

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

FUNDACIÓN DEPORTIVA MUNICIPAL

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA FUNDACIÓN DEPORTIVA MUNICIPAL

La Sección de Comunicación y Documentación es la encargada de desarrollar el Plan de Comunicación y Marketing de la Fundación Deportiva Municipal, entendiendo estos dos ámbitos, como procesos relacionados pero independientes.

Para diferenciar cada plan, la mejor opción es atender a la herramienta básica de cada uno. En el plan de marketing el instrumento esencial es la publicidad, mientras que en el plan de comunicación es la información

Publicidad e información son dos elementos trascendentales para el correcto funcionamiento de la organización. Controlar ambos es necesario para alcanzar los objetivos o enfrentarse mejor a posibles cambios

Evidentemente, cada uno persigue sus metas, aunque también tienen objetivos comunes. Lo que hemos de tener claro es que el plan de marketing y el plan de comunicación están estrechamente relacionados y se complementan.

Es por esta razón que desde la FDM de Valencia se apuesta por un planteamiento integral de plan entendido éste como el ***conjunto homogéneo y coordinado de herramientas de la comunicación corporativa y comercial buscando un efecto sinérgico.***

Todas las entidades que colaboran con el Ayuntamiento de Valencia y la FDM en la gestión del deporte municipal, deberán adaptar sus planes en cada uno de sus apartados de comunicación, según las directrices marcadas en este documento. Para ello cualquier iniciativa dentro de éste ámbito deberá ser autorizada anteriormente por los técnicos de la FDM.

1.- CONCEPTOS A TENER EN CUENTA EN LA APLICACIÓN DE ESTE PLAN

Todas las acciones recogidas en los diferentes programas se desarrollarán con la finalidad de mejorar los conceptos que se recogen a continuación:

Cultura corporativa de la organización (Lo que realmente soy).

"Es el compendio de comportamientos, creencias, estilos de funcionamiento, actuaciones y formas de trabajar como grupo que tiene la organización. Todos este conjunto de aspectos conforma un pensamiento colectivo que caracteriza a los miembros de la organización, en este caso de la Entidad deportiva"

Para los miembros de la Organización Deportiva, formar parte de una cultura compartida es lo mismo que sentirse orgulloso de pertenecer a la misma y el primer paso para "sentir" una identidad. Evidentemente esta acción humana necesita de un soporte ideológico, unos valores, unas creencias, un proceso psicológico que la sustente (Misión de la FDM).

Identidad corporativa de la organización (Lo que yo creo que soy)

"Es el conjunto de instrumentos formales con los que una organización ha decidido identificarse y proyectarse ante su público".

Estamos hablando de una programación de estructuras visuales organizadas y estudiadas que deben ser consecuencia de la traducción de la cultura corporativa de la entidad deportiva, de su personalidad y de sus objetivos.

En la concreción de esa identidad deportiva existen dos elementos de identidad visual: **la marca y el logotipo**.

Como se comentará más adelante esta identidad visual deberá ser aplicable a todos los soportes posibles (comunicación gráfica, entorno, equipo humano y servicios).

Este programa de identidad deportiva, como veremos a continuación se desarrolla entre otros a través de los instrumentos que conforman un plan de comunicación (relaciones con los medios, publicaciones y otros soportes de información, relaciones públicas y la comunicación interna) cuyas actuaciones deben estar impregnadas de los valores y características de la personalidad tanto visual como de estilo, que definen a la organización para lograr una imagen positiva.

Esta identidad corporativa se refuerza por la actuación diaria de todos los elementos que conforman la organización. Una buena identidad deportiva, dará una imagen positiva a la Entidad Deportiva.

Imagen corporativa de la organización (lo que los demás creen que soy)

"Es el opinión resultante y el conjunto de percepciones, experiencias, impresiones, creencias, sentimientos y conocimientos de cierto público objetivo, tras el contacto con la organización".

Es el resultado final del proceso de comunicación: LA RELEVANCIA DE LA IDENTIDAD, mediante su reflejo a través de los diferentes sistemas y servicios que produce la imagen (Visión de la FDM).

Comunicación comercial de la entidad deportiva

La comunicación comercial es la que persigue vender y secundariamente favorecer un estado de "opinión favorable". Es una comunicación de masas pagada, a través de la cual se transmite información induciendo a una acción provechosa para el anunciante. En los últimos años las técnicas más utilizadas en el deporte son el marketing directo, el patrocinio y la promoción.

2.- FINES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA FDM

Los fines que persigue el desarrollo de este plan son los siguientes:

- Contribuir a la mejorar la cultura corporativa de la Entidad a través del desarrollo de los diferentes programas de comunicación que se exponen a continuación.
- Contribuir a la mejora de la identidad deportiva de la Entidad.
- Mejorar la imagen de la Entidad Deportiva.
- Organizar una Oficina de información Deportiva.
- Introducir procedimientos que mejoren la comunicación interna de la organización.
- Coordinar los medios de comunicación comercial recogidas en el plan.
- Coordinar las acciones de los diferentes programas que conforman el Plan.
- Coordinar las acciones de las diferentes entidades colaboradoras, que previamente deberán ser autorizadas.
- Colaborar en la organización de congresos, jornadas de promoción y difusión del deporte.
- Colaborar con otras entidades deportivas para la organización de presentaciones, jornadas etc.

