



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE  
CONTENIDO EN EL FACEBOOK DEL CLUB HIPICO MILITAR SOBRE  
LA ESCUELA DE EQUITACIÓN EN EL AÑO 2022”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL  
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
CIENCIAS DE COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR**

Bach. ORCADA REYES, SILVIA KRYSTEL  
<https://orcid.org/0000-0001-9762-3789>

**ASESOR:**

Dra. PINEDO CALLEJA, ERICKA GIOVANNA  
<https://orcid.org/0000-0002-9021-4269>

**LIMA – PERU**

**2022**

## INDICE

INDICE.....	2
ÍNDICE DE FIGURAS .....	4
1. Presentación.....	5
1.1. Justificación del tema .....	6
2. Presentación de la Entidad.....	7
2.1. Club Hípico Militar.....	7
2.2. Escuela de Equitación del Ejercito .....	10
2.3. Dispositivo legal de creación.....	11
2.3.1. Corporación que integra la Escuela de Equitación del Ejército.....	14
2.3.2. Estructura de la escuela de equitación del ejercito .....	16
3. Presentación del Área Funcional .....	16
3.1. Funciones.....	17
4. Descripción y Desarrollo del Proyecto .....	17
4.1. Identificación de La Problemática a Resolver con el Proyecto .....	17
4.2. Justificación del Proyecto .....	19
4.3. Desarrollo del Proyect .....	24
4.3.1. Análisis de situación actual: .....	24
4.3.2. Definir objetivos Smart.....	26
4.3.3. Definir la Audiencia .....	27
4.3.4. Definir la red social a utilizar: .....	27
4.3.5. Tipo de Contenido: .....	28
4.3.6. Plan de Estrategia de Contenidos: .....	31

4.3.7.	Promocionar los contenidos.....	39
4.3.8.	Medición de Plan de contenidos en la red social.....	40
5.	Conclusiones y Recomendaciones .....	42
5.1.	Conclusiones.....	42
5.2.	Recomendaciones .....	42
	Referencias Bibliográficas.....	43
	Anexos.....	45

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Croquis de Escuela de Equitación del EP .....	14
Figura 2 Organigrama de la Escuela de Equitación del Ejército .....	16
Figura 3 Objetivos de los contenidos .....	22
Figura 4 Estrategia de Contenido .....	24
Figura 5 Global Overview Digital 2022 .....	28
Figura 6 Insignia de la Escuela de Equitación del Ejército .....	30
Figura 7 Imagen de Portada del Facebook Oficial del CHM y la EEE .....	30
Figura 8 Insignia del Club Hípico Militar .....	31
Figura 9 Fotografía Concurso Ecuestre, competidor Oficial del Arma de Caballería del Ejército .....	32
Figura 10 Fotografía Concurso Ecuestre - Competidor Oficial del Arma de Caballería del Ejército.....	32
Figura 11 Programa Maestro de Equitación .....	33
Figura 12 Publicación de Felicitaciones .....	35
Figura 13 Transmisión en vivo del Concurso realizado por el CHM y la EEE .....	36
Figura 14 Calendario de Actividades Ecuestres organizados por el CHM y la EEE .....	36
Figura 15 Calendario Ecuestre 2022 .....	38
Figura 16 Concurso organizado por el Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación del Ejército.....	39
Figura 17 Herramienta Metricool .....	40
Figura 18 Reportes métricos de la página Metricool.....	41
Figura 19 Fotografía Documento Oficial con la designación del Aniversario de la EEE.....	45

## **1. Presentación**

El siguiente Trabajo de Suficiencia Profesional, tiene como propósito principal aportar alternativas de solución comunicacional, enfocándonos en la información digital, teniendo en cuenta que es el formato más utilizado en la actualidad.

Las redes sociales se están convirtiendo en una parte integral de la vida cotidiana de las personas, las instituciones políticas y las empresas, sirviendo de ventana para la comunicación. Este crecimiento masivo relevante está argumentado en mayor parte al aumento de la comunicación online, a consecuencia de las restricciones de movilidad que afligió en gran parte a la población mundial, afectados por el incremento del Covid 19, por tal motivo se puede asegurar que este espacio tecnológico, hace que el público participe masivamente de forma espontánea, en las distintas plataformas virtuales, originando un mayor acercamiento, confianza y comunicación entre las personas e Instituciones.

Cientos de miles de personas utilizan las redes sociales cada día para mantenerse en contacto con sus seres queridos, establecer nuevas conexiones, realizar negocios y promocionar y comercializar sus productos y servicios. Es imposible ignorar la importancia del uso de las redes sociales con fines comerciales, ya que son el lugar al que la gente acude para comprar, vender, promocionar y hacer publicidad. Nadie puede ignorar la importancia de las redes sociales como herramienta de marketing para las empresas.

Debido a la cuarentena, muchas empresas se estancaron al no tener medios digitales de conexión con sus clientes, y solo las empresas que se adaptaron a este nuevo entorno pudieron seguir operando desde finales de 2019 hasta ahora en 2021.

Los conocimientos adquiridos en la Universidad me permiten afirmar que esta preparación es esencial para el desempeño profesional, este aprendizaje nos proporciona las herramientas para el desenvolvimiento laboral, experiencia que me faculta aplicar en las distintas estrategias de contenidos en las redes sociales, con el fin de construir una sociedad informada, de manera eficiente, accesible y comprensible a la interpretación de todos de forma simultánea.

En esta ocasión tenemos al Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación del Ejército, instituciones que mantienen una participación muy activa en los concursos Ecuestres, ya que pertenecen a la Federación Deportiva Nacional Ecuestre del Perú, compitiendo a nivel Nacional e Internacional, así mismo el Club Hípico Militar (CHM), en sus distintas sedes desarrollan concursos de equitación, actividades propias de la Institución castrense; siendo desarrollados por los Maestros de Equitación, sin embargo, no existe una plataforma virtual y/o red social que les permita informar y difundir estas actividades y concursos entre los socios del Club Hípico Militar, Federación Deportiva Nacional Ecuestre y público en general en tiempo real.

### **1.1. Justificación del tema**

Esta investigación está orientada a la implementación del contenido en redes sociales, tenemos al Facebook que es la red social con mayor interacción con el público, la creación de los contenidos es con el propósito de ofrecer información amigable y entretenida, compartiendo las actividades ecuestres, eventos programados anualmente por la Federación Deportiva Nacional Ecuestre.

