“Estrategia, Desarrollo de Comunicación visual y Producción de Contenidos para la Organización Botines Solidarios”

Proyecto:
“Botines Solidarios”

Tutora:
Mg. Karen Kuschner

Autor:
Tomás Agustín Pérez

Fecha:
Marzo 2024

sumate
Repositorio de Prácticas Educativas Solidarias

Agradecimientos

A mi familia, por apoyarme en cada paso y darme el privilegio de poder estudiar lo que me gusta.

A mis amigos, por siempre haber estado para escuchar y aconsejar cada vez que lo necesitaba.

A Flor, por estar ahí para apoyarme y aguantarme tanto dentro como fuera de la facultad.

A Augusto, Sol, Teo y Tobías, por aportar sus toques y darle color a esta cursada, imposible tener mejores compañeros.

A Botines Solidarios por abrirnos las puertas desinteresadamente y apoyar el proyecto.

A Giuliano, mi compañero de proyectos, desde el primero hasta el último, una pieza importante en mi desarrollo como estudiante.

A Morita, por alegrarme los días.
Muchas gracias

Resumen

El proyecto que se presenta a continuación tiene como objetivo mejorar la estética y estrategia de comunicación en las redes sociales de la organización no gubernamental Botines Solidarios. Esta organización se dedica a promover el liderazgo positivo en los barrios, mediante el Rugby ellos buscan inculcar valores como el compromiso, el respeto y la responsabilidad.

El proyecto se estructura en dos fases fundamentales: una primera fase dedicada a investigar y analizar las deficiencias en la comunicación que afectan a la organización, seguida de una segunda fase enfocada en la planificación y ejecución de estrategias para abordar estas deficiencias. En esta segunda fase, el objetivo principal es estructurar la comunicación a través de la elaboración de directrices de discurso y la implementación de un sistema gráfico que pueda ser aprovechado por los miembros futuros de la organización.

El objetivo fundamental de este proyecto es modernizar y optimizar la presencia en redes sociales de Botines Solidarios, con el fin de aumentar su alcance y visibilidad, transmitiendo de manera más eficaz el mensaje y las actividades de la organización.

Palabras claves

Comunicación - Estrategia - Comunicación - Visibilidad

ÍNDICE

CAPÍTULO 01:

Descripción del proyecto..... 08

Denominación del proyecto..... 08

Descripción del proyecto..... 08

Marco Institucional..... 07

Instituciones involucradas..... 08

Representantes de las instituciones..... 08

Estudiantes involucrados..... 08

Problemática y Justificación..... 09

Objetivos..... 10

Objetivo general..... 10

Objetivo específico..... 10

Destinatarios..... 10

CAPÍTULO 02.

Contexto de la organización..... 11

Perfil de la Organización..... 12

Origen..... 12

Diagnóstico de Comunicación visual de la Organización..... 13

Diagnóstico sobre la identidad visual de la Organización..... 20

Análisis de presencia en redes sociales..... 21

Análisis de Organizaciones similares..... 24

Análisis de Cambio de Paso..... 24

Análisis de Rugby Solidario..... 27

Análisis de Rugby Sin Fronteras..... 30

Análisis de Fundación Espartanos..... 33

CAPÍTULO 03. 35

Planificación operativa..... 35

Acciones..... 36
Etapa de diagnóstico..... 36
Etapa de planificación..... 36
Etapa de producción..... 36
Cronograma..... 37
Recursos..... 37
Recursos humanos..... 37
Recursos técnicos y materiales..... 37
CAPÍTULO 04.
Memoria descriptiva y argumentativa..... 38
Comunicación..... 39
Comunicación..... 39
Email Marketing..... 40
Redes sociales..... 41
Facebook..... 41
Instagram..... 41
Canva..... 42
Web..... 42
Folletería..... 43
Estrategias de contenido..... 44
Objetivos..... 44
Público objetivo..... 44
Canales..... 44
Efemérides..... 45
Institucionales..... 45
Interés general..... 45
Actividades..... 45

Producción gráfica..... **45**

Redes..... **46**

Folleteria..... **49**

Vía Pública..... **54**

Newsletter..... **53**

Página WEB..... **54**

CAPÍTULO 05. **59**

Reflexiones Finales..... **59**

CAPÍTULO 06.

Bibliografía..... **61**

Descripción del Proyecto

01

Denominación del proyecto

Estrategia de Comunicación Visual y desarrollo de contenidos para la organización *Botines Solidarios*.

Descripción del proyecto

Este proyecto está realizado de forma conjunta entre los alumnos: Tomás Pérez y Giuliano Rita de la Lic. en Diseño Gráfico de la Universidad Abierta Interamericana y la Organización no gubernamental *Botines Solidarios*. La propuesta para este trabajo comprende el análisis actual de la organización, la creación de un sistema de identidad visual a partir de su marca gráfica ya existente, desarrollo de piezas de folletería, la planificación de una estrategia de comunicación en redes sociales y el desarrollo de diferentes contenidos gráficos adaptados a las mismas.

Marco Institucional

- Universidad Abierta Interamericana (UAI) - Facultad de Ciencias de la Comunicación - Licenciatura en Diseño Gráfico.

- Organización no gubernamental *Botines Solidarios*, Rosario, Santa Fe, Argentina.

Representantes de las Instituciones

- Kuschner, Karen. Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Diseño Gráfico. Cargo: Directora Lic. Diseño Gráfico; Profesora Titular Concursada.

- Leandro Lobrauco. Organización no gubernamental: *Botines Solidarios*. Cargo: Representante de sede Rosario.

- Leandro Simeoni. Organización no gubernamental: *Botines Solidarios*. Cargo: Coordinador deportivo de sede Rosario.

Estudiantes Involucrados

- Tomás Pérez, Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Diseño Gráfico.

- Giuliano Rita, Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Diseño Gráfico.

Problemática y justificación

Botines Solidarios es una destacada organización sin ánimo de lucro que tiene como noble propósito la formación de líderes positivos en las comunidades locales. Su misión central consiste en inculcar valores fundamentales, tales como el compromiso, el respeto y la responsabilidad, a través de la apasionante práctica del Rugby. Con firme determinación, esta entidad se esfuerza por inspirar un cambio profundo en la vida de quienes participan en sus actividades, contribuyendo así al crecimiento y fortalecimiento de nuestras comunidades.

Con el propósito de comprender de manera más clara el estado en el que se encuentran las redes sociales de *Botines Solidarios*, se realizó un relevamiento minucioso de las redes sociales y estructura jerárquica de la misma, así como una reunión con uno de los representantes de la ONG para poder visualizar las problemáticas existentes y desarrollar un plan de acción que se adapte a las necesidades de la organización y cumpla con los objetivos pautados. De la información recabada de estas acciones, se detectaron dos ejes principales de problemática: uno referido al plano social y otro relacionado concretamente a la comunicación visual, este último es el eje sobre el cual se trabajará en este proyecto. Con el fin de comprender de manera precisa la problemática, es necesario contextualizar la problemática y la organización en términos conceptuales y cuantitativos.

Según los datos más recientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022), el 39,2% de la población Argentina vive por debajo de la línea de pobreza. A su vez, se suman a esta investigación los datos brindados por el Registro Nacional de Barrios Populares (2022), en los cuales se puede ver que en la Argentina hay 5687 barrios “populares”. Es debido a este clima social que muchos niños y adolescentes se encuentran en situaciones vulnerables, lo cuál no les permite tener un ambiente propicio para su desarrollo. Es bajo estas circunstancias que surge la necesidad de una organización como *Botines Solidarios*, la cual se encarga de brindar un espacio seguro para estos jóvenes vulnerados por su situación, además de brindarles una educación en valores que se complemente con las enseñanzas que reciben tanto en la escuela como en sus casas.

En lo que concierne al segundo aspecto, se hace evidente una problemática relacionada con la comunicación visual en la organización *Botines Solidarios*. Esta problemática se caracteriza por la insuficiente creación, interacción y promoción de contenidos relativos a sus eventos, partidos, entrenamientos y campañas de recaudación de fondos. Como resultado de esta carencia, la organización no logra fomentar la participación de su audiencia ni expandir el alcance de las diversas actividades que se llevan a cabo.

En vista de las circunstancias previamente expuestas, se plantea a la organización *Botines Solidarios* una propuesta de colaboración con el fin de emprender este proyecto y afrontar la problemática mencionada. Esta alianza se presenta como una oportunidad sumamente valiosa para crear un impacto profundamente positivo y significativo en la comunidad. Esta unión de esfuerzos y recursos permitirá no solo abordar los desafíos identificados, sino también potenciar el alcance y la efectividad de las acciones destinadas a mejorar la comunicación visual y el impacto de todas las actividades llevadas a cabo por la organización. A través de esta colaboración, estamos seguros de que podremos trabajar de manera más eficiente y efectiva, fortaleciendo así nuestro compromiso con el bienestar y la prosperidad de la comunidad.

Objetivos

Objetivo general:

- Dar a conocer Botines Solidarios y promocionar las actividades que se llevan a cabo dentro de la organización.

Objetivo específicos:

- Crear un sistema de identidad visual para la organización Botines Solidarios a partir de su marca gráfica preexistente.
- Planificar una estrategia comunicacional para las redes sociales de Botines Solidarios.
- Diseñar y producir piezas y plantillas modificables para las redes de Botines Solidarios.

Destinatarios

Los destinatarios de este proyecto comprende a todos los residentes de Rosario y alrededores. A su vez, a jóvenes residentes de barrios ubicados en los márgenes de la ciudad. y sus padres, cualquier persona que quiera colaborar y a los integrantes de Botines Solidarios.

De este proyecto en conjunto se destaca como beneficiaria a la organización no gubernamental *Botines Solidarios*.

Contexto de la Organización

02

Perfil de la organización

Botines Solidarios es una organización no gubernamental con filiales en Rosario y Buenos Aires. Este proyecto se centrará exclusivamente en la filial radicada en la ciudad de Rosario. Está dedicada a proveer a chicos y adultos que residan en barrios carenciados o populares un lugar seguro donde puedan practicar deporte y a su vez implementar medidas de integración social basadas en la educación, el respeto por las normas, la cultura del trabajo y la solidaridad.

Utilizan el rugby como herramienta educativa de valores y virtudes humanas, y la capacitación de oficios y trabajos aplicados a los barrios y/o zonas carenciadas. Trabajan con niños/as y jóvenes en situación de exclusión social implementando métodos que los ayuden, en el primer caso, a superar su vulnerabilidad y a integrarse al mundo laboral y la Comunidad. La organización trabaja en cooperación con otras ONG, organismos oficiales, sindicatos y cámaras empresariales, y se propone devolver a la sociedad mejores personas sin cambiarlas, sino a partir de explotar todo su potencial. Aceptan donaciones por transferencias bancarias, paypal y mercado pago.

Origen

Botines Solidarios surge en el año 2010 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. De la mano del jugador de rugby Ignacio Miguel Corleto, ex puma, quien se encarga de formar la organización. Esta iniciativa fue bien recibida dentro del mundo del rugby, lo que le permitió a Corleto utilizar sus conexiones dentro de este ambiente para conseguir la colaboración de sus ex compañeros y ayudantes para entrenar y dar seguimiento a los chicos que decidieron inscribirse en el equipo. Además, esta buena reputación le sirvió para lograr concretar encuentros amistosos contra otros equipos y obtener donaciones de equipamiento y suministros.

