



**Universidad Autónoma
del Estado de México**

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Liga TDP Femenil: La historia de las Artesanas de Metepec

ENSAYO

Que para optar por el título de
Licenciada en licenciatura en Comunicación

Presenta
María José Colín Alcántara

Directora
Edith Cortés Romero

Toluca, Estado de México, agosto de 2026.



Contenido

Introducción	3
Desarrollo	10
Comunicación Organizacional	10
Sentido de pertenencia e identidad en equipos deportivos.....	12
Sociología del deporte y género	14
Comunicación estratégica	17
Contexto institucional	20
Estructura del área femenil.....	21
Mapeo de <i>stakeholders</i>	25
<i>Clasificación estratégica de stakeholders.....</i>	25
<i>Las jugadoras como stakeholder principal</i>	27
<i>La afición local</i>	28
<i>Patrocinadores y aliados estratégicos</i>	28
<i>Medios de comunicación.....</i>	29
<i>Comunidad y entorno social</i>	29
Crecimiento deportivo.....	32
Crecimiento institucional	35
Presencia digital y comunicación en redes sociales.....	38
Impacto social.....	42
Diagnóstico FODA	46
Fortalezas	46
Oportunidades	47
Debilidades	48
Amenazas	50
Conclusiones	52
Estrategia y líneas de acción para el fortalecimiento	57
Referencias bibliográficas	61

Introducción

El fútbol femenino en México ha experimentado una transformación significativa durante las últimas décadas, pasando de ser una práctica con escasa visibilidad y pocas oportunidades de desarrollo a convertirse en un fenómeno deportivo y social en constante crecimiento. Durante gran parte del siglo XX, las mujeres que deseaban practicar este deporte enfrentaron diversos obstáculos relacionados con los estereotipos de género, la falta de apoyo institucional y la ausencia de estructuras competitivas que permitieran su formación y profesionalización. A pesar de estas limitaciones, distintas generaciones de futbolistas continuaron impulsando la disciplina, demostrando que el talento y la pasión por el Fútbol no son exclusivos de los hombres.

Un momento clave para el desarrollo del Fútbol femenino en México fue la creación de la Liga MX Femenil en 2017. Este acontecimiento marcó un antes y un después en la historia del deporte nacional, ya que permitió la consolidación de una competencia profesional respaldada por la Federación Mexicana de Fútbol. Desde entonces, la liga ha contribuido al crecimiento de la disciplina mediante la generación de espacios competitivos, la visibilización de las jugadoras y el fortalecimiento de los procesos de formación deportiva. Asimismo, el aumento en la asistencia a los estadios, el interés de patrocinadores y la presencia en medios de comunicación han demostrado que existe una afición cada vez más comprometida con el desarrollo del Fútbol femenino.

Sin embargo, el crecimiento de la disciplina no depende únicamente de las categorías profesionales. El fortalecimiento del Fútbol femenino requiere de una estructura integral que contemple procesos formativos, categorías de desarrollo y espacios de competencia para jóvenes futbolistas. En este sentido, la creación de la Liga TDP Femenil representa un avance importante dentro del sistema futbolístico mexicano, ya que brinda oportunidades a jugadoras que buscan continuar su formación y acercarse al profesionalismo. Esta categoría funciona como un puente entre el Fútbol amateur y las ligas de mayor nivel, permitiendo que nuevas generaciones desarrollen sus capacidades en entornos competitivos.

Dentro de este contexto surgen proyectos locales que contribuyen al crecimiento del Fútbol femenino desde sus comunidades. Uno de ellos es Artesanos de Metepec FC, institución que ha apostado por la inclusión de un equipo femenino como parte de su estructura deportiva. Aunque se trata de un proyecto reciente, su creación refleja el interés de diversos clubes por generar espacios para las mujeres dentro del Fútbol organizado. El surgimiento de las Artesanas de Metepec abre un espacio para las jugadoras de la región, al tiempo que contribuye a impulsar la participación femenina dentro de un ámbito que históricamente ha estado dominado por los hombres.

De esta manera, el surgimiento de clubes como Artesanos de Metepec FC evidencia cómo el crecimiento del Fútbol femenino en México no se limita a las grandes instituciones profesionales, sino que también se construye desde iniciativas locales que buscan impulsar el talento, promover la equidad y generar un impacto positivo en sus comunidades. Además, este tipo de proyectos surge a partir de iniciativas locales que buscan impulsar el talento, promover la equidad y generar nuevas oportunidades dentro de sus comunidades.

La creación de la Liga MX Femenil y, posteriormente, de la Liga TDP Femenil, ha permitido que miles de niñas y jóvenes encuentren espacios de desarrollo dentro de una disciplina que históricamente estuvo reservada para los hombres. Sin embargo, a pesar de estos avances estructurales, persisten diversos obstáculos que limitan la consolidación de los proyectos femeniles. Dentro de este panorama, la falta de visibilidad mediática y las deficiencias en la comunicación organizacional representan algunos de los aspectos que pueden incidir en el desarrollo deportivo, institucional y social de los equipos.

La comunicación desempeña un papel fundamental en cualquier organización, ya que permite coordinar actividades, fortalecer relaciones internas, transmitir valores y construir una identidad sólida. En el ámbito deportivo, además de cumplir estas funciones, la comunicación contribuye a generar reconocimiento, atraer patrocinadores, fortalecer el vínculo con la afición y proyectar una imagen positiva ante la sociedad. Por ello, cuando existen fallas en los procesos comunicativos, el desarrollo de una institución puede verse seriamente afectado.

En el caso del Fútbol femenino, la falta de visibilidad continúa siendo uno de los principales desafíos. Aunque el interés del público ha crecido considerablemente, la cobertura mediática sigue siendo menor en comparación con la del Fútbol masculino. Esta situación limita el reconocimiento de las jugadoras, reduce las oportunidades de patrocinio y dificulta la construcción de una afición sólida. Sin una adecuada difusión de los logros deportivos, las historias de las futbolistas y el impacto social de los equipos, resulta complicado generar el interés necesario para impulsar proyectos sostenibles a largo plazo.

Por otra parte, la comunicación interna también representa un elemento determinante para el éxito de una organización deportiva. La existencia de una comunicación clara entre directivos, cuerpo técnico y jugadoras favorece la confianza, el sentido de pertenencia y el compromiso con los objetivos institucionales. Cuando estos procesos presentan deficiencias, pueden surgir problemas relacionados con la motivación, la identificación con el club y la percepción de apoyo por parte de la institución.

El caso de Artesanas de Metepec FC permite observar estas problemáticas de manera concreta. A pesar de formar parte de un proyecto que busca impulsar el Fútbol femenino en la región, las jugadoras han manifestado sentirse poco respaldadas por la directiva y perciben una comunicación distante con quienes toman las decisiones dentro de la organización. Asimismo, la falta de una estrategia institucional unificada en redes sociales y la ausencia de lineamientos claros en materia de identidad visual reflejan áreas de oportunidad que pueden afectar la imagen y el posicionamiento del equipo.

Estas circunstancias plantean una interrogante central para el presente trabajo: ¿de qué manera la comunicación estratégica influye en el desarrollo y consolidación de un equipo de Fútbol femenino como Artesanas de Metepec FC? A partir de esta pregunta surge la necesidad de analizar si la limitada visibilidad pública y las deficiencias en la gestión comunicativa interna representan factores que obstaculizan el crecimiento del proyecto deportivo.

Comprender esta problemática resulta relevante porque permite identificar el papel que desempeña la comunicación en la construcción de instituciones deportivas más sólidas, inclusivas y sostenibles. Además, contribuye a reflexionar sobre la importancia de implementar estrategias de comunicación efectivas que fortalezcan tanto la identidad organizacional como la presencia pública del Fútbol femenino, favoreciendo así su desarrollo y reconocimiento dentro de la sociedad mexicana.

El crecimiento del Fútbol femenino en México ha generado nuevas oportunidades de participación deportiva para mujeres y niñas, al mismo tiempo que ha impulsado cambios importantes en la percepción social del deporte. La creación de competencias profesionales, como la Liga MX Femenil y la Liga TDP Femenil, ha permitido ampliar los espacios de desarrollo para las futbolistas mexicanas; sin embargo, aún existen numerosos desafíos relacionados con la profesionalización, la equidad, la visibilidad y la gestión institucional de los equipos. En este contexto, resulta pertinente estudiar casos específicos que permitan comprender cómo se construyen y desarrollan estos proyectos desde sus bases. Por ello, el análisis de Artesanas de Metepec FC adquiere especial relevancia, ya que representa un ejemplo de club femenino surgido en un contexto municipal que busca consolidarse dentro de una estructura con aspiraciones profesionales.

La importancia de este estudio radica, en primer lugar, en que permite observar el desarrollo del Fútbol femenino desde una realidad distinta a la de los grandes clubes de la Liga MX Femenil. La mayoría de las investigaciones y análisis sobre el Fútbol femenino suelen concentrarse en instituciones con mayores recursos económicos, infraestructura consolidada y amplia cobertura mediática. Sin embargo, gran parte del crecimiento real de esta disciplina ocurre en categorías formativas e intermedias, donde los clubes enfrentan limitaciones económicas, organizativas y comunicativas que condicionan su desarrollo. Analizar un caso como Artesanas de Metepec FC permite comprender las dinámicas que viven los equipos emergentes y los desafíos que enfrentan para mantenerse vigentes dentro del sistema futbolístico mexicano.

Asimismo, este estudio resulta relevante porque contribuye a visibilizar la realidad de las jugadoras que participan en categorías de desarrollo. A diferencia de las

futbolistas que integran equipos profesionales consolidados, muchas jugadoras de la Liga TDP Femenil deben combinar sus actividades deportivas con estudios, trabajo y responsabilidades personales, además de enfrentar limitaciones relacionadas con infraestructura, transporte y recursos económicos. Examinar estas condiciones permite entender las barreras que aún existen para lograr una verdadera profesionalización del Fútbol femenino y reconocer el esfuerzo que realizan las deportistas para continuar desarrollando su carrera deportiva.

Desde la perspectiva de la comunicación, la investigación adquiere una relevancia particular debido a que esta disciplina constituye un elemento fundamental para el crecimiento de cualquier organización deportiva. La comunicación no solo permite transmitir información, sino que también influye en la construcción de identidad, el fortalecimiento del sentido de pertenencia, la gestión de la imagen institucional y la relación con los diferentes públicos. En el caso de Artesanas de Metepec FC, analizar los procesos comunicativos internos y externos permite identificar áreas de oportunidad que podrían contribuir a fortalecer el proyecto deportivo y mejorar la experiencia de las jugadoras dentro de la institución.

Por otro lado, el estudio de un club con arraigo municipal ofrece la posibilidad de comprender la relación entre el deporte y la comunidad. Artesanas de Metepec FC no representa únicamente a un equipo de Fútbol, sino también a un grupo de mujeres que buscan abrirse camino dentro de un entorno históricamente dominado por los hombres. Su presencia dentro del municipio contribuye a generar referentes femeninos para niñas y jóvenes interesadas en el deporte, fortaleciendo valores como la disciplina, la perseverancia, el trabajo en equipo y la igualdad de oportunidades. Analizar este fenómeno permite comprender cómo los clubes deportivos pueden convertirse en agentes de transformación social dentro de sus comunidades.

Además, la investigación posee relevancia institucional porque puede aportar información útil para la toma de decisiones dentro del propio club. La identificación de fortalezas, debilidades y áreas de mejora en aspectos relacionados con la comunicación, la gestión interna y la proyección pública puede servir como base

para diseñar estrategias que favorezcan el crecimiento del equipo. De igual manera, los hallazgos podrían ser de utilidad para otras organizaciones deportivas que se encuentren desarrollando proyectos similares dentro del Fútbol femenino.

Finalmente, este trabajo encuentra su justificación en la necesidad de generar conocimiento sobre una categoría relativamente nueva dentro del Fútbol mexicano, como lo es la Liga TDP Femenil. Al tratarse de una competencia de reciente creación, todavía existe poca información académica sobre su funcionamiento, impacto y contribución al desarrollo del deporte femenino. Estudiar el caso de Artesanas de Metepec FC permite aportar evidencia sobre la manera en que los clubes construyen sus proyectos deportivos en este nivel competitivo y cómo la comunicación influye en su consolidación.

En consecuencia, la presente investigación resulta relevante desde una perspectiva deportiva, social, institucional y comunicativa, ya que busca comprender las dinámicas que intervienen en el desarrollo de un equipo femenino en formación y analizar el papel que desempeña la comunicación en su crecimiento. A través del caso de Artesanas de Metepec FC, es posible reflexionar sobre los retos y oportunidades que enfrenta actualmente el Fútbol femenino mexicano, así como sobre la importancia de fortalecer proyectos locales que contribuyan al desarrollo de futuras generaciones de futbolistas.

El presente ensayo en general busca analizar la influencia de la comunicación en el desarrollo deportivo, institucional y social de Artesanas de Metepec FC, equipo participante de la Liga TDP Femenil, con el propósito de identificar cómo los procesos de comunicación interna y externa contribuyen o limitan su crecimiento, consolidación y proyección dentro del Fútbol femenino mexicano.

