

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS



PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA SALA D'ESGRIMA
MARÍTIM VALÈNCIA: LA LUCHA POR LA ESGRIMA
VALENCIANA

COMMUNICATION PLAN FOR PARA LA SALA
D'ESGRIMA MARÍTIM VALÈNCIA: THE FIGHT FOR
VALENCIAN FENCING

MODALIDAD C

Autora: Yasmina Zarcos Carles

Tutora: Magdalena Mut Camacho

Fecha de presentación:

ABSTRACT

In this Final Project we will develop a Communication Plan for the sport club Sala d'Esgrima Marítim València. This fencing's club was born in with the intention of recovering the tradition fencer in the Poblados Marítimos of Valencia. Two years later, the club has grown a lot in partners but they do not have a good communication strategy.

In the following pages we will proceed to develop an extensive analysis of Sala d'Esgrima Marítim València. In the first part, we will make a brief introduction of this plan, then it goes to a through strategic analysis where will be presentation the fencing's club, as well as its competitors and an analysis of fencing in Spain and Valencian Community. Once realized the strategic analysis will proceed to the strategic plan with communication objectives, the target, communication strategies, the action, the timming and the budget established.

The end of this Communication Plan of Sala d'Esgrima Marítim València will be determined by the evaluation and control of the plan. To do this, we will analyze both qualitative and quantitative data on the results of the implementation of the strategy and actions by fencing's club. And finally will end with conclusions to close this work as efficiently and productively as possible.

The main purpose of the Communication Plan of Sala d'Esgrima Marítim València: the fight for Valencian fencing; is to offer to this sport club a document where are reflected the main keys to bring Sala d'Esgrima Marítim València to take maximum. It is coordinating and supervising the image and communication of a company, through a number of strategies, analysis and actions to achieve the objectives. This Communication Plan reflects all this in detail so that it can be applied by all members of Sala d'Esgrima Marítim València.

RESUMEN

En este Trabajo Final de Grado se va a elaborar un Plan de Comunicación del club deportivo Sala d'Esgrima Marítim València. Este club de esgrima surge en el año 2015 con la intención de recuperar la tradición esgrimística de los Poblados Marítimos de la ciudad de Valencia. Dos años más tarde, el club ha crecido mucho en socios pero no cuentan con una buena estrategia de comunicación.

En las próximas páginas vamos a proceder a elaborar un desarrollado y extenso análisis de todo lo que engloba a la Sala d'Esgrima Marítim València. Primero se realizará una breve introducción de este plan, luego se pasará a un exhaustivo análisis estratégico donde se hará una presentación de del club de esgrima, así como de sus competidores y un análisis de la esgrima en España y la Comunidad Valenciana.

Una vez realizado el análisis estratégico se procederá al plan estratégico donde quedarán recogidos los objetivos de comunicación, el target, las estrategias de comunicación, las acciones propuestas, así como el timing de cómo se van a desarrollar los acontecimientos y un presupuesto detallado del mismo.

El final de este Plan de Comunicación de la Sala d'Esgrima Marítim València vendrá determinado por la evaluación y control del plan, es decir hacer un seguimiento con datos tanto cualitativos como cuantitativos de los resultados de la puesta en marcha de la estrategia y acciones por parte del club de esgrima. Por último finalizará con unas conclusiones para cerrar este trabajo de la forma más eficiente y productiva posible.

La principal finalidad del Plan de comunicación de la Sala d'Esgrima Marítim València: La lucha por la esgrima valenciana; es ofrecer a este club de esgrima un trabajo donde queden reflejadas las claves principales para llevar a la sala d'Esgrima Marítim València hasta su máximo esplendor. Se trata de coordinar y supervisar la imagen y comunicación de una empresa, a través de una serie de estrategias, análisis y acciones para lograr los objetivos establecidos desde un principio. Este Plan de Comunicación refleja todo esto de manera detallada para que pueda ser aplicado por todos los miembros de la Sala d'Esgrima Marítim València.

PALABRAS CLAVE (KEYWORDS)

Plan de comunicación	Communication Plan
Evento	Event
Esgrima Valencia	Valencia's Fencing
Estrategia	Strategy
Poblados Marítimos Valencia	Poblados Marítimos Valencia
Sala d'Esgrima València	Sala d'Esgrima València
Redes Sociales	Social Media

ÍNDICE

1. Introducción.....	6
1.1. Justificación e interés del tema.....	6
1.2. Estructura del TFG.....	6
1.3. Objetivos del TFG.....	8
2. Análisis estratégico.....	8
2.1. Análisis del corporate.....	8
2.1.1. Análisis del sector.....	8
2.1.2. Breve introducción a la esgrima valenciana.....	8
2.1.3. Breve historia de la organización.....	11
2.1.4. Análisis de la competencia.....	12
2.1.5. Organigrama de La Sala d'Esgrima Marítim València.....	15
2.1.6. Misión, visión y valores.....	19
2.1.7. Identidad visual corporativa.....	21
2.1.8. Fuentes de financiación de la organización.....	22
2.2. Diagnóstico general de la organización.....	23
2.2.1. Mapa de públicos.....	23
2.2.2. Posicionamiento de La Sala d'Esgrima Marítim València.....	25
2.2.3. Análisis DAFO.....	26
2.3. Conclusiones diagnóstico.....	26
3. Plan estratégico.....	27
3.1. Objetivos de comunicación.....	28
3.2. Mercado objetivo (público objetivo/target estratégico).....	29
3.3. Posicionamiento estratégico.....	29
3.4. Estrategias de comunicación.....	29
3.5. Estrategia creativa.....	29
3.6. Desarrollo de acciones.....	30
3.6.1. Corto/medio plazo.....	31
3.6.2. Largo plazo.....	31
3.6.3. Plan de acciones.....	31
3.7. Estrategia de medios.....	40
3.8. Viabilidad del plan.....	40
3.8.1. Cronograma o timing.....	40
3.8.2. Presupuesto de realización del plan.....	42
3.8.3. Evaluación, ejecución y control.....	44
4. Conclusiones.....	45
5. Bibliografía.....	48
6. Anexos.....	50

1. INTRODUCCIÓN

La “Sala d’Esgrima Marítim València” nace en el mes de mayo de 2015 debido a la voluntad de un grupo de jóvenes esgrimistas valencianos que desean recuperar la tradición esgrimística de los barrios marineros de la Ciudad de Valencia.

Después de dos años de trayectoria, la Sala d’Esgrima Marítim València precisa de un Plan de Comunicación que solvete sus problemas comunicacionales y le ayude a lograr sus objetivos.

1.1 Justificación e interés del tema

Como ex esgrimista siento especial interés por este tema. En concreto me llama la atención la Sala d’Esgrima Marítim València por ser un club deportivo joven que está luchando por hacerse un hueco en la esgrima valenciana. Al tratarse de un deporte minoritario, existe poco conocimiento de este deporte. Además, la esgrima se concibe como un deporte elitista de elevado coste. Sin embargo, la Sala d’Esgrima Marítim València nace con la firme idea de romper esta creencia y acercar este deporte a todos los ciudadanos. Así como, de recuperar los orígenes de la esgrima como parte de la cultura valenciana.

Por otro lado, la esgrima valenciana se encuentra muy monopolizada y oxidada. Es por ello, que la Sala d’Esgrima Marítim València da un soplo de aire fresco a este panorama.

1.2 Estructura del TFG

La comunicación empresarial e institucional es uno de los factores más importantes a tener en cuenta a la hora de poner en marcha cualquier negocio. El problema es que no todo el mundo lo considera importante o no sabe bien cómo llevar a cabo tanto la comunicación interna como externa de su empresa por eso mismo es tan importante tener un Plan de Comunicación tangible para poder consultar y llevar a cabo todo lo que se indica en él de forma paulatina.

Tal y como se puede comprobar en el libro Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional:

“el plan integral de comunicación es un instrumento de primer orden y que contempla dos funciones primordiales: evitar dispersiones en la comunicación en lo que se refiere a la identidad e incidir en la mayor potenciación posible entre todas las comunicaciones de la empresa”. Los autores de este extenso libro coinciden en denominar al Plan de Comunicación como un “espacio o lugar, de origen de encuentro entre todas las comunicaciones en la que se establece una relación entre: objetivos, estrategias, conceptos y planes de acción que se configuran en un documento”. (Joan Costa, Justo Villafañe, Juan Benavides..., 2001: 210)

Tal y como indica Justo Villafañe en su libro Imagen Positiva:

“la dirección de comunicación es el órgano que debe elaborar y ejecutar el Plan de Comunicación; de la eficacia de esta dirección va a depender en gran medida el éxito del plan (...) el director de comunicación es el responsable de la Imagen de la empresa”. (1993: 200-201)

A lo largo de las próximas páginas se desarrollará un amplio análisis de la Sala d'Esgrima Marítim València, centrándonos en su análisis estratégico y en el diagnóstico general de la organización. Luego se procederá a la propuesta del plan estratégico donde se tratarán los objetivos, las estrategias, acciones, y demás matices que conforman todo plan estratégico para que sea viable y factible.

Poco a poco se irá conformando este Plan de Comunicación de la Sala d'Esgrima Marítim València, el cual finalizará con la implementación de las acciones en los tiempos impuestos y la evaluación y control de los mismos. La puesta en marcha de un Plan de Comunicación no se realiza de la noche a la mañana, por lo que se ha de cuidar mucho la implementación progresiva de las acciones.

1.3 Objetivos del TFG

En un momento inicial, los principales objetivos que me han llevado a desarrollar este TFG son:

- Conocer los problemas comunicativos de la Sala d'Esgrima Marítim València para ayudar a su crecimiento.
- Ofrecer al club un Plan de Comunicación completo para mejorar sus capacidades comunicativas.
- Formar parte de un proyecto que ha nacido y sale adelante gracias al esfuerzo y trabajo altruista de cada uno de sus miembros.

2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

2.1 Análisis del corporate

2.1.1 Análisis del sector

Para elaborar un plan de comunicación adecuado es imprescindible conocer bien el sector y el entorno de la empresa.