En el año 2012 se abre una filial en la ciudad de Rosario, Argentina. Esta vez de la mano de Leandro Lobrauco, también un ex jugador de Los Pumas, junto a Leandro Simeoni como coordinador deportivo. El proyecto comenzó en Barrio Municipal y Las Flores y luego se expandió a La Cerámica y Stella Maris, en zona norte y Fisherton, respectivamente. Además, el equipo del barrio 7 de Septiembre logró autogestionarse y continuar el proyecto por fuera de la Fundación Botines Solidarios. Los primeros pasos fueron dados en Parque del Mercado y en Las Flores, en la zona sur de la ciudad de Rosario, donde chicos de todas las edades pueden practicar el deporte junto a ex jugadores, profesores de educación física y distintos profesionales con experiencia en actividades sociales. La organización cuenta con colaboradores capaces de gestionar espacios, terceros tiempos, materiales de trabajo y hasta el transporte.

Diagnóstico de Comunicación visual de la Organización

Para abordar una solución a la problemática de comunicación visual, se realizó una entrevista a miembros de la Organización Botines Solidarios con el objetivo de recabar información y poder generar una visión específica sobre el estado de situación en el cual se encuentra. Al término de esta, se efectuó una encuesta abierta a la sociedad, con la finalidad de indagar sobre el conocimiento e interés de las personas con organizaciones no gubernamentales asociadas al deporte y descubrir cómo es que los rosarinos ven a la organización, o si la conocen.

La entrevista se realizó en el mes de Mayo del año 2023 con Leandro Simeoni, coordinador deportivo de Botines Solidarios, donde se habló sobre el estado actual y pasado de la organización. Se comentó cómo se vivió la pandemia y los efectos que esta tuvo en los chicos y la organización. Se charló sobre cómo fue el surgimiento de la organización, tanto en Buenos Aires como en Rosario. Leandro comentó quiénes son los encargados de llevar a cabo las tareas dentro de Botines Solidarios y cómo está organizado el funcionamiento de la ONG en la actualidad.

En respuesta a las preguntas realizadas se recopiló la siguiente información:

-La misión de la organización es “Generar líderes positivos en los barrios”. Educando a los jóvenes en valores y compromiso a través del Rugby.

-La visión es ser reconocidos como un lugar seguro para niños, jóvenes y adultos donde puedan practicar deporte con tranquilidad y ser un lugar donde se infunden valores en las personas que forman parte.

-Muchos jugadores abandonaron la organización a causa de la pandemia, por lo que solo cuentan con una categoría.

-El público objetivo: en un principio Botines Solidarios tenía un alcance amplio en el cuál buscaba atraer jugadores de todos los rangos de edad. Debido a la pandemia de 2020 y la subsecuente disolución de las divisiones inferiores ocasionada por la falta de jugadores, la organización se quiere enfocar en atraer jugadores jóvenes para volver a poner en funcionamiento las categorías más chicas.

-La fundación surge en la ciudad de Buenos Aires, pero en la actualidad solo la rama de Rosario está en funcionamiento.

Durante la entrevista, Leandro Lobrauco reconoció que hace un tiempo la organización contaba con una persona que se ocupaba de gestionar las redes sociales, pero que por el momento no cuentan con alguien que se pueda encargar de administrarlas y tampoco le dan tanta importancia, ya que se quieren centrar en otras cuestiones que requieren la atención total de los organizadores. Tal es el abandono de las redes sociales que los organizadores no cuentan con acceso a las cuentas de la organización, el acceso a ellas se encuentra en manos de los dirigentes radicados en la

ciudad de Buenos Aires.

Posteriormente, en el mes de junio, se implementó una encuesta abierta dirigida a la sociedad en general. La encuesta se distribuyó ampliamente a través de redes sociales y otras plataformas, lo que permitió alcanzar a un grupo de participantes provenientes de distintos trasfondos culturales y económicos. Las preguntas abordaron aspectos como el lugar de residencia de los encuestados, su participación pasada o actual en actividades deportivas, y su conocimiento sobre organizaciones no gubernamentales asociadas al deporte.

Entre las preguntas más útiles de las realizadas en la encuesta, se encontraban aquellas referidas a la indagación sobre qué tipos de actividades consideraban que se deberían llevar a cabo dentro de una organización no gubernamental enfocada en el deporte y específicamente en una centrada en el rugby. Las respuestas a esta pregunta fueron de vital importancia para que se reconozcan las expectativas y necesidades percibidas por la sociedad en cuanto a las actividades de este tipo de organizaciones.

En resumen, la combinación de una entrevista en profundidad con miembros de Botines Solidarios y una encuesta abierta dirigida al público en general ha proporcionado una visión holística sobre la organización, sus objetivos y cómo es percibida por la comunidad. Esta información será fundamental para diseñar estrategias efectivas de comunicación visual y garantizar que Botines Solidarios siga siendo un pilar importante en la promoción del deporte y los valores en las comunidades donde opera.

Al finalizar se dio una grata sorpresa en las evaluaciones de esta encuesta abierta, ya que se obtuvo una amplia participación con la colaboración de alrededor de 100 personas provenientes de diversos puntos del planeta Tierra. Desde la ciudad de Rosario y la Capital Federal en Argentina, hasta lugares más lejanos como Punta Cana en el Caribe. Este gran rango de trasfondos permite la creación de una visión ampliada y con pocos sesgos culturales, ya que al tener tantas respuestas de tantos lugares diferentes estas no están sujetas a los prejuicios de un solo grupo cultural.

Las respuestas proporcionadas en la encuesta fueron sumamente enriquecedoras y variadas, lo que demostró no solo la efectividad de la metodología empleada sino también la diversidad de perspectivas y experiencias de los participantes. Entre los datos recopilados se encontraron interesantes detalles sobre el lugar de residencia de los encuestados, revelando la amplitud de alcance y difusión que tuvo la encuesta en su comunicación en las redes sociales y otras plataformas digitales.

Además, la encuesta permitió conocer la participación deportiva de los encuestados, ya que algunos de ellos compartieron sus experiencias pasadas o actuales en diversas disciplinas deportivas. Esta información es

valiosa para entender el interés y la relación que las personas tienen con el deporte, así como para identificar posibles sinergias entre los objetivos de Botines Solidarios y las preferencias deportivas de la comunidad. Otro aspecto destacado fue la conciencia que los encuestados tienen sobre organizaciones no gubernamentales asociadas al deporte. Al preguntarles si conocían alguna de estas organizaciones, se pudo evaluar el nivel de conocimiento y percepción que existe en la sociedad sobre este tipo de instituciones. Las respuestas revelaron la importancia de difundir la labor de organizaciones como Botines Solidarios para que más personas conozcan y se involucren en su causa.

En resumen, la participación masiva en esta encuesta abierta ha proporcionado una visión panorámica y global de la percepción y expectativas de la sociedad hacia organizaciones no gubernamentales como Botines Solidarios. Los datos recopilados permitirán a la organización mejorar su comunicación visual, adaptar sus estrategias y fortalecer su impacto positivo en la vida de niños, jóvenes y adultos alrededor del mundo.

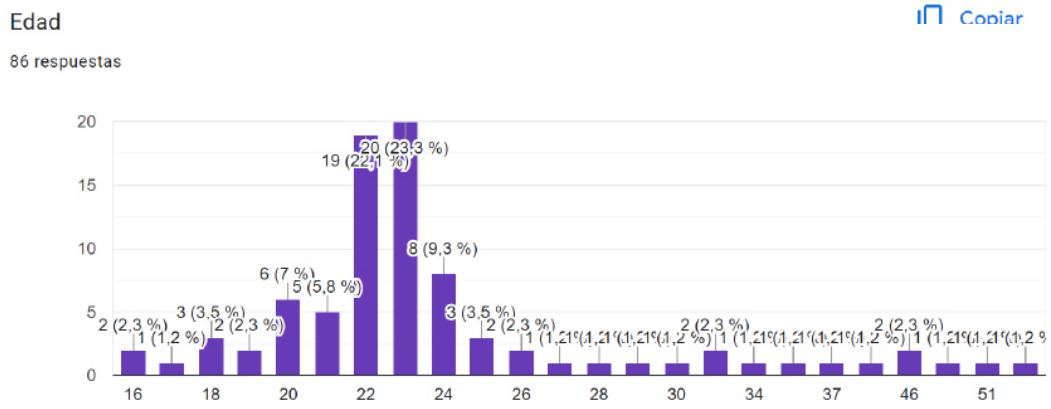


Gráfico 1 encuesta - Resultados generados sobre las edades de los encuestados (Fuente: producción propia).

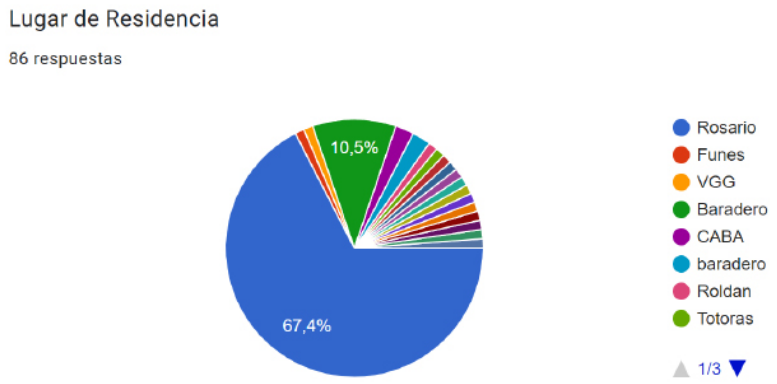


Gráfico 2 encuesta - Resultados generados sobre el lugar de residencia de los encuestados (Fuente: producción propia).

Las primeras preguntas fueron creadas con la intención de discernir el rango etario al cuál se le hablará en las piezas comunicacionales creadas. En las preguntas siguientes se buscó establecer una idea general de cuántas personas practican o practicaron un deporte; a dicha consulta un abrumador 81.4% de los encuestados respondió que sí. Esto permite establecer que una gran parte de la población rosarina y aledaña conoce lo que es hacer deporte y/o formar parte de un equipo, con todo lo que esto conlleva. Este punto es vital ya que las personas que han participado en este tipo de actividades tienden a simpatizar de mejor manera con las causas sociales que se encuentren dentro del ámbito deportivo.

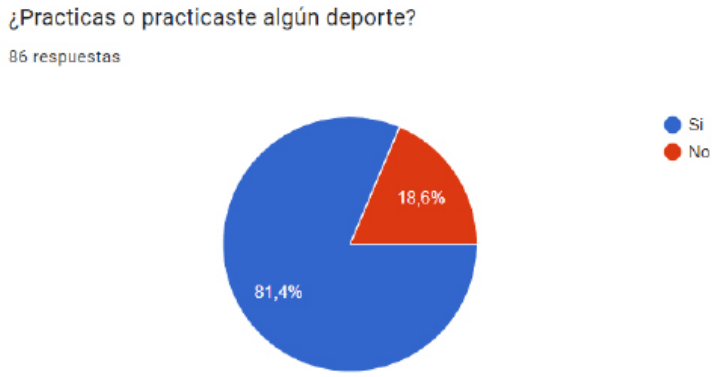


Gráfico 3 encuesta - Resultados generados de ¿Practicas o practicaste algún deporte? (Fuente: producción propia).

