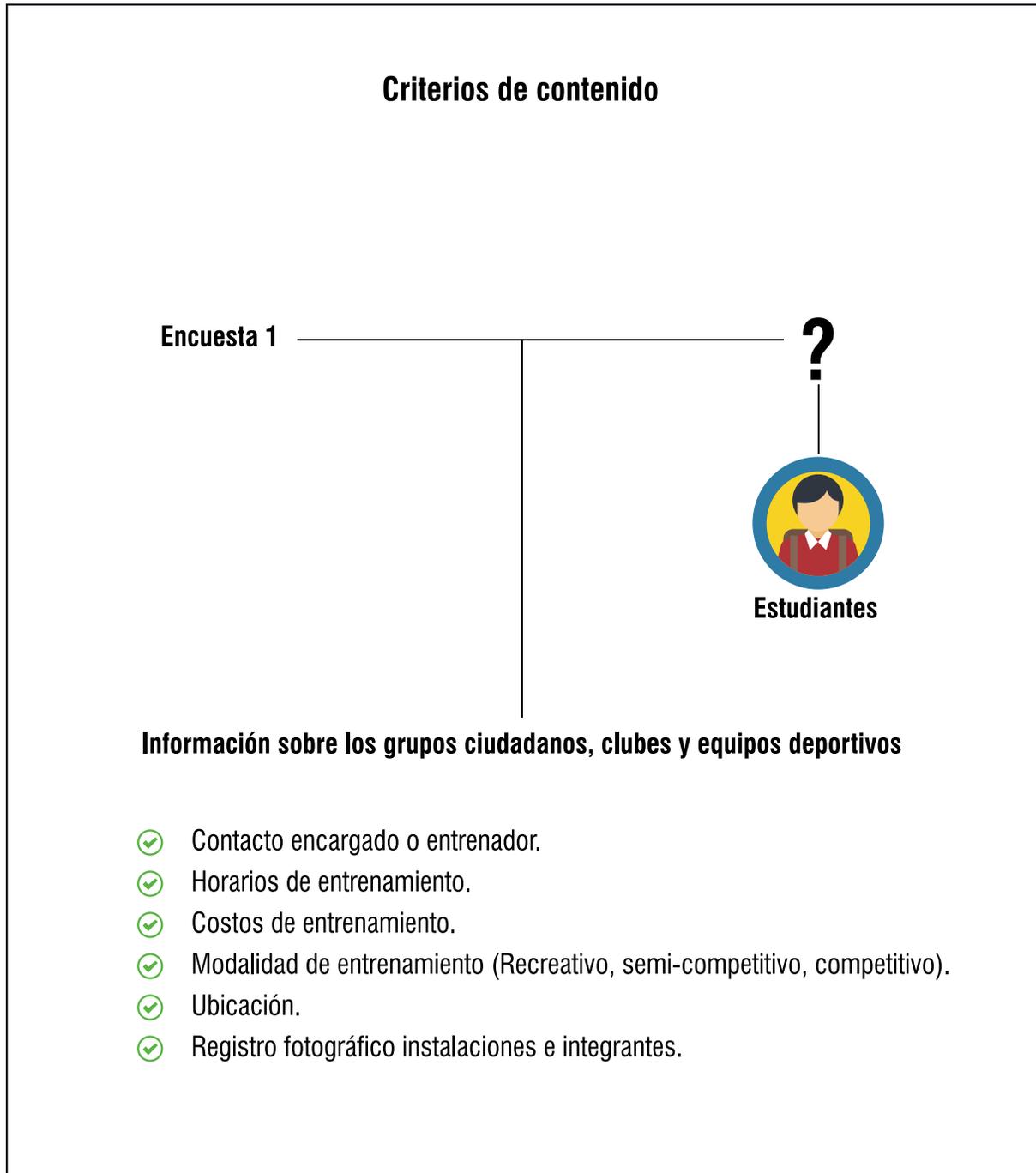
3 Emoción ▶

(C)

6.4.3 Conclusiones criterios (Contenido y Forma)

Como se puede apreciar en los resultados anteriores, cada uno estuvo relacionado hacia la obtención de los criterios de contenido o de forma.

Las siguientes imágenes sintetizan el proceso de obtención de estos criterios partiendo del uso de cada una de las actividades realizadas, enseñando los resultados más relevantes y las decisiones que fueron tomadas en base a estos.



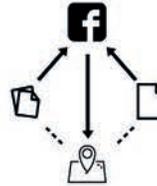
Criterios de forma

Encuesta 2

Insumos en cuanto al formato de las piezas en las que se encontrará la información, elección de la el medio digital que soportará toda la información y referentes gráficos para la corrección y formalización de la marca.

Formato

Se decidió usar dos piezas análogas. Un impreso en tamaño pliego y un plegable en formato carta. Además una parte en digital haciendo uso de una red social.



Funcionamiento

Ambos impresos brindaran cierto tipo de información sobre la oferta deportiva y redirigirán hacia la parte digital en Facebook, en la que se encontrará la información en su totalidad y el acceso la ubicación apoyandose en Google Maps.

Marca

Se usarán las iniciales del titulo del proyecto CLOD acompañadas de el mismo nombre en su totalidad y haciendo uso de un contenedor al estilo de los escudos de equipos deportivos.



Dallas Mavericks
since 1980/81



BRASIL
Brazil
since 1910



Referente de iconografía

Taller de mapeo colectivo

Se consigue conocer puntos representativos de la ciudad para los estudiantes, el tipo de gráfica de iconografía que prefieren, así como también la disposición de las cartografías impresas para ubicarse de manera adecuada.

Iconografía

Las propuestas de iconografía que entregaron los estudiantes mostraban que preferían iconos bastante figurativos.

Cartografía impresa

Serán una abstracción (zoom) de una parte de la ciudad y se le dará relevancia a los iconos (figurativos) de los sitios más importantes.



Ejemplo de posición de remate en voleibol

Estilo de ilustraciones

Estas serán dinámicas, con movimiento y representarán un momento específico en la realización de cada deporte.

Tipografía marca

Caligrafía similar a la estética de los graffitis.



Caligrafía graffiti.

Card - Sort

Con los conceptos relacionados a cada imagen o grupo de imágenes se asociaron a aspectos específicos como la cromática, el estilo de ilustración, tipo de cartografías en los impresos y también a la construcción de la marca, principalmente en su tipografía.

Cromática

Cada deporte será representado con un color principal. Tres de estos con una variación de cada color primario (amarillo, azul y rojo) y uno más de color negro o gris, además las ilustraciones tendrán colores vivos y la marca colores de alto contraste entre si.



Iconos de cada deporte



Marca

6.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN (PROTOTIPO 1, 2 Y FINAL)

Para llegar al prototipo 1 de la estrategia de comunicación se analizó toda la información obtenida durante las actividades realizadas con los estudiantes de noveno y décimo de la Institución Educativa Rafael Pombo y se llevó a cabo un proceso de análisis de cada una. En este proceso fueron surgiendo los criterios tanto de contenido como de forma, los cuales fueron aplicados en esta primera presentación con la intención de corregirlos posteriormente gracias a la evaluación y recomendaciones brindadas por los estudiantes.

6.5.1 Resultados testeo prototipo 1

Para esta actividad fueron llevadas las piezas que hasta ese momento se creía serían las finales. El conjunto de piezas que hicieron parte de esta primera prueba

fueron las siguientes. Un impreso grande en formato pliego que fue presentado de forma digital, tanto en pdf donde se podía apreciar más claramente la disposición de la información, como también haciendo uso de muckups en los que se visualizó de qué forma se vería en un contexto real.

Las dos categorías que se encuentran en la imagen del muckup se amplían de la siguiente manera.

Escenarios deportivos: Al ubicar el impreso en los diferentes escenarios deportivos de la ciudad, no se pretende que las personas que practican cierto deporte migren a otros. Dado que las personas que no hacen parte de ningún equipo o club, y que de igual forma hacen uso de estos espacios, no suelen conocer de la existencia de los mismos y tampoco están al tanto que estos equipos y clubes hacen uso de los escenarios deportivos para realizar sus prácticas, por consiguien-



Impreso tamaño pliego que estaría fijo en sitios específicos como parques y escenarios deportivos



Vista del impreso grande en contexto real (de fondo fotografía de la piscina externa del complejo acuático Popayán).

te, al contar con la presencia del impreso en estos lugares, las personas podrán enterarse de este hecho y posiblemente decidir integrarse en uno de los clubes o equipos disponibles o a su vez, contarle sobre esto a otras personas haciendo valer el método de voz a voz.