Este estudio se basa en la incorporación de las redes sociales como estrategia para atraer a nuevos socios y superar las adversidades que ha dejado la pandemia. Los socios o clientes post-cuarentena ya no han evolucionado, se han digitalizado y utilizan la tecnología para

encontrar nuevos servicios que satisfagan sus necesidades, teniendo una gama de infinitas opciones para elegir, la clave es la diferenciación y la llegada a ellos.

Estas competencias y participación son desarrolladas por los socios y maestros de equitación egresados de la Escuela de Equitación del Ejército (EEE), quienes laboran en distintas sedes del Club Hípico militar, a nivel nacional.

Estos contenidos en la red social Facebook tienen los siguientes objetivos:

Informar y difundir las competencias ecuestres programadas a nivel nacional e Internacional, que se llevarán a cabo este año 2022, donde el Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación del Ejército, tendrán participación.

Se busca la interacción digital con todas las sedes, y los maestros de equitación a nivel nacional.

Gestar una presencia Institucional que este acorde a la vanguardia digital para conocimiento del público en general.

Lograr un formato de comunicación uniforme y dinámico.

Transmitir los concursos mediante la página del Facebook, siendo estos organizadas por el Club Hípico Militar.

## **2. Presentación de la Entidad**

### **2.1. Club Hípico Militar**

El Club Hípico Militar, es una entidad de derecho jurídico y privada sin ánimo de ser lucrativa., organizada bajo e l régimen de asociación civil. Tiene la existencia legal desde el 08 de noviembre de 1999. Tiene como fines:

Promover y desarrollar entre sus asociados la actividad hípica, así como actividades deportivas ecuestres, respecto de las cuales podrá afiliarse a instituciones deportivas de carácter hípico.

Mantener las mejores relaciones con todas las entidades que se dediquen a la práctica de los deportes ecuestres, el desarrollo del caballo, de la caballería y de la hípica general.

Organizar, fomentar y difundir actividades académicas de estudio e investigación sobre equitación, así como implementar entre otros una biblioteca, hemeroteca, videoteca y museo.

Desarrollar otras actividades deportivas y culturales, cuando lo decidan los asociados en asamblea general o el Consejo Directivo.

No está autorizado el empleo del nombre del CHM o local social en actividades políticas o de otro carácter que no concuerden con sus fines.

Se entiende actividades hípicas las realizadas por el asociado y/o sus familiares dependientes. al hecho de montar o ejercitar uno o más caballos dentro de las instalaciones de la institución o tener o mantener caballos que concuerden sus fines.

Los principios Fundamentales en el Club Hípico Militar son los siguientes:

Derecho Humano: La participación en los deportes de club es un derecho humano inalienable, ya que promueve estilos de vida saludables y la comunidad. Sin tener en cuenta la

nacionalidad, la etnia, la religión, el idioma, las creencias políticas o la posición socioeconómica de cada uno, el Estado y la sociedad deben garantizar que todos tengan las mismas oportunidades de practicar esta actividad y de participar plenamente en grupos afines.

Equidad: Sin importar la nacionalidad, la raza, el color, el credo, la orientación sexual, la afiliación política, el nivel socioeconómico o cualquier otro factor, todas las personas interesadas son bienvenidas a unirse al club y a participar en los deportes ecuestres y otras actividades.

Ética: La paz, la solidaridad, la justicia, la libertad, la honestidad, la tolerancia, la responsabilidad, el trabajo y el respeto absoluto a la convivencia deportiva se plasman en estas actividades, reforzando las convicciones morales a nivel individual y sentando las bases de una sociedad basada en el cumplimiento constante del deber cívico.

Democracia: Se refuerza el Estado de Derecho y se promueve la tolerancia mutua entre personas, mayorías y minorías mediante el respeto irrestricto de los derechos humanos, la libertad de conciencia, pensamiento y opinión; el pleno ejercicio de la ciudadanía y el reconocimiento de la voluntad de todos los compañeros.

Disciplina: La capacidad de organización consiste en actuar de forma metódica y persistente hacia un objetivo. El control de nuestra voluntad para lograr los objetivos previstos requiere un sistema de normas y reglamentos.

La Escuela de Equitación y Adiestramiento del Ejercito.

El Club Hípico Militar tiene Sub Sedes en las Ciudades, de Sullana, Tacna, Arequipa y

Puno, dónde están designados los distintos maestros de equitación, egresados de la EEE. EL Club Hípico Militar está conformado por el siguiente Consejo Directivo:

- Presidente
- Vicepresidente
- Secretario
- Tesorero
- Fiscal
- Vocal de Adiestramiento
- Vocal de Salto
- Vocal de CCE
- Vocal Otras Disciplinas y Actividades Ecuestres
- Vocal Técnico y Doctrina
- Vocal de Bienestar RRPP e Infraestructura

## **2.2. Escuela de Equitación del Ejército**

La Escuela de equitación del Ejército proporciona una educación de calidad en el campo de las operaciones ecuestres, es reconocida nacional e internacionalmente, especializa al personal militar, así como a otras instituciones armadas e invitados extranjeros en la especialidad de Equitación Magistral, y produce Doctrina Ecuestre de acuerdo con los requisitos del Ejército (COEDE, 2013)

La Escuela de Equitación del Ejército Fue creada el 08 de noviembre de 1945, mediante el DS N<sup>o</sup> 9, (Anexo 1- Figura 18) con el fin de preparar jinetes capaces de representar al Ejército en concursos ecuestres internacionales y de formar a los instructores responsables de la

enseñanza especializada de la equitación.

La Escuela de Equitación, comenzó a operar en el RC 3 (Cuartel San Martín) en 1945 y permaneció allí hasta el cierre del RC 3 en 1952. Por órdenes del Comando del Ejército, la AEE se trasladó a La Molina en febrero de 1978.

### **2.3. Dispositivo legal de creación**

Con Decreto Supremo N° 09 del 08 de noviembre de 1945, el Presidente de la República, reconociendo la necesidad de establecer una Escuela de Equitación y Adiestramiento con el fin de formar instructores encargados de la enseñanza especial de la equitación, así como jinetes capaces de representar al Ejército en competiciones ecuestres internacionales, y de acuerdo con la recomendación del general jefe de la misión militar americana y el dictamen de la inspección general del ejército, dicta el siguiente decreto:

1°.- Organiza la Escuela de Equitación y Adiestramiento, el objetivo del programa es formar jinetes competentes que puedan representar a su país en concursos ecuestres internacionales y servir como oficiales de equitación y doma..