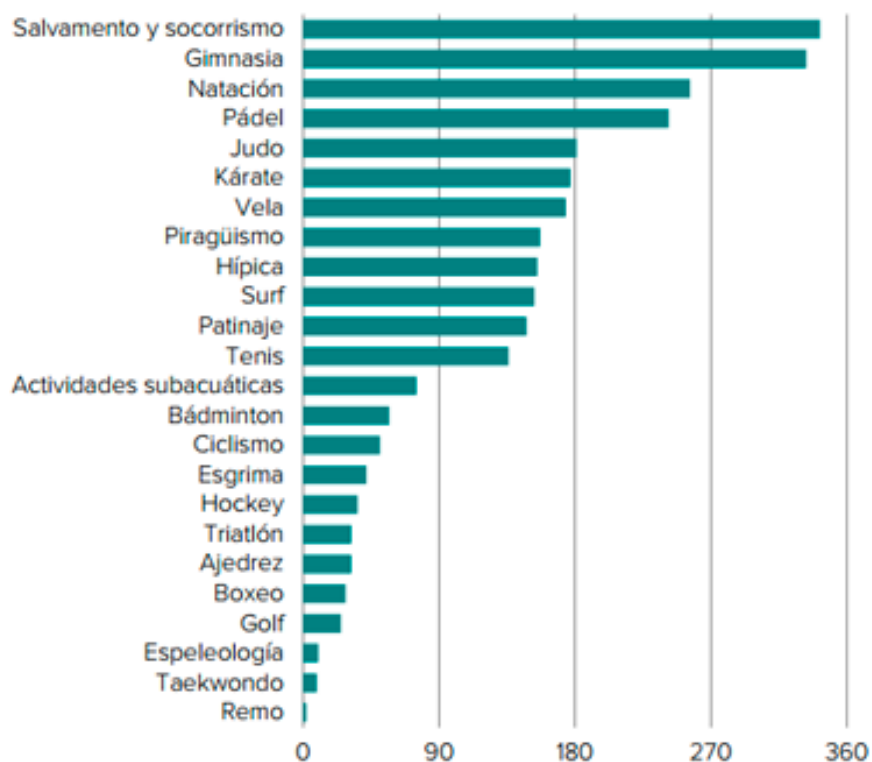
El origen de la esgrima crea controversia. Sin embargo, muchos historiadores apuntan a España como lugar de origen de la esgrima deportiva. A pesar de estas raíces, la esgrima es un deporte minoritario en nuestro país, tanto por el disminuido número de esgrimistas como por su escasa aparición en medios de comunicación.

Según el Anuario de Estadísticas Deportivas 2016 realizado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte el número de licencias federadas es bajo, además se observa una disminución notable a lo largo de los años pasando de 8.453 federados en 2011 a 5.631 en 2015.

Además, en el mismo estudio se observa un desequilibrio de dichas licencias federadas según sexo. Los últimos datos indican que en 2015 el 70,2% de las licencias pertenecen a hombres mientras que sólo el 29,8% son de mujeres.

Otro dato que demuestra que nos encontramos ante un deporte minoritario es el bajo porcentaje de entrenadores formados.

**Formaciones del período transitorio por modalidad deportiva 2013.
(Entrenadores formados)**

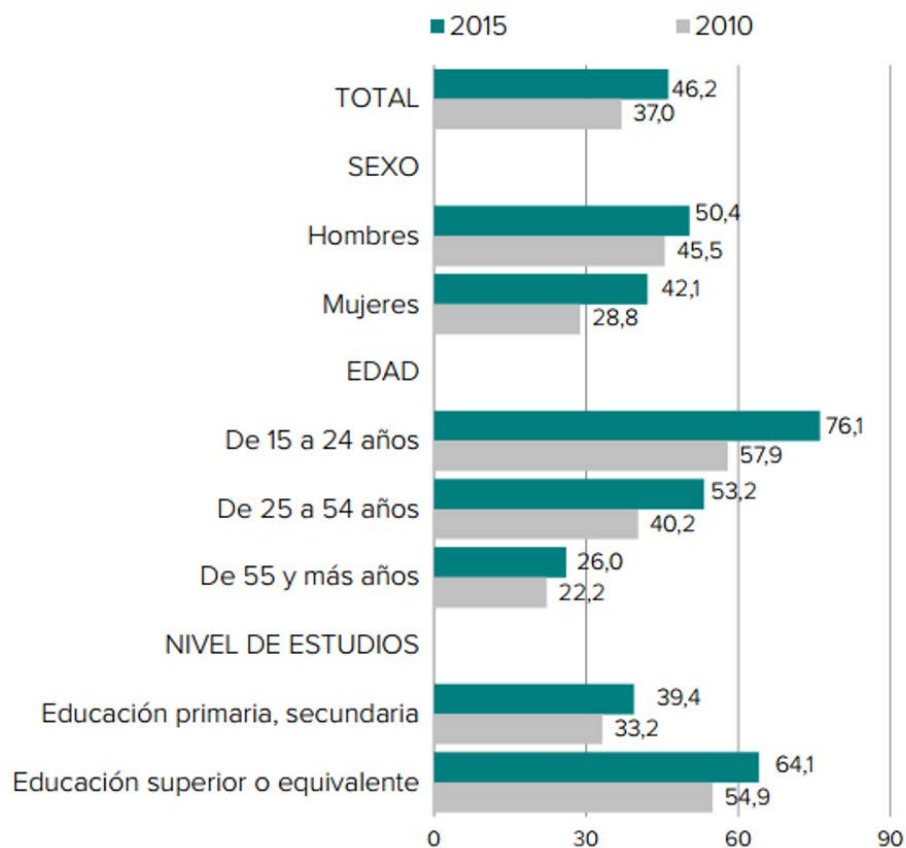


*Fuente: Anuario de Estadísticas Deportivas 2016 realizado por el Ministerios de Educación, Cultura y Deporte

Apesar de estos datos, el Anuario de Estadísticas Deportivas 2016 realizado por el Ministerios de Educación, Cultura y Deporte indica que con el paso de los años la población va incrementando su actividad deportiva.

Evolución de la práctica deportiva semanal

(En porcentaje de la población total investigada de cada colectivo)



*Fuente: Anuario de Estadísticas Deportivas 2016 realizado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

La práctica regular de deporte es altamente beneficiosa para la salud. Por esta razón resulta interesante conocer y analizar los beneficios concretos que aporta la esgrima. La esgrima es un deporte muy completo por ello, es común escuchar entre los expertos de este deporte la que la esgrima combina "la inteligencia del Ajedrez, la elegancia del ballet y la agresividad de las Artes Marciales".

Gracias a la esgrima se mejoran la rapidez, la fuerza la destreza. Además se forman cualidades psíquicas tan relevantes como: el autocontrol, la voluntad, la seguridad, la inteligencia y la iniciativa.

Los entrenamientos y las competiciones regulares de este deporte de combate desarrollan en el alumno la capacidad de valorar rápidamente las posibilidades

técnicas y tácticas del adversario. Se aumenta la agudeza, la exactitud y la rapidez de las percepciones visuales y las reacciones motrices.

Las reglas competitivas de la esgrima precisan mayores exigencias para cada movimiento, ya que cualquier desviación mínima de la técnica puede provocar la derrota. Por ello, la comprensión y asimilación de los hábitos técnicos requieren de atención, concentración, habilidad, exactitud e inteligencia. Por esta razón, los entrenamientos están marcados por la exigencia y el control. Ya que para ganar un combate es fundamental reaccionar de manera correcta a las cambiantes situaciones que van surgiendo en el asalto. Y, es que, está demostrado que el rival más fuerte en el asalto es el que actúa más rápido y seguro, sabiendo llevar en todo momento la iniciativa.

Por ello, queda demostrado que la esgrima es un deporte con grandes beneficios tanto físicos como mentales. Además, es apto para cualquier persona, sea cual sea su edad.

Para finalizar este análisis, conviene apuntar que la esgrima deportiva se divide en 3 armas: florete, sable y espada. Cada una de estas armas tiene sus propias normas y reglas, así como sus propias competiciones. Además, en esgrima se compite tanto de manera individual como por equipos. Y, como en la mayoría de deportes, se divide en categorías según la edad y el sexo.

2.1.2 Breve introducción a la esgrima valenciana

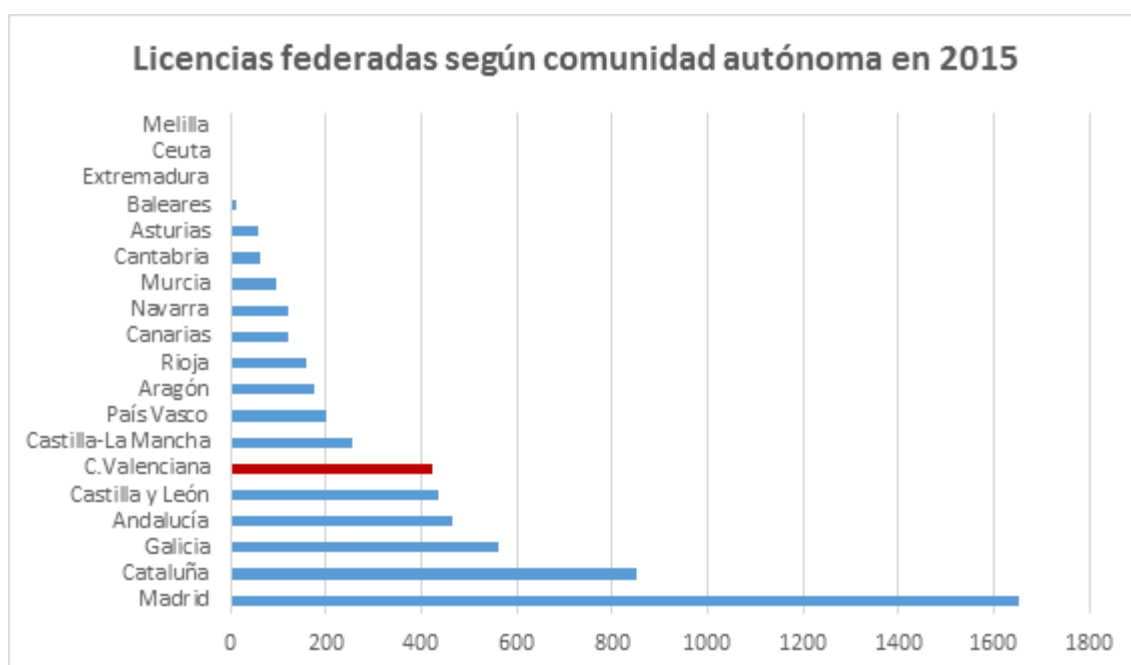
El origen de la esgrima en Valencia se remonta a la época contrabandista. Surge como una necesidad de defensa. Los pescadores valencianos aprendían habilidades y técnicas de la esgrima para poder defenderse durante sus viajes por las costas africanas.

En 1908 se funda el emblemático edificio “Casinet del Cabanyal” a manos de la sociedad “El Progreso de los Pescadores” como unión de lucha obrera, cooperativismo proletario y resistencia ante los caciques. En el “Casinet” la clase obrera de “Los Poblados Marítimos” se reunían, tomaban clases de música, recibían mítines del escritor Blasco Ibáñez, aprendían esgrima, etc.