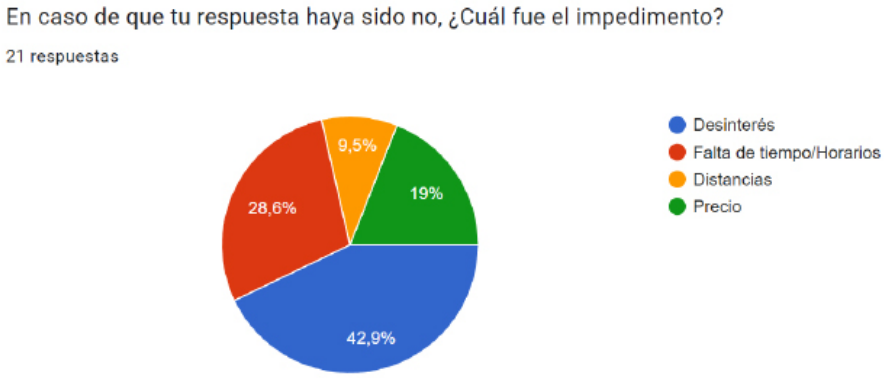


Gráfico 4 encuesta - Resultados generados de En caso de que tu respuesta haya sido no, ¿Cuál fue el impedimento? (Fuente: producción propia).



Gráfico 5 encuesta - Resultados generados de ¿Conocés ONGs que se encuentren en el ámbito del deporte? (Fuente: producción propia).

A partir de este punto, se procedió a explorar el nivel de conocimiento del público acerca de las organizaciones relacionadas con el deporte. Los resultados obtenidos de esta pregunta resultaron peculiares, a la par que llamativos, ya que casi un 92% de los encuestados manifestó que no estaba familiarizado con ninguna organización vinculada al deporte. Esto brinda un marco de referencia importante, ya que permite trabajar desde el entendimiento de que la mayoría de las personas no conoce organizaciones de la misma índole que Botines Solidarios, por lo que no hay que cumplir rigurosamente con estándares o expectativas impuestas por la competencia.

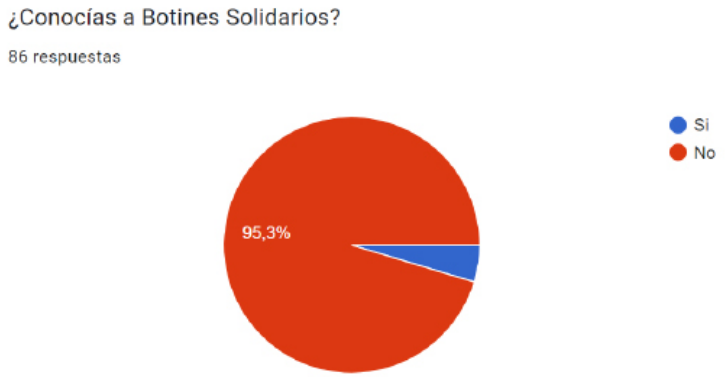


Gráfico 6 encuesta - Resultados generados de ¿Conocías a Botines Solidarios?
(Fuente: producción propia).

Considerando este dato, es razonable anticipar que aún más personas podrían no estar familiarizadas con Botines Solidarios, ni con las actividades llevadas a cabo dentro de la organización.



Gráfico 7 encuesta - Resultados generados de En caso de que tu respuesta haya sido si, ¿Por cuál medio conociste a la organización? (Fuente: producción propia).

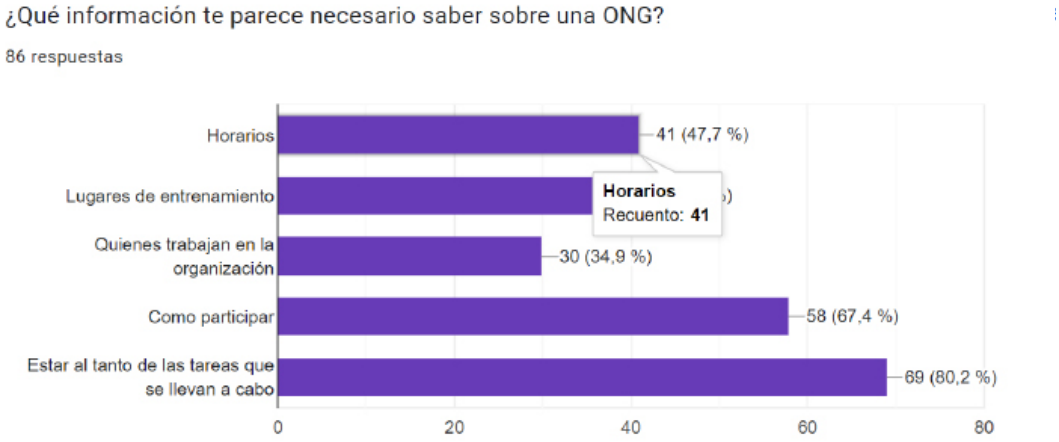


Gráfico 8 encuesta - Resultados generados de ¿Qué información te parece necesario saber sobre una ONG? (Fuente: producción propia).

Al analizar el gráfico 7, y continuando con lo dicho anteriormente, la primera conclusión a la que se puede llegar es que pocas personas conocían la organización. Se puede apreciar que la red social Instagram se destaca como el principal medio de difusión de la organización. Sin embargo, es de interés destacar que este porcentaje es del 40%, siendo quizás esperado que fuera incluso mayor. A pesar de esto, el hecho de que otro 40% se base en la difusión boca a boca es algo positivo, ya que sugiere que la recomendación personal y directa es la que tiene un

impacto más relevante en la promoción de la organización, quizás incluso más significativo que el simple alcance en redes sociales. Para añadir, en la octava gráfica se deduce que la información más relevante que necesita el público para considerar involucrarse con la organización es:

-Estar al tanto de las tareas que se llevan a cabo.
-¿Cómo participar?
-Horarios.
-Lugar.



Gráfico 9 encuesta - Resultados generados de ¿Te gustaría ser voluntario de una ONG? (Fuente: producción propia).



Gráfico 10 encuesta - Resultados generados de ¿Han donado dinero a una ONG? (Fuente: producción propia).



Gráfico 10 encuesta - Resultados generados de En caso de haber respondido sí, ¿Qué medios de pago te parecen más conveniente? (Fuente: producción propia).

Para culminar la encuesta, se incluyeron las últimas tres preguntas con el propósito de explorar el nivel de compromiso de cada encuestado en este tipo de organizaciones, ya sea a través de colaboraciones físicas o contribuciones financieras.

Diagnóstico sobre la identidad visual de la Organización

BOTINES SOLIDARIOS

Figura 1: Marca gráfica de Botines Solidarios

En cuanto a lo que se puede analizar de la marca gráfica de Botines Solidarios (Figura 1), se puede apreciar un identificador visual el cual, utilizando la clasificación de tipologías marcarias planteadas por Norberto Chaves (2019), puede ser clasificado como un logotipo con símbolo. Un logotipo con símbolo está compuesto por dos partes: un logotipo (tipográfico) y un símbolo (imagen). En la marca gráfica de Botines solidarios se puede reconocer como logotipo el nombre de la organización en una tipografía sans serif. No se conoce el nombre de la tipografía utilizada ya que el creador no dejó un manual de marca al cual consultar, pero se puede deducir que la tipografía es URW DIN Std semi condensed.

En cuanto al símbolo, este es conformado por una pelota de rugby en la cual se utiliza el recurso de figura fondo para dibujar dentro de ella un botín, el cual tiene un forma distintiva que lo hace diferente a los que se utilizan para el fútbol y les brinda un figura única y fácilmente reconocible para todos aquellos que practicaron, practican o son seguidores del deporte.

En relación a la calidad gráfica de la marca, se pueden apreciar ciertas falencias, como la gran separación que hay entre símbolo y logotipo, la poca reductibilidad que posee la marca o cómo se pierde la pregnancia del símbolo al ser utilizado en blanco y negro. No se hará tanto hincapié en estas ya que la organización insiste en estar satisfecha con la misma, por lo que no requiere de nuestra intervención y por lo tanto se seguirá trabajando con la marca ya establecida.

Análisis de presencia en redes sociales

Considerando que el público objetivo al que Botines Solidarios quiere llegar es primariamente Jóvenes, la organización cuenta con presencia en las redes sociales más utilizadas por estos, las cuales son: Instagram, Facebook y Twitter (actualmente conocido como X). Aclarado esto, se realizó un análisis exhaustivo sobre la presencia de la organización en dichas redes y cómo ayudan, o no, a que la organización logre extender su mensaje hacia su público objetivo.

En la cuenta de instagram de Botines solidarios se observa que el nombre de la cuenta es corto y claro, lo que permite encontrarla de manera sencilla en el buscador. A su vez la descripción tiene una clara falta de información sobre qué es la organización o a qué se dedica, pudiendo ocasionar confusiones. En la descripción solo está presente un link, el cúal lleva a una página donde se puede donar dinero a la fundación. Cabe destacar que este link lleva a una página de un tercero y no a una directamente asociada o controlada por la organización.



Imagen: Perfil de Instagram de Botines Solidarios. (Fuente: captura de pantalla

La organización trata a las redes de Facebook e Instagram de manera parecida, incluso subiendo las mismas publicaciones a ambas redes. El tipo de publicaciones que se sube a ambas páginas es variado: incluye publicaciones sobre los partidos y eventos llevados a cabo por la organización, fotos de los miembros de la organización y de los entrenamientos.

En las cuentas de la organización no se puede ver un estilo gráfico definido producto de no tener a disposición un Community Manager ni un diseñador gráfico para crear estas piezas. Las únicas que tienen algún tipo de intervención gráfica son aquellas que son tomadas de eventos en los que la organización participa, por lo que no son propias de la comunicación de Botines Solidarios. Esta falta de estilo hace que a la hora de realizar publicaciones no se genere un sentido de unidad entre las mismas, por lo que termina siendo un feed desconectado y poco atractivo para los seguidores. Otra falencia de la comunicación es que no se fomenta la interacción con el público. Como posibles soluciones a esto último, se puede comenzar con la implementación de Hashtags y publicaciones que estén relacionadas con temas de la actualidad, utilizar las herramientas de interacción brindadas por instagram para las historias, compartir el contenido generado por los usuarios, responder comentarios, etc.

Un aspecto a reconocer es que se utilizan las historias destacadas para aportar información sobre cómo colaborar con la organización y otras actividades que tienen lugar dentro de ella; si bien la información proveída por estas no es suficiente, es un gran paso. Esto es importante ya que este tipo de historias son una herramienta fácilmente accesible para las personas que quieren involucrarse con Botines Solidarios.

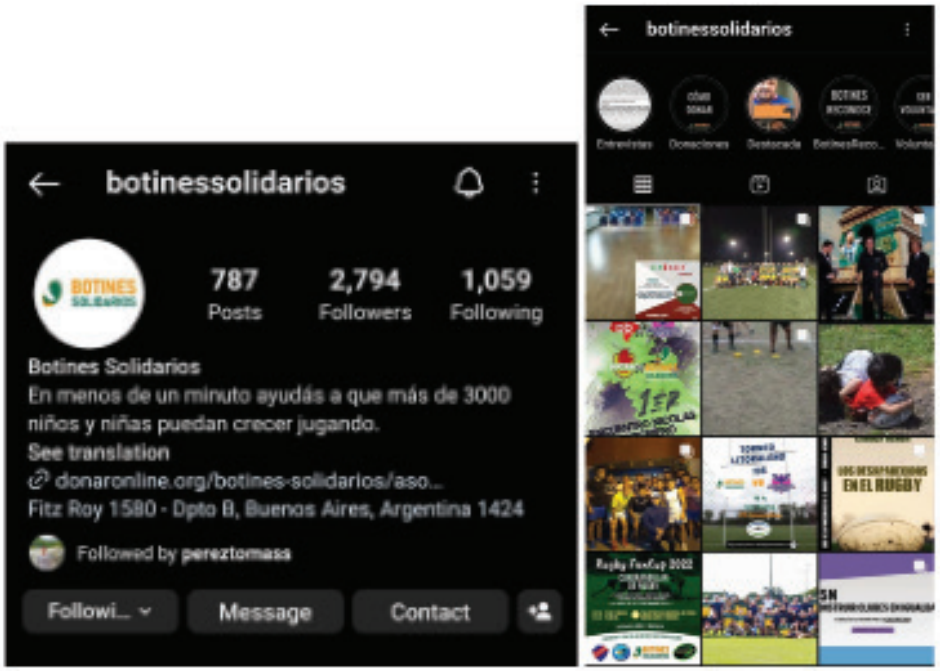


Imagen: Perfil de Instagram de Botines Solidarios. (Fuente: captura de pantalla)

En referencia a la plataforma de "X" (ex Twitter), se podría afirmar que se encuentra inactiva, dado que no ha recibido actualizaciones desde finales de 2019. Durante las conversaciones con los organizadores se acordó que esta red social no sería una prioridad, por lo que no se implementará una estrategia de comunicación específica para ella. A pesar de esto, se ha considerado que es importante y necesario la realización de un análisis detallado sobre el manejo de esta cuenta durante su tiempo de actividad hasta su eventual desuso.