2°.- La Escuela de Equitación y Adiestramiento evolucionará del actual Equipo Ecuestre Nacional a una entidad autónoma con la siguiente composición Veintiuna tropas, treinta caballos, un vehículo y una camioneta; un mayor, dos capitanes, ocho tenientes o tenientes alumnos; un piquete con un teniente comandante; un oficial veterinario; tres sargentos segundos (dos sargentos de armas y un mariscal de herradura); y un cabo carpintero.

3°.- Los instructores y los cadetes serán seleccionados entre los jóvenes oficiales más prometedores de la rama de caballería (menores de 30 años) que ya han demostrado una

habilidad excepcional con los caballos.

4°.- El ciclo de formación tendrá una duración de dos años, al término de los cuales los oficiales autorizados se graduarán con un certificado como profesores de equitación y adiestramiento y prestarán servicio como tales en los institutos y cuerpos del Ejército.

5°.-El jefe de la Escuela tendrá las mismas atribuciones que el 1er jefe de cuerpo.

6°.- Mientras se disponga de local Especial, la Escuela de Equitación y Adiestramiento funcionara en el centro de Instrucción Militar de Chorrillos.

8°.- El Estado mayor del Ejército considerara esta organización a partir del año 1,946.

9°.- La aplicación y el control de los requisitos del presente decreto, emitido en la Casa de Gobierno el 8 de noviembre de 1945.

La escuela de Equitación del Ejército, a través del club Hípico Militar, forman parte de la Federación Deportiva Nacional Ecuestre, quien a su vez es reconocida por el Instituto Peruano del Deporte y la Federación Ecuestre Internacional (FEI).

En el Perú se desarrollan 3 disciplinas Ecuestres: Salto, Adiestramiento y Concurso Completo

**Salto:** Es un tipo de competición ecuestre en la que el caballo y el jinete son cronometrados para completar un número de saltos sobre una serie de obstáculos. Las clasificaciones y las alturas varían. El salto es un deporte desafiante que requiere valentía, autodisciplina y dominio técnico. Gana el equipo que termina el recorrido en el menor tiempo y con el menor número de errores. Además de ser una de las tres pruebas ecuestres de los Juegos

Olímpicos, es una de las disciplinas ecuestres más practicadas en todo el mundo.

**Adiestramiento o doma:** La doma clásica es la cúspide del entrenamiento y la etiqueta de los caballos. Dentro de una pista rectangular, el caballo y el jinete deben completar una secuencia de maniobras que corresponden a cada instrucción. Los deportistas, tanto del lado humano como del ecuestre, tienen ciertas similitudes.

**Concurso completo:** La FEI reconoce el concurso completo como una disciplina más completa. La competición, que se ha comparado con un triatlón ecuestre, exige un alto nivel de habilidad en todas las disciplinas asociadas a la equitación. Este torneo se celebró por primera vez como un evento militar para poner a prueba a los comandantes y a sus caballos en una variedad de situaciones, tanto dentro como fuera del servicio. También permitía evaluar el nivel de entrenamiento de las caballerías de otras naciones. En la competición actual, la doma, el cross y el salto de obstáculos se celebran en días separados. Cada etapa de la competición se completa montando el mismo caballo. Para tener éxito, los competidores necesitan una amplia experiencia en todas las facetas de la equitación, incluido un conocimiento profundo de las capacidades de su montura, y los jueces buscan caballos que hayan demostrado un nivel de competencia alcanzado mediante un entrenamiento inteligente y sensato. Incluye todos los aspectos de la equitación y los deportes ecuestres, incluida la capacidad de montar en un entorno natural, la precisión, la agilidad y la técnica requeridas para el salto de obstáculos, y el contacto con la naturaleza, la comprensión exacta de la aptitud del caballo y la considerable experiencia requerida para la doma.

**La Misión se enfoca en,** capacitar al personal de oficiales subalternos como Maestros de Equitación en aspectos de índole técnico - operativo relacionados con las actividades de

equitación militar, para lograr un desempeño eficiente del empleo de los medios hipomóviles en las operaciones y acciones militares.

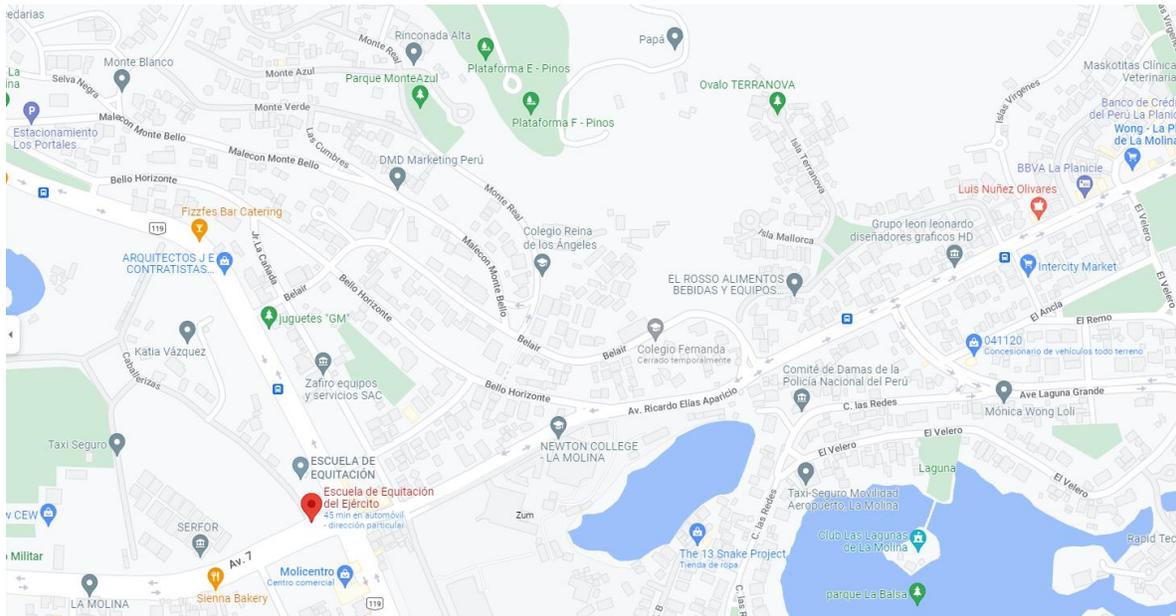
**La Visión se traduce como**, ser una institución educativa de especialidad militar, conocida a nivel nacional y mundial, que imparte una instrucción excepcional en el ámbito de las operaciones ecuestres.

