

**“Optimización en la comunicación de Larroquet Tenis: enfoque integral
de su aspecto interno y externo”**



Universidad FASTA

Facultad de Periodismo y Comunicación. Licenciatura en Comunicación Social

Trabajo Final- modalidad Proyecto Profesional de Graduación

Larroquet Tenis

Bautista Fortuny bautifortu@gmail.com

Año 2023

Facultad de Periodismo y Comunicación. Licenciatura en Comunicación Social.

Autor: Bautista Fortuny Alvarisqueta.

Tutora: Ana Rosa Lorenzo.

Título: “Optimización en la comunicación de Larroquet Tennis: enfoque integral de su aspecto interno y externo”

Resumen:

El presente trabajo propone el análisis de Larroquet Tennis, una escuela situada dentro de las instalaciones del Club Banco Provincia de Mar del Plata. Se realizó un diagnóstico actual sobre la situación de la Escuela para luego proponer acciones de comunicación con el fin de mejorar la comunicación interna y el trabajo conjunto entre la Escuela y el Club.

Larroquet Tennis tiene como finalidad el servicio de enseñar a practicar tenis, pero fundamentalmente promover los valores, el trabajo en grupo, el respeto hacia los demás y la diversión de realizar esta actividad física.

En el Proyecto se intentará describir con la mayor exactitud posible como está constituido, como funciona y que es Larroquet Tennis, analizar el sector comunicacional y también conocer como ha sido su experiencia y la manera de sobrellevar distintas situaciones económicas que hacen que esta actividad fluctúe.

Se proponen objetivos generales y específicos que sean accesibles y viables. Además, plantear acciones comunicacionales conociendo las fortalezas e intentando mejorar aquellas debilidades para generar un crecimiento institucional y poder cumplir los objetivos.

Palabras claves: comunicación interna – comunicación externa – club – escuela de tenis – alumnos – profesores – cultura organizacional – fortalezas – oportunidades – amenazas – debilidades – objetivos generales – objetivos específicos – oportunidad – identidad visual – identidad corporativa – propuesta de comunicación - acción de comunicación – redes sociales – uniformes – sistema societario – reunión mensual – sitio web – equipo – alquiler de canchas – mentores – capacitación.

Fecha de publicación: 12/03/2024.

Agradecimientos

Me gustaría agradecerle a la Facultad de Periodismo y Comunicación por la guía, la enseñanza y la contención durante todo el proceso de la carrera de Comunicación Social.

A mi tutora Ana Lorenzo por la predisposición en cualquier momento, las críticas constructivas y útiles para avanzar en el Proyecto, pero sobre todo por el respeto y la dedicación para realizar este proceso de mejor manera. Teniendo en cuenta el contexto de la pandemia y la circunstancia de la virtualidad.

A Gastón, Marcos e Ignacio Larroquet por brindarme los datos de su institución y la predisposición para la comunicación y la charla entre ellos y yo. Esto también facilita el proceso de la tesis.

Por último, a mi familia y amigos por el apoyo incondicional durante estos casi 4 años de estudio. Un apoyo tanto económico del lado de mis padres y emocional en todo momento de la carrera.

Resumen

El presente trabajo propone el análisis de Larroquet Tenis, una escuela situada dentro de las instalaciones del Club Banco Provincia de Mar del Plata. Se realizó un diagnóstico actual sobre la situación de la Escuela para luego proponer acciones de comunicación con el fin de mejorar la comunicación interna y el trabajo conjunto entre la Escuela y el Club.

Larroquet Tenis tiene como finalidad el servicio de enseñar a practicar tenis, pero fundamentalmente promover los valores, el trabajo en grupo, el respeto hacia los demás y la diversión de realizar esta actividad física.

En el Proyecto se intentará describir con la mayor exactitud posible como está constituido, como funciona y que es Larroquet Tenis, analizar el sector comunicacional y también conocer como ha sido su experiencia y la manera de sobrellevar distintas situaciones económicas que hacen que esta actividad fluctúe.