De esta manera se forma el primer club de esgrima valenciano “Club de Esgrima Unión Musical de Pescadores”, popularmente conocido como Club de Esgrima El Casinet, a manos del portuario Pepe “El Blau”. Con el paso de los años y la consagración de la esgrima deportiva nacen diferentes clubs en los Poblados Marítimos y por toda la Comunidad Valenciana.

Actualmente, se encuentran registrados, según la Federación de Esgrima de la Comunidad Valenciana 13 clubs o salas de esgrima: 2 en la provincia de Castellón, 9 en la provincia de Valencia y 2 en la provincia de Alicante.

Por otro lado, resulta interesante para la elaboración del plan de comunicación analizar el número de federados según la comunidad autónoma.



*Elaboración propia con datos extraídos del Anuario de Estadísticas Deportivas 2016 realizado por los Ministerios de Educación, Cultura y Deporte

Se observa que el número de federados por comunidad no es muy elevado. Destaca la Comunidad de Madrid con casi 1.700 federados, una cantidad muy baja teniendo en cuenta el porcentaje de habitantes con el que cuenta la capital. La Comunidad Valenciana se sitúa en 6º puesto con 422 federados.

2.1.3 Breve historia de la organización

El club deportivo Sala d'Esgrima Marítim València (SEM) se funda en mayo de

2015 por un grupo de jóvenes esgrimistas pertenecientes a la Sala d'Armes València (SAV) por el deseo de "recuperar la tradición esgrimística de los barrios marineros de la ciudad de Valencia".

Su primer domicilio social se encuentra en el barrio del Cabanyal, origen del antiguo Club de Esgrima Unión Musical de Pescadores, popularmente conocido como Club de Esgrima El Casinet.

La Sala de Esgrima En la Sala d'Esgrima Marítim València nace de manera altruista, una cooperativa donde cada uno de los componentes del club ofrece sus conocimientos sin recibir remuneración económica.

En el club sólo se imparten clases de un arma: la espada. Estas clases son impartidas por el cuadro técnico de la sala, compuesto por un maestro de esgrima, 3 entrenadores de esgrima nivel 1 y tres monitoras de esgrima nivel iniciación:

1. Maestro de Esgrima: José Manuel Orduña Rodríguez.
2. Entrenadores de Esgrima Nivel 1: Sofía Pérez Simbor, Antoni Manel Carles Rams, Francisco José Valero Parra
3. Monitores de Esgrima Nivel Iniciación: Cristina Alonso Escobar, Laura Manzano Valiente, Inmaculada Esteban Tello

Por otro lado, La Sala d'Esgrima Marítim València, empezó con un total de 20 socios, actualmente, después de 2 años, cuenta con 80 alumnos repartidos en las siguientes categorías:

1. Grumetes del Marítim compuesto por:

- Escuela deportiva M-8 (pre benjamín)
- Escuela deportiva M-10 (benjamín)
- Escuela deportiva M-12 (alevín)

2. Deportistas de élite y alto rendimiento

- Escuela deportiva M-15 (infantil)
- Equipo M-15 (infantil)
- Equipo M-17 (cadete)
- Equipo M-20 (junior)
- Equipo ABS (senior)

Durante estos dos años de vida, el club ha logrado grandes logros tanto a nivel

municipal, autonómico y nacional. A continuación se muestra un listado con alguno de estos logros.

- Temporada 2016-2017:
 - Equipos:
 - Campeones Autonómicos Senior Espada Masculina
 - Campeones Autonómicos Junior Espada Masculina
 - Subcampeones de España Infantil Espada Masculina
 - Individuales:
 - Cristina Alonso, Campeona Autonómica Senior.
 - Fran Valero, Campeón Autonómico Senior.
 - Sofía Pérez, Subcampeona Autonómica Senior.
 - Cristina Alonso, Campeona Autonómica Universitaria.
 - Fran Valero, Campeón Autonómico Junior.
 - Toni Carles, Subcampeón Autonómico Junior.
 - Adrián Benet, Campeón Autonómico Cadete.
 - Carlos Sanjuan, Subcampeón Autonómico Cadete.
 - Lucas Martínez, Subcampeón de España Pre-Benjamín
 - Javier Valero, Medalla de Bronce Campeonato de España Infantil.
- Avance de resultados “Sala d’Esgrima Marítim València” temporada 2016 / 2017
 - Equipos:
 - Campeones Autonómicos Junior Espada Masculina
 - Finalistas (6º Clasificados) Campeonato de España Cadete Espada Masculina
 - Individuales:
 - Fran Valero, Campeón de España Junior.
 - Fran Valero, Subcampeón Autonómico Junior.
 - Toni Carles, Medalla de Bronce Campeonato Autonómico Junior.

Gracias a estos buenos resultados La Sala d'Esgrima Marítim València ha contado con la colaboración de medios de comunicación valencianos (televisión, prensa digital y escrita y radio) informan de los resultados del club.

Por otra parte, es interesante apuntar que desde su creación han buscado interactuar con otros colectivos de los Poblado Marítimos, colaborando con cofradías, organizando cenas, excursiones a los belenes que se montan en Navidad, dando a conocer exposiciones o cualquier acto relacionado con la cultura de estos barrios en sus RRSS utilizando el hashtag #notodoesesgrima.

Asimismo, frecuentemente los miembros del club se juntan y realizan actividades fuera de la sala como: cenas, excursiones, etc. Además, habitualmente se organizan asambleas en las que participan todos los miembros del club de esgrima en el que se ponen iniciativas en común, se plantean las situaciones del club y se buscan soluciones conjuntas. La Sala d'Esgrima Marítim València fomenta la participación e integración de todos sus miembros, logrando así una buena comunicación interna.

2.1.4 Análisis de la competencia

Consideramos competencia de La Sala d'Esgrima Marítim València a las salas y clubs de esgrima de la Comunidad Valenciana.

Por ello se van a mostrar diferentes tablas comparativas. Se compararán: localización y armas, número de medallas obtenidas en los Campeonatos Autonómicos de la Temporada 2015-2016 y en la Temporada 2016-2017 (a falta de campeonatos por disputar en esta última) y, por último, una comparativa del uso de Redes Sociales en las diferentes salas.

NOMBRE	LOCALIZACIÓN	ARMAS
Club de Esgrima Touché Castellón	Castellón	Espada
Club de Esgrima Azahar	Castellón	Espada
Club de Esgrima La Safor	Gandía	Sable
Club D' Esgrima Xativa	Xativa	Sable
Sala D'Armes Jaume I	Pobla Vallbona	Espada
Club Esgrima Dinamo	Valencia	Sable
Club Esgrima Agora	Valencia	Espada
Sala D'Armes Valencia	Valencia	Espada
Club Esgrima Valencia	Valencia	Espada
Club Esgrima Mediterraneo	Valencia	Florete
Sala d'Esgrima Marítim València	Valencia	Espada
Club Esgrima Alicante	Alicante	Espada
Club Sala de Armas Elda	Elda	Esgrima de duelo, no deportiva

Observamos que existen en la Comunidad Valenciana 7 salas de esgrima que coinciden con el arma (espada) que se enseña en la Sala d'Esgrima Marítim València 4 de estos clubs se encuentran localizados en la ciudad de Valencia.

Medallas Autonómicas Temporada 2015-2016				
NOMBRE	Oro	Plata	Bronce	Total
Club de Esgrima Touché Castellón	0	0	0	0
Club de Esgrima Azahar	2	0	1	3
Club de Esgrima La Safor	1		1	2
Club D' Esgrima Xativa	1	2		3
Sala D'Armes Jaume I	0	1	2	3
Club Esgrima Dinamo	2	1	5	8
Club Esgrima Agora	0	1	3	4
Sala D'Armes Valencia	1	5	5	11
Club Esgrima Valencia				0
Club Esgrima Mediterraneo	3	3	6	12
Sala d'Esgrima Marítim València	7	4	8	19
Club Esgrima Alicante	0	0	0	0

En la tabla expuesta se muestra que la temporada pasada, coincidiendo con el primer año de la Sala d'Esgrima Marítim València, obtuvo el mayor número de medallas (19).

Hay que tener en cuenta dos aspectos:

- Es el club que más medallas de oro logró.
- Obtuvo 8 medallas más que la siguiente sala de esgrima de espada con más medallas (Sala d'Armes Valencia, 11 medallas).

Medallas Autonómicas Temporada 2016-2017				
NOMBRE	Oro	Plata	Bronce	Total
Club de Esgrima Touché Castellón	0	0	0	0
Club de Esgrima Azahar	0	0	1	1
Club de Esgrima La Safor	0	0	0	0
Club D' Esgrima Xativa	1	1	0	2
Sala D'Armes Jaume I	0	0	0	0
Club Esgrima Dinamo	1	1	4	6
Club Esgrima Agora	0	1	2	3
Sala D'Armes Valencia	1	2	5	8
Club Esgrima Valencia	1	1	1	3
Club Esgrima Mediterraneo	1	1	2	4
Sala d'Esgrima Marítim València	4	2	3	9
Club Esgrima Alicante	0	0	0	0

Es importante indicar que los datos obtenidos en esta tabla son orientativos, pues todavía quedan bastantes Campeonatos Autonómicos por disputar esta temporada. De momentos la Sala d'Esgrima Marítim València continúa en cabeza.