Durante la etapa activa de la cuenta se puede discernir que la organización contaba con un diseñador gráfico que creaba plantillas y subía contenidos regularmente. Se puede apreciar una identidad gráfica unificada para las publicaciones y un tono discursivo uniforme a través de cada posteo, los efectos de esta identidad unificada se pueden apreciar en la cantidad de seguidores que posee la cuenta, ya que dentro de todas las redes sociales de Botines Solidarios esta es la que más seguidores acumula. Se puede ver la utilización de hashtags para generar más interacción e impresiones en las publicaciones.

Las redes sociales de Botines Solidarios presentan un nivel de interacción muy bajo y poca repercusión. Una de las maneras de fomentar la interacción con los seguidores es ser consistentes en la frecuencia de las publicaciones, en el tono discursivo y en el diseño. Los seguidores esperan actualizaciones constantes que los mantengan informados sobre

las novedades, partidos y eventos realizados por la organización. Gracias a los resultados de las encuestas realizadas, se observa que la gran mayoría del público objetivo se informa mediante las redes sociales, por lo que resulta vital crear un plan de publicaciones que contenga información sobre todos los eventos futuros y establecer un sistema de identidad visual que logre unificar a todas las redes sociales bajo una misma identidad. A su vez sería importante profundizar en el uso de historias destacadas para proveer a los usuarios de toda la información necesaria sobre Botines Solidarios, para que aquellas personas interesadas en involucrarse con la organización puedan informarse con todos los datos relevantes sobre la organización.

Análisis de Organizaciones similares

Una vez que se ha realizado el diagnóstico sobre la situación actual de Botines Solidarios, se ha decidido realizar un análisis comparativo con otras organizaciones que comparten objetivos similares. El propósito principal de esta investigación es entender la situación comunicacional y la presencia en los distintos espacios virtuales de estas diversas instituciones afines. Para llevar a cabo este análisis se han seleccionado cuidadosamente cuatro instituciones sin fines de lucro que operan en diferentes regiones del país y que presentan variados estilos gráficos en sus perfiles. A partir de los perfiles de estas organizaciones en redes sociales se procederá a examinar detalladamente su comunicación visual, el tipo de contenido que comparten y la interacción que mantienen con sus seguidores.

La recopilación y el análisis de estos indicadores serán de gran utilidad para comprender el contexto en el que se encuentra Botines Solidarios y también para identificar áreas donde se puedan realizar mejoras. Con estos conocimientos se podrán definir estrategias de optimización que permitan fortalecer la presencia digital de Botines Solidarios y mejorar la conexión con su audiencia, buscando alcanzar sus metas y objetivos de manera más efectiva.

Las organizaciones a analizar son:

- **Cambio de Paso.**
- **Rugby Solidario.**
- **Rugby Sin Fronteras.**
- **Fundación Espartanos.**

Análisis de Cambio de Paso

Es una organización sin fines de lucro que busca abordar una de las problemáticas más apremiantes en la sociedad argentina: la inseguridad. Su enfoque se centra en erradicar las causas de esta problemática mediante

medidas de integración social basadas en valores como la educación, el respeto por las normas, la cultura del trabajo y la solidaridad.

Para lograr este propósito noble y transformador, esta organización ha adoptado una enfoque innovador al utilizar el rugby y el hockey como poderosas herramientas educativas para inculcar valores y virtudes humanas en aquellos que participan en sus programas. Estas disciplinas deportivas no solo promueven la actividad física y la camaradería, sino que también sirven como medios efectivos para enseñar lecciones fundamentales sobre el trabajo en equipo, la disciplina, el respeto y la superación personal.

En su dedicación a la transformación social, esta organización focaliza sus esfuerzos en dos segmentos de la población que a menudo enfrentan desafíos significativos: niños y jóvenes en situación de exclusión social, así como jóvenes y adultos que han sido condenados por delitos. En el caso de los primeros, la misión esencial es brindar apoyo integral para ayudarles a superar su vulnerabilidad y facilitar su inserción en el mundo laboral y la comunidad en general.

La colaboración con otras ONG, organismos oficiales, sindicatos y cámaras empresariales es esencial para la organización, ya que les permite ampliar su impacto y contribuir de manera más significativa a la sociedad al no estar ligados a las limitaciones económicas que siempre afligen a este tipo de organizaciones. Su meta es devolver a la comunidad personas mejoradas, sin cambiarlas, sino que se busca potenciarlas y lograr aprovechar todo su potencial positivo.

Para llevar a cabo sus programas y proyectos, aceptan donaciones a través de transferencias bancarias, PayPal y Mercado Pago. Estas contribuciones son fundamentales para mantener su labor y seguir generando un impacto positivo en la vida de quienes más lo necesitan.



Imagen: Marca gráfica de Cambio de Paso. Fuente: Sitio web - Cambio de Paso

La identidad visual de Cambio de Paso se manifiesta a través de un logotipo que incorpora tanto un símbolo como un logotipo textual. El símbolo, una representación en tres colores -verde, naranja y amarillo-, es un elemento distintivo. A su vez, el logotipo está compuesto por una tipografía serif en caja alta y peso regular. La paleta cromática empleada en la identidad visual refleja la misma armonía que se encuentra en el símbolo, utilizando los colores verde, naranja y amarillo. Un rasgo notorio a simple vista es la variación en tamaños y una ligera separación entre el símbolo y el logotipo. Mediante este análisis, se destaca que la identidad visual de Cambio de Paso presenta una cierta disparidad visual en términos de proporción.

Los espacios virtuales en los que actualmente se encuentra activa la Organización son Facebook e Instagram.

En cuanto a la comunicación visual, el contenido que se publica tanto en Facebook como en Instagram es casi idéntico, exceptuando muy pocas publicaciones. La Organización no posee un estilo gráfico definido, esto se nota ya que la mayoría de sus publicaciones son fotografías o videos, y en menor medida aparecen gráficas sin estilos predefinidos que carecen de un diseño elaborado.



Imagen: Publicaciones de facebook/instagram de Cambio de Paso

Si se hace hincapié al tipo de contenido publicado en las redes sociales, predominan las publicaciones informativas con la intención de comunicar las acciones de la organización, eventos y hasta entrenamientos.

Pasando a la interacción entre la Organización y sus seguidores, se puede observar que:

-En Facebook, la Organización posee 84 seguidores, relativamente bajos a comparación de otras organizaciones de la índole, pero si se habla de interacción, aproximadamente un 30% de estos seguidores, interactúan por publicación.

-En Instagram, la Organización posee 204 seguidores, que continúan siendo un número bajo, y si se pasa para la interacción, es menor que en Facebook, ya que en esta plataforma, tan solo un 5% aproximadamente de usuarios interactúan con esta.

Luego de analizar los espacios virtuales dónde la organización se encuentra, se analiza la web de la misma.

En cuanto a aspectos esenciales de un sitio web, el mismo:

-Es adaptable: La web tiene la capacidad de responder y adaptarse a las distintas exigencias de los dispositivos. Lo cual hace que la experiencia del usuario sea la misma en cualquier tipo de pantalla y formato.

-Es navegable: La forma de navegación que posee es sencilla y la facilidad para moverse entre las distintas internas es destacable, ya que se puede navegar con tranquilidad desde el menú. -Es usable: Los usuarios pueden interactuar con los “botones” resaltados. Que se resaltan se ve como positivo ya que no genera confusión si algo puede o no interactuar. de un diseño elaborado.

Análisis de Rugby Solidario

En Rugby Solidario, el principal objetivo es fomentar el desarrollo de comunidades rurales de bajos recursos, centrándose en el continuo progreso educativo de los jóvenes. Se comprometen a proporcionar las herramientas necesarias para que estos jóvenes completen su educación secundaria de manera exitosa.

Su labor se lleva a cabo dentro de la comunidad del rugby, donde viven y transmiten los valores inherentes a este deporte. Buscan mejorar las condiciones de vida y preservar la cultura de estas comunidades, compartiendo proyectos y necesidades, y celebrando sus logros.

El enfoque del programa se dirige hacia niños, niñas y adolescentes, así como sus familias, que se encuentran en situaciones de vulnerabilidad

social. Parten del espíritu solidario, compañerismo, compromiso y respeto propios del rugby, sumando a otras personas que estén dispuestas a vivir estos principios y convertirlos en proyectos concretos.

La sostenibilidad de Rugby Solidario se basa en el apoyo voluntario de benefactores y en el Programa Educativo de Becas de Estudio y Desarrollo Comunitario. Gracias a los Padrinos, quienes se comprometen mensualmente con una contribución fija, pueden cubrir los gastos necesarios para la beca de estudio.

Además, Rugby Solidario acepta donaciones tanto de Padrinos como de otros colaboradores que deseen aportar su granito de arena para el desarrollo y bienestar de estas comunidades. Su dedicación y trabajo en conjunto con la comunidad del rugby y otros aliados hacen posible que estas metas se conviertan en una realidad y marquen una diferencia significativa en la vida de aquellos que más lo necesitan.



Figura 3: Marca gráfica de Rugby Solidario.

La identificación visual de Rugby Solidario se materializa en forma de logotipo con accesorio. Este elemento adicional se presenta en dos colores: azul y rojo.

Junto a ello, el logotipo incorpora una tipografía san serif con peso regular, en la que la mitad del texto está en itálicas y debajo se añade un texto de menor tamaño que indica la dirección del sitio web.en un peso regular, con su mitad en parte itálica y debajo un texto en un menor tamaño indicando la página web.

Los espacios virtuales en los que actualmente se encuentra activa la Organización son Facebook e Instagram.

En lo que respecta a la comunicación visual, el contenido compartido en ambas plataformas, Facebook e Instagram, es en su mayoría idéntico, con algunas excepciones en publicaciones muy puntuales. La Organización

mantiene un estilo gráfico bien definido, que se refleja en la totalidad de sus publicaciones. Esta coherencia visual se logra mediante el uso constante de una misma familia tipográfica y la aplicación de recursos gráficos consistentes.

Dentro de estas publicaciones, se puede percibir una uniformidad visual gracias al empleo de elementos visuales recurrentes, así como la inclusión de imágenes y videos que se alinean estéticamente con la identidad visual de la Organización.



Imagen: Publicaciones de facebook/instagram de Rugby Solidario.

Al analizar el contenido difundido en las redes sociales, resulta claro que las publicaciones informativas son predominantes. Estas publicaciones tienen la finalidad de comunicar una variedad de acciones de la organización, compartir contenido educativo, anunciar eventos y proporcionar detalles

sobre colectas y actividades similares.