Se proponen objetivos generales y específicos que sean accesibles y viables. Además, plantear acciones comunicacionales conociendo las fortalezas e intentando mejorar aquellas debilidades para generar un crecimiento institucional y poder cumplir los objetivos.

ÍNDICE:

Portada.....	Página 1
Agradecimientos.....	Página 3
Resumen.....	Página 4
Índice.....	Página 5
Introducción.....	Página 6
Estructura de la Escuela.....	Página 7
Principal fortaleza de la Escuela.....	Página 8
Relación entre la Escuela y el Club.....	Página 9
Descripción de la situación.....	Página 9
La importancia de una identidad.....	Página 10
Comunicación externa de la Escuela.....	Página 12
Análisis FODA.....	Página 15
Oportunidad.....	Página 18
Propuesta de Comunicación.....	Página 18
Acciones de Comunicación.....	Página 20
Bibliografía.....	Página 37

Historia del Club Banco Provincia y Larroquet Tenis

Club Banco Provincia de Mar del Plata es un club donde se enseñan diversos deportes como vóley, jiu-jitsu, fútbol, handball, hockey y tenis. Su fundación fue en 2004, teniendo su sede más importante en Vicente López, provincia de Buenos Aires. La sede de Mar del Plata fue fundada en la década del '80 y está ubicada en el barrio Las Dalias, zona periférica de la ciudad. Cuenta con grandes instalaciones con espacios comunes, quinchos, buffet, vestuarios. Se encuentran todas aptas para

El Club cuenta con 22 empleados dentro de la jerarquización de la directiva: presidente, vicepresidente, secretario, prosecretario, tesorero, vocales titulares, vocales suplentes, revisores de cuentas titulares, revisores de cuentas suplentes, referentes de centro recreativo y por último director deportivo y recreativo. Luego están los profesores de cada disciplina. Este club logró un buen posicionamiento a nivel nacional pero fundamentalmente a nivel provincial, por la importancia del banco, siendo el segundo más grande de Argentina. Los colores del Banco Provincia son verdes y blancos. En cambio, el Club eligió los colores rojo y blanco con un característico caballito de mar en su centro representando la ciudad marítima de Mar del Plata.

Es importante tener en cuenta que el Banco Provincia es el segundo banco más grande del país y con más de 10.500 empleados a nivel nacional. Es necesario tener una integración entre los bancarios y el club, con el fin de aumentar los potenciales jugadores, clientes y socios. Hay que recalcar que Mar del Plata es una de las ciudades turísticas más importantes del país, recibiendo turistas durante todo el verano y recibiendo gran cantidad de bancarios para tomarse vacaciones.

Dentro del sitio web del club se muestran imágenes de las instalaciones que poseen y la misión que tiene el Club Banco Provincia como club: "Nuestro compromiso es acompañar el crecimiento de los jóvenes en un marco de sana competencia deportiva, y servir de responsable competencia a los adultos. Por eso, trabajamos día a día para mejorar nuestro servicio". Esto es lo único a lo que el club hace referencia dentro de la identidad propia de la institución, esta debería incluir misión, visión, valores, propósito, pero no es comunicado a la sociedad. Lo mismo ocurre con la Escuela, esto hace referencia a las falencias a nivel comunicacional.

Estructura y ventajas competitivas de la Escuela Larroquet Tenis:

El área de tenis está dirigida por los hermanos Gastón, Ignacio y Marcos Larroquet, los 3 cumplen un rol como directores de tenis, coordinadores del área y organizadores de torneos. Por otro lado, los profesores más usuales son: Mariano García, Manuel Blanco, Agustín Gutiérrez y Franco Sampaelone. Ellos se encargan de manera conjunta dar clases particulares o grupales durante la semana y fin de semana. Por último, dentro de la estructura de Larroquet Tenis hay 2 cancheros, que se encargan del mantenimiento de las canchas, en este puesto la Escuela varía a los empleados, ellos eligen alumnos que se encuentran con problemas económicos y no pueden abonar la cuota mensual. Este trabajo de canchero les genera un ingreso para poder pagar las clases, ayudando a que estos permanezcan en el club. Los profesores deben realizar un curso de profesor de tenis aprobado oficialmente por la Asociación Argentina de Tenis (AAT).