### **2.3.1. Corporación que integra la Escuela de Equitación del Ejército**

La Escuela de Equitación del Ejército está constituido por 130 colaboradores, de los cuales, 25 son trabajadores civiles y 105 están conformados por Oficiales, Sub oficiales, técnicos y personal de tropa respectivamente. Es importante mencionar que actualmente existen aproximadamente 180 maestros de equitación en actividad y se encuentran laborando a nivel nacional, de igual modo hay que considerar que anualmente egresan 10 maestros de la Escuela de Equitación. La Escuela de Equitación y el Club Hípico Militar se encuentran ubicados en la Av. Raúl Ferrero Cuadra 1 – La Molina – Lima Perú

### **Figura 1**

## Croquis de Escuela de Equitación del EP



Fuente: [Google Maps shorturl.at/ghtX7](https://www.google.com/maps/@12.0788889,-77.0388889,15z)

### 2.3.2. Estructura de la escuela de equitación del ejército

Figura 2

Organigrama de la Escuela de Equitación del Ejército



Fuente: Elaboración Propia.

### 3. Presentación del Área Funcional

Como se puede apreciar en el Organigrama de la Escuela de equitación, no se visualiza el área de imagen, sin embargo, es importante mencionar que las gestiones y coordinaciones de imagen institucional es presidida desde la dirección, en tal sentido el gestor de las coordinaciones viene

a ser el director de la Escuela de Equitación quien al mismo tiempo es el presidente del Club Hípico Militar de acuerdo al estatuto del CHM.

### **3.1. Funciones**

Como profesional de comunicación y con el objetivo de promover, coordinar, desarrollar, e informar mediante contenidos en la red social Facebook institucional, las actividades y competencias organizadas por el Club Hípico Militar y la escuela de equitación del ejército, tiene las siguientes funciones asignadas:

Responsable de compartir contenido de valor Institucional en la red social Facebook.

Organizar estratégicamente el calendario de actividades, conforme a la programación oficial emitida por la Federación deportiva nacional ecuestre del año 2022.

Establecer un formato visual estándar, en las publicaciones de la Institución.

Planificar y coordinar las transmisiones en vivo a través de la página oficial del Facebook, aquellas competencias organizadas por el Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación del Ejército.

## **4. Descripción y Desarrollo del Proyecto**

### **4.1. Identificación de La Problemática a Resolver con el Proyecto**

El desenvolvimiento y participación que tienen los equitadores, egresados de la Escuela de Equitación, se ve limitado, sin poder compartir los acontecimientos y logros alcanzados, ya que no cuentan con una plataforma digital, herramienta de comunicación que les permita transmitir, difundir e interactuar, con los maestros de equitación, socios del Club Hípico Militar y público

engeneral, para conocimiento de todo, esta disciplina deportiva que es la equitación es la prácticay arte de montar a caballo, es reconocida como una disciplina olímpica, el objetivo es lograr un binomio perfecto, dominando técnica, equilibrio, velocidad, elegancia y armonía, tiene varias especialidades. En nuestro país se desarrollan las disciplinas de: Salto, Adiestramiento y Concurso completo.

En el Perú La Federación Deportiva Nacional Ecuestre es la entidad rectora de la equitación, reconocida por el Instituto Peruano del Deporte y la Federación Ecuestre Internacional (FEI). En el transcurso de los años se vienen realizando eventos deportivos ecuestres, los maestros de equitación de la Escuela de Equitación del Ejército, a través del Club Hípico Militar, mantienen una participación permanente en las distintas disciplinas deportivas ecuestres a nivel nacional e internacional.

En la actualidad, obtener, comunicar y compartir información, videos, imágenes, acontecimientos institucionales, deportivos, etc., es de manera inmediata, siempre y cuando exista una red social que permita establecer la interacción en tiempo real. Este acceso virtual brinda estos beneficios, en este caso El Facebook como red social de plataforma digital, es un medio que comunicación que permite esta interacción, siendo una herramienta necesaria para el desarrollo de estos contenidos virtuales, para la Escuela de Equitación del Ejército.

El Club Hípico Militar tiene sedes a nivel nacional y están ubicados en: Sullana, Tacna, Arequipa y Puno, en estas ciudades, permanecen laborando algunos maestros de equitación, quienes son oficiales del Ejército del arma de caballería. Anualmente desarrollan concurso, internos, con la finalidad de promover las actividades y preparación ecuestre. Esta disciplina deportiva ecuestre, tiene sus inicios, con la creación de la Escuela de Equitación en el año 1945,

con el propósito de preparar a los instructores responsables de la formación ecuestre especializada, así como a los jinetes capaces de representar al Ejército en concursos ecuestres internacionales.

Considerando esta limitación de comunicación tecnológica que tiene esta institución Gubernamental nos permite emitir una propuesta de implementación de estrategia de contenido en este caso el Facebook, del Club Hípico Militar sobre la Escuela de Equitación en el año 2022.

El Facebook, como red social más usada en nuestro país, de acuerdo a la información proporcionada por Ipsos, al menos 13,8 millones de personas lo utilizan, lo que supone alrededor del 80% de la población urbana de Perú.

#### **4.2. Justificación del Proyecto**

Esta propuesta de implementación de la estrategia de contenidos del Facebook del Club Hípico Militar sobre la Escuela de Equitación en el año 2022 es con la intención de crear publicaciones en el Facebook institucional, buscando mejorar los vínculos comunicacionales entre los maestros de equitación a nivel nacional, y público en general.

El Facebook, como ventana virtual, faculta la interacción entre los maestros de equitación y público en general, esta red social, permite acortar las distancias geográficas, puesto que se podrá compartir contenidos que posibilita informar la participación permanente en las disciplinas deportivas ecuestres, tanto en las actividades castrenses realizadas en cada sede del Club hípico Militar (sedes: Sullana, Tacna, Arequipa y Puno), como las competencias programadas por la Federación Deportiva Nacional Ecuestre, en el año 2022, de esta manera el público en general podrá visualizar las actividades, más representativas de las disciplinas

ecuestres, que tiene como competidores a los maestros de equitación, quienes representan al país en torneos Internacionales.