Lugares de alto flujo de personas: A diferencia del caso de los escenarios deportivos, los lugares de alto flujo de personas, como parques, colegios o ciertos puntos de referencia de la ciudad, serían aprovechados para captar la atención de público que sea ajeno a la oferta deportiva presente en Popayán, o sea, que la desconozcan por completo. Claramente estas personas ajenas a la oferta deportiva, al enterarse de esta, pueden decidir integrarse a alguno de los clubes, equipos y grupos ciudadanos disponibles, como también hacer uso del “voz a voz” para cubrir con la información a más personas.

El segundo fue un panfleto, el cual se llevó de forma impresa y también se realizaron ejemplos en digital con muck-ups. En este se encontraba una pequeña cartografía ilustrada que orientaba sobre la ubicación

de un sitio en particular para practicar el deporte del que se hablaba en el impreso, algunas fotografías del lugar, también información adicional sobre los equipos existentes del mismo deporte y finalmente una ilustración de algún personaje realizando alguna acción relacionada con el deporte del impreso, la cual tenía la intención de atraer al público hacia el panfleto.

Además de estas piezas se explicó el funcionamiento general de las piezas en conjunto con un esquema estático en una sola pantalla que fue corregido posteriormente para un uso más efectivo al momento de dar a entender el funcionamiento general de CLOD.

En cuanto a los resultados obtenidos de la actividad estos fueron mayormente positivos. La idea general del funcionamiento del prototipo de estrategia de comunicación fue del agrado de los estudiantes, como también su contenido. Para esto calificaron del 1 al 10 cada una de las piezas según lo que habían comprendido sobre su funcionamiento. Aún así surgieron comentarios y recomendaciones en pro al mejoramiento de las piezas de forma par-

ticular, puesto que no se tuvo en cuenta puntos, como por ejemplo, que en estos tiempos aún hay personas a las cuales se les dificulta el acceso y uso de dispositivos electrónicos, o que simplemente no poseen conexión a internet, por lo cual se debió aprovechar al máximo las piezas impresas

para brindar la mayor cantidad de información sin que esta llegara a estar saturada.

A continuación se encuentran las imágenes del panfleto y su uso en muckups, además de la gráfica de resultados de la actividad.

¿Dónde entrenar voley bajo techo?

Uno de las pocas canchas techadas que hay en la ciudad. Esta es usada por Athletic Club Voley el cual cuenta con equipo masculino y femenino.




Unidad deportiva la Villa Comfacauca



Instalaciones





Instalaciones Villa Comfacauca



Otros entrenadores o equipos

LQS (Los Que Son)

Contacto/entrenador: Carlos Rengifo
Teléfono: 300 485 9916

Athletic Club Voley

Contacto/entrenador: Jhon Freddy Mera
Teléfono: 301 763 5757

Zona 9

Contacto/entrenador: Adrián Felipe Egas
Teléfono: 318 841 1452

Semilleros Cauca

Contacto/entrenador: Diana Terríos
Teléfono: 314 339 1146

Atenas Cadillal Voley Club

Contacto/entrenador: Rubén Mosquera
Teléfono: 321 897 5495

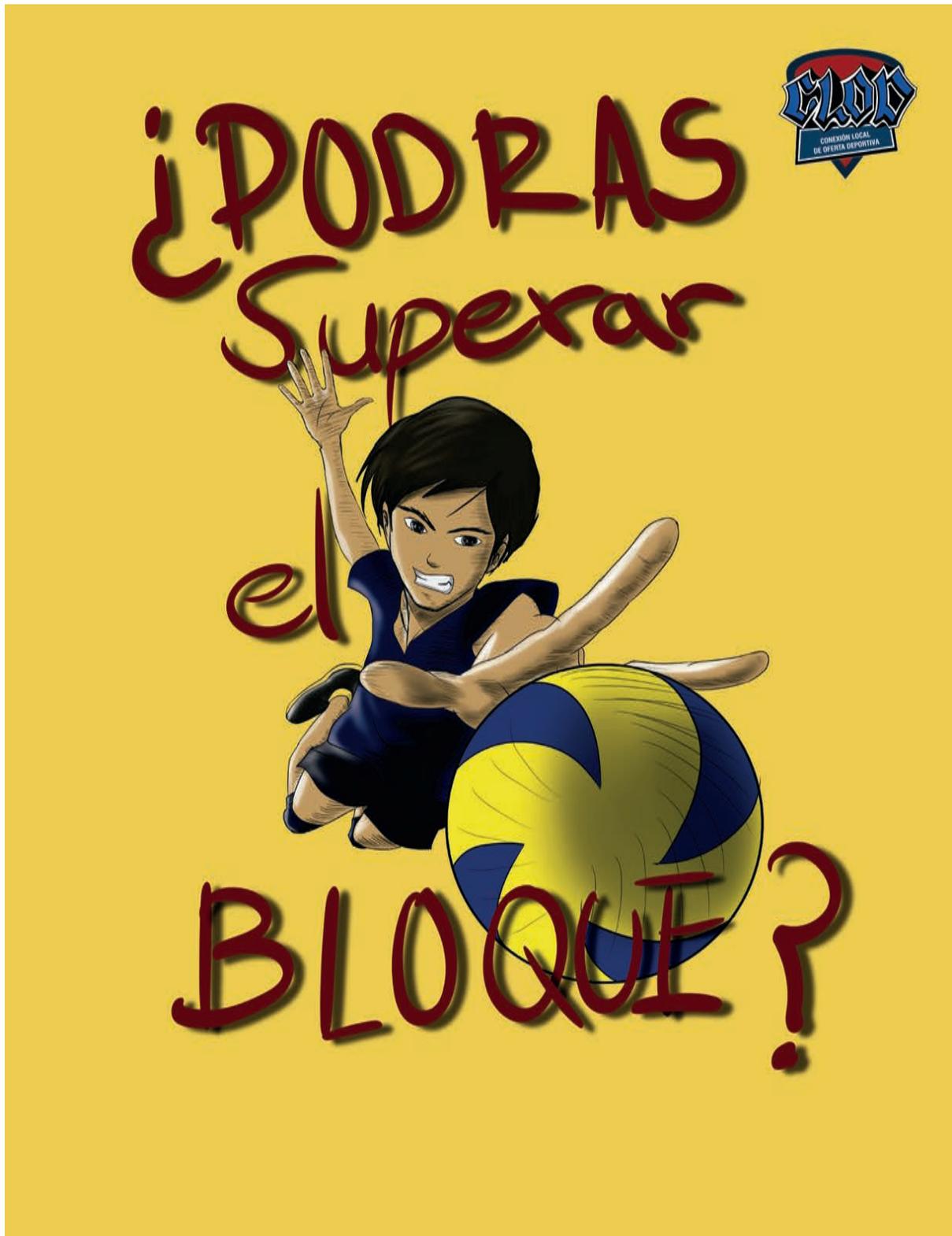
Ingresar a nuestra página para acceder a toda la oferta deportiva de la ciudad visita: [Facebook.com/clod](https://www.facebook.com/clod)

CARRERA 15

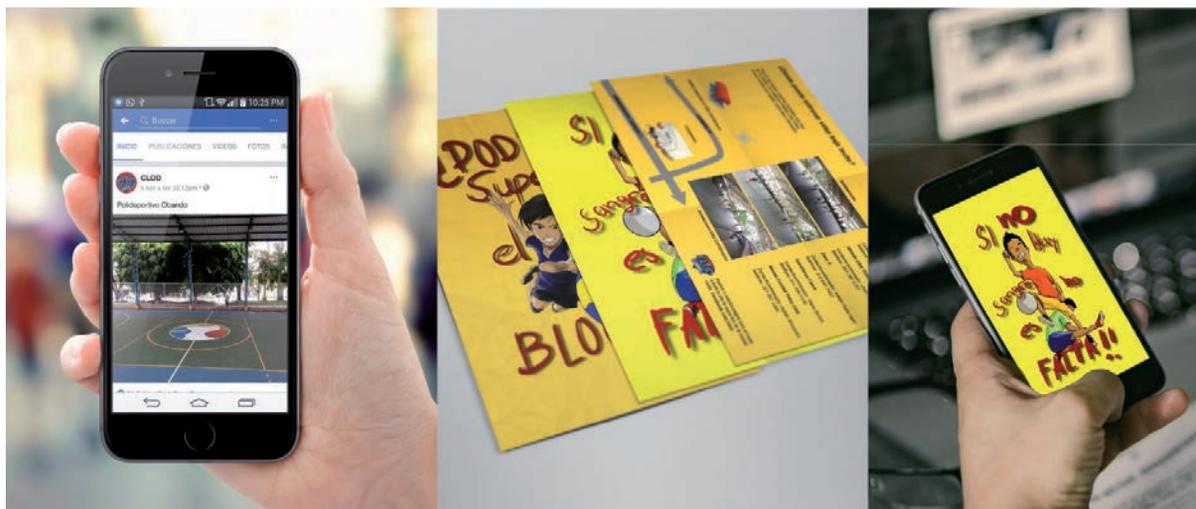


Campanario

PANAMERICANA CARRERA 9



Cara 2 del panfleto (ilustración de un personaje realizando el deporte del panfleto).