3.- PROGRAMAS QUE CONFORMAN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA FDM DE VALÈNCIA

Este Plan está estructurado en los siguientes programas.

- Programa de relación con los medios de comunicación.
- Programa de difusión deportiva.
- "www.deportevalencia.com" el portal del deporte municipal de valencia.
- Servicio de publicaciones deportivas.
- Programa de comunicación comercial.
- Programa de control de la imagen corporativa.
- Organización de una oficina de información.

3.1.- PROGRAMA DE RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Mediante este programa se publican, con la periodicidad que marca la actualidad de la actividad de la FDM, notas de prensa que se envían a los medios de comunicación de la ciudad de Valencia.

Para ello la FDM dispone de una **Oficina de Prensa**, que es la encargada de estar en contacto con los medios de información.

Objetivos generales

El objetivo principal de este programa es informar a la población de las actuaciones llevadas a cabo, de los aspectos de la gestión deportiva municipal, de los eventos deportivos, etc., utilizando como canal los medios de comunicación.

Acciones en prensa escrita

Con el fin de dar la máxima difusión a los programas desarrollados por la FDM se lanzan comunicados de prensa y se realizan labores propias del gabinete de comunicación para facilitar el acceso de los medios de comunicación a la información.

Acciones en Internet

Conscientes de la importancia de Internet y de las redes sociales, desde la FDM se viene apostando en los últimos tiempos por la comunicación directa con el ciudadano a través de dichos canales.

La FDM cuenta con perfil propio en redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube, Issuu o Instagram.

Ruedas de prensa / presentaciones

Dentro de este programa se incluye la organización de las ruedas de prensa que convoque la Entidad Deportiva, para la presentación de aquellos eventos organizados o en los cuales se colabore.

Comunicación de crisis

Se entiende por situación de crisis el suceso o el acontecimiento crítico que provoca consecuencias graves, sociales y/o económicas, a la organización deportiva, que por sus componentes desestabilizadores y sus efectos inmediatos sobre el usuario.

3.2.-PROGRAMA DE DIFUSIÓN DEPORTIVA

La edición de publicaciones es una actuación primordial del Plan de Comunicación por su finalidad informativa. Los soportes de comunicación

son todos aquellos medios materiales que crea, organiza y desarrolla una organización para proyectar su identidad deportiva e informar sobre sus servicios.

Objetivos generales

Su principal objetivo es dar cobertura publicitaria mediante soporte creado y editado de cualquier actividad, servicio, instalación, etc., de la Fundación Deportiva Municipal.

Dentro de este programa están previstas las siguientes acciones para el año 2015:

- Edición de folletos y cartelería del Circuito de Carreras Populares, eventos Ciudad de Valencia, otros eventos deportivos, etc.
- Edición de folletos de oferta de cursos en las diferentes instalaciones deportivas
- Edición de folletos de oferta de cursos en las piscinas de verano, etc.
- Edición de papelería corporativa (sobres, folios, tarjetas de presentación, etc.).
- Edición de bonos de acceso a las instalaciones deportivas municipales.
- Edición de los folletos con los precios de aplicación en las instalaciones deportivas de la ciudad de Valencia
- Colocación del globo estático promocional de la FDM en los diferentes eventos organizados por la FDM.
- Grabación y edición de vídeos de los diferentes acontecimientos deportivos en los que participa la FDM.
- Gestión de la presencia de la FDM en las redes sociales.
- Etc.

VALENCIA ESPORT MAGAZINE

Desde el año 2013, la Fundación Deportiva Municipal de Valencia edita la revista "Valencia Esport Magazine". Se trata de una revista digital de edición trimestral.



[Link de acceso al catálogo de revistas de VEM](#)

VALENCIA ESPORT TELEVISIÓN

Durante el año 2013, la Fundación Deportiva Municipal de Valencia puso en marcha una canal de televisión digital, con a finalidad de dar la máxima difusión a los programas desarrollados por la FDM, a través del formato de video.



[Link de acceso para acceder al canal VCTV](#)

3.3.- "WWW.DEPORTEVALENCIA.COM" EL PORTAL DEL DEPORTE MUNICIPAL DE VALENCIA

En la Web se puede encontrar toda la información sobre los programas que oferta la FDM así como noticias del deporte municipal y la agenda deportiva. Se pueden realizar búsquedas de cursos, inscripción al Circuito de Carreras Populares, encontrar toda la información referente al programa de Escuelas Deportivas Municipales y Juegos Deportivos, etc.

Durante el año 2013, se puso en marcha una nueva web de última generación, que integraba las redes sociales.

Objetivos generales

Los objetivos más importantes que se persiguen en este programa son:

- Servir de punto de información de todo el deporte municipal.
- Facilitar el intercambio de ideas con el ciudadano.
- Facilitar las tareas administrativas con el ciudadano.