Miralbell (2014), nos indica que la motivación principal de la mayoría de los usuarios para relacionarse en estas plataformas es social: hacer y mantener el contacto con amigos, familiares y conocidos. Tanto los beneficios como los inconvenientes del uso de las redes sociales para los negocios tienen una gran influencia en la economía mundial. Por ser un recurso de uso y aplicación masiva para todos los agentes económicos y sociales, y por ser la base del nuevo sustrato innovador que "transforma radicalmente la estructura de los insumos básicos y los costos relativos para el proceso productivo", las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) estimulan el dinamismo innovador y se han convertido en uno de los principales fundamentos del proceso de cambio radical experimentado por la economía y la estructura social en la última década.

Uno de los objetivos que tiene el Facebook Institucional es compartir con el público en general mediante los contenidos, el rendimiento y performance que poseen los maestros de la Escuela de Equitación, en cada competencia ecuestre de talla nacional e internacional, y nos referimos a las publicaciones de imágenes y a las transmisiones en vivo de cada competencia organizada, por el Club Hípico Militar y la Escuela militar del Ejército.

Las publicaciones son plataformas que nos permiten compartir material con los trabajadores, los clientes o cualquier persona de la red, de modo que la información que publicamos es valiosa. Finalmente, las redes sociales, que se basan en los principios de la cocreación, el conocimiento común y la confianza generalizada, no son más que el siguiente paso lógico en el desarrollo de los métodos convencionales de comunicación humana que ha

hecho posible la llegada de nuevos canales e instrumentos (Merodio, 2016).

Las redes sociales y los espacios virtuales son mecanismos de interacción, canales básicos de comunicación, pero con un alcance e influencia potencial mucho mayor que cualquiera de los otros medios convencionales, así como una mayor capacidad de compromiso y dinamismo. En lugar del antiguo término "medios de comunicación", el término más moderno y adecuado sería "medios de difusión", esto refleja el cambio de un plan estático a un método de comunicación vivo y que respira. Esto significa que las redes sociales y otros métodos de interacción grupal facilitados por la tecnología (blogs, wikis, etc), son ahora parte integrante del paisaje mediático junto a formas más convencionales de medios de comunicación como la televisión y los periódicos (Hütt Herrera, 2012)

Técnico y Económico: La Escuela de Equitación del Ejercito mediante el Club Hípico Militar, en la actual gestión 2022 cuenta con una sala de grabación audiovisual, lo que posibilita usar los equipos como: La cámara, micrófono, celular, trípode, laptop e internet, lo que permite desarrollar esta propuesta de contenidos en Facebook, utilizando las herramientas que posee la Institución.

Se propone una estrategia de contenidos en la red social Facebook, teniendo como referencia las herramientas que nos facilita la Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas (Ph. D Cum Laude) Vilma Núñez, conocedora en consultoría de marketing digital, catalogada como una gran representante y experta en impulsar su marca personal, conocida como una de las referentes en Marketing Digital de habla hispana.

En la página web oficial, la Dra. Vilma Núñez, transmite sus experiencias profesionales,

compartiendo la siguiente estructura que ayudará a crear una buena estrategia de contenidos.

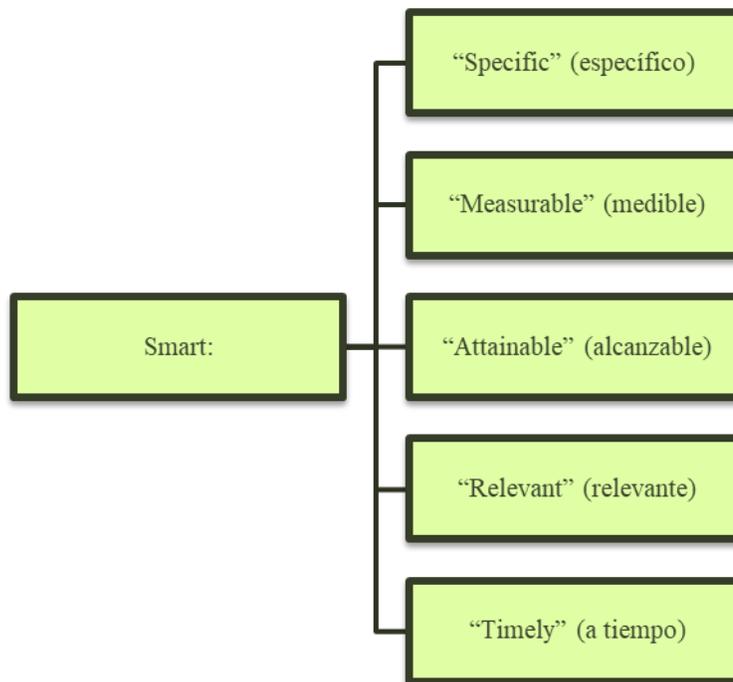
Esta estructura es la siguiente:

1.-Análisis de situación actual: FODA - Análisis Interno (Fortalezas y Debilidades)  
Análisis Externo (Amenazas y Oportunidades)

2.-Definir los objetivos del plan de contenidos: Son los objetivos específicos, medibles, alcanzables, realistas y definidos en tiempo.

### Figura 3

*Objetivos de los contenidos*



Fuente: Elaboración propia.

3.-Definir la audiencia: Analizar los intereses, preferencias, canales, y que tipo de contenido le gusta al público.

4.-Definir la red social a utilizar: Para elegir la red social, es necesario conocer los

alcances que tenga la plataforma virtual dentro de la audiencia definida.

5.-Tipo de contenido: Va depender de los intereses de la audiencia y según el objetivo.

6.- Plan de estrategia de contenidos: Definir de acuerdo a los objetivos, siendo creativos, con mensajes claros.

7.-Promocionar los contenidos: Va depender de la inversión, las promociones pueden ser, propios (compartir fotos, en las redes, o algún audiovisual, etc.) ganados (Notas de prensa, buen servicio, marketing de afiliación) o pagados (campañas, banners, YouTube AdWords, Twitter Ads, Facebook Ads, etc.)

8.- Medición del plan de contenidos en la red social: Es importante, medir el alcance que tienen los contenidos, de esta manera, definir si la estrategia logró las expectativas.