Muck up's del panfleto y ejemplo de funcionamiento de la parte digital en Facebook.

	CALIFICACIÓN (1-10)		
	IMPRESO GRANDE (PRINCIPAL)	IMPRESO PEQUEÑO (VOZ A VOZ)	DIGITAL
Total 29 Estudiantes			
Gtado 9A	8,9	9,0	9,2
Gtado 9B	9,2	8,1	10
Gtado 10A	8,05	8,83	9,24
PROMEDIOS TOTALES	8,7	8,6	9,4

Resultados de las calificaciones de los estudiantes (promedio por cada grado y total)

Consideraciones de los aportes de los estudiantes.

La abstracción de la cartografía les pareció atractiva.

Era necesario tener más puntos de referencia en las cartografías.

Se debió aumentar la cantidad de información en piezas analógicas sin que sea abrumadora.

El logo necesitó ajustes para formatos pequeños.

En cuanto estética les gusto.

Mejorar tamaño ilustración con información del proyecto.

Cartografía más pequeña

Impreso pequeño, de **panfleto a plegable!**

Ambos impresos tendrán que redirigir a la parte digital!



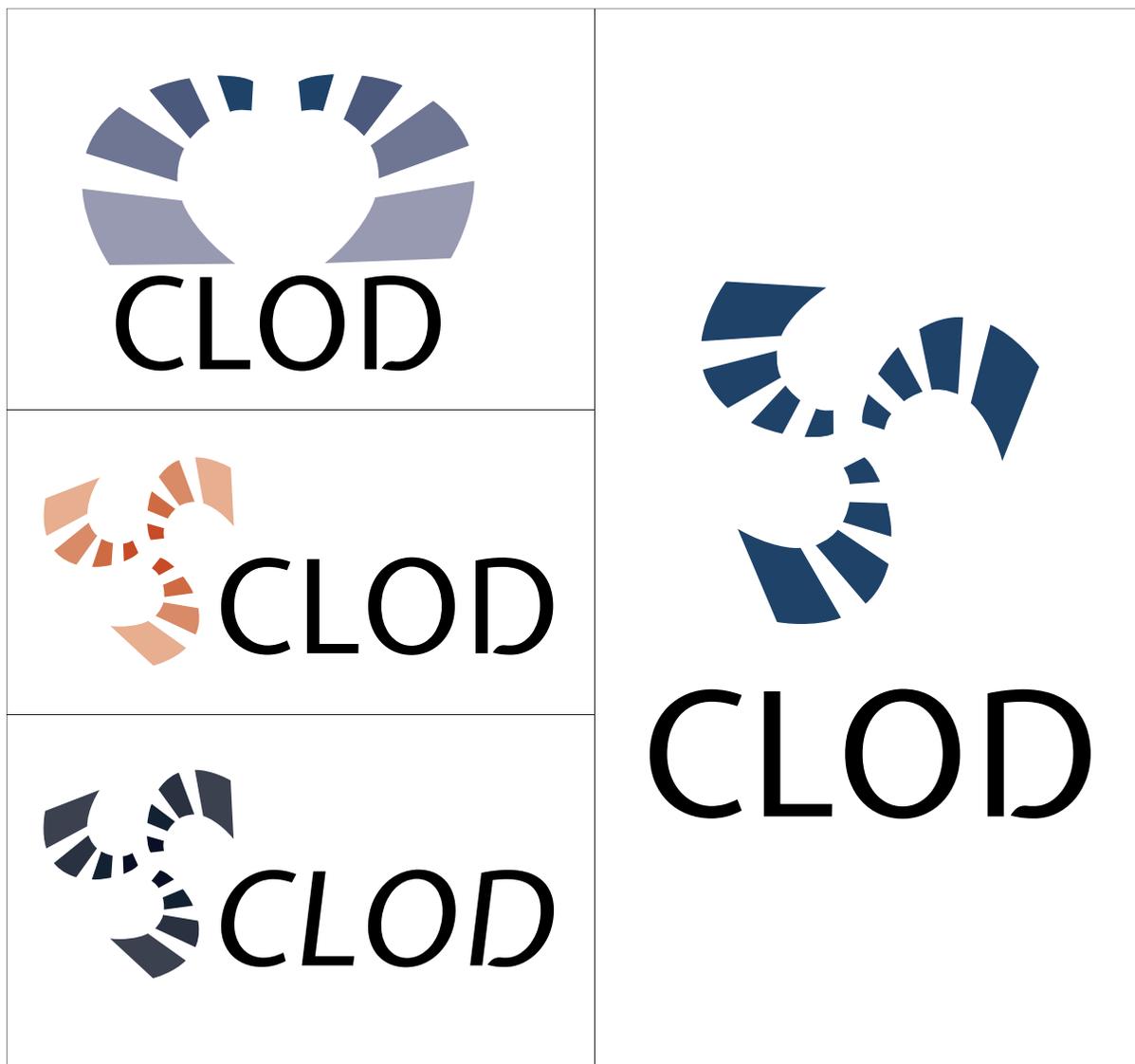
6.5.1.1 Evolución de marca

En un inicio del proyecto aunque ya se tenía una temática definida, no se tenía una marca que lo representara, es más, ni siquiera existía un nombre. Posteriormente durante el transcurso del proyecto se llegó finalmente al nombre del mismo, el cual fue Conexión Local de Oferta Deportiva, que sería representado por sus iniciales CLOD.

Con el nombre definido, el trabajo de creación y ajustes que se le realizaron a la marca, se llevó a cabo a lo largo de todo el desarrollo del proyecto,

finalizando antes del segundo testeo que fue realizado el 4 de diciembre de 2017 con uno de los grupos que brindan la oferta deportiva, y en su caso particular de voleibol (Club Los Que Son).

Al comienzo se buscaba que la marca estuviera comprendida únicamente por las letras iniciales CLOD más el uso de un isologo con el que se pretendía representar el concepto de conexión. Por esta razón es que la forma de estos primeros bocetos mostraba pedazos que iban confluyendo hacia una misma parte, representando la información de los diferentes actores que se iba a unificar posteriormente.



En continuación a este proceso se procedió a ensayar variantes en la tipografía, en la cromática y en la forma del isologo, pero siguiendo la idea principal de representar el concepto de conexión usando en conjunto los elementos mencionados.

Lo que fue una constante en esta primera etapa de bocetación fue que se quiso mantener el concepto de conexión, con lo que se realizaron unos últimos ensayos basados en los bocetos anteriores, solo que esta vez se trató de incorporar una cromática más coherente con el público al que se pretendió beneficiar, razón por la que se ensayo usar colores intensos y complementarios.



Evolución de marca, parte 2.