Pasando a la interacción entre la Organización y sus seguidores, se puede observar que:

-En Facebook, la Fundación posee 84.600 seguidores, siendo un número notablemente superior al promedio de páginas relacionadas, es importante señalar que al analizar la tasa de interacción, se observa que menos del 0.05% de este público realmente interactúa con las publicaciones.

-En Instagram, se presenta una dinámica similar a la mencionada previamente, aunque en menor proporción. A pesar de contar con aproximadamente 8.000 seguidores, la tasa de interacción con los usuarios no alcanza el 5%.
Luego de analizar los espacios virtuales dónde la organización se encuentra, se analiza la web de la misma.
En cuanto a aspectos esenciales de un sitio web, el mismo:

-Es adaptable: el sitio web cuenta con la capacidad de adaptarse y responder a las variadas demandas de dispositivos, garantizando una experiencia uniforme para el usuario en diferentes tamaños de pantalla y formatos.

-Es navegable: la estructura de navegación es intuitiva y permite moverse de manera sencilla entre las distintas secciones del sitio, lo que destaca la facilidad con la que los usuarios pueden explorar desde el menú principal.

-Es usable: la mayoría de los botones disponibles son interactivos y los usuarios pueden interactuar con ellos de manera efectiva. Además, se brinda acceso a una variedad de contenido, como entradas de texto, relatos y noticias, lo que enriquece la experiencia de navegación.

Análisis de Rugby Sin Fronteras

El propósito de Rugby Sin Fronteras es construir una comunidad que promueva la convivencia en armonía y paz. Para lograrlo, implementan diversas acciones de concientización, capacitación y organización de eventos de alto impacto, todos ellos fundamentados en los valores del rugby.

Uno de sus principales programas es Encuentros por la paz, una poderosa herramienta que busca superar todo tipo de fronteras a través de la unión que brinda el rugby. A través de este programa, fomentan lazos de amistad y superación entre personas de diferentes orígenes y contextos.

Además, Rugby Sin Fronteras destaca la importancia de la concientización mediante su campaña #YoRespeto, que busca visibilizar a personas nobles, íntegras y honestas que desean vivir en armonía y paz.

El enfoque en *Entrenando valores* es otro pilar de su labor, donde llevan a cabo conferencias y comedias musicales dirigidas a jóvenes en instituciones educativas y clubes. Estas actividades tienen como objetivo inculcar valores esenciales y fomentar el desarrollo personal y social de los jóvenes.

Por último, a través del programa de Rugby Social, Rugby Sin Fronteras se enfoca en la inclusión social de chicas y chicos, empoderándolos para que asuman el protagonismo y liderazgo en sus vidas. Buscan generar un cambio de actitud y fomentar el desarrollo de habilidades que les permitan enfrentar los desafíos de manera positiva.

En conjunto, todas estas iniciativas contribuyen a la construcción de una comunidad más unida, donde se valoren los principios del rugby y se promueva una convivencia pacífica y armoniosa. Rugby Sin Fronteras trabaja incansablemente para llevar estos valores a la sociedad, inspirando un cambio positivo en la vida de las personas y en su entorno.



Imagen: Marca gráfica de Rugby Sin Fronteras.

La representación visual de Rugby Sin Fronteras se concreta a través de un logotipo con accesorio. Este accesorio está compuesto por dos colores: azul y rojo.

Junto a ello, el logotipo incorpora una tipografía san serif con una variables en peso bold y light. En la variable light aparece solamente la palabra “Fundación” en caja alta, en la parte superior del logotipo. Y en la variable bold aparecen las palabras “Rugby” y “Fronteras” de color azul y

la palabra “Sin” de color rojo.

Los espacios virtuales en los que actualmente se encuentra activa la Organización son Facebook e Instagram.

En lo que respecta a la comunicación visual, el contenido compartido en ambas plataformas, Facebook e Instagram, es en su mayoría idéntico, con algunas excepciones en varias publicaciones, que en su mayoría corresponden a fotos que hacen referencia a algún suceso o hecho histórico.

La fundación mantiene un estilo gráfico bien definido, que se refleja en la totalidad de sus publicaciones. Esta coherencia visual se logra mediante el uso constante de una misma familia tipográfica y la aplicación de recursos gráficos consistentes.

Dentro de estas publicaciones se puede percibir una uniformidad visual gracias al empleo de elementos visuales recurrentes, así como la inclusión de imágenes y videos que se alinean estéticamente con la identidad visual de la Organización.



Imagen: Publicaciones de facebook/instagram de Rugby Sin Fronteras.

Análisis de Fundación Espartanos

Su misión central es generar un impacto positivo y transformador en la vida de personas privadas de su libertad, buscando su efectiva integración social y laboral. Para lograrlo, se valen de distintas herramientas como el rugby, la espiritualidad, la educación y la vinculación con el mundo del trabajo.

Entre los objetivos de la organización se encuentran:

-Fomentar la integración social de las personas privadas de su libertad mediante la práctica del deporte en equipo, el apoyo espiritual y un acompañamiento continuo y personalizado.

-Promover la inclusión laboral de los participantes, conocidos como Espartanos, a través de la formación en educación formal, capacitación técnica y la creación de oportunidades de empleo.

-Buscar la expansión y replicabilidad del modelo Espartano en distintas provincias de Argentina y en el extranjero. Esto se logrará mediante la creación de estándares de calidad, documentación metodológica y la colaboración con el Estado y otras organizaciones del tercer sector.

-Mejorar y profesionalizar el funcionamiento de la Fundación mediante la optimización de procesos internos, el fortalecimiento de alianzas estratégicas y el posicionamiento institucional tanto a nivel local como internacional.

La organización acepta donaciones monetarias, lo que les permite continuar con sus programas y ampliar su impacto en la sociedad. Estas donaciones son fundamentales para seguir llevando a cabo su valiosa labor y brindar oportunidades de cambio y superación a las personas privadas de su libertad.



Imagen: Marca gráfica de Fundación Espartanos.

La marca gráfica de Fundación Espartanos está formada por un logotipo con símbolo. En la parte tipográfica se puede ver una tipografía sans serif en su variable bold que acompaña a la estética del símbolo. En cuanto a este último se puede reconocer un casco espartano, el cuál tiene una relación directa con el nombre de la organización. Este icono además de tener relación con el nombre es un símbolo de fuerza, actitud, entrega y esfuerzo, estos valores son los que la organización quiere transmitir a sus jugadores y miembros.

Las primeras tres plataformas mencionadas comparten el mismo contenido entre ellas, utilizando los mismos recursos gráficos para comunicar, aunque la mayoría de las publicaciones son solo fotografías sin texto sobre ellas. Las redes sociales logran una coherencia visual que se logra mediante la utilización de una misma familia tipográfica en las publicaciones y el uso de cámaras de alta calidad para tomar las fotografías que son publicadas.

En las cuentas de Youtube y Linkedin por la propia naturaleza de las mismas no se puede subir el mismo contenido que a las demás redes. Aunque de igual manera se sube contenido de la misma índole que en las demás, este es contenido informativo sobre las actividades y novedades que suceden dentro de la organización.

Planificación Operativa

03

Acciones

Etapa de diagnóstico

-Exploración sobre la organización Botines Solidarios.

-Encuentros iniciales con la organización.

-Desarrollo de herramientas para recopilar información.

-Entrevista con responsables de la institución.

-Análisis de datos obtenidos de la entrevista.

-Análisis de la situación comunicacional de Botines Solidarios.

-Análisis de la situación comunicacional de organizaciones similares.

-Desarrollo de recursos para recopilar datos a través de encuestas.

-Análisis de resultados obtenidos a través de la encuesta.

-Ordenamiento y escritura de las conclusiones obtenidas del diagnóstico

Etapa de planificación

-Definición de la problemática a trabajar durante el proyecto.

-Definición de los objetivos generales y los objetivos específicos.

-Creación de un organigrama para la realización de tareas.

Etapa de producción

-Creación de un sistema de identidad visual.

-Creación de estrategia para la comunicación en redes

-Diseño y producción de plantillas para redes sociales.

-Diseño y producción de un manual para el uso de plantillas.

Cronograma



Recursos

Para la realización de este proyecto fueron necesarios recursos humanos, técnicos y material, sin la necesidad de solicitar recursos financieros.

Recursos Humanos

-Estudiantes para la ejecución de las acciones definidas.

-Tutor para la supervisión del trabajo final

-Personal de la organización que provea la información necesaria.

Recursos técnicos y materiales

La financiación de los recursos listados corren a cargo de los alumnos encargados de llevar a cabo este proyecto:

-Computadoras.

-Conexión a internet.

-Suscripción de Adobe Creative Cloud

-Acceso a redes sociales.

-Celulares.

-Servicios de alojamiento de archivos en la nube.

Memoria descriptiva argumentativa

04

Comunicación (Redes, plantillas canva), Landing Page, Folletería (Folletos y afiches) y Newsletter

El proyecto actual, denominado “Botines Solidarios”, es el resultado de un esfuerzo colaborativo. En este proyecto, se lleva a cabo un rediseño integral de las redes sociales, se desarrolla una estrategia de comunicación adaptada a estas plataformas, se crea material de folletería para su distribución en instituciones y espacios públicos, se diseña un newsletter para envíar vía email y se establece una landing page con acceso a una sección de contacto. Estas iniciativas tienen como propósito central fortalecer la comunicación de la organización, con el fin de ampliar su alcance y llegar a un público más amplio.

Comunicación

En las últimas décadas, ha surgido una revolución tecnológica que ha transformado la manera en que nos comunicamos y nos relacionamos, destacándose las redes sociales como el epicentro de este cambio. Desde la irrupción de Facebook en 2004 hasta la aparición de plataformas como Twitter, Instagram, Snapchat y TikTok, estas redes han modificado drásticamente nuestra forma de compartir información, conectar con otros y participar en comunidades virtuales. Sin embargo, con el rápido avance tecnológico, las organizaciones, incluidas las ONGs, se enfrentan al desafío de adaptarse a este entorno digital en constante evolución. Esto implica, entre otros aspectos, la necesidad de rediseñar sus estrategias de comunicación en línea para garantizar que continúen cumpliendo con su misión y llegando de manera efectiva a su audiencia.

En este contexto, la comprensión de por qué una ONG requiere un rediseño de sus redes sociales y presencia en línea se vuelve crucial en la era digital. Ya sea para mejorar la visibilidad de sus causas, ampliar su alcance y participación, o alinearse mejor con las tendencias y expectativas actuales de la audiencia en línea, el rediseño de las redes sociales de una ONG puede ser una herramienta poderosa para fortalecer su impacto y aumentar su efectividad en el mundo digital en constante cambio.

Además, para solventar los errores en la comunicación de Botines Solidarios, se ha identificado la necesidad de crear un nuevo estilo gráfico acompañado de un cambio discursivo. Este nuevo enfoque es crucial para revitalizar las redes sociales de la organización y aumentar tanto el número de participantes como de colaboradores. Una estrategia sólida de comunicación en redes sociales se posiciona como uno de los pilares fundamentales para atraer personas hacia la organización. Además de la presencia en redes, la implementación de newsletters por correo electrónico puede ser una herramienta adicional valiosa para mantener a la audiencia comprometida y actualizada sobre las actividades y logros

de la ONG.

Email Marketing

Los newsletters vía email son boletines electrónicos enviados a una lista de suscriptores con el propósito de proporcionar información relevante y actualizada sobre temas específicos. Estos boletines suelen contener contenido diverso, como noticias, consejos, actualizaciones de productos o servicios, eventos, promociones y más. Diseñados de manera atractiva, pueden incluir elementos visuales como imágenes, enlaces y llamadas a la acción para fomentar la interacción del lector. Su objetivo principal es mantener a los suscriptores informados, comprometidos y conectados con la marca o entidad que los envía, fortaleciendo así la relación con la audiencia y promoviendo la participación y fidelización. Los newsletters vía email son una herramienta efectiva en estrategias de marketing y comunicación para empresas, organizaciones y entidades de diversa índole.