NOMBRE	PÁGINA WEB	SEGUIDORES FACEBOOK	ACTIVIDAD EN FACEBOOK	SEGUIDORES INSTAGRAM	ACTIVIDAD EN INSTAGRAM	SEGUIDORES EN TWITTER	ACTIVIDAD EN TWITTER
Club de Esgrima Touché Castellón	Sí	1226	Baja, sobre 4 publicaciones al mes	No tiene perfil	No tiene perfil	398	Baja
Club de Esgrima Azahar	Sí	1759	Media, publicaciones cada 2/3 días	No tiene perfil	No tiene perfil	No tiene perfil	No tiene perfil
Club de Esgrima La Safor	No	Grupo Facebook	Inactivo desde diciembre 2016	No tiene perfil	No tiene perfil	No tiene perfil	No tiene perfil
Club D' Esgrima Xativa	No	972 amigos	Baja	112	No tiene publicaciones	284	Sin actividad desde agosto 2016
Club Sala D'Armes Jaume I	Sí	261	Baja, 1 publicación al mes	No tiene perfil	No tiene perfil	No tiene perfil	No tiene perfil
Club Esgrima Dinamo	Sí	657	Media, publicaciones cada 2/3 días	143	Publicaciones semanales	232	Baja
Club Esgrima Agora	En construcción	507	Media, publicaciones cada 2/3 días	1022	Publicaciones semanales	No tiene perfil	No tiene perfil
Club Sala D'Armes Valencia	En construcción	631	Alta, publicaciones diarias	328	Publicaciones semanales	734	Tweets cada 2/3 días
Club Esgrima Valencia	En construcción	686	Baja, 1/2 publicaciones al mes	No tiene perfil	No tiene perfil	No tiene perfil	No tiene perfil
Club Esgrima Mediterraneo	Sí	198	Media, publicaciones cada 2/3 días	No tiene perfil	No tiene perfil	No tiene perfil	No tiene perfil
Sala d'Esgrima Marítim València	En construcción	335 en página, 1122 amigos en perfil	Media, publicaciones cada 2/3 días (mismas publicaciones)	402	Publicaciones semanales	288	Tweets a diario
Club Esgrima Alicante	Sí	189 amigos	Inactivo desde marzo 2017, anterior publicación diciembre 2016	92	Inactivo desde febrero 2016	No tiene perfil	No tiene perfil
Club Sala de Armas Elda	No	1055	Última publicación en abril 2017	No tiene perfil	No tiene perfil	62	Inactivo desde 2012

En la tabla se compara el uso de RSS y el estado de la web de los diferentes clubs de esgrima. Destaca el poco uso de las redes, así como el mal estado, general, de las webs. La red social predominante es Facebook. La Sala d'Esgrima Marítim València, en comparación con las otras salas, cuenta con bastantes amigos en el perfil de Facebook, sin embargo, el número disminuye notablemente en los seguidores de la página.

Por otro lado, destaca en Instagram el Club Esgrima Ágora. No obstante, sólo publican semanalmente y su engagement no es muy elevado.

Tras analizar la competencia, se llegan a las siguientes **conclusiones**:

- A nivel competitivo la Sala d'Esgrima Marítim València es el club de esgrima que más medallas consiguió en la temporada pasada y, sigue en cabeza esta temporada. Algo positivo, pues se demuestra el esfuerzo y la calidad tanto de entrenadores como de alumnos.

- La competencia directa de la Sala d'Esgrima Marítim València son aquellos clubs de la ciudad de Valencia, también podría considerarse el tipo de arma, pero al ser la esgrima un deporte poco conocido, cualquier club cercano, sea cual sea su arma, puede resultar rival.
- A nivel de comunicación, ningún club destaca. Las RRSS son poco activas y no siguen una coherencia, al igual que sus páginas web.

2.1.5 Organigrama de La Sala d'Esgrima Marítim València

Oficialmente en sus Estatutos el club de esgrima está compuesto por: Junta Directiva, Cuadro Técnico y Socios.

No obstante, es importante apuntar que todos los miembros del club participan en la toma de decisiones del mismo, mediante la organización de reuniones y votación democrática.

Como se ha mencionado en apartados anteriores los miembros de La Sala d'Esgrima Marítim València son voluntarios.

Por ello, cada miembro de la sala aporta sus conocimientos. Por ejemplo:

-El socio Toni Carles Frías, administrativo y comercial de profesión y colaborador de La Semana Santa Marinera, se responsabiliza de contactar con la prensa mediante el envío de notas de prensa así como de buscar empresas colaboradoras. Gracias a esta labor semanalmente medios digitales deportivos de Valencia escriben sobre la Sala d'Esgrima Marítim.

-El alumno Victor Villalba Lucena, estudiante de Diseño Gráfico, ha sido el encargado de diseñar el logotipo. -

-El alumno Adrián Fidalgo está aportando sus conocimientos para construir la página web de la sala.

-La alumna Eva Pavía, estudiante de Comunicación Audiovisual, se encarga de realizar reportajes fotográficos en competiciones y actividades extradeportivas del club.

-Las RRSS suelen ser gestionadas por diversos miembros.

2.1.6 Misión, visión y valores

La Sala d'Esgrima Marítim València, como se ha visto en el apartado 2.1.4, tienen actualmente, la página web en construcción, por ello en esta plataforma no se reflejan claramente su misión, visión y valores. No obstante, en los Estatutos de la sala de esgrima sí que se indican de forma directa estos elementos corporativos imprescindibles para el correcto funcionamiento de una organización.

Para que una organización funcione correctamente necesita tener establecida su misión. Este término es definido por **Thompson y Strickland** como: "*Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la **misión** de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir*".

MISIÓN: Promocionar la práctica de la esgrima, así como la participación en actividades y competiciones de ámbito federado.

Por otro lado, necesita definir su visión descrita por **Fleitman Jack** como: "*En el mundo empresarial, la **visión** se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad*".

VISIÓN: Recuperar la tradición esgrimística de los barrios marineros de la ciudad de Valencia, transmitiendo a las nuevas generaciones los valores y beneficios de la esgrima como deporte y como modo de afrontar los retos que la vida nos plantea.

Finalmente es imprescindible contar con unos valores sólidos y bien especificados. Este concepto es definido por Mintzberg, Brian Q. y Voyer como: "*Los valores son el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional.*"

VALORES:

-Juventud: es un club joven tanto en trayectoria como por la edad de sus componentes. Es un atributo destacable ya que cuenta con la fuerza y la

frescura de un club que siente auténtica devoción y pasión por la esgrima

-Unión: es un club unido y que cuida sus lazos con otras organizaciones de los Poblado Marítimos

-Protección: la sala de esgrima lucha por proteger la esgrima como deporte y cultura y tradición de los barrios marineros.

2.1.7 Identidad visual corporativa

En cuanto a la identidad visual corporativa de La Sala d'Esgrima Marítim València, el logo, el diseño, la tipografía y los colores pretenden transmitir la filosofía y valores del club.



El logotipo de la Sala d'Esgrima València está formado por:

Vela latina: símbolo representativo de los poblados marítimos: Cabanyal, Canyamellar y Grao.

Olas del mar: reforzando la simbología marinera y creando una comparativa con la fuerza de las olas con la fuerza de cada uno de los miembros de la sala.

Espadas cruzadas: elemento representativo de la esgrima y el combate.

Letras: Se refuerzan los elementos con el nombre de la sala "Esgrima, Marítim, València". Al tratarse de una organización joven y poco conocida resulta necesario incluir el nombre en el logotipo. El nombre de la sala está escrito en valenciano para reforzar el vínculo del club deportivo con los Poblados

Marítimos de Valencia, cuyos vecinos, en su amplia mayoría, continúan utilizando el valenciano como lengua principal.

También es importante analizar los **colores** empleados:

Los elementos de que conforman el logotipo están creados a partir de una línea de color **negro**, se trata de elementos sencillos.

En cuanto a la vela latina, es de color **blanco**, color típico de este tipo de velas y, además, el color representativo de los trajes de esgrima.

Las dos olas del mar son de color **azul**, propio del mar y color simbólico de los Poblados Marítimos por su vinculación directa y evidente con el mar.

La empuñadura y la cazoleta de las espadas son **amarillas**, color propio del sol (elemento relacionado con el mar, puestas de sol, etc.) y color vinculado al oro, a los triunfos y las victorias.

Respecto a la tipografía está compuesta sin serifas o remates, en negrita y mayúscula de modo que hace el logo más legible, sencillo y llamativo.

Por otro lado, es importante apuntar que, todas las chaquetillas (equipamiento obligatorio de la esgrima) de los alumnos tienen incorporado el logo (a modo de escudo) en el brazo con el que no sujetan la espada. También incorpora este elemento el chándal de equipo utilizado por todos los alumnos y de obligatorio uso en competiciones federadas.

2.1.8 Fuentes de financiación de la organización

Los ingresos recibidos por el momento se destinan al alquiler del local de entrenamiento, gastos del mismo, material de esgrima para el entrenamiento, ya que sus miembros son voluntarios.

El tamaño del local alquilado dificulta el aumento de alumnos. Es necesario aumentar los ingresos para alquilar un espacio más grande y más flexible en horario. De esta manera podrían ampliarse tanto el número de alumnos por grupo y los horarios.

Actualmente el club de esgrima cuenta con las siguientes fuentes de financiación:

1.Cuota alumnos:

- Alumnos entre 8 y 12 años (Grumetes del Marítim) : Cuota mensual de 15, 5€
- Alumnos + 12 años competición: Cuota mensual de 40€
- Alumnos + 12 años no competición: Cuota mensual 30 €

2.Cuota simpatizantes: personas que colaboran económicamente con la organización mediante una cuota mensual de 5€.

3.Empresas benefactoras: Cada empresa ingresa entre 100 y 125 euros anuales. En la actualidad la Sala d'Esgrima València cuenta con la colaboración de 14 empresas benefactoras.

4.Subvenciones: de momento sólo han podido optar a la subvención ofrecida por la Diputació. Para el año próximo ya podrán solicitar las subvenciones del Ayuntamiento y la Generalitat Valenciana al cumplir ya más de 1 año de antigüedad. La Federación de Esgrima de la Comunidad Valenciana no reparte subvenciones desde hace 4 años.

2.2 Diagnóstico general de la organización

2.2.1 Mapa de públicos

El mapa de públicos hace referencia al conjunto de individuos con los que la empresa mantiene alguna relación y, por ello, debe existir una comunicación constante con ellos. Cada grupos de públicos de la Sala d'Esgrima Marítim València tiene unas expectativas determinadas en relación al club y, por tanto, han de comunicarse tanto si existe una relación directa o indirecta.

Gracias al mapa de públicos es posible elaborar una definición cuantitativa y cualitativa de cada uno de públicos objetivos y de la comunicación óptima para cada grupo.

Para facilitar la segmentación y la jerarquía de estos grupos se va a crear el mapa de públicos en relación al Coeficiente de Comunicación Necesaria (Cn)

donde cada público precisa un tratamiento específico y una cantidad de comunicación ajustada a sus necesidades como bien afirma Justo Villafañe en su libro Imagen Positiva (1993) valorando las siguientes variables:

1. **Dimensión estratégica para la empresa:** posición que cada público representa para el logro de los objetivos de La Sala d'Esgrima Marítim València
2. **Influencia en la opinión pública:** capacidad que tienen los públicos para generar opinión pública sobre el club de esgrima.
3. **Difusión de la imagen (construcción de la imagen):** grado de los públicos a la hora de construir la imagen La Sala d'Esgrima Marítim València.
4. **Intereses económicos (criterio económico):** nivel de influencia económica que tienen los públicos con la sala de esgrima.