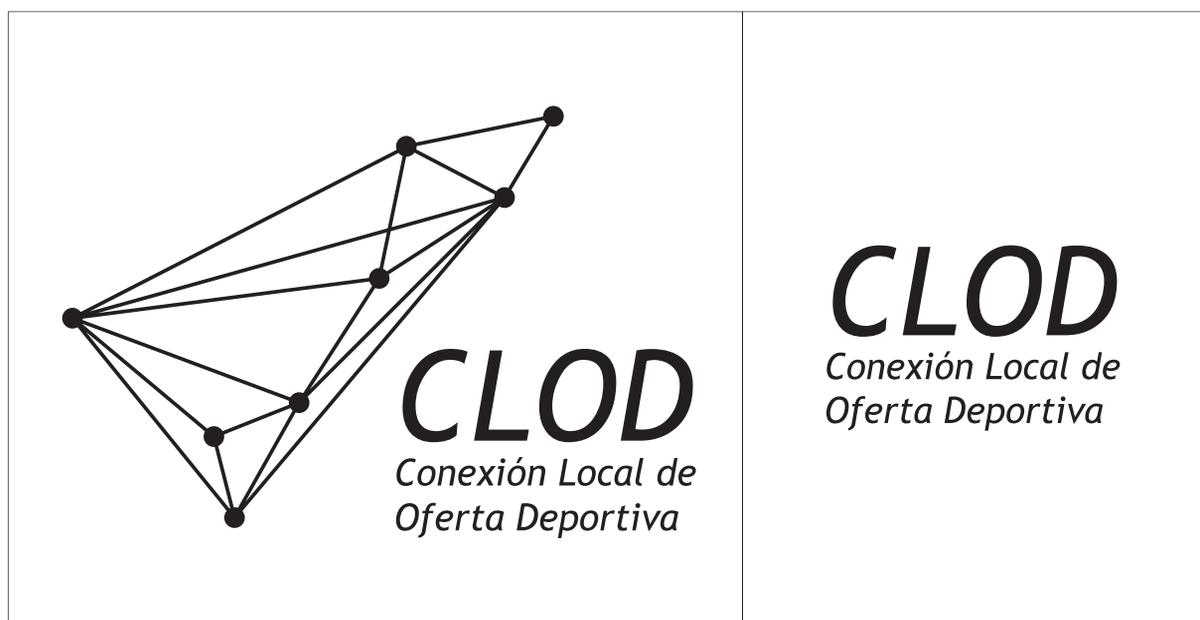
Evolución de marca, parte 3.

Luego de esta primera parte de bocetación se pensó en la posibilidad de trabajar usando un Tag-Line en el que estuviera el nombre completo de CLOD (Conexión Local de Oferta Deportiva), además de usar la marca principalmente como logotipo. El isologo se limitó a ser una pequeña franja que atravesaba las letras CLOD y que partía y terminaba en dos puntos similares a los nodos de los vectores (ver imagen evolución de marca parte 4).

Hasta este punto la evolución y uso de la marca fue únicamente utilizado para las presentaciones de planteamiento del proyecto. Más adelante, en el momento de realizar trabajo de campo se hizo uso de la siguiente modificación de la marca, la cual estuvo comprendida por un isologo, el logotipo CLOD y el Tag-Line de Conexión Local de Oferta Deportiva (ver imagen evolución de marca parte 5).



Evolución de marca, parte 4.



Evolución de marca, parte 5.

Esta marca debido a su estética demasiado seria y corporativa, claramente no funcionaba y no reflejaba lo que era en sí el proyecto. Aun así se hizo uso del modelo del logotipo más el Tag-Line en las encuestas y demás actividades que se realizaron en la Institución Educativa Rafael Pombo con los estudiantes de noveno y décimo.

Posteriormente con el taller de marca realizado dentro de la segunda encuesta fue que se consiguieron los insumos necesarios para la nueva modificación de la marca. En esta se buscó conseguir una estética similar a la que es usada en los escudos de equipos de diferentes deportes, razón por la cual quedaría inmersa en un contenedor, además por

medio de la actividad de Card-Sort se terminó de conseguir pistas sobre la cromática y la tipografía adecuada, siendo la primera colores que generaran alto contraste entre sí, y una letra similar a la del graffiti (ver imagen evolución de marca final).

Esta versión es la que finalmente fue seleccionada como la marca del proyecto ya que representaba de for-

ma adecuada la naturaleza del mismo, además de que al momento de testear el funcionamiento general del prototipo de estrategia de comunicación fue agradable para el público con el que se testeó. A su vez esta marca permite su uso en diferentes tamaños simplemente reduciendo el número de partes que las componen, como la forma del contenedor o el espacio para el Tag-Line, dejando únicamente las letras CLOD como logotipo.



Evolución de marca, parte 6.



Evolucion de marca final.

6.5.2 Resultados testeo prototipo 2

Una vez realizado el primer testeo y habiendo realizado las respectivas correcciones al prototipo de estrategia de comunicación se pretendió hacer una segunda prueba con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo pero esta no se pudo llevar a cabo porque los estudiantes entraban en exámenes finales, y de esta forma no era posible disponer de su tiempo para el desarrollo del proyecto.

Lo ocurrido fue la razón para que la segunda prueba fuera realizada con un público diferente, el cual fue uno de los grupos que hacen parte de la oferta deportiva de la ciudad de Popayán, específicamente de voleibol. El nombre del club es Los Que Son y el testeo se realizó con algunos de sus integrantes durante uno de sus entrenamientos.

El conjunto de piezas del prototipo de estrategia que se mostró en esta fecha constó de dos impresos y una plataforma digital que se centra en el uso de Facebook para su funcionamiento. Su mecanismo general se basa (actualmente) en redirigir al público por medio de ambos impresos hacia la parte digital, debido a que en esta se podrá encontrar la información de forma completa. Esto no significa que los impresos no brinden información de importancia, ya que cada uno tiene un fin en particular. El impreso principal (formato pliego), estará fijo en diferentes lugares como parques

y escenarios deportivos de la ciudad y su función es la de informar sobre el panorama general de la oferta deportiva que maneja CLOD por el momento a cualquier persona que visite o haga uso de estos espacios. En el testeo del primer impreso se realizaron pruebas de velocidad en las que se quería evaluar el tiempo de lectura promedio para revisar toda la información, arrojando un resultado de 5 minutos. De igual forma se probó que tanta información lograban recordar, especialmente de los equipos o grupos puestos en el impreso. El resultado fue de 3 grupos, siendo esta una buena cantidad ya que es un buen porcentaje del número total de equipos o grupos que están disponibles en cada deporte.

Por otra parte el impreso pequeño, siendo este un plegable, será entregado a los equipos o grupos de cada deporte. De esta forma los encargados o entrenadores lo pueden entregar a los integrantes de sus equipos con la intención de que ellos vinculen a sus amigos por fuera del ámbito deportivo en que se encuentran, haciendo valer el medio del “voz a voz”. A través de una prueba de velocidad de lectura, además de una de reconocimiento y ubicación de puntos de referencia en Popayán, se llevó a cabo el testeo de este impreso. En cuanto a la prueba de velocidad fueron necesarios 26 segundos para leer toda la información, de manera similar, tomó 5 segundos aproximadamente para ubicarse correctamente en la cartografía y a su vez los sitios o puntos de referencia usados fueron reconocidos fácilmente.

<p>Impreso principal (Formato pliego)</p> 	<p>¿Qué se descubrió?</p> <p>Tiempo de lectura promedio  5 minutos</p> <p>De un promedio de 5 grupos o equipos por deporte se logran recordar 3</p> 	<p>Sugerencias e ideas</p> <p>Agregar una cartografía para ubicar en donde se está viendo el impreso.</p> <p>Agregar infografía pequeña del funcionamiento del prototipo de estrategia de comunicación, mostrando que pieza se está viendo y cuales otras hay (aquí se puede redirigir a la parte digital)</p>
--	--	---

<p>Impreso #2 (Plegable)</p> 	<p>¿Qué se descubrió?</p> <p>Tiempo de lectura promedio  26 segundos</p> <p>Tiempo necesario aproximado para ubicarse correctamente en la cartografía  5 segundos</p> <p>Sitios o puntos de referencia usados fueron reconocidos fácilmente.  </p>	<p>Sugerencias e ideas</p> <p>Replantear la diagramación general del plegable para mejorar el orden de lectura.</p> <p>Disminuir el tamaño de la cartografía sin quitarle relevancia con el texto y las fotos.</p> <p>Aumentar los puntos de referencia (sitios/lugares) en la cartografía, dándole mayor relevancia a los sitios importantes y vías principales.</p>
---	--	--

Resultados obtenidos 2.

6.5.3 Prototipo final

Finalmente y gracias a todo el trabajo realizado se pudo llegar a formalizar unas piezas finales, que en este caso serían los dos impresos. La parte digital quedó planteada únicamente haciendo uso de visualizaciones y muck-up's. Otro punto importante que se logró finalizar fue el sistema de funcionamiento general del prototipo de estrategia de comunicación, el cual es soportado por todos los insumos e información adquirida a lo largo del desarrollo de todas las actividades realizadas con los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo de Popayán y también de la información recopilada sobre el conjunto de actores que brindan la oferta deportiva, como son los equipos y clubes deportivos y de igual modo los grupos ciudadanos.