**Figura 4**

*Estrategia de Contenido*



Fuente: Extraído de [shorturl.at/gntz2](https://shorturl.at/gntz2)

### 4.3. Desarrollo del Project

La propuesta de Implementación de estrategia de contenidos en la red social Facebook del club hípico militar en la escuela de equitación del 2022, se desarrollará de acuerdo con el modelo y referencia de la Dra. Vilma Núñez. Esta propuesta tiene la siguiente estructura:

#### 4.3.1. Análisis de situación actual:

Para saber la situación en la cual se encuentra la EEE, se hará un análisis FODA: Análisis Interno (Fortalezas y Debilidades). Análisis externo (Oportunidades y Amenazas)

#### **4.3.1.1. Análisis interno:**

##### **4.3.1.1.1. Debilidades:**

- Los cambios de los egresados de la EEE son anuales, lo que conlleva a debilitar la constancia en la práctica deportiva ecuestre.
- Los maestros de equitación laboran en sedes a nivel nacional, no disponen de una plataforma virtual que les permita difundir sus actividades ecuestres.
- La EEE no posee una oficina de imagen institucional.

##### **4.3.1.1.2. Fortalezas:**

- Tiene los equipos necesarios para comenzar con la propuesta de creación de contenidos de Facebook.
- La EEE tiene 77 años de creación.
- Cuenta con una programación anual, oficial.
- La EEE posee una infraestructura moderna, cumpliendo los estándares Internacionales.

#### **4.3.1.2. Análisis externos**

##### **4.3.1.2.1. Amenazas:**

- Regulaciones por motivos coyunturales de salud y/o de otra índole, que afecte al país.
- Que existan problemas de conexión con el internet.
- Inconvenientes con la página del Facebook.

4.3.1.2.2. *Oportunidades:*

- Alianzas estratégicas Institucionales con otros Clubs a nivel Nacional e Internacional.

**Tabla 1**

*Matriz FODA*

F O D A EEE	
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiene los equipos necesarios para comenzar con la propuesta de creación de contenidos de Facebook.</li> <li>-La EEE tiene 77 años de creación.</li> <li>-Cuenta con una programación anual, oficial.</li> <li>-La EEE posee una infraestructura moderna, cumpliendo los estándares Internacionales.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Los cambios de los egresados de la EEE son anuales, lo que conlleva a debilitar la constancia en la práctica deportiva ecuestre.</li> <li>-Los maestros de equitación laboran en sedes a nivel nacional, no disponen de una plataforma virtual que les permita difundir sus actividades ecuestres.</li> <li>-La EEE no posee una oficina de imagen institucional.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Alianzas estratégicas Institucionales con otros Clubs a nivel Nacional e Internacional</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Regulaciones por motivos coyunturales de salud y/o de otra índole, que afecte al país.</li> <li>-Que existan problemas de conexión con el internet.</li> <li>-Inconvenientes con la página del Facebook.</li> </ul>

**4.3.2. Definir objetivos Smart**

- Difundir las actividades y concursos ecuestres en el año 2022, lo que permitirá incrementar la comunidad.
- Al tener publicaciones constantes, permitirá que la audiencia este pendiente de la página Institucional.
- Compartir los concursos ecuestres en vivo, organizados por el Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación del Ejército.

- Alcanzar la interacción de los maestros de equitación que se encuentran en las sedes a nivel nacional.
- Poder cumplir estos objetivos en 2 meses.

#### **4.3.3. Definir la Audiencia**

La Escuela de Equitación está orientado a los oficiales del arma de caballería del Ejército del Perú, con el grado de Alférez en su segundo año hasta el grado de Tenientes en su primer año, así mismo, los Maestros de equitación de otros países como Argentina, Brasil y Chile, son invitados a la Escuela de Equitación del Ejército del Perú.

En Aspectos demográficos podríamos decir que los alumnos tienen la variable del género masculino, con un rango de edad que oscila entre 23 – 30 años aproximadamente. Los contenidos que serán publicados en la red social del Facebook tienen el objetivo de captar el interés de los alumnos, Maestros de equitación, oficiales en actividad, egresados de la Escuela de equitación, situados geográficamente a nivel nacional e internacional, maestros de equitación, oficiales en retiro, jinetes y/o conocedores de la práctica deportiva ecuestre y público en general.

#### **4.3.4. Definir la red social a utilizar:**

En relación con el Facebook, HootSuite informa que, de los 26 millones de usuarios de redes sociales en Perú, el 99,8% son adultos. A pesar de la suposición generalizada de que los usuarios femeninos dominan el sitio, los hombres representan más del 50% de todos los puestos de trabajo en la nación, mientras que los usuarios femeninos representan sólo el 46,2%. En lo que respecta a la comodidad, la investigación muestra que el 97,8% de los usuarios de Facebook

visitan el sitio a través de un dispositivo móvil; teniendo en cuenta que el 71,0% de esos usuarios acceden a Facebook desde un dispositivo móvil, esto indica que la gran mayoría de la población mundial tiene acceso a un teléfono móvil.

Al conocer la información proporcionada por HootSuite, se propone usar el Facebook, como red social Institucional, buscando que la población en general tenga acceso y así difundir todas las actividades realizadas por el Circulo Hípico Militar y la Escuela de E.E.

**Figura 5**

*Global Overview Digital 2022*



Fuente: Página web Ware are social - Hootsuite

#### 4.3.5. Tipo de Contenido:

El Facebook Institucional, tendrá el logo de la Escuela de Equitación, acompañado de el Slogan de la Escuela de Equitación del: *EEE “SIEMPRE MEJORES”* “de esta manera se da el mensaje

de Integridad de los alumnos, teniendo el significado de: *Mejores Oficiales, Mejores Personas, Mejores Maestros.*

Los oficiales que han completado el programa de Maestría en Equitación son obsequiados con una insignia de bronce que representa un herraje dorado con la inscripción Escuela de Equitación, dentro del cual hay un círculo granate sobre el que destaca en oro un caballo alado y en cuya parte inferior está la bandera peruana.

El caballo alado representa la perfección alcanzada en la escuela de equitación, tanto en los caballos que se enseñan como en los conocimientos y la destreza de los jinetes, como consecuencia de la persistencia, el estudio y el compromiso con las artes del entrenamiento, el salto y la alta escuela.