Para realizar el mapa de públicos obteniendo el Coeficiente de Comunicación Necesaria, se calcula asignando una puntuación de 0 a 5, la importancia de cada público según cada una de las variables. Después se suma la puntuación resultante en cada uno de los públicos y se divide esa cifra entre la máxima puntuación posible, es decir, el total de variables por 5. La cifra que se obtiene de estos cálculos tendrá un valor entre 0 y 1. Esto es el valor numérico del Coeficiente de Comunicación Necesaria (Cn) de cada público.

MAPA DE PÚBLICOS						
	Públicos	Dimensión estratégica	Influencia en la opinión pública	Difusión de la imagen	Intereses económicos	Cn
Junta Directiva		5	4	5	1	0,75
Cuadro Técnico		5	3	5	1	0,7
Inversores	Empresas benefactoras actuales	5	4	5	5	0,95
	Futuras empresas benefactoras	5	3	4	5	0,85
	Simpatizantes actuales	4	4	3	4	0,75
	Futuros simpatizantes	4	3	2	4	0,65
Alumnos	Alumnos niños actuales	3	4	5	3	0,75
	Futuros alumnos niños	4	3	2	3	0,6
	Alumnos jóvenes actuales	3	4	4	5	0,8
	Futuros alumnos jóvenes	4	3	2	4	0,65
Medios de comunicación		4	5	4	3	0,8
Administración pública		3	3	3	5	0,7

A la hora de realizar el mapa de públicos se han valorado todos aquellos públicos con los que la sala interactúa. Tanto agentes internos como externos.

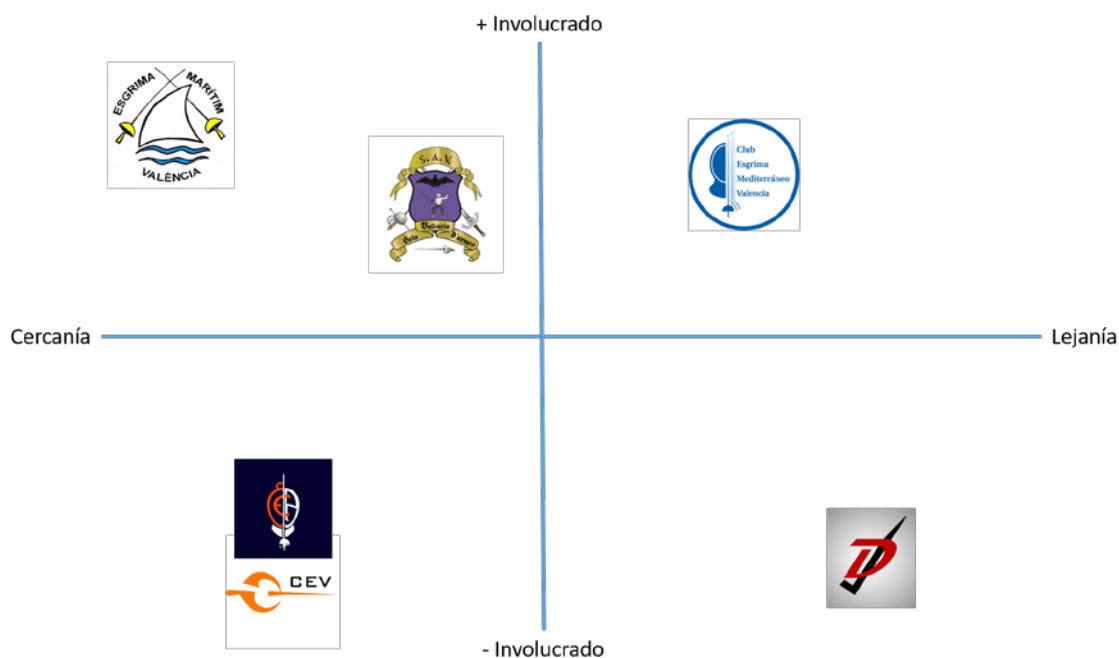
2.2.2 Posicionamiento de La Sala d'Esgrima Marítim València

La Sala d'Esgrima Marítim València se creó con el anhelo de recuperar la tradición de la esgrima de los Poblados Marítimos en particular y de Valencia en general.

Para ver el posicionamiento de la sala respecto a este aspecto, se ha elaborado un mapa de posicionamiento donde la variable X indica si la localización de los clubs es cercana o lejana a los Poblados Marítimos. En cuanto a la variable Y hace referencia a la involucración de los clubs con estos barrios y las raíces de la esgrima, según su interactividad con sectores y organizaciones del mismo.

Por ello, sólo se tendrán en cuenta los clubs de la ciudad de Valencia.

Los datos han sido extraídos de las web y/o RRSS de los diferentes clubs y el seguimiento de sus publicaciones y actividades deportivas y extradeportivas.

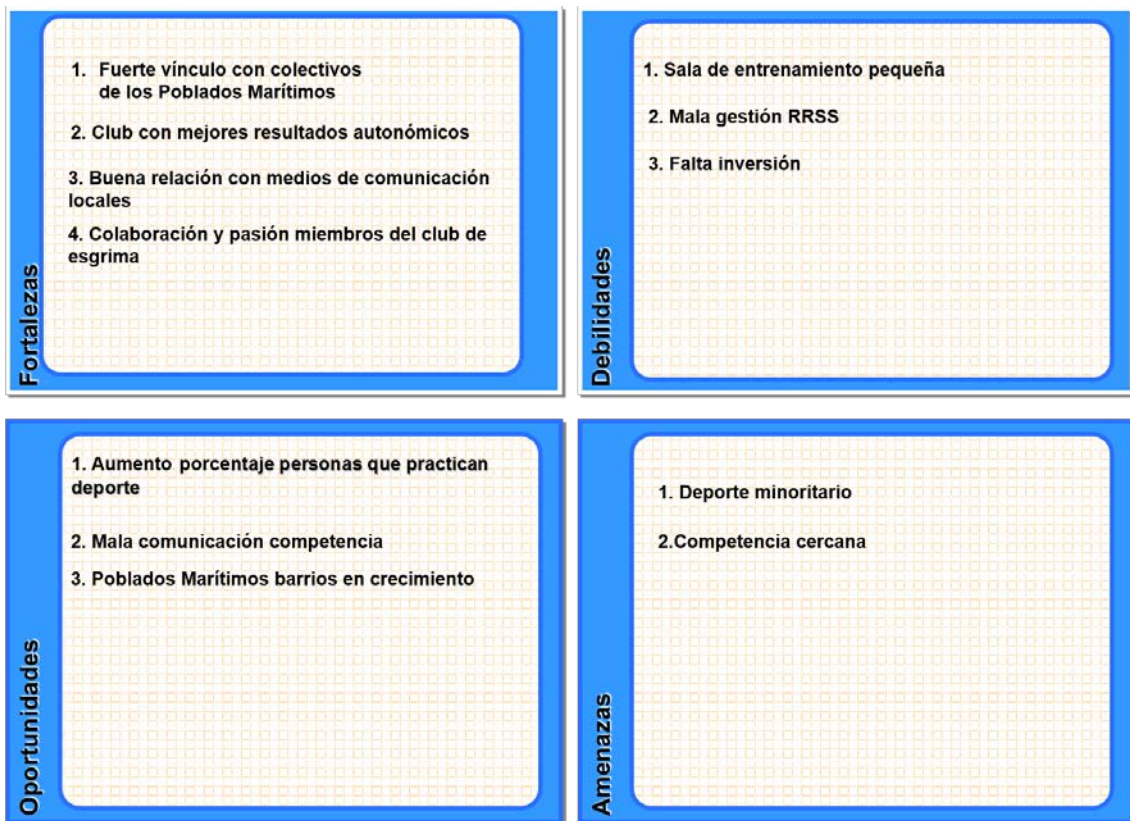


Observando el mapa concluimos que la sala d'Esgrima Marítim València cuenta con un buen posicionamiento. Es un club cercano a los Poblados Marítimos tanto por su localización como por su interacción con otras asociaciones y

sectores de estos barrios.

2.2.3 Análisis DAFO

Resulta imprescindible para poder establecer objetivos y elaborar un plan de comunicación óptimo conocer todos los factores a los que se encuentra sometida la organización. Para ello se ha realizado un análisis DAFO para estudiar la situación de la sala de esgrima en relación tanto a agentes externos (oportunidades y amenazas) como agentes internos (fortalezas y debilidades)



2.3 Conclusiones diagnóstico

Gracias a la investigación realizada, se pueden extraer los siguientes problemas de comunicación que presenta La Sala d'Esgrima Marítim València:

-Aunque en sólo dos años ha aumentado su número de alumnos y colaboradores, La Sala d'Esgrima Marítim València es poco conocida, lo que le impide llegar a más público y, por tanto, aumentar sus ingresos.

-A pesar de su estrecha colaboración con asociaciones y organizaciones de Los Poblados Marítimos de Valencia, no comunica correctamente las acciones que lleva a cabo.

-Web en construcción y RRSS poco atractivas. No siguen una estrategia, falta más contenido de interés. Aunque, al contrario que otras salas de esgrima, la Sala d'Esgrima Marítim València, utiliza sus RRSS para informar de actividades extradeportivas, normalmente vinculadas con los Poblados Marítimos, esta comunicación está dispuesta de manera poco creativa y llamativa.

-La Sala d'Esgrima Marítim València cuenta con una buena comunicación interna, logrando la participación y la involucración de cada uno de sus miembros como si de una familia se tratara.

3. PLAN ESTRATÉGICO

3.1 Objetivos de comunicación

- Ganar notoriedad entre el público objetivo. Es imprescindible que la Sala d'Esgrima Marítim València se dé a conocer, que comunique de manera correcta para conseguir más empresas benefactoras y alumnos.
- Crear comunidad. Lograr conexión con el target para así conseguir su afinidad, simpatía y engagement con la organización.
- Reposicionar la marca buscando la diferenciación con la competencia a través de la ventaja competitiva de apostar por su cercanía con el origen de la esgrima valenciana.
- Crear un vínculo emocional de la marca con la sociedad valenciana.

3.2 Target estratégico

Debido a los objetivos de comunicación específicos que se han numerado en el apartado anterior, las acciones desarrolladas se van a centrar en dos amplios grupos de nuestro target: alumnos y empresas benefactoras.

El **primer grupo** se puede separar en cuatro subgrupos:

- Niños entre 8 y 12 años que ya son alumnos de la Sala d'Esgrima Marítim València (Grumetes del Marítim).
- Niños entre 8 y 12 años posibles alumnos de la Sala d'Esgrima Marítim València.
- Jóvenes entre 12 y 25 años alumnos de la Sala d'Esgrima Marítim València.
- Jóvenes entre 12 y 25 años posibles alumnos de la Sala d'Esgrima Marítim València.