6.5.3.1 Impreso principal

En primer lugar se encuentra el impreso principal en formato pliego. Este impreso estará fijo y se pretende que esté ubicado en escenarios deportivos y en puntos de alto flujo de personas. Estos últimos, como se explica anteriormente en el punto 5.1 Resultados testeo prototipo 1, principalmente constan de parques, colegios y puntos de referencia de la ciudad (un ejemplo puede ser el morro). La razón para tomar estos lugares como ideales para ubicar el impreso principal se da gracias a algunos de los resultados que fueron obtenidos en la actividad de mapeo colectivo, en la que

se identificaron algunas de las rutas que son usadas por los estudiantes en su cotidianidad, los sitios que frecuentan y también aquellos lugares que son representativos para ellos.

La información que fue establecida para este impreso se divide en cuatro partes. Estas partes comprenden los cuatro deportes de los que se tiene información por el momento, siendo estos fútbol, voleibol, ciclismo y natación. En el respectivo espacio de cada deporte se encontrará una descripción del deporte a grandes rasgos, datos de los equipos o grupos más representativos de la ciudad de Popayán en cada deporte, como el nombre, contacto del encargado o entrenador y/o página en Facebook, a su vez habrán algunas fotografías representativas del deporte y de algunos grupos y equipos, como también de las instalaciones existentes para la realización o práctica de cada deporte.

Este impreso también cuenta con una columna en la que se encuentra la marca del proyecto CLOD, una pequeña infografía que muestra el funcionamiento general del prototipo de estrategia de comunicación, resaltando qué pieza se está viendo, una cartografía que muestra algunos sitios cercanos en donde se lleva a cabo la práctica de alguno de los cuatro deportes y para concluir una nota que redirige a la parte digital en Facebook donde se puede encontrar toda la información.

6.5.3.2 Impreso secundario - Plegable

Este impreso consta de cuatro tipos distintos de plegables. Esto significa que hay un plegable exclusivo para cada uno de los cuatro deportes (fútbol, voleibol, ciclismo y natación).

A diferencia del impreso principal, el cual es fijo y estará ubicado en escenarios deportivos y puntos de alto flujo de personas en la ciudad de Popayán, el plegable se entregará a los encargados o entrenadores de cada equipo, club o grupo, también, en entidades y eventos a modo de apoyo al “voz a voz”, pero funcionando con la misma efectividad por su cuenta. En cuanto a los encargados o entrenadores de cada equipo, club o grupo, el plegable se convertirá en una herramienta de fortalecimiento del canal del “voz a voz” que se da entre los jóvenes estudiantes de bachillerato que hacen parte del público objetivo, con sus amigos y conocidos. Con este proceder, es posible que el plegable no quede únicamente en la posesión de una sola persona, sino que podrá pasar de mano en mano, brindando información a nuevas personas siguiendo la idea de “esta historia le ocurrió al amigo del amigo de un amigo”.

Para el caso de las entidades, especialmente en el caso de la alcaldía, el plegable puede colaborar para la creación de métodos nuevos de divulgación, como también, fortalecer los que utilizan actualmente, de los cuales se conoce que presentan fallas en su funcionamiento. Para ejemplificar lo anterior, es válido usar el caso de las juntas comunales. Estas son aprovechadas por la Alcaldía para brindar información sobre aspectos diversos, dentro de los que se encuentra la oferta deportiva. Lamentablemente la asistencia a estas reuniones es muy escasa, lo que obstaculiza su intención principal comunicativa.

En este punto el plegable entraría a ser un material de apoyo para ser entregado al escaso público que participa en las reuniones de las juntas comunales, convirtiéndose de este modo un pequeño número de asistentes en uno más grande en el momento en que estas personas

entreguen el plegable (posiblemente a sus hijos), a otras personas que no asisten a este tipo de reuniones.

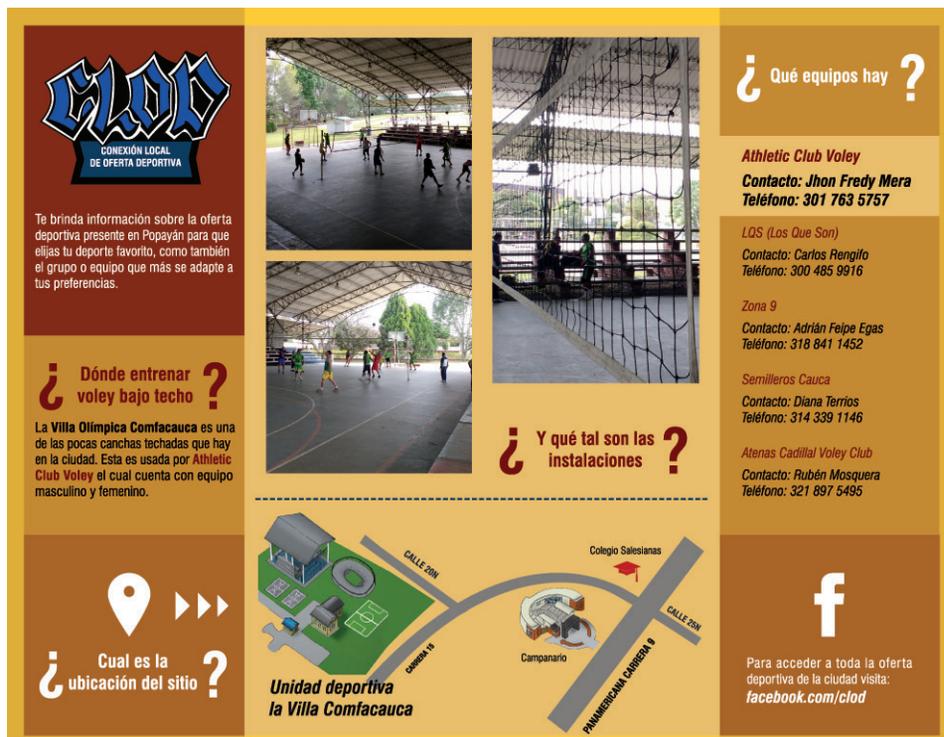
Finalmente en el caso de los eventos (principalmente deportivos) puede ser repartido por parte del organizador o de los equipos, clubes o grupos ciudadanos, al público que asiste como espectador. Claro está que todo dependerá de la intención en particular de cada uno de estos actores frente a la vinculación de nuevas personas a sus prácticas.

El plegable por si solo podrá explicar más profundamente sobre el deporte y los equipos disponibles dentro de este, con el fin de que la persona que lo tenga en sus manos use CLOD para averiguar por su cuenta, y en base a sus preferencias, puedan llegar a decidir integrarse a algún equipo, club o grupo ciudadano que se adapte a estas.

Este plegable consta de una pequeña descripción de CLOD. Seguido a esta descripción se encuentra una pregunta que pretende introducir en algún aspecto específico del deporte. Un ejemplo es la pregunta usada en el plegable existente para voleibol “¿Dónde entrenar voley bajo techo?”. Esta pregunta da pie para introducir información de escenarios que cumplan con los requerimientos solicitados, permitiendo anexar información sobre los equipos que hacen uso de los sitios mencionados anteriormente y del resto de escenarios deportivos. Bajo esta misma pregunta se da la información de ubicación de un sitio en concreto que cumpla con los requerimientos, para lo cual se encuentra una cartografía ilustrada. También hay unas imágenes de las instalaciones del sitio en cuestión y se suma la información de los demás equipos existentes, finalizando con la nota que redirige a la parte digital para encontrar el contenido completo en Facebook. Por la parte posterior se cuenta con una ilustración que pretende agregar valor al plegable, haciendo que las personas elijan conservarlo como algo también coleccionable, o en caso de que lleguen a encontrarse con el plegable por si mismos, sean atraídos por la ilustración y de esta forma se interesen en leer la información que este ofrece.



Cara exterior (plegable abierto).



Cara interior (plegable abierto).

6.5.3.3 Página en Facebook “Parte digital”

La parte digital del proyecto, más específicamente refiriéndose a la página en Facebook será el lugar en el que se encontrará la información en su totalidad. En esta se podrá ver todo el registro fotográfico de los escenarios deportivos, de los integrantes de los equipos, clubes y grupos ciudadanos, sus prácticas y actividades. Se podrá conocer toda la información disponible sobre los equipos, clubes y grupos ciudadanos, desde su nombre, el contacto del entrenador o

encargado, sus horarios y costos de entrenamiento, si es enfocado en la recreación, semi-competición o competición, sus puntos de encuentro y la ubicación de cada uno en la ciudad de Popayán.

Para la parte de ubicación en la ciudad se hará uso de Google Maps. Estos serán intervenidos agregando los iconos o imágenes correspondientes a los equipos, clubes y grupos ciudadanos de los que se tiene información, haciendo que sea más sencillo reconocerlos y ubicarlos geográficamente.