Herraje, como símbolo indiscutible del arte ecuestre, se utiliza para encerrar el nombre de la institución y dar unidad al emblema.

Se espera que la escuela de equitación forme a oficiales de otros países, quienes tendrán derecho a la insignia respectiva, lo que contribuirá al prestigio de la escuela, del ejército y del Perú. Por ello, la bandera peruana es un símbolo necesario para identificar la nacionalidad de la escuela, ya que sus jinetes la exhibirán en los diversos eventos internacionales y mundiales.

El caballo dorado es resaltado por el círculo granate carmesí que es una firma de las armas de caballería y representa la larga historia y el linaje de estas armas en la academia.

## Figura 6

*Insignia de la Escuela de Equitación del Ejército*



Fuente: Página oficial del Comando de Educación y Doctrina del Ejército - COEDE

## Figura 7

*Imagen de Portada del Facebook Oficial del CHM y la EEE*



Fuente: Página del Facebook de la Escuela de Equitación del Ejército

**El caballo: Representación** de la disciplina Ecuestre

**Las iniciales CHP:** Club Hípico Militar con el tipo de letra cursiva, resaltando el nombre del Club

**Herraje:** De color dorado, resaltando la relación y armonía de la Escuela de Equitación y el Club Hípico Militar

**Figura 8**

*Insignia del Club Hípico Militar*



Fuente: Elaboración Propia

**4.3.6. Plan de Estrategia de Contenidos:**

Las fotos a publicar en el Facebook, llevarán las insignias del Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación, acompañado de una descripción, mencionando el Slogan: EEE “*SIEMPRE MEJORES*” con el objetivo de mantener un orden visual e Institucional.

**Figura 9**

*Fotografía Concurso Ecuestre, competidor Oficial del Arma de Caballería del Ejército*



Fuente: Página del Facebook de la Escuela de Equitación del Ejército

**Figura 10**

*Fotografía Concurso Ecuestre - Competidor Oficial del Arma de Caballería del Ejército*



Fuente: Página del Facebook de la Escuela de Equitación del Ejército

**Figura 11**

# LIII PROGRAMA MAESTRO DE EQUITACIÓN

## PROCESO ADMISIÓN 2022

EXPERTO EN EL EMPLEO DE LOS MEDIOS HIPOMÓVILES EN APOYO A LAS OPERACIONES Y ACCIONES MILITARES

### REQUISITOS

- SER OFICIAL EGRESADO DE LA EMCH
- HASTA TENIENTE EN SU 2DO AÑO DE SERVICIO

### SOLICITUDES

-ENVIAR SOLICITUDES AL JEDUCE AL LINK:  
<http://jeduce.ejercito.mil.pe/solicitudes>

SIGUENOS EN NUESTRAS REDES

INFORMES: 996699257

**“EXCELENCIA EDUCATIVA AL SERVICIO DE LA PATRIA”**

Fuente: Página del Facebook de la Escuela de Equitación del Ejército

La página del Facebook Institucional, será la ventana virtual que permita compartir

aqueoslogros alcanzados por los Maestros de equitación de la Escuela, lo que significará difundir las participaciones deportivas ecuestres y desenvolvimiento competitivo, que tienen los jinetes, para conocimiento de los especialistas en la disciplina ecuestre y público en general.

## Figura 12

*Publicación de Felicitaciones*



Fuente: Página del Facebook de la Escuela de Equitación del Ejército

Las transmisiones en VIVO: Desde el Facebook Institucional se transmitirán aquellas competencias organizadas por el Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación del Ejército, de

acuerdo al calendario ecuestre programado por la Federación Deportiva Nacional Ecuestre, las actividades se desarrollarán desde el 24 de mayo, hasta el 04 de diciembre del año 2022

### Figura 13

*Transmisión en vivo del Concurso realizado por el CHM y la EEE*



Fuente: Página del Facebook de la Escuela de Equitación del Ejército

Calendario ecuestre, concursos organizados por el Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación del Ejército desde el 24 de mayo hasta el 04 de diciembre 2022, teniendo como referente al calendario oficial de la temporada del año 2022.

### Figura 14

*Calendario de Actividades Ecuestres organizados por el CHM y la EEE*

MES	FECHA - 2022	CONCURSO	ORGANIZADOR
MAYO	24/25	COMPLETO	CLUB HIPICO MILITAR Y EEE
JUNIO	10/12	ADIESTRAMIEN O	CLUB HIPICO MILITAR Y EEE
	24/26	SALTO	
JULIO	14/17	COMPLETO	CLUB HIPICO MILITAR Y EEE
	23/24	ADIESTRAMIEN O	
SETIE MBRE	16/18	ADIESTRAMIEN O	CLUB HIPICO MILITAR Y EEE
OCTU BRE	14/16	SALTO	CLUB HIPICO MILITAR Y EEE
NOVIE MBRE	11/13	SALTO	CLUB HIPICO MILITAR Y EEE
	19/18	ADIESTRAMIEN O	
DICIE MBRE	02/04	SALTO	CLUB HIPICO MILITAR Y EEE

Fuente: Elaboración Propia

Calendario Ecuestre deportivo oficial del año 2022, proporcionada por la Federación Deportiva Nacional Ecuestre del Perú.

**Figura 15**

*Calendario Ecuestre 2022*

CALENDARIO ECUESTRE TEMPORADA 2022									
	SALTO			ADIESTRAMIENTO			CONCURSO COMPLETO		
MARZO	10 - 13	CHP	CICOS 1						
				18 - 19	CHM	CICOA 1			
ABRIL	01 - 03	CEH	CICOS 2				25 - 27	CHM	CICOC 1
				08 - 09	CEH	CICOA 2			
	15 - 17	SEMANA SANTA							
	22 - 24	CHM	CICOS 3						
MAYO	29 - 30								
				07 - 08	CHP	CICOA 3			
	14 - 16	CHP	CICOS 4						
JUNIO	20 - 22						26 - 29	CHM	CICOC 2
	04 - 05	CEH	CICOS 5						
				10 - 12	CHM	CICOA 4			
	17 - 19								
JULIO	24 - 26	CHM	CICOS 6						
	08 - 10	CHP	ANIVERSARIO CHP	02 - 03	CEH	CICOA 5			
							14 - 17	CHM	CICOC 3
AGOSTO				23 - 24	CHM	CICOA 6			
	05 - 07	CEH	CICOS 7						
	12 - 14								
	19 - 21	CRIOILLOS	ANIV AREQUIPA						
SEPTIEMBRE				27 - 28	CHP	CICOA 7			
	02 - 04								
	10 - 11	CHP	CICOS 8						
OCTUBRE				16 - 18	CHM	CICOA 8			
	24 - 25	CHPNP	CICOS 9				01 - 02	CHM	CICOC 4
	07 - 09	FERIADO 8 OCTUBRE							
	14 - 16	CHM	CICOS 10						
NOVIEMBRE				21 - 23	CEH	CICO 9			
	28 - 30	CEH	CIUDAD DE LIMA						
	04 - 06								
	11 - 13	CHM	ANIVERSARIO CHM						
DICIEMBRE				19 - 20	CHM	NACIONAL			
							24 - 27	CHM	NACIONAL
	02 - 04	CHM	NACIONAL						
	10 - 13								