Para las organizaciones no gubernamentales (ONG), contar con un newsletter disponible es fundamental para mantener una comunicación efectiva con sus seguidores, donantes y voluntarios. A través de newsletters periódicos, las ONG pueden informar a su audiencia sobre sus proyectos, logros, eventos y oportunidades de participación. Estos boletines no sólo ayudan a mantener a los seguidores comprometidos y actualizados sobre las actividades de la organización, sino que también pueden servir como una herramienta importante para la recaudación de fondos y la promoción de campañas y eventos. Además, los newsletters ofrecen a las ONG la oportunidad de establecer una relación más cercana y personal con su audiencia, lo que puede fomentar un mayor apoyo y participación en sus iniciativas benéficas. En resumen, los newsletters son una herramienta poderosa para las ONG en su esfuerzo por comunicarse de manera efectiva y mantener el compromiso de su comunidad en línea.

Tras realizar el análisis, se descubrió una posible vía de contacto con el público que no estaba siendo utilizada, la cual era mediante newsletters por email. Por lo tanto, se dispondrá de la creación de plantillas para que la ONG pueda comunicar sus noticias más recientes a todos aquellos que estén inscritos en este newsletter. El formato utilizado para este, puede ser utilizado por la organización para la emisión de comunicados oficiales de carácter más serio y corporativo.

Redes Sociales

Facebook

Facebook es una red social líder que permite a los usuarios conectarse y comunicarse con amigos, familiares y comunidades de intereses compartidos en línea. Fundada en 2004 por Mark Zuckerberg, la plataforma ha crecido enormemente y cuenta con miles de millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo. Su utilidad radica en ofrecer una plataforma donde los usuarios pueden compartir actualizaciones de estado, fotos, videos, eventos, y más, así como interactuar a través de comentarios, mensajes privados y reacciones. También ofrece funciones adicionales como grupos y páginas que permiten a los usuarios conectarse con personas que comparten intereses similares o seguir a marcas y figuras públicas. En resumen, Facebook facilita la conexión y la comunicación en línea, permitiendo a los usuarios mantenerse al día con sus redes sociales y participar en comunidades virtuales.

Debido a la gran cantidad de usuarios, Facebook es una buena plataforma para que una ONG pueda darse a conocer. Facebook proporciona a las ONGs una plataforma accesible y efectiva para aumentar su visibilidad, ampliar su base de seguidores y recaudar fondos para sus proyectos y programas.

Instagram

Instagram es una plataforma de redes sociales centrada en compartir fotos y videos. Fundada en 2010 y adquirida por Facebook en 2012, Instagram ha crecido rápidamente en popularidad, atrayendo a millones de usuarios en todo el mundo. La aplicación permite a los usuarios capturar, editar y compartir contenido visual, como fotos y videos cortos, con sus seguidores. Instagram también ofrece funciones como historias efímeras, IGTV para videos más largos, y la capacidad de seguir a amigos, celebridades, marcas y otras cuentas de interés. Con énfasis en la estética y la creatividad, Instagram se ha convertido en una plataforma importante para la expresión personal, la promoción de marcas y la conexión con comunidades afines.

Actualmente tanto Instagram como Facebook, son redes sociales con mucho potencial como canales de difusión para las ONGs debido en gran parte a su alcance masivo. Instagram se centra en el contenido visual, lo que permite a las ONGs mostrar de manera efectiva el impacto de su trabajo, estas imágenes o vídeos tienen un poder emocional con el que poder conectar con las personas. Permitiendo contar historias que

resuenen con su audiencia y generar empatía.

Canva

Canva es una plataforma en línea que permite a los usuarios crear una variedad de diseños gráficos de manera fácil y rápida, sin necesidad de tener habilidades avanzadas en diseño. Fundada en 2012 por Melanie Perkins, Cliff Obrecht y Cameron Adams, Canva ofrece una amplia gama de herramientas y recursos, incluyendo plantillas prediseñadas, imágenes, gráficos y tipografías, que permiten a los usuarios diseñar desde simples publicaciones en redes sociales hasta presentaciones profesionales, folletos, logotipos y más. La plataforma se destaca por su interfaz intuitiva y amigable, así como por su enfoque en la accesibilidad y la democratización del diseño, lo que la convierte en una herramienta popular tanto para profesionales como para principiantes en el diseño gráfico.

Aunque es posible que la organización pueda contar con diseñadores para crear contenido para redes sociales, siempre es beneficioso estar preparado para lograr la autogestión en la creación y publicación de piezas gráficas cuando sea necesario. Para alcanzar este nivel de autogestión, se puede recurrir a aplicaciones de diseño que permiten emular con precisión los diseños deseados. Posteriormente, estos diseños pueden ser adaptados como plantillas en herramientas como Canva, lo que facilita y agiliza el proceso para aquellas personas que no poseen conocimientos en diseño, permitiéndoles crear las piezas gráficas que requieran.

Web

Las páginas web son plataformas digitales accesibles a través de internet que contienen información organizada y diseñada para el consumo del usuario. Estas pueden incluir texto, imágenes, videos, formularios interactivos y otros elementos multimedia, y su propósito puede variar desde proporcionar información sobre una empresa o entidad, hasta permitir la interacción con usuarios mediante la venta de productos o servicios.

Por otro lado, para las organizaciones no gubernamentales (ONG), tener una página web es crucial en la era digital actual. Esta presencia en línea les permite aumentar su visibilidad y alcance, así como facilitar la comunicación con su audiencia, donantes potenciales y voluntarios. Una página web bien diseñada y actualizada puede servir como una herramienta poderosa para contar la historia de la organización, mostrar su impacto en la comunidad, recaudar fondos, reclutar colaboradores

y promover eventos y campañas. Además, proporciona un espacio centralizado para compartir recursos, informes y noticias relevantes, lo que fortalece la credibilidad y transparencia de la organización ante su audiencia. En resumen, la presencia en línea a través de una página web se ha convertido en un componente esencial para el éxito y la sostenibilidad de las ONG en el panorama actual.

Mantener una página web para una ONG se considera fundamental. Por ende, para reactivar el sitio web de Botines Solidarios, se requiere la creación de una página a medida con el fin de alcanzar los objetivos propuestos y llegar a un público más amplio. Es importante que aquellos que accedan al sitio web puedan comprender a fondo la misión y los valores de esta organización. El proceso de creación de la web se planifica utilizando diversos enfoques metodológicos y creativos, como el "Design Thinking". Esto implica considerar aspectos como la estética, la usabilidad y la forma en que se transmite el mensaje al público.

Folletería

La folletería es una forma de material impreso que se utiliza para transmitir información sobre un tema específico, producto, servicio o evento. Por lo general, los folletos están diseñados en forma de hojas plegables que contienen texto, imágenes y gráficos, con el objetivo de captar la atención del lector y proporcionarle detalles concisos y relevantes sobre el tema en cuestión. Estos pueden distribuirse en lugares públicos, eventos, ferias, o directamente a través de correos físicos o electrónicos.

Por otro lado, la realización de folletos por parte de las organizaciones no gubernamentales (ONG) es de gran importancia, ya que les permite comunicar eficazmente su misión, proyectos y actividades a diversos públicos. La distribución de folletos en lugares públicos y eventos permite a las ONG aumentar su visibilidad y concienciar a la comunidad sobre temas importantes. Además, la entrega de folletos en escuelas a estudiantes y/o padres brinda la oportunidad de educar sobre cuestiones sociales relevantes, promover la participación en programas educativos o de voluntariado, e incluso sensibilizar sobre la importancia de apoyar causas benéficas. En resumen, la folletería es una herramienta efectiva para las ONG en la difusión de información, la captación de fondos y el fomento del compromiso comunitario en torno a sus iniciativas.

El reparto de folletos se presenta como una opción viable para captar usuarios. En la búsqueda de atraer la atención de diversos públicos, con un enfoque particular en padres y niños, se contempla la colocación de avisos en la calle, la difusión de afiches y la distribución de folletos en las escuelas. Esta estrategia persigue el objetivo de sumar tanto jugadores como colaboradores, además de simplemente dar a conocer la causa.

Estrategias de comunicación

Una estrategia de comunicación engloba todas las acciones necesarias para alcanzar los objetivos comunicacionales de una entidad, a su vez, también contiene al público objetivo que recibirá el mensaje, el mensaje que se busca transmitir y los canales mediante los cuales se difundirá el mensaje.

Los resultados obtenidos mediante el proceso de recopilación de información permite el trazado de un plan de acción comunicacional que integre todos los campos mencionados anteriormente y logre cumplir con los objetivos pactados entre las partes.

Objetivos

Los objetivos planteados son la guía para las acciones que se realicen en un futuro, dan un marco para la elección de medios a utilizar, qué métricas seguir de cerca, a quién se le comunicará y de qué manera se hará. Los objetivos de la estrategia de comunicación de Botines Solidarios son aumentar el reconocimiento de la organización, dar a conocer información vital sobre la misma y promocionar las actividades que se llevan a cabo dentro de ella.

Público objetivo

Durante la etapa diagnóstico se encuestó a personas de diversos rangos etarios, con la ayuda de los datos recolectados se pudo llegar a la conclusión que el público objetivo al que Botines Solidarios debe apuntar es a personas 9 a 40 años. Se apunta a personas con conocimiento y pasión por el deporte y que sepa los entresijos del rugby. Preferentemente se intenta llegar a personas de género masculino para formar parte de los equipos, ya que la organización no cuenta con la infraestructura para sustentar un equipo femenino de Rugby.

Canales

En relación a los canales en los cuales se desarrollará la estrategia de comunicación, se decidió la continuidad de la presencia en las redes de Facebook e Instagram ya que el grueso del público objetivo de Botines Solidarios se encuentra dividido entre estas dos redes. Además se consideró que estas redes sociales son las más indicadas para incrementar la exposición de la organización. Además se añadirá la elaboración de una página web para proporcionar un acceso directo a la información de la

organización y un newsletter para mantener al día a aquellos interesados.

En cuanto a la segmentación de contenidos, se consideró que la organización no cuenta con un diseñador gráfico o un community manager que pueda encargarse de darle una impronta única a cada red social, por lo que se decidió que los contenidos publicados en las dos redes principales sean los mismos. Esto permite que la persona designada para subir estos contenidos pueda hacerlo con facilidad a ambas redes, agilizando y facilitando el esparcimiento de la información.

Efemérides

Categoría constituida por efemérides nacionales e internacionales ligadas al rugby, como por ejemplo: el día del rugbier argentino, el día del entrenador, entre otros. Estas publicaciones están compuestas por una imagen representativa de la efeméride y un texto explicativo de la misma.

Institucionales

Está constituida por publicaciones compuestas por una imagen y un texto explicativo. El texto se encarga de contar datos e información sobre la organización, acercando a la organización con su público objetivo y generando empatía en el mismo.

Interés general

Será formada por datos informativos sobre cuidados personales, información sobre el deporte, estadísticas y todo tipo de información miscelánea que sea relevante para la organización y su público objetivo.

Actividades

La sección estará compuesta por publicaciones detallando las actividades, presentes y futuras, que la organización lleve a cabo. Contará con toda la información necesaria para asistir a las mismas, como por ejemplo: días de partido, horarios de práctica, colectas y actividades recreacionales por fuera del rugby.