Por otra parte, particularmente se busca analizar las condiciones deportivas en las que se desarrolla Artesanas de Metepec FC, considerando aspectos como infraestructura, recursos, logística, procesos de entrenamiento y apoyo institucional, para identificar los factores que influyen en el desempeño y crecimiento del equipo. También se pretende examinar la comunicación organizacional dentro de Artesanas de Metepec FC, evaluando la relación entre directiva, cuerpo técnico y jugadoras,

así como su impacto en el sentido de pertenencia, la motivación y la identidad institucional del equipo. Así mismo se analizan las estrategias de comunicación externa implementadas por el club, particularmente en redes sociales y medios digitales, para determinar su contribución a la visibilidad, posicionamiento y reconocimiento del equipo femenino. también se busca Identificar las principales problemáticas comunicativas que enfrenta Artesanas de Metepec FC y evaluar cómo estas pueden afectar su desarrollo deportivo e institucional dentro de la Liga TDP Femenil. Por último, se reflexiona sobre el papel de la comunicación como herramienta estratégica para fortalecer proyectos deportivos femeniles en contextos locales con aspiraciones de crecimiento y profesionalización.

Desarrollo

Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional constituye uno de los elementos más importantes para el funcionamiento y desarrollo de cualquier institución. A través de ella se construyen relaciones entre los integrantes de una organización, se transmiten valores, se fortalecen objetivos comunes y se proyecta una imagen hacia los diferentes públicos de interés. En el ámbito deportivo, la comunicación adquiere una relevancia especial debido a que los clubes no solo gestionan aspectos competitivos, sino que también construyen vínculos emocionales con aficionados, patrocinadores, medios de comunicación y comunidades.

Dentro de la comunicación organizacional, tres conceptos resultan fundamentales para comprender el desarrollo de las instituciones deportivas: la identidad, la imagen y la reputación organizacional. Aunque estos términos suelen utilizarse como sinónimos, cada uno posee características particulares que permiten analizar la manera en que una organización se percibe a sí misma y cómo es percibida por los demás.

La identidad organizacional se refiere al conjunto de características, valores, principios y elementos distintivos que definen a una organización y le permiten diferenciarse de otras. Según Capriotti (2009), la identidad corporativa está conformada por aquello que la organización realmente es, incluyendo su cultura, filosofía, historia, misión y visión. En otras palabras, la identidad representa la esencia de una institución y constituye la base sobre la cual se construyen todas sus acciones y procesos comunicativos.

En el contexto deportivo, la identidad organizacional se refleja en aspectos como los valores promovidos por el club, la relación con sus deportistas, la cultura institucional y la manera en que se gestionan sus actividades. Una identidad sólida favorece la cohesión interna y fortalece el sentido de pertenencia entre los miembros de la organización. De acuerdo con Van Riel y Fombrun (2007), las organizaciones que desarrollan una identidad clara logran generar mayor compromiso entre sus integrantes y proyectar una imagen más consistente ante sus públicos.

Por su parte, la imagen organizacional hace referencia a la percepción que las personas tienen de una institución a partir de la información que reciben y de las experiencias que mantienen con ella. Costa (2012) señala que la imagen no pertenece a la organización, sino que existe en la mente de los públicos, quienes construyen percepciones basadas en las acciones, mensajes y comportamientos observados. En este sentido, la imagen puede variar dependiendo de las experiencias individuales y de los canales de comunicación utilizados por la institución.

En las organizaciones deportivas, la imagen se construye mediante diversos elementos, entre ellos los resultados deportivos, la comunicación institucional, la presencia en medios de comunicación, las redes sociales y la relación con la comunidad. Actualmente, las plataformas digitales se han convertido en herramientas estratégicas para fortalecer la imagen de los clubes, ya que permiten generar cercanía con aficionados y difundir contenido que fortalece el reconocimiento de la institución.

Finalmente, la reputación organizacional puede entenderse como la valoración general que los públicos realizan sobre una organización a lo largo del tiempo. A diferencia de la imagen, que puede modificarse con relativa rapidez, la reputación se construye de manera gradual a partir de experiencias acumuladas y percepciones sostenidas. Fombrun (1996) define la reputación corporativa como una representación colectiva de las acciones pasadas y de la capacidad de una organización para generar valor a sus diferentes grupos de interés.

Dentro del ámbito deportivo, la reputación de un club puede abordarse a partir de diversos factores relacionados con su funcionamiento y la manera en que se vincula con sus diferentes públicos. Entre estos aspectos se encuentran la transparencia institucional, el trato hacia sus deportistas, el compromiso con la comunidad y la relación entre los valores que promueve el club y las acciones que lleva a cabo. Una reputación positiva puede favorecer la atracción de patrocinadores, fortalecer la fidelidad de los aficionados y contribuir a la sostenibilidad de los proyectos deportivos.

La relación entre identidad, imagen y reputación es estrecha y complementaria. La identidad representa lo que la organización es; la imagen corresponde a cómo es percibida por sus públicos; y la reputación refleja la valoración que se construye a largo plazo a partir de dichas percepciones. Por ello, una adecuada gestión de la comunicación organizacional resulta fundamental para garantizar la coherencia entre estos tres elementos y fortalecer el posicionamiento institucional.

En el caso de los clubes de Fútbol femenino, estos conceptos adquieren una importancia particular debido a los desafíos que enfrentan en materia de visibilidad, reconocimiento y consolidación institucional. La construcción de una identidad sólida, una imagen positiva y una reputación favorable puede contribuir significativamente al crecimiento de los equipos, fortaleciendo tanto su estructura interna como su proyección hacia la sociedad.

Sentido de pertenencia e identidad en equipos deportivos

El sentido de pertenencia constituye uno de los elementos más importantes dentro de cualquier organización, ya que influye directamente en la motivación, el compromiso y la permanencia de sus integrantes. En el ámbito deportivo, este concepto adquiere una relevancia particular debido a que los equipos no solo funcionan como espacios de competencia, sino también como entornos donde se construyen relaciones sociales, experiencias compartidas e identidades colectivas.

De acuerdo con Maslow (1991), la necesidad de pertenencia forma parte de las necesidades sociales fundamentales del ser humano. Las personas buscan integrarse a grupos donde se sientan aceptadas, valoradas y reconocidas, desarrollando vínculos afectivos que fortalecen su bienestar emocional. Dentro de las organizaciones, esta necesidad se traduce en la construcción de relaciones de confianza y en la identificación con los objetivos, valores y principios institucionales.

Desde la perspectiva organizacional, el sentido de pertenencia puede definirse como el grado en que los individuos se identifican con una institución y perciben que forman parte importante de ella. Chiavenato (2019) señala que cuando los colaboradores desarrollan un fuerte sentimiento de pertenencia, aumenta su compromiso con la organización y mejora su disposición para contribuir al logro de

los objetivos colectivos. Por el contrario, cuando las personas perciben indiferencia, falta de reconocimiento o escasa comunicación, pueden experimentar desmotivación y distanciamiento emocional respecto a la institución.

En los clubes deportivos, el sentido de pertenencia se construye a través de múltiples factores, entre ellos la convivencia cotidiana, los objetivos compartidos, el respaldo institucional, el liderazgo y la comunicación. Los entrenamientos, las competencias y las experiencias vividas dentro y fuera del terreno de juego favorecen la creación de lazos emocionales que fortalecen la cohesión grupal. Según Weinberg y Gould (2019), la cohesión de equipo representa uno de los factores más importantes para el rendimiento deportivo, ya que promueve la cooperación, la confianza y la unidad entre los integrantes.

La identidad colectiva surge precisamente de estas experiencias compartidas. Tajfel y Turner (1986), a través de la Teoría de la Identidad Social, explican que las personas construyen parte de su identidad a partir de los grupos a los que pertenecen. En consecuencia, los individuos tienden a desarrollar sentimientos de orgullo, lealtad y compromiso hacia aquellos grupos con los que se identifican. En el deporte, esta identificación puede manifestarse tanto hacia el equipo como hacia la institución que lo respalda.

Sin embargo, la identidad de un equipo no siempre se construye de manera uniforme. En algunos casos, los deportistas desarrollan un fuerte vínculo con sus compañeros y entrenadores, pero no necesariamente con la organización a la que representan. Esta situación suele presentarse cuando existe una percepción de escaso apoyo institucional, poca comunicación con los directivos o limitadas oportunidades de participación dentro de la toma de decisiones. Cuando esto ocurre, el sentimiento de pertenencia se concentra en el grupo humano inmediato y no en la institución en su conjunto.

La comunicación organizacional desempeña un papel fundamental en la construcción de este sentido de pertenencia. Mediante procesos de comunicación efectivos, las organizaciones pueden transmitir sus valores, reconocer el esfuerzo de sus integrantes y fortalecer los vínculos emocionales con ellos. Según Andrade

(2005), una comunicación interna adecuada contribuye a generar confianza, compromiso e identificación con la organización, favoreciendo la consolidación de una cultura institucional sólida.

En el ámbito deportivo, el respaldo institucional también constituye un factor determinante para fortalecer la identidad de los equipos. Acciones como el reconocimiento público de los logros, la mejora de las condiciones de entrenamiento, la participación de los directivos en actividades del equipo y la generación de espacios de diálogo contribuyen a que los deportistas perciban que forman parte importante del proyecto institucional. Estas prácticas fortalecen la confianza y promueven una relación más cercana entre los diferentes actores de la organización.

Por ello, el análisis del sentido de pertenencia resulta especialmente relevante en los equipos de Fútbol femenino, donde históricamente han existido desafíos relacionados con la visibilidad, la inversión y el reconocimiento institucional. Comprender cómo se construyen los vínculos entre las jugadoras, el cuerpo técnico y la organización permite identificar factores que favorecen o limitan el desarrollo de proyectos deportivos sostenibles. Asimismo, posibilita analizar de qué manera la comunicación influye en la construcción de identidades colectivas capaces de fortalecer la permanencia y el crecimiento de los equipos dentro del contexto deportivo contemporáneo.

Sociología del deporte y género

El deporte constituye una práctica social que refleja los valores, normas y estructuras presentes en una sociedad determinada. Desde la perspectiva de la sociología del deporte, las prácticas deportivas pueden analizarse como fenómenos sociales en los que intervienen diferentes relaciones, intereses y posiciones dentro de un campo específico. En este sentido, el deporte constituye un espacio de interacción social que permite abordar aspectos relacionados con las prácticas culturales y las dinámicas que se desarrollan entre sus participantes (Bourdieu, 2000).

Durante gran parte de su historia, el Fútbol fue concebido como una práctica predominantemente masculina. La asociación entre deporte, fuerza física, competitividad y liderazgo contribuyó a consolidar la idea de que los hombres eran los principales protagonistas de esta disciplina, mientras que las mujeres fueron relegadas a espacios secundarios o excluidas completamente de la participación deportiva. Esta situación respondió a construcciones sociales de género que asignaban roles diferenciados para hombres y mujeres, limitando las oportunidades de estas últimas en ámbitos tradicionalmente considerados masculinos.

De acuerdo con Bourdieu (2000), las diferencias entre hombres y mujeres no son únicamente producto de condiciones biológicas, sino también de procesos sociales que reproducen relaciones de dominación y desigualdad. Estas estructuras influyen en la forma en que las personas perciben determinadas actividades y establecen qué comportamientos son considerados apropiados para cada género. En el caso del Fútbol, estas representaciones contribuyeron durante décadas a restringir la participación femenina y a invisibilizar sus logros deportivos.

Sin embargo, a medida que las mujeres comenzaron a incorporarse de manera más activa a los espacios deportivos, el Fútbol se transformó en un escenario de resistencia frente a dichas desigualdades. Practicar Fútbol dejó de ser únicamente una actividad recreativa para convertirse también en una forma de cuestionar estereotipos, desafiar barreras culturales y reclamar el derecho a participar en igualdad de condiciones. Como señalan Hargreaves (1994) y Pfister (2010), el deporte femenino ha representado históricamente una lucha por el reconocimiento, la inclusión y la legitimidad dentro de estructuras tradicionalmente dominadas por los hombres.

En este contexto, el Fútbol femenino puede entenderse como un espacio de resistencia social porque permite a las mujeres disputar lugares históricamente negados, visibilizar sus capacidades y construir nuevas formas de representación dentro del ámbito deportivo. Cada avance en materia de participación, profesionalización y reconocimiento constituye también un avance en la búsqueda de igualdad de oportunidades. La creciente presencia de mujeres futbolistas en ligas profesionales,

medios de comunicación y competencias internacionales demuestra que las transformaciones sociales han comenzado a modificar las percepciones tradicionales sobre el papel de la mujer en el deporte.

No obstante, el proceso de profesionalización del Fútbol femenino continúa enfrentando importantes desafíos. Según estudios sobre género y deporte, las diferencias en inversión económica, infraestructura, cobertura mediática y apoyo institucional siguen generando condiciones de desigualdad entre las ramas varonil y femenino (Messner, 2002). Estas brechas afectan no solo las oportunidades de desarrollo deportivo, sino también la percepción social del valor y la importancia del Fútbol practicado por mujeres.

En México, la creación de la Liga MX Femenil en 2017 representó un paso fundamental en la profesionalización del Fútbol femenino. A partir de ese momento, se estableció una estructura competitiva que permitió incrementar la visibilidad de las jugadoras y generar nuevas oportunidades de desarrollo deportivo. Posteriormente, la creación de la Liga TDP Femenil amplió estas posibilidades al ofrecer una categoría intermedia destinada a fortalecer los procesos formativos y facilitar la transición hacia niveles superiores de competencia.

