

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DEL OAM FUNDACIÓN DEPORTIVA MUNICIPAL

La Sección de Comunicación y Documentación es la encargada de desarrollar el Plan de Comunicación y Marketing del OAM 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 del OAM FDM.

1.- CONCEPTOS Para 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. Todo 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 del OAM 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 la 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 del OAM 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 DEL OAM FDM DE VALÈNCIA

Este Plan está estructurado en los siguientes programas.

- Programa de presencia en los medios de comunicación.
- 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.

Este es uno de los programas transversales al resto, ya que es el instrumento para dar publicidad y difusión a los programas y proyectos que se desarrollan en la ciudad, realizados por las diferentes entidades deportivas generadoras de actividad físico-deportiva.

Varias son las actuaciones que se plantea realizar el OAM Fundación Deportiva Municipal durante el año 2024, en lo que se refiere a esta área.

3.1.- PROGRAMA DE PRESENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Mediante este programa se contrata espacios redaccionales en los medios de comunicación que luego publican, con periodicidad semanal, la actualidad, eventos y actividad ordinaria y extraordinaria del OAM FDM. A través de notas de prensa y vídeos que se envían a los medios de comunicación de València, se da visibilidad y protagonismo a todos los agentes del deporte local que habitualmente tienen menos presencia en los medios de comunicación.

Objetivos generales

El objetivo principal de este programa es informar a la población de las actuaciones llevadas a cabo tanto desde la gestión municipal como desde la iniciativa privada, utilizando como canal los medios de comunicación.

3.2.- PROGRAMA DE DIFUSIÓN DEPORTIVA DEL OAM FUNDACIÓN DEPORTIVA MUNICIPAL



La edición de publicaciones, folletos informativos, carteles y demás soportes, 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., del OAM Fundación Deportiva Municipal.

Dentro de este programa están previstas las siguientes acciones para el año 2024:

- Edición de folletos y carteles del Circuit de Carreres Caixa Popular Ciutat de València y eventos deportivos como la Marcha contra la Violencia de Género, San Silvestre Popular Valenciana, entre otros.
- Edición de folletos de oferta de cursos en las diferentes instalaciones deportivas.
- Edición de papelería corporativa (sobres, folios, tarjetas de presentación, etc.).
- Edición de los folletos con los precios de aplicación en las instalaciones deportivas de la ciudad de València.
- Grabación y edición de vídeos de los diferentes acontecimientos deportivos en los que participa el OAM FDM.
- Gestión de la presencia del OAM FDM en las redes sociales.
- Etc.

3.2.1.- PRESENCIA EN REDES SOCIALES

Conscientes de la importancia de Internet y de las redes sociales, desde el OAM FDM se apuesta por la comunicación directa a la ciudadanía a través de dichos canales. Además, se elaboran todas las semanas vídeos de las actividades del OAM FDM y clubes, federaciones, deportistas y diferentes entidades deportivas de la ciudad con el objetivo de enviarlos posteriormente a los medios de comunicación digitales y audiovisuales.

A su vez, el OAM FDM cuenta con perfil propio en redes sociales como Facebook, Twitter, TikTok, Instagram y Youtube, donde pone a disposición de cualquier ciudadano/a todos los materiales de comunicación.

Existen, además, dos programas que, por su importancia y entidad propia, cuentan con redes sociales propias. Se trata del Circuit de Carreres Caixa Popular Ciutat de València, que cuenta con página de Facebook y perfil en Twitter e Instagram; y la Oficina del Voluntariado Deportivo de València, que también cuenta con página propia en Facebook y perfil en Twitter.

3.2.2.- VALÈNCIA ESPORT TELEVISIÓ

El OAM FDM cuenta con un canal de televisión digital, con la finalidad de dar la máxima difusión a los programas desarrollados por este organismo, a través del formato de vídeo.

Para el año 2024, está previsto que semanalmente se produzcan y editen estos videos resumen de los diferentes acontecimientos y noticias deportivas de interés, con un total de unos 50 vídeos, aproximadamente.

3.3.- www.fdmvalencia.es: EL PORTAL DEL DEPORTE MUNICIPAL DE VALÈNCIA

En la Web se puede encontrar toda la información sobre los programas que oferta el OAM FDM, así como noticias del deporte municipal y la agenda deportiva. Se pueden realizar búsquedas de cursos, inscripción al Circuit de Carreres Caixa Popular Ciutat de València, encontrar toda la información referente al programa de Escuelas Deportivas y Juegos Deportivos, etc.

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 la ciudadanía.
- Facilitar las tareas administrativas a la ciudadanía, destacando especialmente el portal de transparencia.

Durante el año 2024, además, están previstas diferentes acciones de mantenimiento y actualización de las diferentes secciones e intranets de la página web propias y necesarias de la actividad ordinaria del OAM FDM.



3.4.- APP FDM VALÈNCIA

Para este año 2024, está prevista la activación de una nueva APP-FDM VALÈNCIA, que facilitará a los/as usuarios/as información personalizada en función de la instalación deportiva municipal en la que se encuentren, así como consejos saludables para la práctica de actividades físicas, noticias e información sobre eventos deportivos que se celebren en nuestra ciudad.

3.5.- CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE VALÈNCIA

En el año 2024, el OAM FDM desarrollará varias campañas para la promoción de las instalaciones deportivas de la ciudad de València. Se trata de campañas de ámbito general

promovidas por este organismo y que son reforzadas por las distintas entidades que gestionan las instalaciones en el ámbito de influencia de cada una de las instalaciones.

El objetivo es sumar todos los esfuerzos que hacen todas las entidades en el ámbito de la comunicación y publicidad para tener un mayor efecto y llegar a toda la población.

Estas campañas programadas a lo largo del año son las siguientes:

- Campaña actividades de verano.
- Instalaciones deportivas municipales Vuelta periodo de vacaciones.
- Semana Europea del Deporte.
- Campaña Escuelas Deportivas.
- Campaña de activación de deporte seguro (para poner en valor la necesidad de capacitación de las personas responsables).
- Otras.

Además de las anteriores, durante el año 2024, se tiene previsto campañas de difusión con relación a la conmemoración de los siguientes días internacionales relacionadas con el deporte

- DIA INTERNACIONAL CONTRA LA HOMOFOBIA EN EL DEPORTE: 19 de febrero de 2024
- DIA INTERNACIONAL DEL DEPORTE: 6 de abril de 2024.
- CALUSURA DE LA SEMANA EUROPEA DEL DEPORTE 2024: 28 de septiembre de 2024



**APÚNTATE
AL DEPORTE**

**140 INSTALACIONES DEPORTIVAS
ENTODOSLOS BARRIOS**




Más info:
www.fdmvalencia.es/apuntate-al-deporte



3.6.- SERVICIO DE PUBLICACIONES DEPORTIVAS DEL OAM FDM. COLECCIÓN AULA DEPORTIVA DEL AYUNTAMIENTO DE VALÈNCIA

El objetivo fundamental que persigue OAM FDM con la sección Publicaciones Deportivas es el fomento de la cultura deportiva.

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,

Plan de Comunicación y Marketing OAM FDM València

educativo y cultural, resaltando sobre todo los aspectos más pedagógicos y culturales, humanistas, en definitiva, del deporte y la actividad física.

Para el año 2024 no hay prevista ninguna publicación.

3.7.- 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:

- 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 del OAM 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.

3.8.- 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 del OAM 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.

Descargar el manual de identidad corporativa del OAM FDM de València 2024

(Cualquier diseño deberá ser autorizado por los técnicos de comunicación).

3.9. 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.