Este target es fundamental, pues la base en la que se sustenta la Sala d'Esgrima Marítim València son sus alumnos, pues no se concibe un club deportivo sin alumnos. Asimismo, los alumnos son una fuente importante de ingresos. Aunque los alumnos futuros (tanto jóvenes como niños) han obtenido un coeficiente menor que los alumnos actuales es fundamental establecer una buena comunicación con este target para que en un futuro formen parte de la sala. Actualmente, por problemas de espacio, el club no puede aceptar más alumnos, pero una vez obtenida la liquidación necesaria para ampliar la sala de esgrima, será necesario captar nuevos alumnos.

El **segundo grupo** está compuesto por dos subgrupos:

- Empresas benefactoras colaboradoras de la Sala d'Esgrima Marítim València.
- Empresas benefactoras posibles colaboradoras de la Sala d'Esgrima Marítim València.

Ambos subgrupos han obtenido un coeficiente elevado. Las empresas benefactoras suponen una inyección de ingresos para la sala, algo

necesario para poder alcanzar sus objetivos a corto plazo.

3.3 Posicionamiento estratégico

Teniendo en cuenta los objetivos marcados y el target estratégico se ha determinado que el posicionamiento que desea alcanzar la Sala d'Esgrima Marítim València es convertirse en el club de esgrima valenciano de referencia, tanto por su implicación con el deporte de la esgrima como con la sociedad y cultura valenciana.

3.4 Estrategias de comunicación

Para alcanzar los objetivos de comunicación propuestos en este plan estratégico se va a desarrollar una estrategia de comunicación capaz de generar notoriedad y atraer a los dos targets estratégicos.

Aunque existen competidores, ninguno de ellos lleva a cabo una buena comunicación. Esto resulta beneficioso para la Sala d'Esgrima Marítim València ya que, al ser los primeros en realizar una correcta comunicación, podrán posicionarse de manera más sencilla.

Para ello, es preciso elaborar una estrategia de comunicación que logre una buena diferenciación y notoriedad de la sala.

Por esta razón, se ha determinado que la estrategia de comunicación de la Sala d'Esgrima Marítim València va a sostenerse mediante **su ventaja competitiva: un club de esgrima que lucha por la promoción de la esgrima tanto como deporte como parte de la cultura valenciana.**

3.5 Estrategia creativa

Una buena estrategia de comunicación debe desembocar en una estrategia creativa adecuada y original.

A continuación se definen el insight, el eje y el concepto en el que se basará la estrategia de comunicación propuesta en este Plan de Comunicación.

Eje:

La Sala d'Esgrima Marítim València, guardiana y defensora de la esgrima como deporte y cultura valenciana. Un deporte minoritario del que pocos conocen su origen tan arraigado a la cultura valenciana.

Concepto:

“Salvem l'esgrima”.

Insight:

“Si estoy apunto de perder algo valioso, lo protejo con todas mis fuerzas”.

Para lograr notoriedad y empatía con el público es necesario de éste conozca la causa por la que “lucha” la Sala d'Esgrima Marítim València y la sientan como propia. Sólo sintiendo que parte de la cultura y el origen valenciano está “en peligro de extinción” los ciudadanos se unirán y lucharán por protegerla y defenderla.

3.6 Desarrollo de acciones

Se van a establecer una serie de acciones y tácticas para lograr que la esgrima se convierta en símbolo de cultura e identidad de los valencianos y que estos se unan para evitar que caiga en el olvido.

Para ello se van a desarrollar acciones a corto/medio plazo y a largo plazo.

Es fundamental involucrar e implicar en todas las acciones que se van a proponer a todos los miembros actuales de la sala d'Esgrima Marítim València. Al tratarse de una organización joven y con poco presupuesto, el esfuerzo y trabajo de cada uno de sus componentes será determinante. No obstante, gracias a este trabajo en equipo será más sencillo transmitir el sentimiento de unión y lucha del club.

3.6.1 Corto/medio plazo

Con las acciones a corto/medio plazo se pretende conseguir un fuerte impacto para que la Sala d'Esgrima Marítim València se dé a conocer y exponga su causa.

Para ello se llevarán a cabo acciones impactantes y llamativas que capten la atención de los targets estratégicos y consiga su involucración.

3.6.2 Largo plazo

A largo plazo será preciso elaborar una buena estrategia digital. Partimos de la ventaja de que ningún competidor directo cuenta con una estrategia digital definida.

Además, una vez asimiladas las acciones a corto/medio plazo se pretende instaurar una acción solidaria duradera en el tiempo.

3.6.3 Plan de acciones

Para alcanzar los objetivos propuestos se van a llevar a cabo 3 acciones. La primera a corto/medio plazo y las siguientes a largo plazo.

1. Plan acciones evento #salvemlesgrima
2. Acción solidaria: Ahora la esgrima salva a...
3. Estrategia digital

1) Plan acciones evento #salvemlesgrima

El objetivo de estas acciones es dar a conocer la esgrima como deporte y parte de la cultura e historia valenciana, concretamente de los Poblados Marítimos. Asimismo, se busca la colaboración e interacción de empresas y asociaciones colaboradoras y los vecinos de Valencia.

Para ello la Sala d'Esgrima Marítim València, en colaboración con sus socios y empresas benefactoras organizarán el evento #SALVEMLESGRIMA.

Este evento se dividirá en las siguientes fases y acciones.

FASE 1: Difusión evento

Dar a conocer la problemática y el evento. Por ello, antes de la puesta en marcha del evento se llevarán a cabo tres acciones:

- **Propuesta artística jóvenes y niños de cofradías y fallas.**

Esta acción va dirigida sobre todo a cofradías y fallas de los Poblados Marítimos con las que el club de esgrima ya colabora actualmente. No obstante, sería conveniente contactar con organizaciones de toda la ciudad de Valencia para lograr mayor alcance así como colaboradores y alumnos futuros.

Es típico de las fallas y cofradías organizar concursos artísticos para niños y jóvenes. Por ello, el maestro de esgrima, acompañado de algún entrenador y/o alumno dará una pequeña y a amena tertulia a estos jóvenes explicándoles el origen de la esgrima, su importancia en nuestra cultura así como su interés deportivo. Después, cada niño y joven realizará una representación artística (de cualquier disciplina) sobre la esgrima.

Estas creaciones serán expuestas en el evento #SALVEMLESGRIMA.

- **Promoción Facebook e Instagram**

La Sala d'Esgrima Marítim València creará un evento en Facebook para informar del evento #SALVEMLESGRIMA. En el evento los interesados en participar podrán imprimir su entrada gratuita así como su certificado de **“Defensor de la esgrima valenciana”**

Certificado: “Defensor de la esgrima valenciana”



DEFENSOR/A

DE LA ESGRIMA VALENCIANA

por participar en el Evento Salvem l'Esgrima y luchar por este deporte que forma parte de nuestra cultura



Además se promocionará el evento a través de un evento de Facebook y de post en Facebook e Instagram. En estos post se informará del evento de manera atractiva, sorteando un mes gratis de entrenamiento en la sala de esgrima para ti y un amigo.

De esta manera, se deberán seguir los siguientes pasos para entrar en el sorteo:

-Facebook:

- Compartir el post.
- Dar like a la página.
- Mencionar a 3 amigos.

-Instagram:

- Dar like al post.
- Seguir el perfil de Instagram.
- Mencionar a 3 amigos

Este concurso empezará un mes antes del evento y se hará cada semana. Por

lo que se sortearán 8 entrenamientos (dos cada semana, es decir, el del ganador y el del acompañante). Estos post serán promocionados semanalmente económicamente.

Es recomendable este tipo de promoción en RRSS ya que ofrecen un buen alcance así como segmentación de públicos a un precio económico. Algo óptimo para un club modesto com la Sala d'Esgrima Marítim València.

- **Notas de prensa**

Para otorgar mayor repercusión al evento se enviarán notas de prensa a medios de comunicación. Esta práctica ya es habitual en la Sala d'Esgrima Marítim València que envía notas de prensa con información relevante como: competiciones, resultados, eventos del club a medios deportivos y estos casi siempre informan de estos actos.

No obstante, para este evento se enviará nota de prensa a **medios valencianos deportivos y de ocio y cultura** como Love Valencia, Hello Valencia, etc.

FASE 2: Organización del evento mediante el hashtag #salvemlesgrima

Todos los colaboradores y participantes del evento darán visibilidad a su labor en RRSS a través del hashtag #salvemlesgrima.

Por ejemplo: los jóvenes participantes pueden subir foto durante el proceso de creación artística. El maestro puedo subir foto mientras da la charla a los colectivos, etc.

Será fundamental que la Sala d'Esgrima Marítim València replique estas interacciones en sus RRSS y ofrezca feedback.

FASE 3: Evento #SALVEMLESGRIMA

El evento tendrá lugar en los Poblados Marítimos de Valencia, en diversos 3 locales de cofradías y fallas colaboradoras, todas cercanas entre sí.

Se ha decidido esta localización porque son el origen de la esgrima valenciana, además los Poblados Marítimos actualmente están viviendo un crecimiento

cultural y de ocio que va atrayendo cada vez a más vecinos de otras zonas de Valencia.

#SALVEMLESGRIMA contará con diversas y variadas actividades:

- Exhibiciones en directo de esgrima.
- Exposición fotográfica de la historia de la esgrima valenciana.
- Mini clases de esgrima.
- Exposición de las creaciones artísticas de niños y jóvenes participantes
- Música en directo de grupos colaboradores con el club como: Fanáticos.
- Puestos de bebida y comida típica valenciana por parte de empresas del Mercado del Cabanyal colaboradores de la Sala d'Esgrima Marítim València.

Con este evento se pretende que los vecinos y empresas de los Poblados Marítimos así como de Valencia en general, conozcan el club y se sientan partícipes del buen hacer de éste. Gracias a este evento se obtendrá un contacto directo con posibles empresas benefactoras y futuros alumnos. Además se reforzarán vínculos entre los alumnos y empresas benefactoras actuales creando y trabajando en un proyecto en común que implica a todos los vecinos de Valencia.

* *Cartel del evento en ANEXO 1*

2) Acción solidaria: Ahora la esgrima salva a...

Una vez asimilado el evento #SALVEMLESGRIMA se pretende organizar una acción solidaria que se llevaría a cabo una vez al año.