Desde una perspectiva sociológica, estas iniciativas no solo tienen un impacto deportivo, sino también social y cultural. La existencia de equipos femeniles en distintos niveles competitivos contribuye a la construcción de referentes para niñas y jóvenes, fomenta la participación de las mujeres en espacios tradicionalmente masculinizados y fortalece los procesos de inclusión dentro de las comunidades. Asimismo, permite cuestionar narrativas históricas que han minimizado la importancia del deporte practicado por mujeres.

La profesionalización del Fútbol femenino implica mucho más que la creación de ligas o torneos; requiere también la consolidación de estructuras institucionales que garanticen condiciones dignas para las deportistas, acceso a recursos, reconocimiento de su trabajo y estrategias de comunicación que favorezcan su visibilidad. En este sentido, el crecimiento del Fútbol femenino depende tanto de

factores deportivos como de transformaciones sociales capaces de promover una mayor equidad de género.

Por ello, analizar el Fútbol femenino desde la sociología del deporte permite comprender que su desarrollo representa un proceso complejo en el que convergen dimensiones culturales, sociales, económicas y políticas. Equipos como Artesanas de Metepec FC son ejemplo de esta realidad, pues reflejan tanto los avances alcanzados en materia de inclusión y participación como los desafíos que aún persisten para lograr una verdadera profesionalización y reconocimiento del Fútbol practicado por mujeres en México.

Comunicación estratégica

La comunicación estratégica se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo y posicionamiento de las organizaciones contemporáneas. Más allá de la simple difusión de información, este enfoque busca planificar, coordinar y gestionar los procesos comunicativos con el objetivo de fortalecer la identidad institucional, construir relaciones sólidas con los públicos de interés y contribuir al cumplimiento de los objetivos organizacionales. En el ámbito deportivo, la comunicación estratégica adquiere una relevancia particular debido a la necesidad de conectar con aficionados, patrocinadores, medios de comunicación, deportistas y comunidades.

Según Capriotti (2009), la comunicación estratégica implica la gestión integral de los mensajes y acciones de una organización para proyectar una imagen coherente y generar valor a largo plazo. Este enfoque considera que cada interacción entre una institución y sus públicos contribuye a la construcción de percepciones, por lo que la comunicación debe planificarse de manera sistemática y alinearse con la identidad y los objetivos organizacionales.

La transformación digital ha modificado significativamente la manera en que las organizaciones deportivas se comunican con sus audiencias. La expansión de internet y el crecimiento de las redes sociales han permitido que los clubes deportivos desarrollen canales propios de comunicación, eliminando en gran medida la dependencia de los medios tradicionales. Actualmente, plataformas como

Facebook, Instagram, TikTok, X y YouTube permiten establecer una comunicación directa e inmediata con los seguidores, facilitando la difusión de contenidos, la interacción constante y la construcción de comunidades digitales.

De acuerdo con Pedersen, Miloch y Laucella (2007), la comunicación deportiva moderna se caracteriza por la convergencia entre los medios tradicionales y las plataformas digitales, generando nuevas oportunidades para fortalecer el vínculo entre las organizaciones deportivas y sus públicos. Esta realidad ha transformado la manera en que los clubes construyen su imagen y gestionan su presencia pública.

Uno de los principales beneficios de los medios digitales es la posibilidad de desarrollar comunidades en torno a una organización deportiva. Una comunidad digital está conformada por personas que comparten intereses, valores o afinidades relacionadas con una institución y que interactúan constantemente a través de espacios virtuales. En el contexto deportivo, estas comunidades permiten fortalecer la lealtad de los aficionados, aumentar la participación de los seguidores y generar una mayor identificación con los equipos.

La gestión de comunidades consiste en la planificación y administración de las relaciones entre una organización y sus audiencias digitales. Según Aced (2018), el community manager no solo se encarga de publicar contenido, sino también de fomentar la interacción, responder inquietudes, generar conversaciones y construir vínculos duraderos con la comunidad. En el deporte, esta labor resulta especialmente importante debido al componente emocional que caracteriza la relación entre los aficionados y los equipos.

Para los clubes deportivos de alcance local o regional, las redes sociales representan una herramienta estratégica de gran valor. A diferencia de las grandes instituciones con acceso a importantes recursos económicos y cobertura mediática constante, los equipos emergentes pueden utilizar los medios digitales para incrementar su visibilidad, difundir sus actividades y fortalecer su posicionamiento dentro de la comunidad. La publicación de contenido relacionado con entrenamientos, partidos, historias de las jugadoras, actividades institucionales y

acciones sociales contribuye a humanizar la imagen del club y generar cercanía con los seguidores.

Por otro lado, las relaciones públicas constituyen un componente esencial de la comunicación estratégica. Wilcox, Cameron y Reber (2015) definen las relaciones públicas como un proceso de gestión orientado a establecer relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y sus diferentes públicos. En el ámbito deportivo, estas relaciones incluyen la interacción con patrocinadores, medios de comunicación, autoridades gubernamentales, instituciones educativas, organizaciones civiles y comunidades locales.

Las relaciones públicas permiten fortalecer la reputación institucional, generar oportunidades de colaboración y ampliar el alcance de los proyectos deportivos. Para los equipos femeniles, esta función adquiere una importancia especial debido a la necesidad de obtener apoyo económico, incrementar su visibilidad y consolidar redes de colaboración que favorezcan su crecimiento. La construcción de alianzas estratégicas con empresas, medios de comunicación y organismos públicos puede contribuir significativamente al desarrollo de proyectos deportivos sostenibles (Freeman, 1984; Mullin et al., 2014).

Asimismo, la comunicación estratégica desempeña un papel fundamental en la promoción del deporte femenino. La difusión constante de logros deportivos, historias de vida, iniciativas comunitarias y actividades institucionales favorece el reconocimiento social de las deportistas y contribuye a reducir las brechas de visibilidad que históricamente han afectado al Fútbol practicado por mujeres. En este sentido, las redes sociales y las relaciones públicas se convierten en herramientas que no solo fortalecen la imagen de los clubes, sino que también impulsan procesos de inclusión y equidad dentro del ámbito deportivo.

En consecuencia, la comunicación estratégica representa un elemento indispensable para el crecimiento de las organizaciones deportivas contemporáneas. La adecuada utilización de medios digitales, la gestión eficiente de comunidades y el fortalecimiento de las relaciones públicas permiten consolidar la identidad institucional, mejorar la interacción con los diferentes públicos y

contribuir al posicionamiento de los clubes dentro de sus comunidades. Particularmente en el caso de equipos femeniles de alcance local, estas herramientas pueden convertirse en factores determinantes para incrementar su visibilidad, fortalecer su sostenibilidad y favorecer su proyección hacia escenarios de mayor desarrollo deportivo y profesional.

Contexto institucional

Artesanos de Metepec FC surge como un proyecto deportivo comprometido con el desarrollo del talento futbolístico en el municipio de Metepec, Estado de México. Su creación responde a la necesidad de generar espacios de formación, competencia y crecimiento para jóvenes deportistas, promoviendo no solo el rendimiento deportivo, sino también valores que contribuyan a la formación integral de sus integrantes. A través de sus distintas categorías, incluyendo el equipo femenino que participa en la Liga TDP Femenil, la institución busca consolidarse como una organización que impulse el desarrollo del Fútbol local y contribuya al fortalecimiento del deporte en la región.

La identidad del club está estrechamente vinculada con la historia y la tradición cultural de Metepec. El nombre “Artesanos” hace referencia al reconocimiento nacional e internacional que posee el municipio por su actividad artesanal, particularmente por la elaboración de piezas de barro y cerámica que forman parte del patrimonio cultural mexicano. Entre estas manifestaciones destaca el Árbol de la Vida, símbolo representativo de Metepec y expresión artística que ha otorgado prestigio a la comunidad a lo largo de varias generaciones.

La elección del nombre Artesanos no constituye únicamente una referencia geográfica, sino también una declaración de principios institucionales. Así como los artesanos moldean cuidadosamente sus obras mediante el trabajo constante, la dedicación y el perfeccionamiento de sus técnicas, el club busca formar deportistas a través de procesos de aprendizaje, disciplina y esfuerzo continuo. Esta analogía refleja una filosofía orientada al desarrollo progresivo del talento humano, entendiendo que el éxito deportivo es el resultado de la preparación, la perseverancia y el compromiso colectivo.

La filosofía institucional de Artesanos de Metepec FC se fundamenta en valores como el respeto, la responsabilidad, la disciplina, el trabajo en equipo y la perseverancia. Estos principios orientan las actividades deportivas y formativas del club, promoviendo una visión que trasciende los resultados obtenidos dentro del terreno de juego. En este sentido, la institución busca contribuir a la formación de personas capaces de enfrentar desafíos deportivos y personales mediante una cultura basada en el esfuerzo y la superación constante.

Asimismo, el club mantiene un fuerte vínculo con la comunidad metepequense. Al representar al municipio en competencias oficiales, Artesanos de Metepec FC se convierte en un referente deportivo local que fortalece el sentido de identidad y pertenencia entre sus integrantes y seguidores. Esta relación con la comunidad resulta especialmente significativa en el caso del Fútbol femenino, ya que ofrece oportunidades de participación para mujeres jóvenes que buscan desarrollarse en una disciplina históricamente dominada por los hombres.

La incorporación de un equipo femenino dentro de la estructura institucional refleja también el compromiso del club con la inclusión y la ampliación de oportunidades deportivas. A través de esta iniciativa, Artesanos de Metepec FC contribuye al crecimiento del Fútbol femenino en la región y se suma a los esfuerzos nacionales por fortalecer espacios de desarrollo para las mujeres dentro del deporte organizado.

En consecuencia, la identidad de Artesanos de Metepec FC se construye a partir de la combinación entre tradición cultural, compromiso comunitario y desarrollo deportivo. Su nombre, inspirado en una de las actividades más representativas del municipio, simboliza una filosofía basada en el trabajo constante, la creatividad y la construcción colectiva, elementos que orientan el crecimiento de la institución y fortalecen su vínculo con la comunidad a la que representa.

Estructura del área femenino

El área femenino de Artesanos de Metepec FC constituye una parte fundamental dentro del proyecto deportivo de la institución, ya que representa el compromiso del club con la promoción de espacios de participación para las mujeres dentro del Fútbol organizado. Su incorporación a la Liga TDP Femenil responde al crecimiento

que ha experimentado el Fútbol femenino en México durante los últimos años y a la necesidad de generar oportunidades de desarrollo para jóvenes futbolistas que buscan continuar su formación deportiva dentro de una estructura competitiva.

Como parte de una organización deportiva en proceso de consolidación, el funcionamiento del equipo femenino depende de una estructura administrativa y deportiva que permite coordinar las distintas actividades relacionadas con la preparación, participación y representación institucional de las jugadoras. Dicha estructura involucra a diversos actores que desempeñan funciones específicas y que participan, en distintos niveles, en la toma de decisiones que afectan el desarrollo cotidiano del equipo.

En primer lugar, la directiva del club constituye el máximo nivel de autoridad dentro de la organización. Este sector es responsable de establecer los objetivos generales de la institución, gestionar recursos económicos y materiales, coordinar la participación en competencias oficiales y definir lineamientos relacionados con la operación del proyecto deportivo. Asimismo, la directiva desempeña un papel importante en la construcción de la identidad institucional y en la proyección pública del club, ya que sus decisiones impactan directamente en la imagen y funcionamiento de todas las categorías que conforman la organización.

Por debajo de la estructura directiva se encuentra el cuerpo técnico del equipo femenino, integrado por las personas encargadas de planificar y ejecutar los procesos de preparación deportiva. Entre sus responsabilidades se encuentran el diseño de entrenamientos, la evaluación del rendimiento de las jugadoras, la elaboración de estrategias de juego, la selección de convocatorias y la supervisión de aspectos relacionados con el desarrollo físico y táctico del equipo. Debido a su contacto constante con las futbolistas, el cuerpo técnico se convierte también en uno de los principales intermediarios entre las jugadoras y la institución.

Las futbolistas representan el elemento central de esta estructura organizacional. Más allá de su participación dentro del terreno de juego, las jugadoras forman parte activa de la dinámica institucional, ya que contribuyen a la construcción de la identidad colectiva del equipo y a la representación de los valores promovidos por

el club. Su experiencia cotidiana dentro de la organización permite evaluar la efectividad de los procesos de comunicación, liderazgo y gestión implementados por la institución.

A partir de la observación realizada durante el acercamiento al equipo, se identificó una estructura organizativa en la que la toma de decisiones se desarrolla de manera jerárquica. Las cuestiones relacionadas con la administración general, la asignación de recursos, la participación en torneos y la planeación institucional son atendidas principalmente por la directiva. Por su parte, las decisiones vinculadas con el ámbito deportivo son gestionadas por el cuerpo técnico, encargado de aspectos como los entrenamientos, las estrategias competitivas y la conformación del plantel. Asimismo, se observó que la comunicación y coordinación entre ambos niveles forman parte del funcionamiento cotidiano del equipo, particularmente en aquellos asuntos que requieren la participación conjunta de la directiva y el cuerpo técnico.

La comunicación desempeña un papel esencial dentro de esta estructura. Al tratarse de una organización compuesta por diferentes actores con responsabilidades específicas, la coordinación efectiva depende de la existencia de mecanismos que permitan el intercambio constante de información. La comunicación facilita la transmisión de instrucciones, la resolución de problemas, la organización de actividades y la construcción de relaciones de confianza entre los integrantes del equipo.

