



C A P Í T U L O 8

PLAN DE ACCIÓN: LA RUTA PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EAGLES RUGBY CLUB

Johan Shamir Rodríguez Becerra

Juan Esteban Domínguez Sánchez

Ligia Gómez Racines

Claudia Andrea Duque Castillo

Edwin Jair Bastidas Bonilla

Álvaro Andrés Coral Vallejo

Iván Darío Coral Vallejo

Toda estrategia necesita convertirse en acciones concretas. El Eagles Rugby Club posee una identidad sólida, una comunidad comprometida y una historia valiosa, pero para fortalecer su crecimiento y consolidar su sostenibilidad requiere una hoja de ruta clara, ordenada y realista. Este CAPÍTULO presenta el plan de acción diseñado para implementar las estrategias de marketing, fortalecer la gestión institucional y mejorar la experiencia del jugador y su familia.

El plan se organiza en cuatro grandes ejes: identidad, comunicación, crecimiento deportivo–comunitario y gestión interna. Cada eje contiene acciones específicas con responsables, plazos estimados y resultados esperados. No es un plan rígido: es un mapa adaptable que orienta decisiones, facilita el trabajo y permite evaluar avances de manera continua.

1. EJE DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Construir una marca coherente, reconocible y respetada

1.1. Actualización y estandarización de la imagen del club

Acciones:

- Diseñar un manual básico de identidad visual.
- Definir el uso del logo, tipografías y paleta de colores.
- Establecer plantillas oficiales para redes sociales, afiches y documentos.

Resultado esperado:

Una imagen profesional y consistente que refuerce credibilidad y confianza.

Plazo:

Corto (primeros 2 meses).

1.2. Construcción de narrativa institucional

Acciones:

- Redactar la historia del club en formato narrativo para redes.
- Definir mensajes clave: propósito, valores, enfoque formativo.
- Elaborar cápsulas audiovisuales breves que cuenten la vida del club.

Resultado esperado:

Una identidad emocional fuerte que conecte con jugadores y familias.

Plazo:

Corto-mediano (2 a 4 meses).

1.3. Uniformidad y presentación del equipo

Acciones:

- Establecer un diseño unificado para uniforme de competencia y entrenamiento.
- Gestionar convenios con marcas deportivas locales.

Resultado esperado:

Mayor sentido de pertenencia y visibilidad en torneos.

Plazo:

Mediano (4 a 6 meses).

2. EJE DE COMUNICACIÓN

Mejorar la información interna y la proyección externa del club

2.1. Canales oficiales de comunicación

Acciones:

- Crear grupos oficiales para cada categoría (WhatsApp Business).
- Implementar un protocolo para anuncios: horarios, escenarios, cambios.
- Publicar calendarios mensuales y semanales.

Resultado esperado:

Reducción de confusiones y aumento de confianza por parte de las familias.

Plazo:

Inmediato (primer mes).

2.2. Fortalecimiento de redes sociales

Acciones:

- Diseño de parrilla mensual de contenido.
- Publicaciones semanales con fotos, videos y testimonios.
- Difusión de resultados, logros y actividades sociales.
- Inclusión de secciones educativas ("Sabías que...", "Reglas del rugby", etc.).

Resultado esperado:

Mayor visibilidad, reconocimiento y captación de nuevos jugadores.

Plazo:

Continuo (mensual).

2.3. Presencia en comunidades y medios locales

Acciones:

- Participación en ferias, eventos deportivos y festivales comunitarios.
- Articulación con colegios y zonas deportivas del sector.
- Difusión de actividades en páginas barriales y medios locales.

Resultado esperado:

Posicionamiento territorial del club como referente de deporte formativo.

Plazo:

Mediano (4 a 8 meses).

3. EJE DE CRECIMIENTO DEPORTIVO Y COMUNITARIO

Fortalecer la base formativa y consolidar la experiencia del jugador

3.1. Programa de captación anual

Acciones:

- Campañas semestrales para ingreso de nuevos jugadores.
- Jornadas de entrenamiento gratuito para familias interesadas.
- Visitas a colegios y universidades cercanas.

Resultado esperado:

Aumento sostenido de jugadores en categorías infantiles y juveniles.

Plazo:

Semestral.

3.2. Estructuración de las categorías formativas

Acciones:

- Diseño de rutas formativas por edad.
- Establecimiento de objetivos técnicos y tácticos por categoría.
- Inclusión de actividades lúdicas para niños de 6 a 11 años.

Resultado esperado:

Mayor retención, continuidad deportiva y claridad en la progresión.

Plazo:

Mediano (3 a 6 meses).

3.3. Experiencia de bienvenida para nuevos jugadores

Acciones:

- Crear una cartilla digital con información del club.
- Realizar una inducción básica de reglas, valores y cultura.
- Asignar mentores entre jugadores experimentados.

Resultado esperado:

Integración rápida al grupo y reducción de deserción temprana.

Plazo:

Corto (1–2 meses).

3.4. Actividades para fortalecer la cohesión

Acciones:

- Encuentros recreativos y educativos trimestrales.
- Charlas motivacionales y talleres de liderazgo.
- Actividades de integración con familias.