El evento bajo el lema: “**Ahora la esgrima salva a...**”, pretende dar apoyo a aquellos colectivos de los Poblados Marítimos que más lo necesitan como la Associació Brúfol que trabaja en la inserción socio-laboral, formación y acompañamiento social o la Asociación Ambient que ayuda a personas en riesgo de exclusión social, entre otros.

Para ello, cada año, la Sala d'Esgrima Marítim València organizaría una

competición solidaria en sus instalaciones en la que podría participar cualquier persona. Cada participante haría una donación mínima de 3€ y toda la recaudación irá destinada a una asociación sin ánimo de lucro que lo necesite.

Para dar a conocer este evento se creará un evento en Facebook y campaña de social ads mediante post en Facebook e Instagram.

Este evento logrará reforzar y consolidar el posicionamiento de la Sala d'Esgrima Marítim València.

**Cartel del evento en ANEXO 2*

3.Estrategia digital

Para lograr los objetivos propuestos es fundamental que la sala d'Esgrima Marítim València proyecte una buena estrategia digital teniendo en cuenta su web y sus redes sociales. Además hay que tener en cuenta, que unas redes sociales potentes atraen empresas benefactoras que quieren colaborar con nosotros.

Web:

Actualmente la página web del club está activa pero se encuentra con apartados en construcción.

Es necesario que la web de la sala de esgrima sea dinámica, para conseguirlo se llevará a cabo:

- Creación de un blog: que además de generar contenidos mejorará enormemente el posicionamiento en buscadores, aumentando así la visibilidad de la organización. Generar contenido como: artículos curiosidades historia esgrima, actualidad de la esgrima valenciana, actualidad esgrima nacional e internacional, crónicas o relatos de eventos y acciones con otras organizaciones colaboradoras, noticias

información técnica de la esgrima, etc. Será un blog colaborativo en el que todos los miembros de la sala escribirán artículos de interés, experiencias propias, la importancia de la esgrima para ellos, historias del club, etc.

- Diseño más atractivo: incorporar más elementos visuales como fotografías de mayor calidad.

Redes Sociales:

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) en su Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares de 2016 “el 66,8% de los usuarios de Internet participa en redes sociales creando un perfil de usuario o enviando mensajes u otras contribuciones”. Los más participativos son los estudiantes (90.7%) y los jóvenes de 16 a 24 años (91.1%).

Los datos dejan claro que actualmente las redes sociales son un medio de comunicación imprescindible para cualquier empresa. Además, gracias a las redes sociales puedes dar a conocer tu organización de manera gratuita o con un presupuesto muy económico.

El éxito en redes sociales se debe medir por la capacidad de engagement con el público objetivo y no por el número de seguidores. Cuanto mayor sea la interacción con nuestra comunidad mayor será el alcance y la visibilidad del club.

Pero, además de servir de ventana al exterior, las redes sociales son un importante canal de comunicación con nuestro público. Las redes sociales son el canal idóneo para escuchar a nuestra comunidad, sus opiniones o sus demandas.

Por ello, es fundamental seguir una buena estrategia para sacar el máximo rendimiento a estas herramientas de comunicación.

1. Facebook:

Según los datos publicados por Statista, en 2017, un 48% de los españoles son usuarios de Facebook, es decir, 22,13 millones de españoles. Las previsiones de futuros son optimistas y todo parece indicar que la reina de las redes sociales continuará aumentando.

Por ello es fundamental mantener esta red social activa con contenido de calidad.

Estas son las directrices que seguirá la Sala d'Esgrima Marítim València en relación a Facebook:

- Trasladar los amigos del perfil de Facebook a la página corporativa. Eliminar perfil y gestionar únicamente página.
- Utilizar imagen corporativa para foto de perfil y portada.
- Publicaciones diarias
- Generar y compartir contenido de interés y variado:
 - Información sobre competiciones y resultados de los miembros del club ilustrados por imágenes de calidad.
 - Compartir apariciones en medios.
 - Generar vídeos breves de rutinas de entrenamientos.
 - Fotos/vídeos de calidad de actividades extradeportivas del club así como acciones solidarias.
 - Emisiones en directo durante competiciones en momentos importantes: ambiente antes de comenzar la competición, asaltos finales, entrega de trofeos, etc.
 - Compartir contenido blog
 - Compartir noticias de interés de otros medios.

2. Instagram

Instagram es la red social más popular entre la gente joven. La comunidad de crece cada día más, contando actualmente con 12 millones de usuarios activos en España, el 66% de ellos conectándose día a día. Por otro lado, la mitad de

los usuarios siguen a una empresa en Instagram, el 35% ha visitado una web para más información. Además, el 65% de las marcas más valoradas a nivel mundial tienen perfil en Instagram.

Es una red social en auge imprescindible para el club de esgrima.

Actualmente el perfil de Instagram de la Sala d'Esgrima Marítim València no es muy activo. Además, las imágenes utilizadas no suelen ser de mucha calidad.

Por ello, a partir de ahora se llevarán a cabo las siguientes instrucciones:

- Publicaciones diarias.
- Cuidar el formato y la calidad del contenido. Siempre imágenes y vídeos de alta calidad. Instagram es una red social especialmente visual.
- Generar contenido de interés y variado:
 - Fotos competiciones. Jugar con varios formatos como múltiples fotos.
 - Fotos de actividades extradeportivas y acciones solidarias y sociales. Mencionar siempre a empresas y usuarios colaboradores.
 - Crear post de publicidad de los colaboradores más atractivos y originales y no tan comerciales.
 - Crear imágenes propias como citas propias de la esgrima o de motivación.
 - Imágenes y vídeos de rutinas de entrenamientos.
 - Retransmisiones en directo de competiciones.
 - Fotografías de calidad para informar de la aparición en medios de comunicación. Mencionar siempre a dichos medios.
- Usar hashtags relevantes para obtener mayor visibilidad.
- Interactuar con los seguidores.

3. Twitter:

La gestión de esta red social actualmente es adecuada. Todos los días se publican tweets informativos relacionados con el club y se retweetean todos

aquellos tweets en el que nos mencionan medios de comunicación y otras empresas colaboradoras.

No obstante, es preciso cambiar la imagen de portada y fijar la imagen corporativa.

3.7 Estrategia de medios

Para llevar a cabo esta campaña de comunicación el medio utilizado va a ser Internet (social media y medios digitales): las redes sociales y las publicaciones digitales son unas de las herramientas fundamentales para lograr buena difusión las acciones que se quieren llevar a cabo y que éstas alcancen al máximo de personas posibles. Asimismo es el medio más económico, no es necesario invertir una gran cantidad de dinero para promocionar las acciones que se quieren llevar a cabo, algo imprescindible teniendo en cuenta las características económicas actuales de la Sala d'Esgrima Marítim València. Si se emplea bien el impacto puede ser muy elevado y presentar alta frecuencia. Como medio secundario se utilizará el face to face, puesto que las propuestas de creaciones artísticas de niños y jóvenes se hará mediante charlas del Maestro y acompañantes del club.

3.8 Viabilidad del plan

3.8.1 Cronograma o timing

- **Cronograma estrategia digital**

-A partir del 1 de septiembre se trasladarán mediante posts informativos los amigos del perfil de Facebook de la Sala d'Esgrima Marítim València a la página del club. Una vez pasados 15 días desde el primer post informativo, se cerrará el perfil y se utilizará únicamente la página de Facebook.

-Por otro lado, el 15 de septiembre, como ya tiene previsto la sala de esgrima, la web estará en pleno funcionamiento. Para ello, durante los meses, desde la entrega del Plan de Comunicación en julio, hasta el 15 de septiembre, se tendrán en cuenta las indicaciones marcadas en dicho documento, incluyendo así, el apartado de "blog". A partir del 15 de septiembre se comenzarán a

publicar entradas en el blog.

-Una vez operativa la web y consolidada la página de Facebook, el Community Manager contratado comenzará la generación de contenido en las diferentes RRSS siguiendo las directrices indicadas en este Plan de Comunicación. Esta generación de contenidos continuará en el tiempo durante un año. Transcurrido este tiempo será preciso evaluar los resultados.

- **Cronograma eventos:**

- 1. Acciones Evento #SALVEMLESGRIMA**

FASE 1: Difusión del evento

- **Propuesta artística jóvenes y niños de cofradías y fallas.**

-Desde el **1 de septiembre al 5 de diciembre** se contactará con las cofradías y fallas colaboradoras pero, sobre todo, se buscarán nuevas para hacer la propuesta artística para los jóvenes y niños de dichas organizaciones.

- El **7 y el 8 de diciembre** se lanzará la propuesta a los participantes. Para ello, tanto el maestro como los monitores se repartirán las diversas asociaciones e impartirán una pequeña charla para presentar la propuesta artística a los jóvenes y niños de las fallas y cofradías.

- **Promoción Facebook e Instagram**

Un mes antes del evento (21 de diciembre de 2017) se creará el evento en Facebook y se empezarán a lanzarán los post/sorteo promocionados.

Cada semana hasta la semana del evento (21 de diciembre 2017 a 21 de enero 2018) se promocionará económicamente un post/sorteo. El día se determinará observando las estadísticas que proporciona Facebook.

- **Nota de prensa**

El **15 de enero 2017** se enviarán las notas de prensa a los medios informando del evento #SALVEMLESGRIMA.

FASE 2: Organización del evento mediante el hashtag #salvemlesgrima

Por otra parte, desde la creación del evento de Facebook hasta la celebración del evento #salvemlesgrima (21 de diciembre de 2017 a 21 de enero 2018) los miembros y colaboradores compartirán mediante fotos y vídeos cómo evoluciona la organización del gran evento utilizando el hashtag #salvemlesgrima.

FASE 3: Evento #SALVEMLESGRIMA

El **domingo 21 de enero** tendrá lugar el evento #salvemlesgrima. Se ha escogida esta fecha porque todavía permanece el espíritu de solidaridad de la Navidad y los buenos propósitos de año nuevo, pero no interfiere en las fechas navideñas señaladas.

2. Acción solidaria “Ahora la esgrima salva a...”

El **domingo 17 de junio de 2018**, coincidiendo con el fin de temporada, se celebrará la acción solidaria “Ahora le esgrima salva a...” como consecuencia del evento #salvemlesgrima.

Dos semanas antes de la celebración del evento, se creará el evento en Facebook y se lanzarán los post promocionados. En este caso, se empezará a informar más tarde del evento pero la inversión en las campañas de social ads será más fuerte.

Hay que tener en cuenta que la finalidad de esta acción es que se lleve a cabo anualmente, cada fin de curso.

3.8.2 Presupuesto de realización del plan

En este apartado se hace un desglose del presupuesto de las acciones que conforman el Plan de Comunicación.