Actualmente, el área femenil utiliza diversos canales de comunicación para coordinar sus actividades internas. Entre los más relevantes se encuentran las aplicaciones de mensajería instantánea, especialmente WhatsApp, que permiten compartir información relacionada con horarios de entrenamiento, convocatorias, cambios logísticos, viajes, actividades institucionales y asuntos administrativos. Estas herramientas se han convertido en uno de los principales medios de interacción debido a su rapidez y accesibilidad, favoreciendo la comunicación cotidiana entre directivos, cuerpo técnico y jugadoras.

Además de los canales internos, las redes sociales institucionales constituyen un componente fundamental de la comunicación externa del equipo. Plataformas como

Facebook, Instagram y TikTok permiten difundir resultados deportivos, promocionar encuentros, compartir contenido audiovisual y fortalecer la presencia digital del club. Estas herramientas no solo cumplen una función informativa, sino que también contribuyen a la construcción de la identidad institucional y al posicionamiento del equipo dentro de la comunidad.

La relevancia de las redes sociales resulta particularmente significativa en el caso del Fútbol femenino, ya que ofrecen una alternativa para incrementar la visibilidad de las deportistas y generar reconocimiento social. A través de estos espacios digitales es posible difundir historias de las jugadoras, destacar logros deportivos y promover actividades que fortalezcan la relación entre el club y sus diferentes públicos. Asimismo, las plataformas digitales permiten establecer vínculos con familiares, aficionados, patrocinadores y medios de comunicación, ampliando el alcance de las actividades institucionales.

Sin embargo, la existencia de canales de comunicación no garantiza por sí sola la efectividad de los procesos comunicativos. Diversos autores de la comunicación organizacional coinciden en que la calidad de la información, la claridad de los mensajes, la retroalimentación y la participación de los integrantes son factores determinantes para el éxito de cualquier sistema comunicativo. En este sentido, la percepción que las jugadoras tienen respecto al apoyo institucional, la cercanía con los directivos y la posibilidad de expresar sus opiniones constituye un elemento relevante para evaluar el funcionamiento interno del equipo.

Por ello, el análisis de la estructura organizacional y de los canales de comunicación utilizados por el área femenino resulta indispensable para comprender las dinámicas que influyen en el desarrollo de Artesanos de Metepec FC. Estudiar la manera en que interactúan directivos, cuerpo técnico y jugadoras permite identificar fortalezas y áreas de oportunidad relacionadas con la gestión institucional, el sentido de pertenencia, la construcción de identidad y la consolidación de un proyecto deportivo que busca fortalecer la participación de las mujeres dentro del Fútbol mexicano.

Mapeo de *stakeholders*

Dentro de la comunicación organizacional, los *stakeholders* son todos aquellos individuos, grupos u organizaciones que pueden influir o verse afectados por las actividades, decisiones y resultados de una institución. Según Freeman (1984), un stakeholder es cualquier persona o grupo que tiene interés en una organización y que puede impactar directa o indirectamente en el cumplimiento de sus objetivos. En el ámbito deportivo, la identificación de estos actores resulta fundamental para diseñar estrategias de comunicación efectivas, fortalecer relaciones institucionales y promover el crecimiento sostenible de los proyectos deportivos.

La identificación de los *stakeholders* permite comprender que el crecimiento de Artesanas de Metepec FC depende de la interacción constante entre diversos actores que poseen intereses, expectativas y niveles de influencia distintos. Las jugadoras, la afición, los patrocinadores, los medios de comunicación y la comunidad conforman una red de relaciones que impacta directamente en el desarrollo deportivo, institucional y social del equipo.

Por ello, una adecuada gestión de estos grupos de interés resulta indispensable para fortalecer la comunicación organizacional, mejorar la visibilidad del proyecto y consolidar una estructura capaz de favorecer el crecimiento sostenible del Fútbol femenino dentro del municipio de Metepec.

Clasificación estratégica de stakeholders

Una vez identificados los principales grupos de interés relacionados con Artesanas de Metepec FC, resulta pertinente analizar el nivel de influencia y el grado de interés que cada uno posee respecto al desarrollo del equipo femenino. Este ejercicio permite comprender cuáles actores tienen una participación más activa en la toma de decisiones, cuáles requieren una comunicación constante y cuáles representan oportunidades para fortalecer el crecimiento institucional.

De acuerdo con la teoría de *stakeholders* propuesta por Freeman (1984), las organizaciones deben identificar y gestionar las relaciones con aquellos grupos que pueden afectar o verse afectados por el cumplimiento de sus objetivos.

En el caso de Artesanas de Metepec FC, los *stakeholders* debería de clasificarse de la siguiente manera:

Público	Nivel de influencia	Nivel de interés	Estrategia ideal de comunicación
Directiva del club	Alto	Alto	Comunicación constante, participación en la toma de decisiones y retroalimentación permanente
Cuerpo técnico	Alto	Alto	Coordinación operativa y alineación con los objetivos institucionales.
Jugadoras	Medio-Alto	Alto	Comunicación directa, espacios de participación y fortalecimiento del sentido de pertenencia.
Patrocinadores	Alto	Medio-Alto	Generación de alianzas estratégicas, informes de resultados y visibilidad de marca.
Afición local	Medio	Alto	Creación de contenido digital, interacción en redes sociales y fortalecimiento de la identidad comunitaria.
Medios de comunicación	Medio-Alto	Medio	Relación institucional, difusión de actividades y generación de contenido informativo.
Comunidad de Metepec	Medio	Medio-Alto	Actividades de vinculación social, participación comunitaria y promoción del deporte femenino.

Instituciones deportivas y Liga TDP Femenil	Alto	Medio-Alto	Cumplimiento normativo, coordinación institucional y fortalecimiento competitivo.
---	------	------------	---

*Elaboración propia

A partir de esta clasificación es posible identificar que las jugadoras, la directiva y el cuerpo técnico constituyen los *stakeholders* estratégicos prioritarios para el funcionamiento cotidiano del equipo. Estos grupos participan directamente en la operación del proyecto deportivo y tienen una influencia significativa en el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Por otro lado, los patrocinadores y los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la sostenibilidad y proyección pública del club. Su participación puede contribuir al fortalecimiento de la imagen institucional, la obtención de recursos y el incremento de la visibilidad del equipo femenino dentro de la comunidad y el entorno deportivo.

Asimismo, la afición local y la comunidad metepecuense representan actores clave para la construcción de una identidad colectiva en torno al club. El respaldo de estos grupos favorece la consolidación del proyecto deportivo y fortalece el posicionamiento de Artesanas de Metepec FC como un referente del Fútbol femenino en la región.

La aplicación de esta herramienta permite comprender que el éxito de una organización deportiva no depende únicamente del desempeño dentro del terreno de juego, sino también de la capacidad para gestionar relaciones efectivas con los diferentes grupos que influyen en su desarrollo. En consecuencia, una estrategia de comunicación adecuada debe considerar las necesidades, expectativas y características de cada stakeholder con el propósito de fortalecer la estructura institucional y favorecer el crecimiento sostenible del equipo femenino.

Las jugadoras como stakeholder principal

Las jugadoras constituyen el grupo de interés más importante dentro de la estructura del equipo femenino, ya que representan el núcleo central del proyecto deportivo. Su

participación no solo determina el desempeño competitivo del club, sino que también contribuye a la construcción de la identidad institucional y a la representación de los valores promovidos por la organización.

Además de desempeñar un papel deportivo, las futbolistas actúan como embajadoras del proyecto dentro de la comunidad, convirtiéndose en referentes para niñas y jóvenes interesadas en la práctica del Fútbol. Debido a ello, resulta indispensable que la institución mantenga procesos de comunicación efectivos que favorezcan la confianza, la participación y el sentido de pertenencia.

La afición local

La afición representa uno de los públicos más relevantes para cualquier organización deportiva. Está integrada por familiares, amigos, habitantes de Metepec y seguidores del equipo que acompañan las actividades deportivas tanto de manera presencial como a través de plataformas digitales.

La importancia de este grupo radica en que contribuye a la construcción de una comunidad alrededor del club. Su apoyo fortalece la identidad institucional, incrementa la visibilidad del equipo y genera un ambiente favorable para el desarrollo de las jugadoras. Asimismo, la interacción constante entre el club y la afición favorece la consolidación de vínculos emocionales que pueden traducirse en mayor reconocimiento y posicionamiento dentro del municipio.

En el caso específico de Artesanas de Metepec FC, la afición local también representa una oportunidad para fortalecer el reconocimiento del Fútbol femenino dentro de la comunidad y promover una cultura deportiva más incluyente.

Patrocinadores y aliados estratégicos

Los patrocinadores constituyen un grupo de interés fundamental para la sostenibilidad de cualquier proyecto deportivo. Su participación puede materializarse mediante apoyo económico, aportación de recursos materiales, prestación de servicios o colaboración en actividades institucionales.

Para los equipos femeniles, la relación con los patrocinadores adquiere una importancia especial debido a las limitaciones presupuestales que frecuentemente

enfrentan. La construcción de alianzas estratégicas permite mejorar condiciones de entrenamiento, facilitar la participación en competencias y fortalecer la proyección institucional del equipo.

Asimismo, los patrocinadores obtienen beneficios relacionados con visibilidad de marca, responsabilidad social y vinculación con proyectos deportivos que promueven valores positivos dentro de la comunidad. Por ello, la comunicación estratégica desempeña un papel clave en la consolidación de estas relaciones.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación representan otro stakeholder relevante para el crecimiento de Artesanas de Metepec FC. Su función principal consiste en difundir información relacionada con las actividades deportivas, resultados, eventos y logros alcanzados por el equipo.

La cobertura mediática influye directamente en la visibilidad pública del Fútbol femenino y en la percepción que la sociedad construye sobre las deportistas. Históricamente, los equipos femeniles han enfrentado una menor presencia en medios tradicionales en comparación con el Fútbol varonil, situación que ha limitado su reconocimiento y posicionamiento social.

Por esta razón, establecer relaciones sólidas con medios locales, regionales y digitales puede contribuir significativamente al fortalecimiento de la imagen institucional del equipo. Una mayor cobertura favorece la atracción de nuevos seguidores, incrementa el interés de posibles patrocinadores y genera oportunidades para difundir los valores y objetivos del proyecto deportivo.

Comunidad y entorno social

La comunidad de Metepec constituye un stakeholder estratégico debido a que proporciona el contexto social en el que se desarrolla el club. Las instituciones educativas, organizaciones civiles, autoridades municipales y habitantes del municipio forman parte de un entorno que influye en la percepción y aceptación del proyecto deportivo.

La relación entre el club y la comunidad trasciende los resultados obtenidos dentro del campo de juego. A través de sus actividades, el equipo femenino contribuye a la promoción de estilos de vida saludables, la inclusión de las mujeres en el deporte y la generación de espacios de participación para jóvenes de la región.

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, ya que busca comprender las dinámicas de comunicación que se generan dentro de Artesanas de Metepec FC y analizar cómo estas influyen en el desarrollo deportivo, institucional y social del equipo femenino. Este enfoque permite explorar percepciones, experiencias y significados contruidos por los diferentes actores involucrados en el proyecto deportivo, favoreciendo una comprensión más profunda del fenómeno estudiado.

De acuerdo con Hernández Sampieri y Mendoza (2018), la investigación cualitativa se caracteriza por estudiar los fenómenos en sus contextos naturales, considerando las interpretaciones y experiencias de los participantes. En este sentido, la investigación no pretende medir variables de manera estadística, sino comprender las dinámicas comunicativas que se desarrollan dentro de una organización deportiva específica.

El estudio se desarrolló mediante la metodología de estudio de caso, la cual permite analizar de manera detallada una organización, situación o fenómeno dentro de su contexto real. Según Yin (2018), el estudio de caso resulta particularmente útil cuando se busca comprender procesos complejos y relaciones entre distintos actores dentro de un entorno determinado.

En esta investigación, el caso seleccionado fue Artesanas de Metepec FC, equipo participante de la Liga TDP Femenil. La elección de este club respondió a su relevancia dentro del contexto local y a la oportunidad de analizar los procesos de comunicación que se generan en una organización deportiva femenil en proceso de consolidación.

Para la obtención de información se emplearon diversas técnicas de investigación que permitieron recopilar datos desde diferentes perspectivas y fortalecer la comprensión del objeto de estudio.

Se realizó observación directa de las actividades relacionadas con el equipo femenino, incluyendo entrenamientos, partidos y dinámicas organizacionales. Esta técnica permitió identificar formas de interacción entre jugadoras, cuerpo técnico y directivos, así como reconocer elementos vinculados con la comunicación interna, el liderazgo y la construcción de identidad institucional.

La observación también facilitó el análisis de aspectos relacionados con la organización de actividades, la participación de los distintos actores y el ambiente generado dentro del equipo.

También se recabó información mediante pláticas cotidianas de carácter informal con jugadoras y personal del Club. Estos acercamientos permitieron obtener perspectivas y experiencias relacionadas con la dinámica interna de la institución, así como conocer de manera más cercana las percepciones de quienes forman parte del equipo.

Como complemento de las técnicas anteriores, se realizó una revisión de documentos institucionales, publicaciones digitales y material relacionado con las actividades de Artesanas de Metepec FC. Este análisis permitió identificar la manera en que el club construye y comunica su identidad organizacional, así como las estrategias utilizadas para proyectar su imagen hacia la comunidad.