Producción gráfica

A continuación se exponen los resultados de la producción gráfica del

proyecto. Se muestra toda la producción gráfica realizada para las redes sociales de Botines Solidarios.

Redes














Compartimos tu
misma pasión
BOTINES
SOLIDARIOS


BOTINES
SOLIDARIOS
Trabajo, cooperación y sacrificio
son imprescindibles para que
haya trabajado en equipo


Jugando juntos, ganamos todos
-
Unite a Botines Solidarios
BOTINES
SOLIDARIOS


Subasta solidaria
online a beneficio de la FUAR
Participá por la camiseta que
usó Agustín Pichot contra
Australia en el 2000.
Sumate en www.bdsubastas.com
BdB
BIEN DE BIEN
BOTINES
SOLIDARIOS
FUNDACIÓN


COLECTA SOLIDARIA
Necesitamos botines de rugby desde el talle N°39
Con tu donación ayudás al Equipo de Botines Solidarios Rosario para que pueda seguir practicando el deporte en mejores condiciones
341 6 91-7293 / 341 672-1146
BOTINES SOLIDARIOS
botines-solidarios.org.ar

Empieza la temporada 2024
¡Jugá, Aprendé y Crecé Juntos!



Botinessolidarios.com BotinesSolidarios Botines Solidarios

¡No te pierdas esta oportunidad de ser parte de algo más grande que el rugby!

Unite a Botines Solidarios en Rosario y formá parte del cambio.

¿Cómo puedes participar?

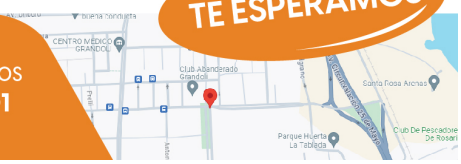
Es fácil: únete a nuestro equipo y juega con nosotros.
No importa tu nivel de experiencia, lo que importa es tu pasión por el rugby y tu deseo de ayudar a otros.

Además de disfrutar en el campo, tendrás la oportunidad de participar en actividades solidarias y eventos benéficos que marcarán la diferencia en la comunidad.

TE ESPERAMOS

$ Totalmente **GRATUITO**

Nos encontramos en **CEPEDA 4901**




ABRIL 2024
APERTURA TEMPORADA 2024
¡Te esperamos temporada 2024 de rugby!
¡Prepárense para la emoción y la intensidad en cada juego!
¡Que empiece la acción!
LUNES 1 ABRIL
17:00 - 21:00HS
Damos arranque a los primeros entrenamientos de la temporada
RIFA SOLIDARIA
Con el objetivo de comprar la totalidad de equipamiento para el equipo de juveniles, se realizará un rifa con el premio de la remera oficial de Los Pumas
GRAN TRY SOLIDARIO
La cuarentena privó de los entrenamientos, pero no frenó el espíritu altruista de la organización que lidera el ex Puma Leandro Lobrauco. Todos los sábados recorren distintos barrios de rosario con bolsones de alimentos.
SUMATE A LA CAUSA
Botinessolidarios.com
BotinesSolidarios
Botines Solidarios


BOTINES
SOLIDARIOS
Unite a la Familia de Botines Solidarios
¡Jugá, Aprendé y Crecé Juntos!
Botinessolidarios.com
BotinesSolidarios
Botines Solidarios


Jugando juntos, ganamos todos
Unite a Botines Solidarios
BOTINES
SOLIDARIOS
Botinessolidarios.com
BotinesSolidarios
Botines Solidarios Rosario



¡Queridas familias y apasionados del deporte!

Estamos encantados de invitarlos a formar parte de la vibrante comunidad de Botines Solidarios, donde el juego va más allá del campo y las lecciones van más allá de los deportes. En Botines Solidarios, creemos en el poder transformador del deporte para enriquecer vidas, construir relaciones y fortalecer comunidades. Y queremos que tú y tu familia sean parte de esta experiencia emocionante.

Una Experiencia Más Allá del Deporte

En Botines Solidarios, no solo se trata de patear un balón o marcar un gol. Nuestros programas están diseñados para proporcionar a los niños y jóvenes no solo habilidades deportivas, sino también valiosas lecciones de vida. Desde fomentar el trabajo en equipo hasta promover la inclusión y el respeto mutuo, cada momento en el campo es una oportunidad para crecer y aprender juntos.

¿Por Qué Unirse?

Desarrollo Integral: Nuestros programas no solo se centran en el desarrollo atlético, sino también en el crecimiento personal y emocional de cada jugador.
Ambiente Familiar: En Botines Solidarios, somos una familia. Aquí, encontrarás un ambiente cálido y acogedor donde todos son bienvenidos y valorados.
Impacto Positivo: Al unirse a nuestra organización, no solo estarás jugando al deporte que amas, sino que también estarás contribuyendo a hacer del mundo un lugar mejor, una patada a la vez.

¡Cómo Participar!

Si estás interesado en unirte a la familia de Botines Solidarios, ¡te animamos a dar el primer paso hoy mismo! Desde participar como jugador hasta involucrarte como voluntario o apoyar nuestras iniciativas como donante, hay muchas formas de ser parte de esta emocionante aventura.

¡Esperamos verte en el campo y ser parte de tu viaje de crecimiento y diversión en Botines Solidarios!

¡Nos vemos pronto!

El equipo de Botines Solidarios

Botinessolidarios.com BotinesSolidarios Botines Solidarios

Página WEB


BOTINES SOLIDARIOS
Inicio
Historia
Novedades
Colaborar
Contáctanos
Jugando juntos
Ganamos todos
Sumate a Botines Solidarios
Creamos líderes positivos en los barrios
Valores
Conducta
Deportividad

Creamos un entorno que fomenta los valores en diversos contextos sociales

Incremento en la participación deportiva

Aumento significativo en el número de personas y niños participando en actividades deportivas gracias a los programas de la organización

Reducción en la delicuencia juvenil

Disminución de los índices de delincuencia juvenil en las comunidades donde opera la organización, gracias al enfoque en actividades deportivas y de desarrollo personal como alternativa positiva

Fomento del trabajo en equipo y la inclusión social

Creación de un entorno que fomente valores como el trabajo en equipo, la solidaridad y la inclusión social entre los participantes de diversos orígenes y contextos sociales

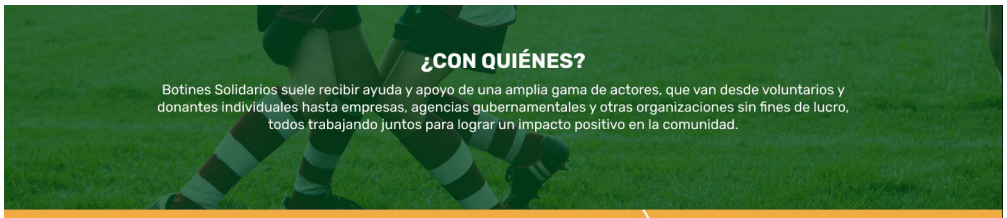


¿PARA QUÉ?

Botines Solidarios está impulsada por un profundo compromiso con el cambio social y el deseo de hacer una diferencia tangible en la vida de las personas a través del deporte y la acción comunitaria.

¿PARA QUIÉNES?

Botines Solidarios está dirigida a personas y comunidades que enfrentan desafíos significativos en su vida



¿CON QUIÉNES?

Botines Solidarios suele recibir ayuda y apoyo de una amplia gama de actores, que van desde voluntarios y donantes individuales hasta empresas, agencias gubernamentales y otras organizaciones sin fines de lucro, todos trabajando juntos para lograr un impacto positivo en la comunidad.

¿Estás interesado en formar parte de Botines Solidarios?
Haz click en el botón para enviar tu solicitud a la web.

Sumate

Opiniones de la gente

BUENOS AIRES

MARIA SOL VELILLA

Docente

"Creo que Botines Solidarios es una iniciativa increíble que realmente está marcando la diferencia en la vida de los niños y jóvenes de nuestra comunidad. Su enfoque en el deporte como una herramienta para promover la inclusión social y el desarrollo personal es admirable. He visto cómo han empoderado a tantos niños a través del rugby, brindándoles oportunidades que de otro modo no tendrían..."

ROSARIO

PABLO ACOSTA

Familiar de jugador

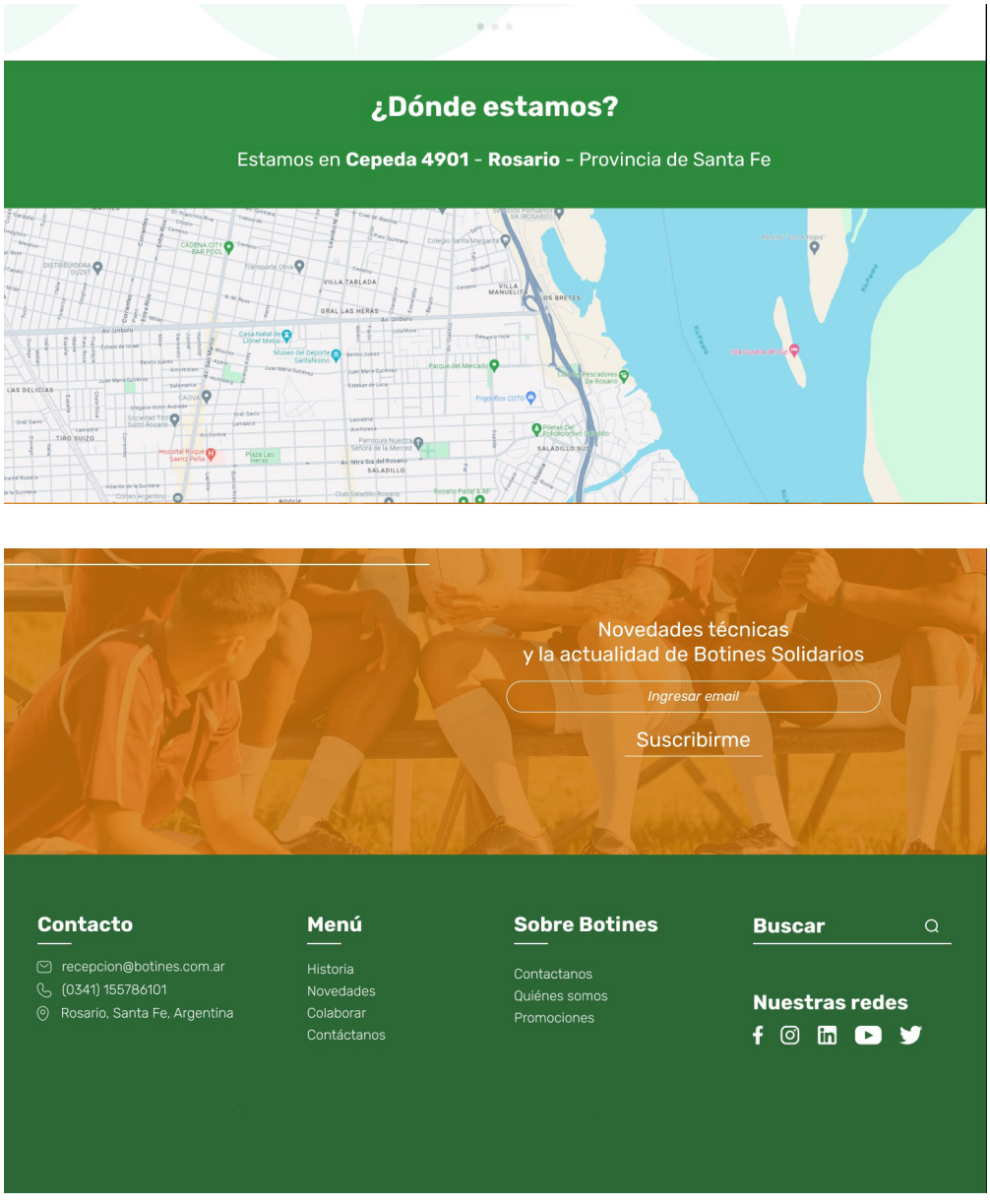
"Botines Solidarios ha sido una verdadera bendición para mi hijo. Desde que se unió al programa, ha mostrado una mejora significativa en su confianza, habilidades sociales y salud física. Los entrenadores son increíbles y realmente se preocupan por el bienestar de los niños. Además, aprecio mucho el énfasis en los valores como el respeto y el trabajo en equipo. Estoy agradecido de tener una organización como esta en nuestra comunidad."