Fuente: Federación Deportiva Nacional Ecuestre.

#### 4.3.7. Promocionar los contenidos

Las publicaciones difundidas en la página oficial del Facebook Institucional, tendrán un contenido amigable, con mensajes claros, manteniendo un orden visual. Mediante estas publicaciones se hará las invitaciones a los eventos ecuestres, organizados por el Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación, para conocimiento del público en general.

#### Figura 16

*Concurso organizado por el Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación del Ejército*



Fuente: Página del Facebook de la Escuela de Equitación del Ejército.

#### 4.3.8. Medición de Plan de contenidos en la red social.

Se tendrá en cuenta el avance en cada publicación y/o difusión de contenidos audiovisuales, en el Facebook del Club Hípico Militar y la Escuela de Equitación del Ejército, para obtener los datos, se usará la herramienta Metricool, que proporciona reportes métricos online, información de gran relevancia, que permitirá diferenciar los contenidos con mayor interacción, el progreso del número de seguidores, y el crecimiento de la comunidad online.

#### Figura 17

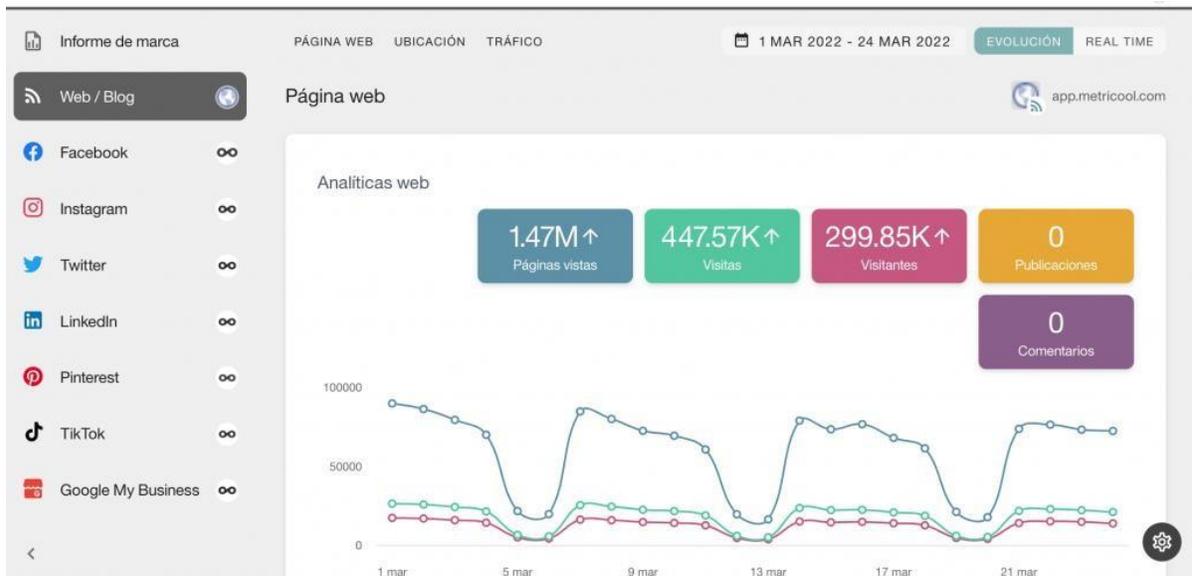
*Herramienta Metricool*



Fuente: Página web oficial metricool..

**Figura 18**

*Reportes métricos de la página Metricool*



Fuente: Página web oficial metricool

## **5. Conclusiones y Recomendaciones**

### **5.1. Conclusiones**

Se concluye que el uso del Facebook permitirá una interacción entre los maestros de equitación, así mismo les permita difundir sus participaciones y actividades ecuestres.

El uso de las redes sociales potencia el reconocimiento de las marcas y de las campañas, en tal sentido las publicaciones, permite la interacción y ganar visibilidad Institucional.

Se concluye que el Facebook es la red social más utilizada y cotidiana en el país, lo que permitirá tener mayor acceso.

### **5.2. Recomendaciones**

Se recomienda implementar una oficina de Imagen Institucional y/o Relaciones Públicas.

Se recomienda un Drone que permita obtener tomas aéreas de mayor calidad, imágenes de apoyo de gran importancia para crear contenidos atractivos.

## Referencias Bibliográficas

### De documentos:

COEDE. (2013). Guía Deontológica. *Comando de Educación y Doctrina del Ejército del Perú*,

10. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/971413/manual-codigo-etica.pdf>

Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión social.

*Reflexiones*, 91, 121–128.

Merodio, J. (2016). *Marketing en redes sociales* (Vol. 15, Número 2).

Miralbell Izard, O. (2014). Knowledge Exchange in Social Networking Sites. *Perspectives on*

*Social Media: A Yearbook.*, 2, 11–18.

[https://www.academia.edu/17220210/Redes\\_sociales\\_economía\\_y\\_empresa](https://www.academia.edu/17220210/Redes_sociales_economía_y_empresa)

### De portal web:

El Comando de Educación y Doctrina del Ejército – COEDE <https://coede.mil.pe/escuela-de-equitacion/>

Página Oficial Federación deportiva nacional Ecuestre <https://fdneperu.pe/#disciplinas>

Ipsos encuestas Redes Sociales realizada el 28 de octubre del 2021 <https://www.ipsos.com/es-pe/redes-sociales-2021>

Guía Digital 2022 we are social – La guía definitiva para un mundo digital cambiante  
<https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>