Asimismo, se consultó bibliografía especializada sobre comunicación organizacional, comunicación deportiva, género y sociología del deporte con el fin de construir el marco teórico que sustenta la investigación.

La información obtenida mediante las distintas técnicas fue organizada y analizada de manera interpretativa, identificando categorías relacionadas con la comunicación interna, comunicación externa, identidad institucional, sentido de pertenencia, visibilidad y posicionamiento del equipo femenino.

Posteriormente, los hallazgos fueron contrastados con los planteamientos teóricos

desarrollados en el marco teórico, permitiendo establecer relaciones entre la realidad observada en Artesanas de Metepec FC y los conceptos abordados por la literatura académica.

La combinación de observación, entrevistas y análisis documental permitió obtener una visión integral del funcionamiento comunicativo del equipo femenino. El uso de múltiples técnicas favoreció la triangulación de la información, fortaleciendo la validez de los resultados y permitiendo comprender el fenómeno desde distintas perspectivas.

De esta manera, la metodología empleada proporcionó los elementos necesarios para analizar el papel de la comunicación dentro de Artesanas de Metepec FC y evaluar su influencia en el desarrollo institucional, deportivo y social del proyecto.

Crecimiento deportivo

Dentro de cualquier organización deportiva, la comunicación interna representa uno de los factores más importantes para garantizar el cumplimiento de objetivos colectivos y favorecer el desarrollo de sus integrantes. Más allá de la transmisión de instrucciones o información operativa, la comunicación permite construir relaciones de confianza, fortalecer la cohesión grupal y generar ambientes que favorezcan el desempeño deportivo. En el caso de Artesanas de Metepec FC, el análisis de la comunicación interna permite comprender cómo las dinámicas de interacción entre cuerpo técnico, jugadoras y directiva impactan en el crecimiento deportivo del equipo.

Los planteamientos teóricos de la comunicación organizacional señalan que una comunicación efectiva contribuye a mejorar la coordinación de actividades, reducir conflictos y fortalecer el compromiso de los miembros con la institución (Chiavenato, 2019). En los contextos deportivos, estos beneficios adquieren una relevancia especial debido a que el rendimiento de un equipo depende en gran medida de la capacidad de sus integrantes para trabajar de manera coordinada y mantener objetivos compartidos.

A partir de la información obtenida durante la investigación, fue posible identificar que la comunicación entre el cuerpo técnico y las jugadoras constituye uno de los

elementos más relevantes para el funcionamiento cotidiano del equipo femenino. Las futbolistas reciben indicaciones relacionadas con entrenamientos, estrategias de juego, convocatorias y actividades institucionales principalmente a través de canales directos de comunicación, destacando reuniones presenciales y grupos de mensajería instantánea. Esta dinámica permite mantener una coordinación constante y facilita la organización de las actividades deportivas.

Sin embargo, el papel de la comunicación va mucho más allá de la simple transmisión de información. Diversas investigaciones en psicología deportiva señalan que la calidad de la comunicación entre entrenadores y deportistas influye directamente en la motivación, la confianza y el compromiso de los atletas (Weinberg y Gould, 2019). Cuando las jugadoras perciben apertura al diálogo, reconocimiento de su esfuerzo y retroalimentación constante, desarrollan una mayor disposición para involucrarse en los procesos de entrenamiento y mejorar su desempeño competitivo.

En el caso de Artesanas de Metepec FC, las experiencias compartidas por las integrantes del equipo muestran que el cuerpo técnico desempeña un papel fundamental como figura de liderazgo dentro de la organización. La cercanía entre entrenadores y jugadoras favorece la construcción de relaciones basadas en la confianza y el respeto mutuo, elementos que contribuyen a fortalecer la cohesión grupal. Este hallazgo coincide con lo planteado por Robbins y Judge (2022), quienes señalan que los líderes organizacionales influyen significativamente en la motivación y el comportamiento de los integrantes mediante procesos de comunicación efectivos.

Otro aspecto relevante identificado durante la investigación es la importancia del apoyo emocional dentro del entorno deportivo. A diferencia de otros contextos organizacionales, los equipos deportivos enfrentan constantemente situaciones de presión relacionadas con el rendimiento, los resultados y la competencia. En consecuencia, la comunicación adquiere una dimensión emocional que resulta indispensable para el bienestar de las deportistas.

Las jugadoras no solo requieren instrucciones tácticas o técnicas, sino también

espacios donde puedan expresar inquietudes, compartir experiencias y sentirse escuchadas. La existencia de estos espacios fortalece el sentido de pertenencia y favorece la construcción de un ambiente positivo dentro del equipo. De acuerdo con Andrade (2005), la comunicación interna efectiva promueve la confianza entre los miembros de una organización y facilita la generación de vínculos que fortalecen la identidad colectiva.

Asimismo, la motivación emerge como un factor estrechamente vinculado con los procesos comunicativos. Los estudios sobre comportamiento organizacional destacan que el reconocimiento constituye uno de los principales elementos que influyen en el compromiso de las personas con sus actividades. En el ámbito deportivo, reconocer el esfuerzo, la dedicación y los logros de las jugadoras puede incrementar significativamente su motivación y disposición para contribuir al éxito del equipo.

No obstante, el análisis también permite identificar áreas de oportunidad. Aunque existe una comunicación funcional para coordinar actividades deportivas, algunas percepciones recopiladas durante la investigación sugieren la necesidad de fortalecer los vínculos entre las jugadoras y la estructura institucional del club. Esta situación resulta particularmente relevante si se considera que el sentido de pertenencia hacia la organización constituye uno de los elementos analizados dentro del marco teórico.

La Teoría de la Identidad Social de Tajfel y Turner (1986) plantea que las personas desarrollan vínculos más sólidos con aquellos grupos en los que perciben reconocimiento, participación e integración. Cuando estos elementos son limitados, los individuos tienden a construir su identidad principalmente alrededor de los grupos inmediatos con los que interactúan cotidianamente. En el caso de Artesanas de Metepec FC, esto puede traducirse en una identificación más fuerte con el equipo de jugadoras y el cuerpo técnico que con la institución en su conjunto.

Desde una perspectiva deportiva, esta situación puede generar desafíos a largo plazo. Un equipo con altos niveles de cohesión interna puede alcanzar resultados positivos en el corto plazo; sin embargo, la consolidación de un proyecto sostenible

requiere que dicha cohesión también se extienda hacia la organización. La comunicación institucional desempeña un papel clave para lograr este objetivo, ya que permite fortalecer la identidad compartida y generar una visión común entre todos los integrantes del club.

Por ello, el crecimiento deportivo de Artesanas de Metepec FC no depende exclusivamente de factores relacionados con el entrenamiento o la competencia. La evidencia obtenida durante esta investigación sugiere que la comunicación interna constituye un elemento estratégico para el desarrollo del equipo, influyendo tanto en el rendimiento deportivo como en la construcción de relaciones de confianza, motivación y pertenencia. En consecuencia, fortalecer los procesos comunicativos internos puede representar una oportunidad significativa para consolidar el proyecto deportivo y favorecer el crecimiento integral de sus integrantes.

Crecimiento institucional

En el contexto actual del deporte, el crecimiento institucional de un club no depende exclusivamente de los resultados obtenidos dentro del terreno de juego. Las organizaciones deportivas contemporáneas requieren construir una identidad sólida, desarrollar estrategias de posicionamiento y generar relaciones que les permitan consolidar su presencia dentro de la comunidad y atraer recursos para garantizar su sostenibilidad. En este sentido, la marca institucional se convierte en un activo estratégico capaz de influir en la percepción de aficionados, patrocinadores, medios de comunicación y otros grupos de interés.

Para Capriotti (2009), la identidad corporativa constituye el conjunto de atributos que definen a una organización y permiten diferenciarla de otras instituciones. Esta identidad se construye a partir de elementos como la filosofía organizacional, los valores, la cultura institucional, la historia y la manera en que estos componentes son comunicados hacia los diferentes públicos. Desde esta perspectiva, la marca no se limita a un nombre o un logotipo, sino que representa una construcción simbólica que transmite significados y genera percepciones.

En el caso de Artesanas de Metepec FC, la identidad institucional posee un elemento diferenciador particularmente relevante: su vinculación con la tradición cultural del municipio de Metepec. El propio nombre del club remite a una de las

actividades más representativas de la región, reconocida nacional e internacionalmente por la producción artesanal de barro y por expresiones culturales como el Árbol de la Vida. Esta relación entre deporte e identidad cultural

constituye una ventaja competitiva importante, ya que permite construir una narrativa institucional con características únicas dentro del panorama del Fútbol femenino mexicano.

Desde una perspectiva comunicacional, el concepto de “Artesanas” trasciende la simple denominación del equipo. El término puede interpretarse como una representación simbólica del esfuerzo, la dedicación, la creatividad y el trabajo constante que caracterizan tanto a los artesanos tradicionales como a las deportistas que forman parte del proyecto. En ambos casos, el desarrollo de habilidades requiere disciplina, perseverancia y compromiso con procesos de mejora continua. Esta analogía ofrece un amplio potencial para fortalecer el posicionamiento institucional del club y construir una identidad diferenciada frente a otras organizaciones deportivas.

Sin embargo, la existencia de una identidad con potencial simbólico no garantiza automáticamente la consolidación de una marca fuerte. Según Costa (2012), las organizaciones deben gestionar estratégicamente sus procesos de comunicación para lograr que los atributos que desean proyectar sean efectivamente percibidos por sus públicos. Esto implica mantener coherencia entre el discurso institucional, las acciones desarrolladas y las experiencias generadas por la organización.

A partir de la información recopilada durante esta investigación, se observa que Artesanas de Metepec FC cuenta con elementos identitarios valiosos que pueden contribuir a fortalecer su posicionamiento. No obstante, también se identifican áreas de oportunidad relacionadas con la sistematización de su comunicación institucional y la construcción de una narrativa más consistente que permita transmitir con claridad los valores y objetivos del proyecto.

Uno de los principales desafíos para las organizaciones deportivas emergentes consiste en lograr que su identidad sea reconocida más allá de los círculos cercanos al equipo. En este sentido, las redes sociales representan una herramienta

fundamental para ampliar el alcance de los mensajes institucionales y fortalecer la visibilidad de la marca. La difusión de contenidos relacionados con la historia del club, las experiencias de las jugadoras, los valores institucionales y la relación con la cultura local puede contribuir significativamente a la construcción de una imagen sólida y diferenciada.

La importancia de esta situación se vuelve aún más evidente al analizar la relación entre identidad institucional y atracción de patrocinadores. Diversos estudios sobre marketing deportivo señalan que las empresas no solo buscan asociarse con equipos exitosos en términos competitivos, sino también con organizaciones que proyecten valores positivos y mantengan una reputación favorable dentro de la comunidad (Mullin, Hardy y Sutton, 2014).

Los patrocinadores evalúan distintos factores antes de establecer una alianza con una organización deportiva. Entre ellos destacan la visibilidad de la institución, el alcance de sus plataformas de comunicación, la calidad de sus relaciones con la comunidad y la congruencia entre los valores de la organización y los de la empresa interesada. Por esta razón, la gestión de la marca adquiere una relevancia estratégica para cualquier proyecto deportivo que aspire a crecer y consolidarse.

En el caso específico de Artesanas de Metepec FC, la posibilidad de establecer vínculos con patrocinadores se encuentra estrechamente relacionada con su capacidad para comunicar una propuesta de valor clara y diferenciada. El club no solo representa un proyecto deportivo, sino también una iniciativa vinculada al desarrollo del Fútbol femenino, la promoción de la igualdad de oportunidades y el fortalecimiento de la identidad comunitaria. Estos elementos pueden resultar especialmente atractivos para empresas interesadas en asociar su imagen con proyectos de impacto social y desarrollo local.

Asimismo, la creciente relevancia del deporte femenino a nivel nacional e internacional abre nuevas oportunidades para la obtención de patrocinios. En los últimos años, diversas marcas han comenzado a invertir en equipos y competencias femeniles como parte de estrategias orientadas a fortalecer su compromiso con la inclusión, la diversidad y la equidad de género. Este contexto representa una oportunidad

importante para organizaciones como Artesanas de Metepec FC, siempre y cuando logren comunicar adecuadamente su propuesta institucional.

Desde la perspectiva de la teoría de *stakeholders*, los patrocinadores constituyen uno de los grupos de interés con mayor influencia en el desarrollo de las organizaciones deportivas. Su apoyo puede traducirse en recursos económicos, equipamiento, infraestructura, difusión y oportunidades de crecimiento institucional. Sin embargo, estas relaciones suelen construirse a partir de procesos de confianza y reconocimiento que requieren una comunicación estratégica constante.

Por ello, el fortalecimiento de la marca Artesanas de Metepec FC debe entenderse como un proceso integral que involucra identidad, imagen, reputación y comunicación. La consolidación de una narrativa institucional basada en la cultura local, el desarrollo del Fútbol femenino y el compromiso comunitario puede contribuir significativamente a mejorar la percepción pública del club y aumentar sus posibilidades de establecer alianzas estratégicas con patrocinadores y otros actores relevantes.