7. Conclusiones

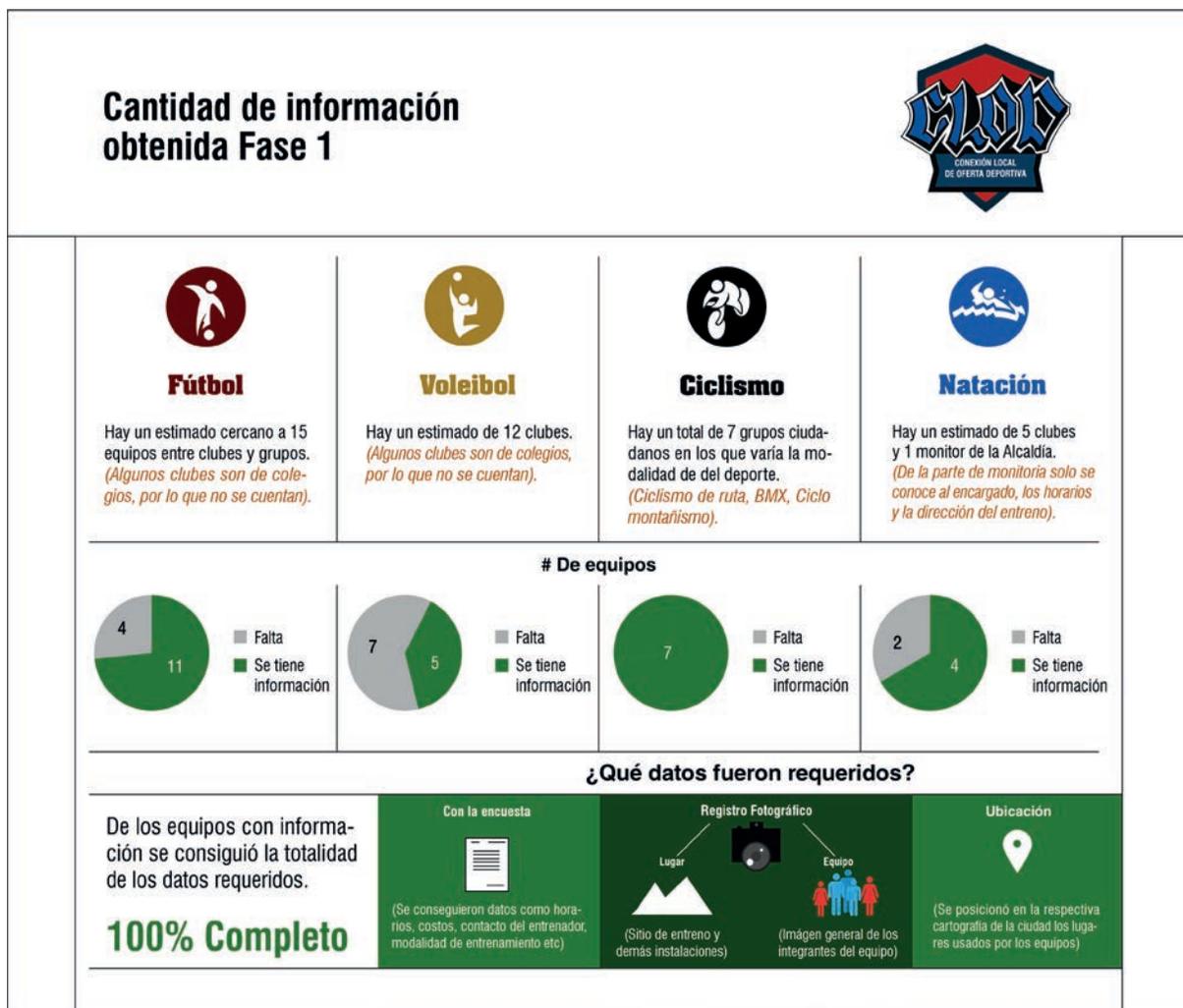


7.1 ¿CÓMO SE CUMPLIERON LOS OBJETIVOS?

Fueron planteados tres objetivos, dos fueron de investigación y uno de desarrollo. Esta estructura permitió que el proyecto fuera llevado a cabo en su totalidad, es así que las dos primeras partes del mismo se centraron en una labor investigativa del público objetivo y los actores ofertantes, luego, se realizó un proceso de creación contando con el apoyo del público objetivo (la muestra representada por los estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo), para luego pasar a la aplicación y pruebas del prototipo de la estrategia comunicativa.

Para la identificación de escenarios, actores y dinámicas que conforman la oferta deportiva disponible

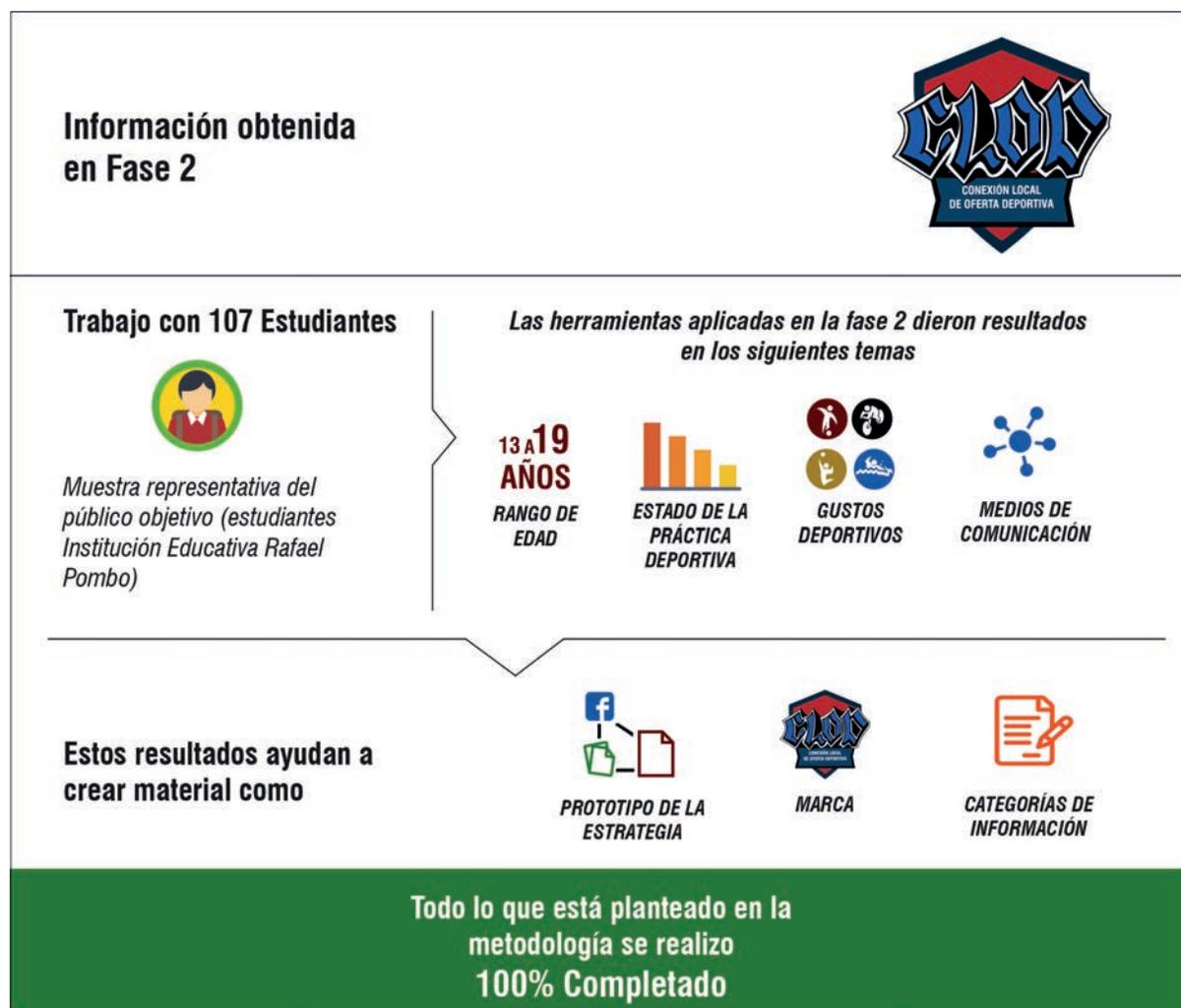
para los jóvenes de Popayán y analizar sus diferentes medios de comunicación utilizados, se realizaron múltiples acercamientos con grupos que realizan deporte (clubes, equipos y grupos ciudadanos) de los que se tenía conocimiento previo. Esta relación con los grupos ya conocidos permitió conseguir el contacto de otros clubes, equipos y grupos ciudadanos. Partiendo de 5 actores de los que se obtuvo información relevante para los intereses de la muestra representativa del público objetivo (Estudiantes de la I.E Rafael Pombo), como imágenes de registro de sus espacios, integrantes y actividades, horarios y costos de las prácticas, la ubicación de los espacios utilizados entre otros se llegó a obtener la misma cantidad de información de un total de 42 actores conformados por clubes, equipos y grupos ciudadanos. De estos 42 actores 21 se adaptaban a las preferencias de la muestra representativa