Actualmente la Escuela de Larroquet Tenis es la que más alumnos tiene a nivel local con 100 mayores (mayores de 18 años) y 100 menores (entre 3 a 18 años). La Escuela tiene diversas modalidades para dar clases: clases particulares y clases grupales. Estas últimas tienen el objetivo de aprender, pero no solo esto, sino el de pasar un momento de disfrute combinado con la actividad física. A los alumnos se les determina un día por semana para practicarlo dependiendo del nivel de juego y la cantidad de alumnos que ya tienen en ella. Las clases particulares, en cambio, se busca una enseñanza más personalizada enfocada en el peloteo, la técnica de los golpes, la corrección de imperfecciones y recreación de situaciones reales de partido. Por último, alumnos y sus invitados tienen la posibilidad de alquilar las canchas, el precio de este alquiler varía si se va a utilizar la luz o no y se pueden alquilar por tiempos de 1 hora o 2 horas.

En Mar del Plata existen 16 clubes, algunos de ellos solamente enseñan tenis, otros son multidisciplinarios como Club Banco Provincia. Existen clubes dentro de Mar del Plata con un mayor reconocimiento a nivel nacional, como es el caso de Club Náutico donde ha iniciado su carrera Guillermo Vilas, considerado el mejor jugador de la historia de nuestro país con 62 torneos y 3 de ellos Grand Slams. Este club además de tenis cuenta con la disciplina náutica como es el yachting, la cuota mensual suele ser más alta en comparación con el resto de los clubes. El segundo club marplatense conocido a nivel nacional es el Edison Lawn Tennis, este es netamente de tenis, su dueño es Horacio Zeballos actual número 2 de dobles en el circuito profesional del tenis. El hecho

de ser un jugador profesional y conocido a nivel mundial consigue instalar su nombre mucho más fácil.

Los directores del área de tenis, es decir, los hermanos Larroquet, consideran su competencia directa al club Once Unidos, ubicado en el barrio Parque Luro, cercano al Club Banco Provincia de Mar del Plata. Este es el más importante a tener en cuenta por diversos aspectos: ambos son clubes multidisciplinarios, están ubicados en zonas de la ciudad similares y apuntan a un público con las mismas características en cuanto a status económico.

Principal fortaleza de la Escuela:

La organización de los torneos es la fortaleza más grande que tiene Larroquet Tenis. El hecho de albergar una gran cantidad de alumnos favorece a la realización de los mismos, la mayoría de los inscriptos a las competencias pertenecen a la Escuela, llenando gran parte de los cupos. Además, Larroquet Tenis recibe jugadores de otros clubes de la ciudad y de sus alrededores como Santa Clara del Mar, Balcarce y Necochea. Las categorías con mayor cantidad de jugadores son la tercera y cuarta con alrededor de 65 inscriptos en cada una de ellas. En los torneos de damas, se da la misma lógica, pero solamente en 4ta categoría. Cada torneo dura alrededor de 2 meses, el calendario anual es organizado por la Federación Atlántica de Tenis (FAT), la idea es que las competencias no se superpongan dejando los meses de enero y febrero libres. Ignacio Larroquet, uno de los directores de la escuela Larroquet tiene el puesto de tesorero dentro de la Federación, por lo tanto, las decisiones se toman de manera conjunta. Larroquet Tenis es líder en la organización de los torneos a nivel local, lo que hace esto posible es fundamentalmente la gran cantidad de alumnos. En el torneo realizado a fines de 2023, contemplando la inscripción de caballeros y damas de todas las categorías (2da a 6ta), participaron y compitieron un total de 208 personas. Es importante tener en cuenta, que a esta competición se pueden inscribir alumnos de todos los clubes.