En consecuencia, el crecimiento institucional de Artesanas de Metepec FC no depende únicamente de sus logros deportivos, sino también de su capacidad para construir una marca sólida y comunicar de manera efectiva aquello que la hace diferente. La riqueza cultural asociada al municipio de Metepec, el impacto social del Fútbol femenino y la formación de nuevas generaciones de deportistas representan activos valiosos que, gestionados estratégicamente, pueden convertirse en herramientas fundamentales para la consolidación y sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

Presencia digital y comunicación en redes sociales

En la actualidad, las plataformas digitales se han convertido en herramientas fundamentales para la gestión de la comunicación dentro de las organizaciones deportivas. El crecimiento de las redes sociales ha transformado la manera en que los clubes se relacionan con sus públicos, permitiéndoles construir comunidades, fortalecer su identidad institucional y generar espacios de interacción que trascienden los límites físicos de la competencia deportiva. Para equipos femeniles en desarrollo, estas plataformas representan además una oportunidad para

aumentar su visibilidad y posicionarse dentro de un entorno deportivo caracterizado por altos niveles de competencia mediática.

De acuerdo con Mullin, Hardy y Sutton (2014), la comunicación digital constituye uno de los recursos más importantes para la construcción de relaciones entre las organizaciones deportivas y sus grupos de interés. A través de las redes sociales, los clubes pueden informar, promocionar, generar conversación y fortalecer el vínculo emocional con aficionados, patrocinadores, medios de comunicación y comunidad en general.

En el caso de Artesanas de Metepec FC, la presencia digital se desarrolla principalmente a través de Facebook, Instagram y TikTok. Estas plataformas funcionan como canales de comunicación institucional mediante los cuales se difunden actividades relacionadas con la vida deportiva del equipo, los entrenamientos, los partidos, los resultados obtenidos y diversos acontecimientos vinculados con el proyecto.

Entre las plataformas utilizadas por el club, Instagram destaca como el principal medio de comunicación digital. Esta situación resulta congruente con las tendencias actuales del consumo de contenido deportivo, particularmente entre audiencias jóvenes que privilegian formatos visuales e interactivos. La naturaleza de esta red social permite compartir imágenes, videos, historias y transmisiones que favorecen una comunicación más cercana y dinámica con los seguidores.

Uno de los aspectos más relevantes identificados durante el análisis es la cobertura constante de la actividad deportiva del equipo. Las publicaciones relacionadas con entrenamientos, sesiones de preparación y jornadas de competencia permiten mantener informada a la comunidad y generan una percepción de actividad permanente dentro de la organización. Esta práctica resulta especialmente importante porque contribuye a fortalecer la visibilidad institucional y permite que los seguidores conozcan el trabajo realizado por las jugadoras más allá de los resultados obtenidos en los partidos.

Asimismo, se observó la implementación de dinámicas de cobertura en tiempo real durante los encuentros deportivos. La utilización de historias de Instagram para compartir información minuto a minuto representa una estrategia de comunicación que acerca a la audiencia a la experiencia de los partidos y favorece la participación de quienes no pueden asistir físicamente a los encuentros. Desde la perspectiva de la comunicación deportiva, este tipo de contenidos contribuye a incrementar el nivel de involucramiento de los seguidores y fortalece el sentido de pertenencia hacia el equipo.

La transmisión de partidos constituye otro elemento relevante dentro de la estrategia digital del club. La posibilidad de seguir los encuentros a través de medios digitales amplía significativamente el alcance de la organización y permite que familiares, aficionados y personas interesadas en el proyecto puedan mantenerse vinculadas con el desempeño del equipo independientemente de su ubicación geográfica. Esta práctica adquiere una importancia particular en el contexto del Fútbol femenino, donde las limitaciones de cobertura mediática continúan representando uno de los principales desafíos para el crecimiento de la disciplina.

Otro aspecto positivo identificado durante la investigación es la visibilización de las jugadoras dentro de los contenidos institucionales. La publicación de fotografías y materiales audiovisuales donde las futbolistas son etiquetadas contribuye a fortalecer su reconocimiento individual y favorece la construcción de vínculos más cercanos entre el equipo y la afición. Esta estrategia coincide con las tendencias actuales del marketing deportivo, donde los seguidores buscan conocer no solo a las instituciones, sino también a las personas que forman parte de ellas.

La importancia de esta práctica radica en que las jugadoras funcionan simultáneamente como integrantes del equipo y como representantes de la identidad institucional. Al otorgarles visibilidad dentro de las plataformas digitales, el club fortalece la dimensión humana de su comunicación y genera oportunidades para que la audiencia establezca conexiones emocionales con las deportistas.

Sin embargo, el análisis también permitió identificar áreas de oportunidad que podrían contribuir al fortalecimiento de la presencia digital de Artesanas de Metepec

FC. Aunque la cobertura deportiva mantiene una frecuencia constante, existe la posibilidad de diversificar los contenidos para construir una narrativa institucional más amplia y estratégica.

Actualmente, gran parte de la comunicación se concentra en la difusión de actividades deportivas y resultados competitivos. Si bien estos contenidos son fundamentales para cualquier organización deportiva, la literatura especializada señala que las audiencias contemporáneas también muestran interés por aspectos relacionados con historias personales, valores institucionales, experiencias humanas y procesos de formación (Costa, 2012).

En este sentido, el club podría fortalecer su posicionamiento mediante la generación de contenidos que permitan conocer con mayor profundidad a las jugadoras, su trayectoria deportiva, sus motivaciones y los desafíos que enfrentan como mujeres dentro del Fútbol. Este tipo de publicaciones no solo incrementaría el interés de la audiencia, sino que también reforzaría la función social del equipo como generador de referentes femeninos para niñas y adolescentes de la comunidad.

De igual forma, se identificó una oportunidad importante relacionada con el fortalecimiento de la narrativa institucional asociada al concepto de “Artesanas”. Como se señaló en apartados anteriores, el nombre del club representa uno de sus principales elementos diferenciadores debido a su vínculo con la identidad cultural de Metepec. Sin embargo, esta relación podría comunicarse con mayor frecuencia mediante contenidos que integren aspectos deportivos y culturales, fortaleciendo así la singularidad de la marca institucional.

Otra área de oportunidad se relaciona con la generación de contenido orientado a patrocinadores y aliados estratégicos. Las redes sociales no solo funcionan como espacios de interacción con aficionados, sino también como vitrinas que proyectan la imagen institucional hacia posibles inversionistas, empresas y organizaciones interesadas en colaborar con el proyecto. Por ello, la comunicación digital debe considerar también la difusión de indicadores de impacto, actividades comunitarias y acciones que demuestren el valor social generado por el club.

Desde una perspectiva estratégica, puede afirmarse que Artesanas de Metepec FC cuenta con una base sólida de comunicación digital que ha contribuido a fortalecer su visibilidad y mantener una relación constante con sus seguidores. La cobertura de entrenamientos, los resultados deportivos, las transmisiones de partidos y la participación activa de las jugadoras representan fortalezas importantes dentro de la gestión comunicativa de la organización.

No obstante, el análisis realizado permite concluir que la presencia digital del club puede evolucionar hacia una estrategia más integral orientada no solo a informar, sino también a construir identidad, fortalecer vínculos emocionales, ampliar el alcance institucional y consolidar el posicionamiento de la marca. En un entorno donde gran parte de la percepción pública de las organizaciones se construye a través de medios digitales, el fortalecimiento de estas plataformas puede convertirse en uno de los principales motores para el crecimiento deportivo, institucional y social de Artesanas de Metepec FC.

Impacto social

El deporte ha dejado de ser entendido únicamente como una actividad recreativa o competitiva para convertirse en un fenómeno social capaz de influir en la formación de identidades, la integración comunitaria y la generación de oportunidades para diversos sectores de la población. En este sentido, las organizaciones deportivas desempeñan un papel que trasciende los resultados obtenidos en la competencia, pues también participan en procesos de construcción social que impactan directamente en las comunidades donde desarrollan sus actividades.

En el caso de Artesanas de Metepec FC, el análisis de su impacto social permite comprender cómo un proyecto deportivo local puede contribuir al fortalecimiento del tejido social, la promoción de la igualdad de oportunidades y la generación de espacios de representación para mujeres y niñas interesadas en el Fútbol. Si bien la institución tiene como finalidad principal la formación y competencia deportiva, su presencia dentro de la comunidad produce efectos que alcanzan dimensiones culturales, educativas y sociales.

La noción de tejido social hace referencia al conjunto de relaciones, vínculos, valores y formas de interacción que permiten la convivencia y cooperación dentro de una comunidad. Según Kliksberg (2000), las sociedades con mayores niveles de cohesión social suelen generar entornos más favorables para el desarrollo humano debido a que fortalecen la confianza, la participación y el sentido de pertenencia entre sus integrantes. Desde esta perspectiva, el deporte puede funcionar como una herramienta que favorece la integración social y la construcción de comunidades más participativas.

En diversos contextos, las actividades deportivas han sido utilizadas como mecanismos para prevenir problemáticas sociales, fomentar la inclusión y promover valores relacionados con la convivencia y el respeto. Coalter (2010) señala que los programas deportivos pueden contribuir al desarrollo social cuando generan espacios seguros donde los participantes construyen relaciones positivas, desarrollan habilidades sociales y fortalecen su compromiso con la comunidad.

La existencia de un equipo como Artesanas de Metepec FC adquiere relevancia precisamente porque ofrece un espacio de participación para mujeres jóvenes dentro de una disciplina que históricamente ha sido dominada por la presencia masculina. La posibilidad de integrarse a un proyecto deportivo organizado permite que las jugadoras desarrollen habilidades físicas y técnicas, pero también competencias personales y sociales relacionadas con el liderazgo, la disciplina, el trabajo en equipo y la resiliencia.

Durante décadas, las mujeres enfrentaron barreras estructurales para participar en el Fútbol. Los estereotipos de género asociaban esta disciplina con características consideradas exclusivamente masculinas, limitando las oportunidades de desarrollo para niñas y jóvenes interesadas en practicar este deporte. Aunque la situación ha cambiado de manera significativa en los últimos años, todavía persisten desafíos relacionados con la visibilidad, el reconocimiento y el acceso a recursos para el Fútbol femenino.

En este contexto, la presencia de Artesanas de Metepec FC representa una forma de resistencia frente a estas desigualdades históricas. La existencia de un equipo

femenil competitivo dentro del municipio envía un mensaje importante a la comunidad: las mujeres tienen derecho a ocupar espacios de liderazgo, representación y protagonismo dentro del deporte. Este proceso contribuye a transformar las percepciones tradicionales sobre el papel de las mujeres en el Fútbol y favorece la construcción de una cultura deportiva más incluyente.

Uno de los impactos sociales más relevantes identificados en esta investigación se relaciona con la generación de referentes femeninos para niñas y adolescentes de la región. La teoría del aprendizaje social desarrollada por Bandura (1986) sostiene que las personas aprenden comportamientos, actitudes y expectativas a partir de la observación de modelos significativos dentro de su entorno. Cuando las niñas observan a mujeres participando activamente en competencias deportivas, representando a su comunidad y alcanzando logros dentro del Fútbol, amplían sus propias percepciones sobre las posibilidades de desarrollo personal y profesional.

En este sentido, las jugadoras de Artesanas de Metepec FC no solo representan a un equipo deportivo, sino que también se convierten en figuras de inspiración para nuevas generaciones. Según conversaciones que se tuvieron de manera informal, su participación contribuye a demostrar que las mujeres pueden desarrollarse exitosamente en ámbitos tradicionalmente reservados para los hombres y que el deporte constituye una alternativa legítima para la construcción de proyectos de vida.

Además de su función como referentes, las futbolistas también participan en procesos de transformación cultural dentro de la comunidad. Cada entrenamiento, partido o actividad pública representa una oportunidad para visibilizar la presencia femenina dentro del deporte y cuestionar estereotipos que históricamente han limitado la participación de las mujeres. Este fenómeno resulta especialmente importante en contextos locales, donde las relaciones comunitarias suelen tener una influencia significativa en la construcción de valores y percepciones sociales. Tal es el caso de algunas futbolistas que los últimos años han tenido impacto como Charlyn Corral, Mónica Ocampo y Kenti Robles.

Otro aspecto relevante se relaciona con el fortalecimiento del sentido de identidad comunitaria. Como se mencionó anteriormente, el nombre Artesanas de Metepec

FC mantiene una estrecha relación con la tradición cultural del municipio. Esta conexión permite que el equipo funcione como un elemento de representación local que fortalece los vínculos entre deporte, cultura e identidad. Al portar el nombre de Metepec en competencias oficiales, las jugadoras se convierten en embajadoras de la comunidad y contribuyen a proyectar una imagen positiva del municipio.

La construcción de este sentido de pertenencia no solo beneficia a las integrantes del equipo, sino también a los distintos grupos que conforman su entorno. Familias, amistades, aficionados y habitantes de la comunidad pueden identificarse con el proyecto deportivo y reconocerlo como parte de la vida social del municipio. De esta manera, el club se transforma en un espacio donde convergen intereses deportivos, culturales y comunitarios.

Sin embargo, el alcance del impacto social de Artesanas de Metepec FC depende en gran medida de la capacidad institucional para comunicar sus acciones y fortalecer su relación con la comunidad. Tal como señalan los autores de la comunicación organizacional, las organizaciones no solo generan impactos a través de sus actividades, sino también mediante las narrativas que construyen sobre sí mismas y la manera en que estas son compartidas con sus públicos. En consecuencia, la comunicación estratégica se convierte en una herramienta indispensable para visibilizar el trabajo realizado por el equipo y ampliar su influencia social.