del público objetivo (estudiantes de la Institución Educativa Rafael Pombo), en diferentes aspectos, como el gusto por ciertos deportes, orientando el trabajo de CLOD a la investigación de cuatro deportes principales conformados por fútbol, voleibol, ciclismo y natación. A esta información se sumó el conocimiento adquirido acerca de sus medios de comunicación tanto internos como externos. El primer tipo de comunicación se destinaba para transmitir información interna entre los integrantes del mismo club, equipo o grupo haciendo uso de Whatsapp. En esta aplicación se tienen grupos de chat en los que se avisa cuando hay entreno y también para tratar temas de interés como la recolección de fondos, pagos de mensualidades y realización de actividades complementarias. El segundo tipo de comunicación es para la difusión de actividades o torneos organizados por el club, equipo o grupo ciu-

dadano. Esta información es para un público externo y se transmitía con la ayuda de un escaso material visual de promoción que era repartido entre los encargados de cada club, equipo o grupo. Dentro de este segundo tipo de comunicación está la forma en la que se promocionan o se dan a conocer con otras personas para conseguir nuevos miembros. Lamentablemente este aspecto se encontraba en peores condiciones que la promoción de los torneos.

Previo a la culminación de la fase 1 se inició con la realización de las acciones propuestas para la fase 2, consiguiendo una alianza para el desarrollo de la investigación y la realización del testeo con la Institución Educativa Rafael Pombo, teniendo la posibilidad de trabajar con un total de 107 estudiantes quienes brindaron información acerca de sus dinámicas, gustos y



preferencias en cuanto al deporte. Posteriormente con ellos se llevó a cabo un primer testeo de las piezas del prototipo de la estrategia el cual hace parte de la fase 3 (desarrollo) y de esta forma se encontraron opiniones que dieron insumos para aplicar las correcciones correspondientes en pro del mejoramiento del prototipo.

Días después estas primeras correcciones realizadas al prototipo fueron puestas a prueba nuevamente con uno de los clubes ofertantes de voleibol (Los Que Son) dejando opiniones que se convirtieron en aportes y en guía para culminar la propuesta definitiva del prototipo de la estrategia de comunicación.



7.2 RECOMENDACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Con el fin de que el proyecto tenga un crecimiento significativo, se pretende en un futuro gestionar nuevos contactos que fortalezcan la base de datos con el objetivo de obtener la totalidad de la oferta deportiva de la ciudad, y de ese modo poder actualizar, verificar sus procesos y agregar así mismo nuevas ofertas, por lo tanto se hace necesario conseguir apoyos económicos para implementarlo. Esto se puede lograr consolidando una alianza con la Alcaldía municipal, sustentando la importancia de reconocer los espacios y la oferta deportiva como mecanismos de participación para los ciudadanos por medio del proyecto. Es importante también buscar otros aliados que puedan financiar la creación de la plataforma virtual y de esa manera proceder a realizar nuevos testeos para evaluar el impacto de la estrategia.

Con respecto a las piezas impresas es necesario realizar estudios periódicos para determinar si se deben renovar en cuanto a su información y modificarlas en el menor tiempo posible junto a la parte digital. A su vez la cartografía, tanto impresa como virtual, también se actualizará de acuerdo a la información arrojada en estos estudios.

Para tener una mejor difusión del proyecto se nutrirá de manera constante la Fan page alojada en Facebook, por medio de los registros visuales y la promoción de la oferta deportiva de la base de datos. Teniendo presente lo anterior se aspira obtener unos resultados óptimos que contribuyan a mejorar y continuar con la estrategia.

7.3 APRENDIZAJES

La realización de este proyecto requirió de una planeación previa, la cual permitió dimensionar los alcances del proyecto, los tiempos que requería, las herramientas a aplicar y sus testeos. A pesar que el contenido de estos planes cambió sobre la marcha y que algunas de las actividades requirieron más tiempo del esperado, podemos concluir que sin tener una buena planeación un proyecto puede llegar a tomar el doble de tiempo en su ejecución. Otro aspecto a tener en cuenta es que el planteamiento metodológico es una guía de la ejecución del proyecto pero permite cambios en sus herramientas y actividades siempre y cuando beneficien el tiempo de ejecución y la información que se obtendrá

al desarrollarla. Por ende, en la planeación se debió tener una reserva de tiempo en caso de que la duración de las actividades aumentará o por si llegaba a aumentar también el número de actividades a realizar.

En semejanza, se debió tener en consideración que durante la realización de actividades con actores involucrados en un proyecto se deben generar acuerdos en diversos puntos. Uno de estos es el tiempo que se presupuesta para la realización de cada actividad, en el que algunas veces se mantiene tal como se había planeado, pero de igual forma puede variar y casi siempre en la suma de la duración de la actividad, también es de gran importancia el lugar, la hora y el día para el desarrollo de la misma, puesto a que son condicionantes que afectan en las actividades, dado que se tiene que adaptar a las reglas y horarios establecidos en sitios como Instituciones Educativas. Estos factores incidieron en el aumento de la duración total del cronograma, debido a la suma de modificaciones en el tiempo de cada actividad. El tipo de contratiempos que se presentaron durante los factores mencionados antes fueron: realización de exámenes, reuniones de dirección de grupo, charlas y conferencias para los estudiantes, organizadas por la Institución Educativa en el mismo horario en el que se tenía planeada la realización de alguna de las actividades. Todo esto nos deja como aprendizaje el proceder en la forma de trabajar con distintos actores involucrados en un proyecto y el manejo del tiempo que se debe tener para esto.

Después de realizar las diferentes actividades y teniendo los resultados de estas, se procedió a convertir la información obtenida en datos para su uso en la creación de las piezas que conformaron el prototipo de estrategia de comunicación. Este proceso puede llegar a ser muy tedioso si no se tuvieron claros los objetivos de la acción y las herramientas dispuestas para la misma. Por estas razones es probable que la información obtenida no sea aprovechada de la mejor manera, haciendo que se desperdicie y cueste tiempo valioso.

Un buen diseño de información permite la creación de herramientas para la obtención de información, para la interpretación de esta información y para usarla de forma práctica en la creación de piezas de diseño gráfico, de esta forma es que se puso a prueba nuestra capacidad de diseño de información a lo largo del proyecto, identificando puntos débiles como por ejemplo el nivel de síntesis que se tenía al inicio del proyecto, lo que hacía que se pusiera demasiada información a

una pieza en concreto dando como resultado la pérdida de interés del público o la confusión del mismo. Otros aspectos dentro del diseño de información que se fortalecieron fueron la diagramación y el uso de jerarquías en la tipografía. Al corregir estas falencias se consiguió el fortalecimiento del trabajo realizado y la calidad de la información dispuesta para cada pieza del prototipo de la estrategia de comunicación.

7.4 GESTIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO

La gestión de un proyecto es un elemento importante y se conforma por acciones que permiten su realización. Los primeros pasos para realizar una buena gestión inician con la identificación de los actores que estarán relacionados con el proyecto para generar un contacto con ellos. En el caso de CLOD, los actores se categorizaron de la siguiente forma: Público objetivo, siendo estos los jóvenes de la ciudad de Popayán que fueron representados por una muestra tomada de la Institución educativa Rafael Pombo, específicamente con los grados noveno y décimo.

También se encuentran los actores ofertantes, divididos en clubes, equipos deportivos, grupos ciudadanos y se suma a esta categoría la Alcaldía de Popayán.

Una vez se tiene el contacto con los diferentes actores, se debe proceder con la gestación de acuerdos. Estos acuerdos son comprendidos por citas dispuestas para la realización de las actividades creadas en la metodología para recopilar información sobre los actores involucrados en el proyecto. Cabe aclarar que estas citas están sujetas a cambios o modificaciones en su fecha por impedimentos presentados por parte de los actores y en este caso, también de nosotros como realizadores del proyecto. Aún así es necesario resaltar la importancia del cumplimiento de estas citas para la creación de un lazo de confianza entre ambas partes que facilite el desarrollo del trabajo.