La inscripción a los torneos requiere un esfuerzo económico, al momento de anotarse en la categoría deberá abonarse un monto para ser incluido dentro de los jugadores que van a participar. Luego cada vez que se juega, se abona lo que se conoce como plus de cancha. Este plus es por la utilización de las instalaciones, las pelotas de tenis y el servicio en general. Este precio aumenta en base al criterio de la FAT, basando en el índice inflacionario.

El nivel de juego de los jugadores se divide en categoría. Cuanto mejor sea el nivel del jugador, mayor será la categoría en la que va a competir. Las categorías de la

FAT (Federación Atlántica Argentina) son desde la segunda hasta la sexta división. En estas competencias se arman grupos compuestos por 3, máximo 4 jugadores, jugarán todos contra todos y a partir de esas clasificaciones se arman las llaves de cruces. Desde Octavos de final, hasta la final donde se definirá un ganador de la competencia.

Otra de las modalidades de competencia que se realizan también en el Club Banco Provincia de Mar del Plata son los interclubes, aquí cada club de Mar del Plata arma su propio equipo compuesto por 4 jugadores, donde en cada cruce se jugará 2 partidos de singles y 1 de dobles. La lógica también es confeccionar grupos con 4 clubes máximo en cada uno de ellos. Los dos primeros jugarán los cruces hasta alcanzar la final y ser campeones.

La relación entre el Club Banco Provincia y la Escuela Larroquet Tenis

La relación entre Larroquet Tenis y el Club Banco Provincia de Mar del Plata es estrecha y muy cercana. Actualmente, Gastón Larroquet tiene el rol de director deportivo dentro del club. Además, ellos desde chicos practicaban deportes dentro de la instalación, su padre Abel Larroquet fue uno de los fundadores y amigo del actual presidente Rodolfo Riesen.

El vínculo entre ambas instituciones funciona como una concesión de parte del Club a la Escuela. Larroquet Tenis abona un valor fijo de manera mensual, esto corresponde a un contrato establecido entre ambas instituciones, donde la Escuela tiene el derecho a utilizar la propiedad del Club para brindar su servicio de dictar clases de tenis.

En cuanto a mejoras en la infraestructura: ampliación de canchas, mantenimiento de cercos, de electricidad, etc., tiene una relación de “socios” donde dividen los gastos de los mismos en un 50% para el Club y en un 50% para la Escuela, esta división en porcentaje se vio modificada en el último año, previamente el gasto era asumido en un 70% por Banco Provincia y en un 30% por la Escuela de tenis. En caso que el Club pueda acceder a préstamos bancarios, entonces cada cuota también abonará la mitad Larroquet Tenis y la otra mitad Banco Provincia.

Durante el 2023 se realizaron mejoras en las canchas para garantizar su durabilidad, se pintó el sector del frontón, la instalación eléctrica de las 6 canchas permitiendo así que se puedan utilizar todas durante la noche. Además, se arregló el cerco de alambre que cubre las tres primeras canchas. Todas estas obras son financiadas en gran parte por el mismo Club Banco Provincia.

Muchas veces la escuela se diferencia del club y muchas otras se presenta bajo el nombre de Club Banco Provincia de Mar del Plata. Durante la organización de torneos, eventos municipales o provinciales, competencias a nivel regional, tiene la obligación de llamarse Club Banco Provincia. Luego, en su actividad diaria se desliga en mayor medida, sobre todo en la relación con sus alumnos frecuentes. La utilización del nombre del Club puede considerarse una oportunidad para la escuela, ya que tiene un posicionamiento y reconocimiento a nivel nacional.