La difusión de historias de las jugadoras, actividades comunitarias, logros deportivos y proyectos institucionales puede contribuir significativamente a fortalecer la percepción positiva del club y aumentar su capacidad de generar cambios dentro de la comunidad. Asimismo, una comunicación efectiva favorece la creación de vínculos más sólidos con familias, instituciones educativas, autoridades locales y posibles aliados estratégicos interesados en apoyar el desarrollo del Fútbol femenino.

A partir de los hallazgos obtenidos durante esta investigación, es posible afirmar que Artesanas de Metepec FC representa mucho más que un equipo de Fútbol. Su existencia constituye una plataforma de desarrollo personal para las jugadoras, un

espacio de representación para las mujeres dentro del deporte y una oportunidad para fortalecer la cohesión social dentro de la comunidad. Aunque todavía enfrenta desafíos relacionados con recursos, visibilidad y posicionamiento institucional, el proyecto posee un potencial significativo para consolidarse como un agente de transformación social en el municipio.

Por ello, el impacto social de Artesanas de Metepec FC debe analizarse desde una perspectiva amplia que considere tanto sus contribuciones deportivas como su capacidad para promover valores de inclusión, igualdad y participación comunitaria. El fortalecimiento de este proyecto no solo puede beneficiar a las futbolistas que actualmente forman parte de la institución, sino también a futuras generaciones de niñas y jóvenes que encontrarán en el equipo un referente de esfuerzo, perseverancia y posibilidad de crecimiento dentro del deporte.

Diagnóstico FODA

Como resultado del análisis realizado sobre la gestión comunicativa de Artesanas de Metepec FC, se identificaron diversos factores internos y externos que influyen en el desarrollo deportivo, institucional y social del club. Con el propósito de sintetizar los hallazgos obtenidos durante la investigación, se presenta un diagnóstico estratégico basado en la metodología FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), herramienta que permite evaluar la situación actual de una organización y reconocer los elementos que pueden favorecer o limitar su crecimiento.

La importancia de este diagnóstico radica en que integra los distintos aspectos analizados a lo largo del estudio, proporcionando una visión general del contexto en el que se desarrolla el proyecto deportivo y permitiendo identificar áreas prioritarias de intervención desde la comunicación organizacional.

Fortalezas

Una de las fortalezas identificadas durante el diagnóstico es la identidad institucional de Artesanas de Metepec FC y su vinculación con el contexto cultural del municipio. El nombre del club establece una relación simbólica con la identidad local, particularmente con la tradición artesanal de Metepec y con el Árbol de la Vida, reconocido oficialmente como una manifestación cultural tradicional del municipio por

el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI, 2026). Esta relación puede representar un elemento diferenciador para el equipo, al vincular su identidad deportiva con referentes culturales reconocidos dentro de su comunidad.

A partir de la observación realizada durante el trabajo de campo, también se identificó el compromiso de las jugadoras, el cuerpo técnico y las personas involucradas en el proyecto. La disposición hacia el trabajo colectivo, el desarrollo deportivo y la representación del municipio se observó durante las actividades relacionadas con entrenamientos y competencias.

En cuanto a la comunicación interna, la observación permitió identificar una dinámica de comunicación cercana entre el cuerpo técnico y las jugadoras, principalmente en la coordinación de entrenamientos, actividades deportivas y preparación para las competencias. Si bien existen aspectos susceptibles de mejora, estos procesos forman parte de la dinámica cotidiana del equipo.

Otra fortaleza identificada corresponde a la presencia digital del club. La actividad desarrollada en redes sociales permite difundir resultados, actividades deportivas y contenido relacionado con el equipo. La publicación de información sobre partidos y actividades constituye un recurso para mantener contacto con la comunidad y ampliar la visibilidad del proyecto. Esta afirmación puede respaldarse mediante el registro y análisis de las publicaciones realizadas por las cuentas oficiales del equipo.

Finalmente, durante el diagnóstico se identificó una dimensión social vinculada con la participación de mujeres en el Fútbol. La presencia de Artesanas de Metepec FC genera un espacio de participación deportiva para mujeres de la región y permite observar al equipo no solamente desde su dimensión competitiva, sino también desde su relación con la comunidad.

Oportunidades

El contexto actual del Fútbol femenino mexicano representa una oportunidad importante para el crecimiento de Artesanas de Metepec FC. Durante los últimos años se ha observado un incremento significativo en la visibilidad de las competiciones femeniles, así como un mayor interés por parte de medios de comunicación, instituciones deportivas y empresas interesadas en asociarse con proyectos vinculados al desarrollo del deporte practicado por mujeres. Como muestra de esta tendencia, la Liga MX

Femenil reportó que durante el Clausura 2025 se registraron 547,573 asistentes en la fase regular, lo que representó un incremento del 21 % respecto al Apertura 2024 (Liga MX Femenil, 2025).

Esta tendencia abre posibilidades para fortalecer el posicionamiento institucional del club y ampliar su alcance dentro del entorno deportivo regional y nacional. A medida que el Fútbol femenino continúa ganando reconocimiento, organizaciones como Artesanas de Metepec FC pueden beneficiarse de un contexto más favorable para la obtención de apoyos, patrocinios y espacios de difusión.

Otra oportunidad relevante se relaciona con el potencial de las plataformas digitales. Las redes sociales permiten alcanzar audiencias amplias con recursos relativamente limitados, facilitando la difusión de contenidos deportivos, historias de vida, actividades comunitarias y acciones institucionales. La capacidad de generar contenido constante y auténtico representa una ventaja importante para organizaciones que buscan incrementar su visibilidad sin depender exclusivamente de medios tradicionales.

Asimismo, existe una oportunidad significativa en la vinculación con instituciones educativas, organismos gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil interesadas en temas relacionados con juventud, deporte, igualdad de género y desarrollo comunitario. La naturaleza social del proyecto facilita la construcción de alianzas estratégicas que pueden traducirse en beneficios institucionales y oportunidades de crecimiento.

De igual manera, el fortalecimiento de la narrativa asociada a la identidad cultural de Metepec representa una oportunidad aún poco explorada. La integración de elementos culturales dentro de la estrategia de comunicación podría diferenciar al club dentro del panorama deportivo y generar un posicionamiento único basado en la relación entre tradición, comunidad y deporte. Esta posibilidad se relaciona con la importancia cultural del Árbol de la Vida, reconocido oficialmente como una manifestación cultural tradicional de Metepec.

Debilidades

A pesar de las fortalezas identificadas, la investigación también permitió reconocer diversas áreas de oportunidad que actualmente limitan el crecimiento institucional del proyecto.

Una de las principales debilidades se relaciona con la falta de una estrategia formal de comunicación organizacional. Si bien existen acciones de comunicación constantes, estas suelen responder principalmente a necesidades operativas e informativas. La ausencia de una planificación estratégica dificulta el aprovechamiento integral de las herramientas comunicativas disponibles y limita la capacidad de construir objetivos de posicionamiento a largo plazo (Andrade, 2005).

Otra debilidad importante corresponde a la limitada visibilidad institucional fuera de los círculos cercanos al club. Aunque las redes sociales permiten mantener contacto con seguidores habituales, el alcance del proyecto todavía puede ampliarse significativamente mediante estrategias orientadas a nuevos públicos, medios de comunicación y potenciales patrocinadores (Pedersen et al., 2007; Mullin et al., 2014). Asimismo, se identificó una dependencia considerable del esfuerzo individual de las personas involucradas en la gestión del proyecto. Esta situación puede representar riesgos para la sostenibilidad institucional cuando determinadas funciones dependen excesivamente de un número reducido de colaboradores, debido a la importancia de una adecuada distribución de funciones y coordinación dentro de las organizaciones (Robbins & Judge, 2022).

También se observa una oportunidad de mejora relacionada con el desarrollo de marca personal de las jugadoras. Aunque las futbolistas aparecen frecuentemente en publicaciones institucionales, todavía existe margen para fortalecer su visibilidad individual y posicionarlas como embajadoras del proyecto dentro de la comunidad. El desarrollo de estrategias de marketing y comunicación deportiva puede contribuir a fortalecer la relación entre los deportistas, las organizaciones y sus públicos (Mullin et al., 2014).

Finalmente, la investigación permitió identificar la necesidad de sistematizar indicadores de comunicación que permitan evaluar con mayor precisión el impacto de las acciones implementadas. La utilización de mecanismos de evaluación y seguimiento resulta relevante para valorar los resultados de las estrategias de comunicación y orientar la toma de decisiones futuras (Andrade, 2005).

Amenazas

Entre los factores externos que podrían afectar el crecimiento de Artesanas de Metepec FC destaca la persistencia de desigualdades estructurales que continúan afectando al Fútbol femenino en distintos niveles. A pesar de los avances observados durante los últimos años, las mujeres siguen enfrentando desafíos relacionados con acceso a recursos, cobertura mediática y oportunidades de desarrollo dentro del ámbito deportivo (Hargreaves, 1994).

Otra amenaza importante se relaciona con la competencia por recursos económicos y patrocinadores. Los equipos deportivos femeniles suelen competir por apoyos financieros en un entorno donde gran parte de la inversión continúa concentrándose en proyectos masculinos o en organizaciones con mayor trayectoria y visibilidad. Estas condiciones pueden influir en las posibilidades de desarrollo y posicionamiento de los proyectos deportivos (Mullin et al., 2014).

Asimismo, la saturación informativa dentro de las plataformas digitales representa un desafío para cualquier organización deportiva. La gran cantidad de contenidos disponibles dificulta captar la atención de las audiencias y exige niveles cada vez mayores de creatividad e innovación comunicativa (Van Dijck, 2016; Pedersen et al., 2007).

También deben considerarse factores económicos externos que podrían influir en la capacidad de patrocinadores, instituciones o aliados estratégicos para apoyar proyectos deportivos. La dependencia de recursos externos convierte a los cambios económicos en variables capaces de afectar el desarrollo institucional. Desde la perspectiva de los grupos de interés, las relaciones que las organizaciones mantienen con actores externos pueden influir en sus posibilidades de obtener recursos y generar condiciones favorables para su funcionamiento (Freeman, 1984).

Finalmente, la rotación constante de jugadoras y colaboradores representa una amenaza inherente a muchas organizaciones deportivas en formación. La salida frecuente de integrantes puede afectar la continuidad de procesos, la consolidación de equipos de trabajo y la construcción de identidad institucional (Robbins & Judge, 2022; Tajfel & Turner, 1986).

El análisis FODA realizado permite identificar que Artesanas de Metepec FC posee una base para continuar fortaleciendo su crecimiento deportivo, institucional y social.

Sus principales fortalezas se encuentran en la identidad cultural que da sentido al proyecto, el compromiso de sus integrantes, su impacto comunitario y el trabajo comunicativo desarrollado en medios digitales.

Sin embargo, el diagnóstico también evidencia la necesidad de profesionalizar ciertos procesos relacionados con la comunicación estratégica, el posicionamiento institucional y la gestión de relaciones con los distintos grupos de interés (Andrade, 2005; Freeman, 1984). Las oportunidades identificadas muestran un escenario favorable para el crecimiento del club, especialmente en un contexto donde el Fútbol femenino continúa ampliando su reconocimiento social y mediático.

En consecuencia, las estrategias propuestas en el presente trabajo se orientan a aprovechar las fortalezas existentes, atender las debilidades detectadas, capitalizar las oportunidades del entorno y reducir el impacto potencial de las amenazas identificadas, contribuyendo así a la consolidación de Artesanas de Metepec FC como un proyecto deportivo, social e institucional sostenible.

Conclusiones

La presente investigación tuvo como finalidad analizar la gestión comunicativa de Artesanas de Metepec FC y determinar la manera en que los procesos de comunicación influyen en el crecimiento deportivo, institucional y social del equipo femenino. Para ello, se desarrolló un marco teórico sustentado en conceptos de comunicación organizacional, identidad corporativa, comunicación estratégica, sociología del deporte, teoría de *stakeholders* y estudios de género, los cuales fueron posteriormente contrastados con la realidad observada dentro del club.

A partir del análisis realizado, puede afirmarse que la comunicación constituye uno de los factores más relevantes para el desarrollo de organizaciones deportivas contemporáneas. Aunque tradicionalmente el éxito de los equipos de Fútbol suele asociarse con resultados competitivos, infraestructura o recursos económicos, la investigación permitió identificar que los procesos comunicativos también desempeñan un papel fundamental en la construcción de identidad, el

fortalecimiento de relaciones internas y externas, la consolidación institucional y la generación de impacto social.

En relación con el objetivo general, orientado a analizar la influencia de la comunicación en el desarrollo de Artesanas de Metepec FC, los resultados obtenidos permiten concluir que la comunicación no debe entenderse únicamente como una herramienta operativa destinada a transmitir información, sino como un recurso estratégico capaz de fortalecer la estructura organizacional y favorecer el crecimiento integral del proyecto deportivo.

Respecto a los objetivos específicos, fue posible analizar la dimensión deportiva del equipo, identificando que la comunicación entre entrenadores y jugadoras influye directamente en aspectos relacionados con la motivación, la confianza, la cohesión grupal y el rendimiento competitivo. Asimismo, se examinó la dimensión institucional, encontrando que la identidad del club posee elementos diferenciadores importantes que pueden contribuir al fortalecimiento de su posicionamiento y reconocimiento público. Finalmente, se estudió la dimensión social, identificando que el equipo cumple funciones que trascienden el ámbito deportivo y que se relacionan con la generación de referentes femeninos, la promoción de la inclusión y el fortalecimiento de la participación comunitaria.