A estos acuerdos se anexan las citas que complementan la parte de recolección de información y le dan prioridad a la parte de desarrollo, en la que deben ser realizadas pruebas que validen la relevancia de la información conseguida antes. Centrando esto en el caso de CLOD se hace referencia a las reuniones que fueron acordadas para realizar los testeos del prototipo de estrategia de comunicación.

De esta forma es como se desarrolló el proyecto CLOD desde su fase inicial hasta su culminación, labor en la que se aprendió mediante la práctica la importancia de la gestión para conseguir un óptimo trabajo en conjunto con diferentes actores.

7.5 CONSIDERACIONES FINALES

La realización del proyecto fue un camino largo y lleno de retos, algunos más complejos que otros. A lo largo del desarrollo de cada actividad se consiguió culminar de a poco cada uno de estos retos, proceso que dejó muchas enseñanzas que aportarán continuamente en nuestra parte profesional. Finalmente en lo que refiere al futuro próximo del proyecto, se tuvo pensado desde un inicio que este deberá evolucionar ampliando sus horizontes en cuanto a la cantidad de información que pueda llegar a recopilar y a brindar sobre la oferta deportiva de la ciudad de Popayán. Esto se dará claramente con el aumento en el número de deportes que pueda llegar a abarcar CLOD más adelante, permitiendo que la información que se brinde pueda favorecer a un mayor número de personas en la ciudad. De esta forma, CLOD podrá expandirse en un futuro más lejano a otras ciudades del país, con el fin de aportar en la visibilización de la oferta deportiva en el país.

8. Anexos

1. Contextualización de la oferta deportiva en Popayán

Ruta DVD: (Anexo 1: Anexos\Anteproyecto\ Anteproyecto de Grado CLOD 6: 1 Contextualización)

2. Concepto Estilo de vida saludable del anteproyecto.

Ruta DVD: (Anexo 2: Anexos\Anteproyecto\ Anteproyecto de Grado CLOD 6: Marco Teórico 6.4: Estilo de vida saludable)

3. Oferta deportiva de la Alcaldía de Popayán

Ruta DVD: (Anexo 3: Anexos\Fase 1\Bases de datos\Base de datos de deportes ofertados por la Alcaldía Popayán)

4. Link encuesta online hecha a clubes.

Ruta DVD: (Anexo 4: Anexos\Fase 1\Encuesta online\Encuesta Clubes\Link a la encuesta)

5. Respuestas de los clubes deportivos encuestados.

Ruta DVD: (Anexo 5: Anexos\Fase 1\Encuesta online\Encuesta Clubes\Respuestas de los clubes)

6. Link encuesta online grupos ciudadanos.

Ruta DVD: (Anexo 6: Anexos\Fase 1\Encuesta online\Encuesta grupos ciudadanos\ Link a la encuesta)

7. Respuestas de los grupos ciudadanos encuestados.

Ruta DVD: (Anexo 7: Anexos\Fase 1\Encuesta online\Encuesta grupos ciudadanos\ Respuestas de los grupos ciudadanos)

8. Encuesta 1 usada en la Institución Educativa Rafael Pombo.

Ruta DVD: (Anexo 8: Anexos\Fase 2\Primera actividad estudiantes\Encuesta 1 primera actividad)

9. Encuesta 2

Ruta DVD: (Anexo 9: Anexos\Fase 2\Segunda actividad medios y marca\Encuesta 2 segunda actividad)

10. Ficha de la actividad de mapeo colectivo, cara 1.

Ruta DVD: (Anexo 10: Anexos\Fase 2\Tercera actividad Mapeo colectivo\Ficha cara 1)

11. Ficha de la actividad de mapeo colectivo, cara 2.

Ruta DVD: (Anexo 11: Anexos\Fase 2\Tercera actividad Mapeo colectivo\Ficha cara 2)

12. Base de datos de la oferta deportiva que se usa en la estrategia

Ruta DVD: (Anexo 12: Anexos\Fase 1\Bases de datos\Base de datos usada en la estrategia)

9. Bibliografía

- [1] Bonsiepe, G. (1993). Del objeto a la interfase: Mutaciones del diseño [Versión Electrónica]. Argentina: Ediciones Infinito. Obtenido el 9 de diciembre de 2016 de: <https://es.scribd.com/document/227302293/Del-Objeto-a-La-Interfase-Bonsiepe>
- [2] Brown, T. (2008). Design Thinking [Versión electrónica]. Harvard Business Review (3), 3-10. obtenido de: https://emprendedoresupa.files.wordpress.com/2010/08/p02_brown-design-thinking.pdf
- [3] Card Sort (sf). Obtenido el 2 de junio de 2017 de: <http://www.designkit.org/methods/24>
- [4] (Cruz. Claudia, fragmento de entrevista en Secretaría de Deporte y Cultura, 16 de septiembre de 2016)
- [5] Duperly et al., (2011): 18, Documento técnico con los contenidos de direccionamiento pedagógico para la promoción de hábitos de vida saludable, con énfasis en alimentación saludable y el fomento de ambientes 100% libres de humo de cigarrillo a través de la práctica regular de la actividad física cotidiana, dirigidos a los referentes de las entidades territoriales [Versión electrónica]. (p. 18) Bogotá: Imprenta Nacional) obtenido de: <http://www.javeriana.edu.co/documents/245769/305029/Habitos+y+Estilos+de+Vida+Saludable+TOMO+2/6b664115-0b42-4262-8f05-18b7caa3d1bc>
- [6] Gallego, A. (2011) Diseño de Narrativas Transmediáticas [Versión electrónica]. Universidad de Caldas. Obtenida el 2 de diciembre de 2016 de: http://www.afoxcp.com/dw/Diseno_narrativas_transmediaticas_Gallego_2011.pdf
- [7] Gonzalez, García & Sarmiento. (2014). Niñas, niños y adolescentes activos y saludables en Colombia [Versión electrónica]. 1er Reporte de calificaciones en actividad física, 2-6. obtenido de: <https://epiandes.uniandes.edu.co/wp-content/uploads/Versi%C3%B3n-Final-Report-Card-Mayo-8.pdf>
- [8] Maya. Luz, 1997 Los estilos de vida saludables: componente de la calidad de vida. Obtenida el 2 de diciembre de 2016 de: <http://www.funlibre.org/documentos/lemaya1.htm>
- [9] OMS. (2016). Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud. obtenida el 29 de noviembre de 2016 de: <http://www.who.int/dietphysicalactivity/pa/es/>
- [10] OMS. (2016). Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud. La actividad física en los jóvenes. obtenida el 4 de diciembre de 2016 de: http://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet_young_people/es/
- [11] OMS. (2016). Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud. Inactividad física: un problema de salud pública mundial. obtenida el 29 de noviembre de 2016 de: http://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet_inactivity/es/
- [12] RAE. (2016). Deporte. obtenida el 29 de noviembre de 2016 de: <http://dle.rae.es/?id=CFEFwiY>
- [13] Risier, Julia y Ares, Pablo. 2013. Manual de mapeo colectivo: recursos cartográficos para procesos territoriales de creación colaborativa. (p.14) Buenos Aires: Tinta Limón.
- [14] Scolari, C. (2013) Narrativas Transmediáticas: Cuando todos los medios cuentan [Versión electrónica]. España: Impreso por Deusto sello editorial de Centro Libros PAF, S. L. U. Obtenido el 9 de diciembre de 2016 de: <http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2013/05/119756745-1r-Capitulo-Narrativas-Transmedia.pdf>
- [15] Tapella, E. (2007) El mapeo de Actores Claves, documento de trabajo del proyecto Efectos de la biodiversidad funcional sobre procesos ecosistémicos, servicios ecosistémicos y sustentabilidad en las Américas: un abordaje interdisciplinario [Versión electrónica]. Universidad Nacional de Córdoba, Inter-American Institute for Global Change Research (IAI). Obtenida el 2 de diciembre de 2016 de: <https://planificacionsocialunsj.files.wordpress.com/2011/09/quc3a9-es-el-mapeo-de-actores-tapella1.pdf>
- [16] Alcaldía de Popayán. (2016) Acuerdo Plan de Desarrollo 2.2.4.2 programa 2 Popayán deportiva e inclusiva. Obtenido el 31 de enero de 2018 de: http://www.popayan.gov.co/sites/default/files/acuerdo_010_2016.pdf



Universidad
del Cauca