Resultado esperado:

Fortalecimiento emocional del grupo y sentido de pertenencia.

Plazo:

Continuo (trimestral).

4. EJE DE GESTIÓN INTERNA

Profesionalizar los procesos administrativos y operativos del club

4.1. Definición clara de roles y responsabilidades

Acciones:

- Elaborar un organigrama funcional.
- Establecer funciones básicas por cargo.
- Crear un pequeño comité de apoyo administrativo.

Resultado esperado:

Orden interno, mejor distribución del trabajo y menos improvisación.

Plazo:

Corto (2 meses).

4.2. Implementación de un sistema básico de gestión administrativa

Acciones:

- Registro actualizado de pagos, asistencia y datos de jugadores.
- Formalización de procesos sencillos: inscripciones, autorizaciones, permisos.
- Documentación digital de actas y decisiones.

Resultado esperado:

Mayor transparencia y trazabilidad en la operación del club.

Plazo:

Mediano (3 a 6 meses).

4.3. Gestión financiera estructurada

Acciones:

- Elaborar un presupuesto anual.
- Definir fuentes de financiación diversificadas.
- Crear un fondo de apoyo para jugadores con dificultades económicas.

Resultado esperado:

Sostenibilidad y proyección financiera.

Plazo:

Mediano (primer semestre).

4.4. Creación de alianzas estratégicas

Acciones:

- Contacto con universidades para prácticas de estudiantes.
- Búsqueda de empresas locales para apoyos en especie o patrocinio.
- Construcción de convenios con escenarios deportivos del sector.

Resultado esperado:

Mayor capacidad operativa, visibilidad y recursos complementarios.

Plazo:

Mediano–largo (6 a 12 meses).

5. CRONOGRAMA GENERAL SUGERIDO

Para facilitar su implementación, el plan puede desarrollarse en tres fases:

Fase 1: Organización inicial (0–3 meses)

- Manual de identidad
- Canales de comunicación
- Bienvenida estructurada
- Organigrama
- Primera campaña de captación

Fase 2: Consolidación (4–8 meses)

- Sistema administrativo básico
- Alianzas iniciales
- Fortalecimiento de redes
- Estructura formativa por categorías

Fase 3: Expansión (9–12 meses)

- Participación constante en eventos
- Actividades comunitarias robustas

- Presencia en medios locales
- Captación ampliada en instituciones educativas

Eje Estratégico	Objetivo Principal	Acciones Clave	Plazo	Resultado Esperado
1. Identidad Institucional Versión para libro de Rugby	Construir una marca coherente, reconocible y respetada	• Diseñar manual básico de identidad visual • Definir uso de logo, tipografías y colores • Crear plantillas oficiales • Redactar historia del club en formato narrativo • Elaborar cápsulas audiovisuales • Unificar presentación del equipo	Corto (0–2 meses)	Imagen profesional consistente; identidad emocional fuerte
2. Comunicación Versión para libro de Rugby	Mejorar la comunicación interna y la visibilidad externa	• Organizar canales oficiales • Fortalecer redes sociales • Crear calendario de publicaciones • Presencia en medios y comunidades locales	Corto-mediano (1–4 meses)	Comunicación clara, ordenada y presencia estable en redes/medios
3. Crecimiento Deportivo y Comunitario Versión para libro de Rugby	Fortalecer categorías formativas y experiencia del jugador	• Programa anual de captación • Organización de categorías formativas • Bienvenida estructurada a nuevos jugadores • Actividades de cohesión grupal	Mediano (3–6 meses)	Aumento de jugadores, mejor experiencia y mayor pertenencia
4. Gestión Interna Versión para libro de Rugby	Profesionalizar procesos administrativos y operativos	• Definir roles y responsabilidades • Implementar sistema básico de gestión • Elaborar presupuesto anual • Diversificar fuentes de financiación • Crear alianzas estratégicas con universidades/empresas	Mediano-largo (4–12 meses)	Mayor orden, trazabilidad, sostenibilidad financiera y alianzas activas
5. Cronograma General Versión para libro de Rugby	Implementar el plan de forma progresiva	Fase 1 (0–3 meses): manual de identidad, canales, bienvenida, organigrama, primera campaña Fase 2 (4–8 meses): sistema administrativo, alianzas iniciales, redes fortalecidas, estructura formativa Fase 3 (9–12 meses): eventos, actividades comunitarias, medios locales, captación ampliada	12 meses	Ejecución organizada, continua y sostenible del plan

CONCLUSIÓN

El plan de acción presentado ofrece una ruta clara, concreta y alcanzable para transformar al Eagles Rugby Club. Cada acción está diseñada para fortalecer la identidad institucional, organizar el funcionamiento interno, mejorar la experiencia del jugador y potenciar la visibilidad del club ante la comunidad y los aliados.

La clave del éxito no radica en hacer muchas cosas a la vez, sino en avanzar con coherencia, orden y compromiso. El logro de pequeñas metas, sostenidas en el tiempo, permitirá que el club crezca de manera sólida y sostenible.

El siguiente CAPITULO presenta las lecciones aprendidas y recomendaciones finales, que sintetizan los aprendizajes derivados del diagnóstico y de toda la propuesta estratégica.