La importancia de una identidad

Como indica Horacio Andrade en su texto “Comunicación Organizacional Interna”.¹La comunicación organizacional es un factor clave en la construcción de un clima organizacional, o sea, en la constitución del flujo interno y externo de la información, lo cual implica:

- 1) El intercambio con el público consumidor y la oportunidad de feedback.
- 2) El acompañamiento de la gestión y administración, permitiendo la evaluación interna y corrección a tiempo.
- 3) La coordinación de las diversas partes de la organización para lograr resultados óptimos.
- 4) La proyección de una imagen controlada de la organización, de acuerdo a sus estrategias de promoción o publicidad.

Uno de los esquemas de comunicación organizacional es el de la comunicación interna y externa. La interna tiene que ver con la comunicación que existe entre las instancias que conforman la organización (áreas deportivas, coordinaciones, etc.). La comunicación externa es aquella que media entre la organización y el mundo exterior (potenciales y actuales jugadores). A continuación, se desarrollará este esquema aplicado al Club Banco Provincia y Larroquet Tenis.

En este estudio, lo interno tiene que ver con la estructura del club, la relación entre los directivos y los empleados, fundamentalmente priorizando el buen clima laboral

¹ Andrade Horacio 2005, “Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica, págs. 15-17

identificando y contratando empleados que compartan los valores de la empresa. Para esto se debe definir de forma clara la estructura del trabajo, la misión, visión, valores y propósito de la empresa. Esto permite establecer objetivos y metas de la misma.

Desde Larroquet Tenis, este trabajo se realiza constantemente con el fin de consolidarlo, generando un lazo entre los empleados y entre los jugadores cada vez más fuerte. Un ejemplo del día a día son los mensajes de feliz cumpleaños vía grupos de Whatsapp, el tiempo post clases donde surgen conversaciones sobre la vida cotidiana y sobre estrategias propias del deporte o los asados que se realizan en el área con el fin de fortalecer estos grupos.

Desde el lado del Club Banco Provincia, la creación de rituales y ceremonias son necesarias para fortalecer el sentido de pertenencia y la identidad del club. Para esto, se ha comenzado a realizar la “Fiesta del Deporte”, ocurre a fin de año donde todos los deportes celebran un nuevo año de actividades y donde reciben trofeos los mejores jugadores de cada disciplina. Esto es un ejemplo de rituales o ritos empresariales, una de las características de la cultura organizacional.

Otros de los aspectos a tener en cuenta es la identidad visual, este repercute en la comunicación interna y también en la externa, es un método de comunicación para la sociedad. El manual de marca se refiere a su isologotipo, su tipografía, paleta de colores y usos correctos e incorrectos de la misma². En el estudio de Larroquet Tenis y Club Banco Provincia Mar del Plata, se pudieron detectar una serie de contradicciones, en algunas situaciones se utilizan ambos logos como en flyer de competencias y torneos, y en muchos otros casos solo se usa un logo de los dos. Por una cuestión legal, en los flyer para promocionar los torneos deben ir los dos, en el caso de clases grupales, particulares o en el día a día de las actividades solo se utiliza el de la Escuela de Tenis.

Esta diferenciación en los isologotipos es otro síntoma de contradicción, aquí ambas instituciones tienen distintos logos y tipografías, el único aspecto donde coinciden en este caso es en los colores: rojo, blanco y negro. Por ende, no solamente se diferencian en su diseño de marca, sino que también lo hacen en su nombre. A continuación, ambos isologotipos:

² Universidad Nacional de Misiones, 2021 “Manual Básico de Identidad Visual” (página 3)