En el apartado de instalaciones deportivas se recoge una ficha de cada una de los centros deportivos municipales, con la información más relevante. En el caso de las instalaciones de gestión indirecta esta información podrá ser completada a través del link a una página web específica. Estas páginas webs deberán cumplir lo recogido en este Plan (imagen e información).

3.4.- SERVICIO DE PUBLICACIONES DEPORTIVAS

El objetivo fundamental que persigue la Fundación Deportiva Municipal con la sección Publicaciones Deportivas es el fomento de la cultura deportiva. Para ello se han creado dos colecciones de libros:

- Aula Deportiva
- Aula Deportiva Técnica

La Colección Aula Deportiva pretende constituir un elemento de difusión de la actividad física dirigido hacia la juventud, sus tutores y responsables deportivos, en el deseo de lograr, a través de ella, un acercamiento de la cultura deportiva a la población valenciana. El objetivo es el de extender y difundir entre la población interesada el conocimiento del hecho deportivo y la práctica física, como actividad saludable, como bien individual y social, educativo y cultural, resaltando sobre todo los aspectos más pedagógicos y culturales, humanistas en definitiva, del deporte y la actividad física.

Pero el deporte es también técnica. Y no sólo enfocada desde la perspectiva de alcanzar un mejor o un óptimo rendimiento sino, sobre todo, encaminada hacia la realización idónea del gesto técnico como prevención de la salud del deportista. Desde esta concepción se creó la Colección Aula Deportiva Técnica, en la que se pretende tengan cabida textos que, desde la referida intencionalidad, contribuyan a un mejor entendimiento del deporte y a su incremento como desarrollo social, en los momentos actuales en que la técnica se entronca, en la vida diaria, con la cultura.

3.5.- PROGRAMA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL

La comunicación comercial es una tarea que se enmarca en el marketing, con la publicidad como acción fundamental del mismo. Ambas la comunicación corporativa y la comercial forman parte de este plan de comunicación.

"Publicidad es la comunicación pagada y no personal que desarrolla las organizaciones empresariales para difundir el conocimiento masivo de un servicio persuadiendo a los públicos para su adquisición a través de un mensaje publicitario que transmite determinados estímulos que tienden a modificar comportamientos".

Objetivos generales

Los objetivos que se persiguen en este programa son los siguientes:

- Conseguir recursos económicos a través de la cesión de medios y soportes.
- Publicitar la imagen de la entidad.
- Organizar campañas publicitarias de cara a la promoción de diferentes actividades patrocinadas.

Medios, soportes y espacios publicitarios

Por medios se entiende el conjunto de áreas en las que se agrupa un determinado modo de ejecutar la publicidad. Los principales medios publicitarios son: los medios de comunicación social, la publicidad directa, la publicidad exterior e Internet.

Los soportes publicitarios son los diferentes elementos desde los que se puedan proyectar los mensajes publicitarios: soportes, vallas, etc.

Los espacios publicitarios son los lugares concretos seleccionados de los medios de publicitarios para la colocación o emisión de los anuncios.

Como formalizar dicha publicidad

Actualmente existen dos leyes aplicables a este apartado:

Plan de Comunicación de la Fundación Deportiva Municipal de Valencia 2015.

- Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, General de publicidad.
- LEY 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Los Técnicos de la FDM y su Servicio Jurídico deberán analizar el tipo de colaboración para la aplicación de una Ley u otra.

En todo caso cualquier tipo de publicidad comercial que se realice, bien directamente o bien, a través de las entidades que gestionan las instalaciones, deberá ser autorizada por los técnicos de la FDM.

3.6.- PROGRAMA DE CONTROL DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Este programa es el encargado de controlar la presencia adecuada de la imagen corporativa del Ayuntamiento de Valencia y la Fundación Deportiva Municipal en todas las acciones promovidas por ésta.

Para ello existe un manual de imagen corporativa que adapta la utilización de la marca a cualquier soporte de difusión que se utilice.

Objetivos generales

- Aplicar el manual de imagen corporativa.
- Asegurar y controlar la presencia de la imagen de la FDM en los diferentes actividades y acontecimientos deportivos que se desarrollen
- Asegurar la presencia de la imagen de la FDM en todas las instalaciones deportivas municipales.
- Autorizar la utilización de la marca en cualquier soporte en el que se incluya.

3.7. ORGANIZACIÓN DE UNA OFICINA DE INFORMACIÓN

Entendida como una atención al usuario, en el ámbito deportivo es uno de los instrumentos más importantes de las relaciones públicas y por ellos en este Plan de Comunicación se recoge la organización de una oficina de información.

Esta oficina está ubicada en la sede central de la FDM y en ella se canalizan todas las solicitudes de información por parte de las entidades y usuarios.

Objetivos

- Tratar al usuario como se merece.

- Dar una información eficaz.
- Solucionar en el menor tiempo posible cualquier reclamación del usuario.
- Otras.

Coordinación de los diferentes canales de información al ciudadano

Desde esta oficina de información se canalizarán todas las solicitudes de información, derivándolas en su caso al servicio, sección o instalación que corresponda.