

## **Proyecto: Acción Deportiva**

### **1. Resumen ejecutivo.**

El proyecto Acción Deportiva busca informar a la población en general y, sobre todo, a los adolescentes del nivel secundario en relación a los nuevos talentos deportivos en diferentes disciplinas. Para esto se está creando una red de participación de padres de familia, profesores, asociaciones deportivas y autoridades del área fomentar y apoyar a los nuevos deportistas.

### **2. Planteamiento del problema.**

Los jóvenes no se sienten identificados con los medios tradicionales, ellos buscan información atractiva y actualizada sobre deportes en nuevos espacios de difusión de información.

### **3. Objetivos y retos.**

Identificar y promover el talento deportivo de adolescentes a través de un sistema con página web y brazos operativos en redes sociales, creando alianzas estratégicas entre padres, autoridades educativas y deportivas.

### **4. Estudio de preferencias o necesidades de la audiencia.**

- ¿Cómo empatizaron con la audiencia?

Realizamos encuestas virtuales a través de Google Forms para conocer las preferencias de los jóvenes estudiantes de secundaria en diferentes unidades educativas respecto al consumo de información que buscan en el tiempo que usan de RR. SS.

- ¿En qué momentos involucraron al grupo meta en el desarrollo de su propuesta?

Desde el inicio buscamos conocer las necesidades y preferencias que tienen los jóvenes para ser informados y la mejor manera de llegar a ellos para que consuman nuestro producto.

### **5. Detalle del proceso de ideación y de la metodología utilizada.**

- ¿Qué técnicas utilizaron para llegar a su propuesta?

Encuestas al público objetivo, grupo focal, testeo de productos y entrevistas.

- Para realizar su propuesta, ¿tomaron en cuenta o recogieron ideas ya existentes? ¿De dónde?

Recogimos ideas de personas expertas en medios para darle forma al proyecto.

- ¿Qué aspectos, puntos o consejos dados por los expertos invitados tomaron en cuenta para su trabajo?

El formato para crear el material que subiremos a nuestros canales en las RR. SS. Y la duración que deberían tener de acuerdo a las plataformas donde serán difundidas nuestras notas.

## **6. Plan de negocios o estudio de costos:**

- ¿Cuánto cuesta su proyecto?

Se ha hecho un presupuesto básico y alcanza a los Bs 14.580 que toma en cuenta el costo de los equipos técnicos, servicio de internet, telefonía, desarrollo del sitio web y hosting. Además, se tomó en cuenta el sueldo mínimo de cuatro periodistas, integrantes del grupo.

Las notas se realizan con el equipo celular de cada periodista.

- ¿Tomaron en cuenta los costos reales?

Sí, adjuntamos un cuadro donde se detallan los costos para la posible implementación del proyecto, donde se toman en cuenta varios elementos.

- ¿Alcanzaron el punto de equilibrio?

Consideramos que sí, pero es posible que estos varíen de acuerdo a la implementación y el avance del proyecto.,

- ¿Cómo piensan obtener ingresos?

Una de las propuestas es generar alianzas con instituciones públicas y privadas del rubro, postular a diferentes programas donde otorgan presupuesto para la elaboración de productos periodísticos. Buscar publicidad en tiendas deportivas que les interese apoyar este emprendimiento.

Por otro lado, se buscará trabajar con las mismas Asociaciones deportivas y las direcciones del deporte. Así mismo, se plantea la idea de también trabajar con Campañas de marketing, formas de contacto y comunicación con otras unidades educativas para dar

a conocer nuestro trabajo, por ejemplo, Hacer cobertura de campeonatos intercolegiales, porque no relatar los partidos de OTB`s, hacer uso de nuestro tik tok para hacer un video promocional (cada 15 días, por ejemplo) invitando a los colegios a participar los eventos y actividades deportivas.

<b>Cuadro estudio de costos del proyecto</b>			
Número	Ítem	Detalle	Costo total
1.	Personal	4 integrantes -Redactor editor - Camarógrafo - Productor audiovisual. - Periodista o reportero. -Se estimó el sueldo mínimo Bs 2.250	Bs 9.000
2.	Equipo técnico	2 celulares Trípode Micrófonos	Bs 3.500
3.	Internet y servicio de telefonía	Internet plan mensual	Bs 180
4.	Desarrollo del sitio web y hosting	De acuerdo a las publicaciones	Bs 1.500
5.	Pasajes y traslado del personal, estimación mensual	Periodista Bs 200 Camarógrafo Bs 200	Bs 400
Total			Bs 14.580

## **7. Calidad de la idea.**

- ¿Esta idea es disruptiva? ¿Por qué?

Sí, totalmente. Es un producto que poco o nada se ha visto, pues será contenido para los estudiantes. Orientado al deporte fuera de cualquier formato de programa deportivo visto antes. Pues se quiere mostrar historias, dar a conocerlas.

- ¿Qué aspectos de la idea sirven para otros periodistas y medios de comunicación?

El brindar atención, poder ser una ventana para que también puedan dar a conocer.

- ¿La idea propuesta tiene relevancia social?

Sí, la propuesta busca integrar a todos los actores que pueden ayudar a formar deportistas competitivos para que la falta de recursos deje de ser un obstáculo, y así el talento nacional pueda competir no solo en el interior del país.

- ¿En qué sentido la idea es relevante para la sociedad, los medios y el periodismo?

De la manera en que se puede brindar apoyo al deporte con la comunicación, tener buenos deportistas no basta, hay que apoyarles en la formación, integrando a diferentes sectores que pueden hacer crecer el interés de jóvenes para practicar profesionalmente cualquier disciplina deportiva.

## **8. ¿Calidad del proyecto?**

- ¿Qué elementos de la propuesta fueron prototipados y testeados? ¿Por qué?

El primer producto en ser testado fue una historia de una pequeña motociclista cochabambina, uno de los segmentos más fuertes que quiere difundir el sistema, pues se quiere mostrar un material del lado humano de los protagonistas.

El material audiovisual fue testado por adolescentes en un grupo focal del colegio Eustaquio Méndez de la ciudad de Tarija, para que ellos puedan opinar sobre el tipo de contenido que les gustaría ver, un estilo diferente y atractivo para que puedan ser seguidores.

El proyecto fue testado desde su comienzo, tomando en cuenta que está dirigido a niños y adolescentes, nuestro desafío es que el material elaborado sea atractivo para este sector y evitar caer en formatos tradicionales que se difunden en redes sociales. El resultado fue positivo porque plantearon que los videos sean más cortos y que cuenten la preparación y obstáculos que deben enfrentar.