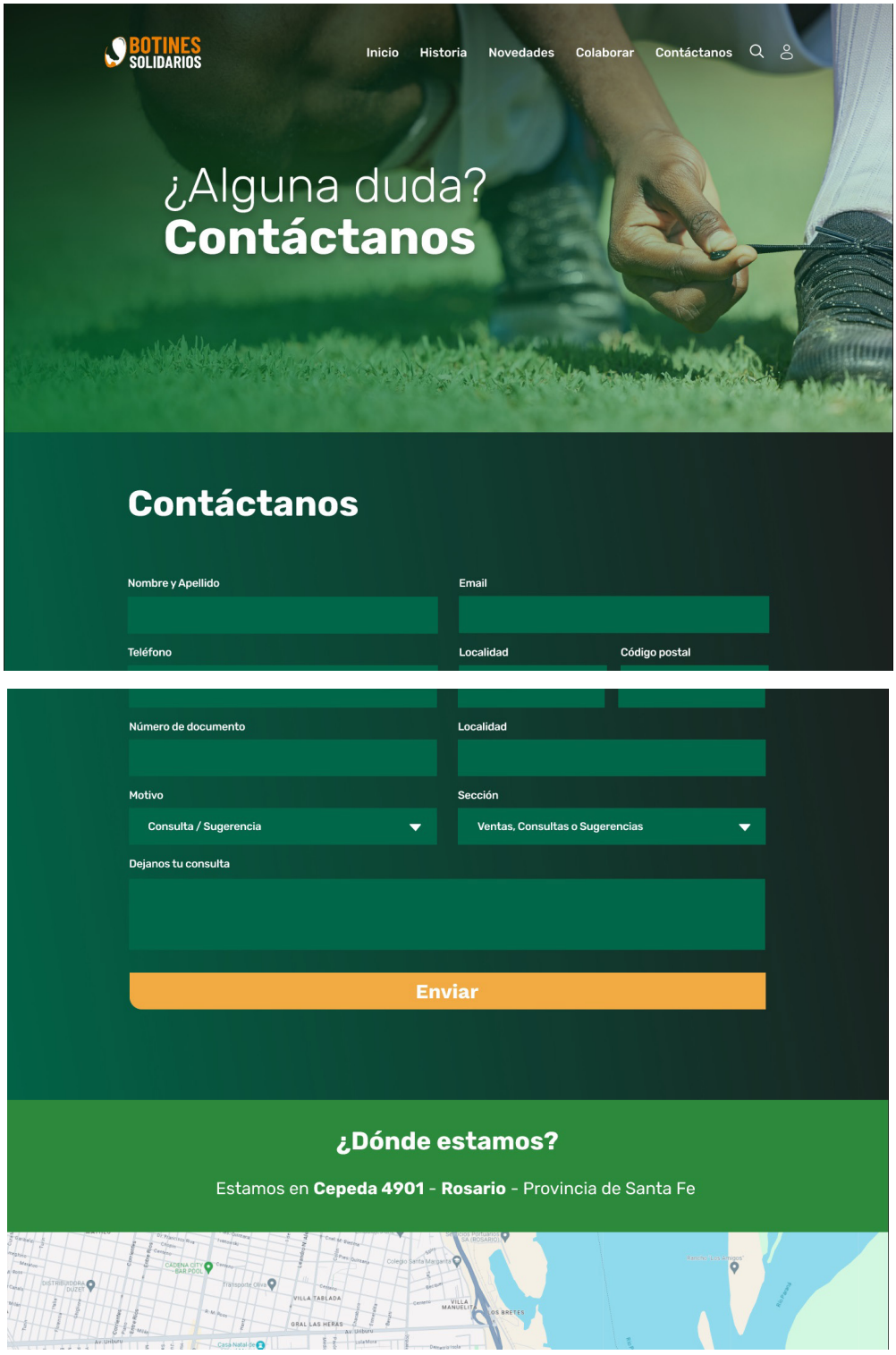
ROSARIO

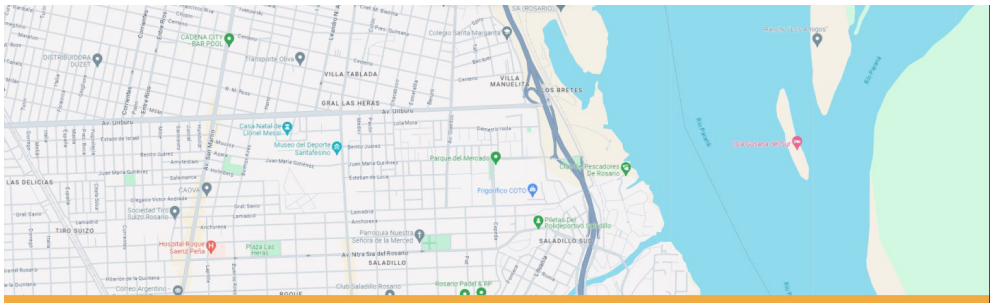
LUIS ALVAREZ

Familiar de jugador

"La participación de mi hijo e Solidarios ha sido una bendi una notable mejora en su co salud física. Los entrenadore un genuino cuidado por el bi valoro enormemente el énfa como el respeto y el trabajo de contar


¿Dónde estamos?
Estamos en **Cepeda 4901** - **Rosario** - Provincia de Santa Fe
Novedades técnicas
y la actualidad de Botines Solidarios
Ingresar email
Suscribirme
Contacto
recepcion@botines.com.ar
(0341) 155786101
Rosario, Santa Fe, Argentina
Menú
Historia
Novedades
Colaborar
Contáctanos
Sobre Botines
Contactanos
Quiénes somos
Promociones
Buscar
Nuestras redes


BOTINES SOLIDARIOS
Inicio
Historia
Novedades
Colaborar
Contáctanos
¿Alguna duda?
Contáctanos
Contáctanos
Nombre y Apellido
Email
Teléfono
Localidad
Código postal
Número de documento
Localidad
Motivo
Consulta / Sugerencia
Sección
Ventas, Consultas o Sugerencias
Dejanos tu consulta
Enviar
¿Dónde estamos?
Estamos en Cepeda 4901 - Rosario - Provincia de Santa Fe



¿Estás interesado en formar parte de Botines Solidarios?
Haz click en el botón para enviar tu solicitud a la web.

Sumate

Contacto

recepcion@botines.com.ar
(0341) 155786101
Rosario, Santa Fe, Argentina

Menú

Historia
Novedades
Colaborar
Contáctanos

Sobre Botines

Contactanos
Quiénes somos
Promociones

Buscar

Nuestras redes

Reflexiones Finales

05

El proyecto fue realizado con el fin de generar que una mayor cantidad de masa conozca la organización Botines Solidarios. Para esto se tuvo que plantear otros objetivos como, optimizar y mejorar la comunicación de la misma. Cuyos objetivos pueden ser alcanzados mediante la renovación del estilo gráfico actual, dando lugar a uno nuevo que unifique la comunicación en todos los medios donde esté presente.

Inicialmente, el proyecto se fragmentó en dos fases distintas. La primera fase, la etapa de investigación, consistió en realizar un análisis de la comunicación de Botines Solidarios en ese momento. Paralelamente, se llevó a cabo un estudio comparativo de organizaciones con actividades similares, evaluando los medios de comunicación que empleaban y si contaban con páginas web. Posteriormente, se ejecutó una encuesta abierta al público con el fin de determinar el alcance de Botines Solidarios y el grado de conocimiento que tenía el público sobre sus actividades.

La segunda fase, conocida como etapa de producción, se basó en los resultados y la información recopilada previamente para desarrollar una estrategia de comunicación y un estilo gráfico que reflejaran la esencia de Botines Solidarios. Además, se buscó sumar nuevas vías de comunicación y mejorar el nivel de comunicación para situarse al mismo nivel o por encima de otras organizaciones similares.

El proyecto se define como una experiencia de aprendizaje tanto a nivel personal como profesional. Desde una perspectiva personal, ha sido una oportunidad para familiarizarse con las realidades enfrentadas por este tipo de organizaciones. Al no poder priorizar la comunicación gráfica debido a otras preocupaciones más urgentes, es posible observar cómo el mensaje deseado a menudo no alcanza su audiencia prevista.

Es en este punto donde entra en juego la dimensión profesional, utilizando todos los conocimientos adquiridos para abordar la situación y ayudar a la organización a comunicar sus mensajes de manera efectiva, alcanzando así sus objetivos. Trabajar en proyectos de esta índole, donde se enfrentan numerosas variables y desafíos, conlleva un aprendizaje que va más allá de la teoría y seguramente será beneficioso para afrontar proyectos futuros.

Bibliografía

066

Bibliografía

Chaves, N. (2011). Pensamiento tipológico. FOROALFA. foroalfa.org/articulos/pensamiento-tipologico

Fundación Espartanos. (2023). Inicio. FUNDACIÓN ESPARTANOS. https://www.fundacionespartanos.org/

Fundación Espartanos. fundacionespartanos (2023). Perfil. Instagram. https://www.instagram.com/fundacionespartanos/?hl=es

Fundación Espartanos. fundacionespartanos (2023). Perfil. Facebook. https://www.facebook.com/FundacionEspartanos/?locale=es_LA

Rugby Sin Fronteras. (2016). Inicio. RUGBY SIN FRONTERAS. https://rugbysinfronteras.org/

Rugby Sin Fronteras. rugbysinfronteras (2015). Perfil. Instagram. https://www.instagram.com/rugbysinfronteras

Rugby Solidario. (2010). Inicio. RUGBY SOLIDARIO. https://rugbysolidario.org.ar/

Rugby Solidario. okrugbysolidario. (2015). Perfil. Instagram. https://www.instagram.com/okrugbysolidario/?hl=es-la

Cambio de Paso. (2021). Inicio. CAMBIO DE PASO. https://cambiodepaso.com.ar/

Botines Solidarios. botinessolidarios. (2016). Perfil. Instagram. https://www.instagram.com/botinessolidarios/

Botines Solidarios. botinessolidariosrosario. (2016). Perfil. Facebook. https://www.facebook.com/Botinessolidariosrosario/

Coder House. (2022). Clase 2, Metodologías de diseño y UX research [Diapositiva de PowerPoint]. Google Slides. https://docs.google.com/presentation/d/1gtswNhop554fIkH5rpeBb_bvPf61lmyb8HfrgFWfcRQ/edit#slide=id.g8c86f234c5_0_1541

Normas APA. (2024). Séptima edición. Normas APA. https://normas-apa.org/

Registro Nacional de Barrios Populares. (2023). Observatorio de barrios populares. ReNaBaP. https://www.argentina.gob.ar/capital-humano/familia/integracionsociourbana/renabap/observatorio-de-barrios-populares

INDEC. (2023). Incidencia de la pobreza y la indigencia. Pobreza. https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-4-46