En consecuencia, puede afirmarse que los objetivos planteados al inicio de la investigación fueron alcanzados satisfactoriamente, ya que permitieron comprender la complejidad de los procesos comunicativos que intervienen en el funcionamiento de Artesanas de Metepec FC y su influencia en distintas áreas del desarrollo organizacional.

Uno de los principales aportes de esta investigación consiste en la posibilidad de contrastar los planteamientos teóricos desarrollados en el marco conceptual con la realidad observada dentro de la organización.

Autores como Andrade (2005), Chiavenato (2019) y Robbins y Judge (2022) sostienen que la comunicación interna constituye uno de los pilares fundamentales para el funcionamiento de cualquier organización, ya que permite coordinar

actividades, fortalecer relaciones y generar compromiso entre los integrantes. Los hallazgos obtenidos dentro de Artesanas de Metepec FC confirman parcialmente estas afirmaciones, puesto que la comunicación existente permite coordinar las actividades cotidianas del equipo y facilita la interacción entre jugadoras y cuerpo técnico.

Sin embargo, también se identificaron áreas de oportunidad relacionadas con la consolidación de una comunicación más estratégica. Aunque los procesos comunicativos cumplen adecuadamente funciones operativas, existen posibilidades de fortalecer aspectos relacionados con la participación de las jugadoras, la construcción de identidad institucional y la generación de una visión compartida entre todos los actores que conforman la organización.

De igual manera, los planteamientos de Capriotti (2009) y Costa (2012) señalan que las organizaciones construyen valor cuando logran comunicar de manera coherente quiénes son, qué representan y cuáles son sus objetivos. Al contrastar esta perspectiva con la realidad observada, se identificó que Artesanas de Metepec FC posee una identidad institucional con un alto potencial simbólico debido a su vinculación con la tradición artesanal de Metepec. No obstante, esta fortaleza aún no parece aprovecharse completamente como una herramienta de diferenciación y posicionamiento.

Por otra parte, la teoría de *stakeholders* desarrollada por Freeman (1984) sostiene que las organizaciones deben gestionar estratégicamente sus relaciones con los distintos grupos de interés que influyen en su desarrollo. El análisis realizado mostró que el club mantiene relaciones con diversos *stakeholders* como jugadoras, familiares, aficionados, patrocinadores, comunidad local y medios de comunicación; sin embargo, la gestión de estas relaciones podría fortalecerse mediante estrategias comunicativas más estructuradas y orientadas a objetivos específicos.

En el ámbito deportivo, la investigación permitió identificar que la comunicación desempeña un papel decisivo en la construcción de ambientes favorables para el desarrollo de las jugadoras. La interacción cotidiana entre cuerpo técnico y

futbolistas genera dinámicas de confianza que influyen directamente en la motivación y el compromiso con los objetivos del equipo.

Los planteamientos de Weinberg y Gould (2019) sostienen que los entrenadores no solo cumplen funciones técnicas, sino también comunicativas y motivacionales. Los resultados obtenidos respaldan esta afirmación, ya que se observó que las relaciones cercanas entre entrenadores y jugadoras favorecen la cohesión grupal y fortalecen la disposición para enfrentar los desafíos deportivos.

Asimismo, se identificó que el sentido de pertenencia constituye un factor relevante para el rendimiento. Cuando las jugadoras perciben reconocimiento, apoyo institucional y oportunidades de participación, desarrollan una mayor identificación con el equipo y muestran niveles más altos de compromiso. Esta situación coincide con los planteamientos de Tajfel y Turner (1986), quienes sostienen que la identidad colectiva influye significativamente en el comportamiento de los individuos dentro de los grupos sociales.

Por lo tanto, el crecimiento deportivo de Artesanas de Metepec FC no depende exclusivamente de aspectos relacionados con la preparación física o táctica, sino también de la calidad de las relaciones comunicativas que se generan dentro de la organización.

Desde una perspectiva institucional, la investigación permitió reconocer que el club cuenta con elementos valiosos para fortalecer su posicionamiento dentro del entorno deportivo local y regional.

La identidad asociada al concepto de “Artesanas” representa una ventaja competitiva significativa debido a su relación con la historia, cultura y tradición del municipio de Metepec. Este vínculo ofrece oportunidades para construir una narrativa institucional diferenciada que permita conectar emocionalmente con la comunidad y fortalecer el reconocimiento de la marca.

No obstante, también se concluye que la consolidación institucional requiere una estrategia de comunicación más estructurada que permita aprovechar plenamente estos atributos identitarios. La presencia digital, la gestión de contenidos, la relación

con medios de comunicación y la vinculación con patrocinadores representan áreas estratégicas que podrían contribuir significativamente al crecimiento del proyecto.

Asimismo, la investigación permitió identificar que la sostenibilidad de un equipo femenino depende cada vez más de su capacidad para generar visibilidad y construir relaciones de valor con actores externos. En este sentido, la comunicación estratégica deja de ser un elemento complementario para convertirse en una necesidad organizacional.

Uno de los hallazgos más significativos de la investigación se relaciona con el impacto social generado por Artesanas de Metepec FC dentro de su comunidad.

El equipo no solo ofrece espacios de competencia deportiva, sino que también contribuye a la construcción de referentes femeninos positivos para niñas y adolescentes interesadas en el Fútbol. La visibilidad de mujeres participando activamente en el deporte favorece la transformación de percepciones sociales y amplía las posibilidades de desarrollo para futuras generaciones.

Además, la existencia del club fortalece procesos de integración comunitaria al generar espacios donde convergen familias, amistades, seguidores y diversos actores sociales. Estas dinámicas contribuyen al fortalecimiento del tejido social y a la promoción de valores relacionados con la inclusión, el respeto y la igualdad de oportunidades.

Los hallazgos coinciden con los planteamientos de Hargreaves (1994), Bourdieu (2000) y Coalter (2010), quienes reconocen al deporte como un espacio donde se construyen relaciones sociales capaces de generar transformaciones culturales significativas.

Finalmente, en respuesta a la pregunta central de investigación relacionada con la influencia de la comunicación en el crecimiento de Artesanas de Metepec FC, puede concluirse que tanto la visibilidad externa como la gestión comunicativa interna representan factores determinantes para el desarrollo del proyecto.

La investigación demuestra que las limitaciones en materia de comunicación pueden afectar la construcción de identidad institucional, reducir oportunidades de posicionamiento, dificultar la atracción de patrocinadores y limitar el alcance social del equipo. Del mismo modo, una comunicación fortalecida tiene el potencial de impulsar el crecimiento deportivo, consolidar la estructura organizacional y ampliar el impacto comunitario del club.

Por ello, el futuro de Artesanas de Metepec FC dependerá no solo de los resultados obtenidos en la cancha, sino también de su capacidad para comunicar de manera efectiva quién es, qué representa y cuál es el papel que desea desempeñar dentro del desarrollo del Fútbol femenino y de la comunidad metepequense.

Estrategia y líneas de acción para el fortalecimiento

A partir de los hallazgos obtenidos durante la investigación, se identificó que Artesanas de Metepec FC posee fortalezas importantes relacionadas con su identidad cultural, su impacto social y el compromiso de las personas que integran el proyecto. Sin embargo, también se detectaron áreas de oportunidad vinculadas con la comunicación institucional, la visibilidad del equipo, la relación con los grupos de interés y la consolidación de una marca deportiva capaz de generar mayor reconocimiento dentro y fuera del municipio.

En consecuencia, se propone una estrategia integral de comunicación orientada a fortalecer el crecimiento deportivo, institucional y social del club. Las acciones planteadas no buscan transformar la esencia de la organización, sino potenciar los atributos que ya posee mediante procesos comunicativos más estructurados, estratégicos y alineados con los objetivos del proyecto.

Uno de los principales hallazgos de la investigación fue la existencia de una identidad institucional con un alto potencial de posicionamiento. El nombre Artesanos de Metepec FC representa un elemento diferenciador que conecta al club con una de las tradiciones culturales más importantes del municipio.

No obstante, esta identidad puede fortalecerse mediante una estrategia narrativa que comunique de manera más clara el significado de ser una “Artesana”.

Actualmente, el nombre funciona como un elemento distintivo, pero existe la oportunidad de convertirlo en una filosofía institucional capaz de orientar la comunicación interna y externa del club.

Se propone desarrollar un concepto rector basado en la idea de que las jugadoras, al igual que los artesanos tradicionales de Metepec, construyen su talento mediante procesos constantes de aprendizaje, disciplina, esfuerzo y dedicación. Esta narrativa permitiría fortalecer la conexión emocional entre el equipo, la comunidad y los distintos grupos de interés.

Asimismo, se recomienda incorporar de manera más frecuente elementos visuales y simbólicos relacionados con la identidad cultural del municipio en las redes sociales, materiales promocionales y actividades institucionales.

La investigación permitió identificar que las futbolistas representan uno de los activos más valiosos de la organización. Sin embargo, gran parte de la comunicación institucional se centra en resultados deportivos y anuncios operativos, dejando en segundo plano las historias personales de las jugadoras.

Por ello, se propone implementar una estrategia de marca personal que contribuya a posicionar a las integrantes del equipo como referentes deportivos dentro de la comunidad.

Entre las acciones sugeridas se encuentran:

- Publicar perfiles individuales de las jugadoras.
- Compartir historias de vida y trayectorias deportivas.
- Realizar entrevistas breves en formato audiovisual.
- Difundir logros académicos y personales.
- Crear campañas que destaquen el papel de las futbolistas como modelos positivos para niñas y adolescentes

Estas acciones contribuirían a humanizar la comunicación institucional y fortalecer la identificación de la afición con el equipo.

Uno de los principales desafíos que enfrentan los equipos femeniles en categorías de desarrollo es la limitada asistencia de público a los encuentros deportivos.

Para atender esta situación, se propone implementar estrategias de vinculación comunitaria orientadas a convertir los partidos en experiencias de convivencia familiar y participación social.

Entre las acciones sugeridas destacan:

- Invitaciones formales a escuelas primarias y secundarias del municipio.
- Jornadas deportivas previas a los encuentros.
- Actividades recreativas para niñas interesadas en el Fútbol
- Campañas digitales enfocadas en promocionar cada jornada deportiva.

Estas actividades permitirían fortalecer la relación entre el equipo y la comunidad, generando una base de seguidores más sólida y comprometida.

Las plataformas digitales representan actualmente el principal canal de comunicación para organizaciones deportivas emergentes.

Por ello, se propone la elaboración de un calendario editorial que contemple contenidos organizados en distintas categorías:

Contenido institucional:

- Historia del club.
- Filosofía institucional.
- Valores organizacionales.
- Actividades comunitarias.

Contenido deportivo

- Resultados.
- Estadísticas.
- Entrenamientos.
- Convocatorias.

Contenido humano

- Historias de jugadoras.
- Testimonios.
- Experiencias personales.
- Celebraciones y logros.

Contenido cultural

- Tradiciones de Metepec.
- Artesanía local.
- Relación entre identidad cultural y deporte.

La combinación de estos contenidos permitiría construir una narrativa más completa y fortalecer el posicionamiento digital del club.

La sostenibilidad de los proyectos deportivos depende en gran medida de su capacidad para generar alianzas estratégicas. Por esta razón, se propone diseñar un plan de patrocinio que presente al club no únicamente como un equipo de Fútbol, sino como un proyecto con impacto social, cultural y comunitario.

El contenido para patrocinadores deberá incluir:

- Historia institucional.
- Alcance de redes sociales.
- Perfil de las jugadoras.
- Impacto social generado.
- Beneficios para las marcas aliadas.
- Opciones de patrocinio adaptadas a distintos presupuestos.

Esta estrategia permitiría fortalecer la percepción de profesionalismo y aumentar las posibilidades de obtener apoyo externo para el desarrollo del proyecto.

Referencias bibliográficas

Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica*. Netbiblo.

Bourdieu, P. (2000). *Cuestiones de sociología*. Istmo.

Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Libros de la Empresa.

Chiavenato, I. (2019). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones* (4.^a ed.). McGraw-Hill Education.

Coalter, F. (2010). The politics of sport-for-development: Limited focus programmes and broad gauge problems? *International Review for the Sociology of Sport*, 45(3), 295-314.

Costa, J. (2012). *El DirCom hoy: Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía*. Costa Punto Com Editor.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing.

Hargreaves, J. (1994). *Sporting females: Critical issues in the history and sociology of women's sports*. Routledge.

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (2026). *Declaración de protección de la indicación geográfica Árbol de la Vida de Metepec*. Diario Oficial de la Federación.

Kliksberg, B. (2000). *Capital social y cultura: Claves olvidadas del desarrollo*. Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (INTAL).

Liga MX Femenil. (2025). *Creciendo día con día y nuestras gradas son testigo*. Liga MX Femenil.

Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2014). *Sport marketing* (4th ed.). Human Kinetics.

Pedersen, P. M., Miloch, K. S., & Laucella, P. C. (2007). *Strategic sport communication*. Human Kinetics.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Comportamiento organizacional* (18.^a ed.). Pearson Educación.

Rowe, D. (2011). *Global media sport: Flows, forms and futures*. Bloomsbury Academic.

Sotelo González, J. (2012). *Introducción a la comunicación institucional*. Editorial UOC.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. En

S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Nelson-Hall.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.

Weinberg, R. S., & Gould, D. (2019). *Foundations of sport and exercise psychology* (7th ed.). Human Kinetics.

Entrevistas, pláticas informales