En primer lugar se muestra una tabla-resumen del presupuesto. Seguidamente se ofrece una explicación dividida en las diferentes acciones.

Elemento	Precio unidad/mes	Cantidad	Total
Community Manager	400€	12	4.800€
Impresión carteles #SALVEMLESGRIMA	1,35€	6	8,1€
Campaña Facebook Ads #SALVEMLESGRIMA	5€ semanales	5	25€
Campaña Instagram Ads #SALVEMLESGRIMA	5€ semanales	5	25€
Impresión carteles “Ahora la esgrima salva a..”	1,35€	2	2,7€
Campaña Facebook Ads “Ahora la esgrima salva a...”	10€ semanales	2	20€
Campaña Instagram Ads “Ahora la esgrima salva a...”	10€ semanales	2	20€
Honorarios			2.000€
TOTAL	6.900,8€		

- **Estrategia digital**

-Para llevar a cabo el Plan de Comunicación la Sala d'Esgrima Marítim València contratará a un **Community Manager freelance** a media jornada, con un sueldo de 400€ mensuales, un gasto asumible por la organización, sobre todo teniendo en cuenta todas las coberturas realizadas. Este profesional se encargará de toda la gestión de las redes sociales así como de prestar cobertura durante los eventos en redes mediante post, vídeos, fotos, etc. Y que mientras se haga el evento preste cobertura en las redes, vídeos en

facebook, fotos... etc

-El gasto de la creación de la **web** ya fue asumido en su día. Actualmente, el alumno Adrián Fidalgo, altruistamente, se está encargando de terminar la web. Por ello, esta acción no supone ningún gasto extra en este Plan de Comunicación.

- **Acciones evento #SALVEMLESGRIMA**

-La **propuesta artística** no tiene un coste económico, ya que el “premio” por participar es exponer la creación en el evento #SALVEMLESGRIMA.

-El envío de **notas de prensa** también es a gasto cero.

-Para el evento #SALVEMLESGRIMA se imprimirán 2 carteles por local donde tendrá lugar el evento, es decir, en 3 cofradías por lo que se necesitarán 6 carteles.

- Durante el mes previo al evento se promocionará económicamente el post/sorteo cada semana tanto en Facebook como en Instagram.

- **Acciones evento “Ahora la esgrima salva a...”**

-Esta acción se llevará a cabo en un sólo local, por lo que se imprimirán dos carteles.

-Dos semanas antes del evento se promocionará económicamente el post cada semana tanto en Facebook como en Instagram.

- **Honorarios**

Los honorarios por la elaboración del Plan de Comunicación, incluyendo las creatividades finales de los carteles de los eventos sería de 2.000€. A pesar de que otras empresas y expertos cobrarían más por la elaboración de un Plan de Comunicación como el presente, se ha establecido esta cantidad inicial ya que se trata de uno de los primeros pasos que doy en el mundo laboral y por lo tanto ese es el precio acorde con mi experiencia y formación.

3.8.3 Evaluación, ejecución y control

Teniendo en cuenta las condiciones económicas de la Sala d'Esgrima Marítim València se ha establecido un Plan de Comunicación lo más económico posible.

Tras una reunión con los miembros de la Sala d'Esgrima Marítim València (entrenadores, alumnos, personas y empresas benefactoras actuales) para explicarles la razón y el desarrollo de Plan de Comunicación, se ha determinado que dicho Plan de Comunicación requiere de la colaboración y participación de cada miembro de la Sala d'Esgrima Marítim València, tal y como viene siendo en la actualidad. Todos ellos se han mostrado conformes e ilusionados con el proyecto.

El club de esgrima no cuenta con profesionales de la comunicación y la publicidad, por ello, debido al peso de las RRSS en el plan, es necesario contratar un Community Manager freelance, un gasto que, al ser mensual, el club de esgrima puede asumir.

Este profesional contratado llevará a cabo un estudio que evalúe cuánto y cómo ha mejorado con esta estrategia la visibilidad de las redes en transcurrido el plazo de un año (duración del contrato) y, de esta manera, comprobar si funciona el plan de comunicación. Además, mensualmente presentará pequeños informes para controlar la evolución de las acciones.

El presupuesto total de un año de Plan de Comunicación es de 6.900,8€, un precio económico que además se reparte en diferentes meses. Es decir, se trata de un gasto dividido, por lo que no supone un desembolso elevado.

4.Conclusions

After elaborating this Communication Plan of Sala d'Esgrima Marítim València, it is impossible to conclude without drawing a list of conclusions. These are as follows:

-Lack of a Communication Plan makes many companies do not know very well what strategy to carry out in daily actions.La Sala d'Esgrima Marítim València

does its work but do not know for what purpose. Therefore it is very important this Communication Plan.

-Internet Is one of the most powerful media today and one of the most economical forms to generate traffic and visibility to our brand or company. The virtual world is constantly updated.

-It's very important that all the actions follow the concept in the communication strategy. In this way the target audience will receive a unified and consistent message that will be installed in their mind where it will remain years later.

-The Communication Plan to be carried out, only if all members and partners of la Sala d'Esgrima Marítim València collaborate and participate in all actions.

In conclusion, these are the main conclusions drawn after the completion of this Communication Plan of Sala d'Esgrima Marítim València. Anyway we have to wait until completion of all actions past one year, to get some consistent conclusions analyzing.

4.Conclusiones

Después de elaborar este Plan de Comunicación de la Sala d'Esgrima Marítim València, se va a concluir el mismo elaborando una serie de conclusiones como cierre del trabajo. Las conclusiones obtenidas son las siguientes:

-La falta de un Plan de Comunicación provoca que muchas empresas no sepan cuál es la estrategia que deben llevar a cabo diariamente. Es decir, la Sala d'Esgrima Marítim València elabora su trabajo pero no sabe con qué fin. Por eso es tan importante este Plan de Comunicación.

-Internet es uno de los medios más potentes de la actualidad y una de las maneras más económicas de generar tráfico y notoriedad a nuestra marca o empresa.

-Es muy importante que todas las acciones sigan el eje y concepto impuestos en la estrategia de comunicación. De esta manera el público objetivo recibirá un mensaje unificado y coherente que irá instalando en su mente donde permanecerá al cabo del tiempo

-Para que el Plan de Comunicación se pueda llevar a cabo, será fundamental la

colaboración y participación de todos los miembros y colaboradores del club de esgrima.

En resumen, estas son las principales conclusiones extraídas tras la realización de este Plan de Comunicación de la Sala d'Esgrima Marítim València. No obstante, una vez finalicen todas las acciones, pasado un año, se deberá analizar el Plan de Comunicación para ver los resultados.

5. Bibliografía

BRANDWATCH. 96 estadísticas y datos increíbles de las redes sociales para 2016 [en línea]. [fecha de consulta: 9 de abril 2017] <<https://www.brandwatch.com/es/2016/08/96-estadisticas-redes-sociales-2016>>

EL PAÍS. Instagram tiene 12 millones de usuarios en España [en línea]. [fecha de consulta: 9 de abril 2017] http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2017/05/30/actualidad/1496130523_675595.html

ESPAÑA FASCINANTE. La esgrima único deporte con origen español. [en línea]. [fecha de consulta: 31 de marzo 2017] <<http://espanafascinante.com/la-esgrima-unico-deporte-origen-espanol/>>

EXPANSIÓN. 2016: El año que Instagram superó a Twitter [en línea]. [fecha de consulta: 9 de abril 2017] <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2017/01/05/586bb9e6ca4741146f8b45f8.html> >

FEDERACIÓN DE ESGRIMA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA [en línea]. [fecha de consulta: 30 de marzo 2017] <<http://fecv.es/wp/>>

FEDERACIÓN DE ESGRIMA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA. Resultados Competiciones Autonómicas. [en línea]. [fecha de consulta: 30 de marzo 2017] <<http://fecv.es/wp/resultados-competiciones-autonomicas/>>

FLEITMAN, Jack (2000) *Negocios Exitosos*, McGraw Hill.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. [en línea]. [fecha de consulta: 25 de marzo 2017] <<http://www.ine.es/prensa/np991.pdf>>

LAS PROVINCIAS. La esgrima vuelve a sus orígenes [en línea]. [fecha de consulta: 25 de marzo 2017] < <http://www.lasprovincias.es/deportes/mas-deportes/201511/02/esgrima-vuelve-origenes-20151102001816-v.html> >

MCD. Beneficios de la esgrima. [en línea]. [fecha de consulta: 25 de marzo 2017] <<https://esgrimamcd.es.tl/Beneficios-de-la-Esgrima.htm> >

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE. Anuario de Estadísticas Deportivas 2016 [en línea]. [fecha de consulta: 25 de marzo 2017] <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/anuario-deporte/Anuario_de_Estadisticas_Deportivas_2016.pdf >

MINTZBERG, Henry; BRIAN Q., James; VOYER, John. *El Proceso Estratégico. Conceptos, Contextos y Casos*

M4RKETINGECCOMMERCE. Instagram España alcanza los 8 millones de usuarios activos. [en línea]. [fecha de consulta: 9 de abril 2017] < <https://marketing4ecommerce.net/instagram-espana-8-millones-usuarios/> >

STATISTA. Previsión del número de usuarios de Facebook en España de 2014 a 2018. 2016 [en línea]. [fecha de consulta: 9 de abril 2017] <<https://es.statista.com/estadisticas/474830/prevision-facebook-numero-de-usuarios-espana/>>

TECNIGRAFIC. Presupuesto [en línea]. [fecha de consulta: 9 de mayo 2017] <<http://tecnigrafic.es/el-mejor-precio-en-carteles-a3/>>

THOMPSON, Arthur y STRICKLAND. A.J (2001) *Administración Estratégica Conceptos y Casos*, Mc Graw Hill

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA. [en línea]. [fecha de consulta: 30 de marzo 2017] <https://www.ull.es/view/servicios/deportes/Esgrima/es> >

6. Anexos

ANEXO 1: Cartel Evento #SALVEMLESGRIMA



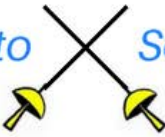
Arte
Música
Historia
Gastronomía
MUCHA
ESGRIMA

21
ENERO



Santa Hermandad de la Muerte y Resurrección del Señor
Hermandad Santísimo Ecce-Homo
Corporación de Sayones

ANEXO 2: Cartel Acción Solidaria: “Ahora la esgrima salva a...”

Evento  Solidario

Ahora la
ESGRIMA
SALVA a

**Associació
Brúfol**

**17
JUNIO** 
Polideportivo Dr.Lluch