A pesar de tomar decisiones positivas para la construcción de esta cultura organizacional, muchas otras las perjudican. La relación entre los empleados o profesores de las disciplinas y los directivos del Club es inexistente y no hay conocimiento entre uno y otro, este debería ser un pilar fundamental para la construcción de esta identidad y así mejorar el desempeño y el ambiente laboral dentro del Club. Una situación en la que la relación entre el Club y la Escuela no se ve del todo clara, ocurre al momento de asociarse al Club Banco Provincia de Mar del Plata, los jugadores de tenis son los únicos que no deben cumplir el requisito de ser socios para utilizar las instalaciones del club, sean los quinchos, las áreas comunes como los juegos infantiles, los vestuarios o el buffet. Aquellas personas que son socios del Club, la cuota que corresponde a diciembre de 2023 fue de ocho mil pesos por mes y un extra de dos mil pesos por deporte. Para practicar todas las disciplinas, los jugadores tienen la obligación de ser socios. En cambio, para practicar tenis dentro del Club, todo funciona distinto, en primer lugar, no es necesario ser socio y por otro lado en diciembre del 2023 el valor de la cuota mensual es de veintiun mil pesos. En caso de ser socios y solamente practicar tenis la cuota no se reducirá, sino que se pasará a pagar un extra de cuota social de dos mil pesos.

Comunicación externa de Larroquet Tenis

La comunicación externa en Larroquet Tenis no está desarrollada al máximo. Los hermanos y directores de la Escuela consideran que las redes sociales son las más apropiada para su público objetivo teniendo en cuenta la cobertura y alcance. Las redes son utilizadas, pero no de una manera eficiente. La publicidad en la vía pública o medios de comunicación tradicionales fue analizada y luego descartada por los propios directores porque implicaba un alto presupuesto.

La primera red social que comenzó a utilizar Larroquet Tenis fue Facebook en el año 2004. Tiene dos perfiles: el primero de ellos es personal bajo el nombre de Larroquet Tenis y el segundo es un perfil comercial bajo la categoría de (producto/servicio) donde

la última publicación se realizó en el año 2021. Aquí se realizaban fundamentalmente publicaciones relacionadas con la organización de torneos, días importantes para el mundo del tenis, fotografías con premiaciones de cada competencia, etc.

Tiene un total de 634 seguidores y 597 me gusta.

La segunda red social a tener en cuenta es Instagram, esta es la más activa y con mayor cantidad de seguidores, actualmente tiene un total de 3013. Aquí suben de forma frecuente, fotografías con las participaciones y ganadores en regionales, torneos amateurs, interclubes, viajes con la escuela, día a día de la actividad en las canchas, etc.

Aquí hay algunos puntos buenos y otros sin definir en su totalidad, por ejemplo, todavía el perfil no ha adquirido una estética y esencia propia, todo lo que se publica por fuera de las fotografías crudas, ya aparece con una estética predeterminada que es dada por la FAT (Federación Atlántica de Tenis) que se encarga de organizar los torneos. No aparece la utilización de diferentes recursos como los reels, los carruseles, generando así un mejor alcance del contenido.

La importancia en las redes ha mejorado muchísimo en el último tiempo, se ve un perfil organizado, con la información clara y unas historias destacadas escasas, pero con un contenido dentro lo suficientemente organizado. Dentro de la biografía se encuentra como enlace el sitio web del Club Banco Provincia www.clubbapro.com.ar. Esta es otra vía de contacto donde se nuclea la historia, información de cada disciplina y cuáles son las instalaciones con las que cuenta el club. Además, cuenta con un foro informativo sobre la semana a semana de actividades que tiene el club. Está separado por disciplina y tenis se encuentra en él.

Las redes sociales de Larroquet Tenis funcionan de forma orgánica, nunca publicitaron algún tipo de publicación sea video o fotografía. La cantidad de seguidores es real, tampoco han comprado seguidores. Es importante decir, que el Club Banco Provincia Mar del Plata tiene sus propias redes, donde se realizan publicaciones de todas las disciplinas, y cada deporte tiene su propio perfil con algunas noticias más específicas. En muchas ocasiones esto no es recomendable porque la cantidad de seguidores puede disminuir de gran manera, pero en este caso es necesario para crear esta comunidad o identidad de la que hablábamos antes.



Flyer de tercer torneo abierto para todas las categorías de caballeros y damas, octubre 2023.³

Esta placa fue enviada por los mismos directivos de la Escuela a todos los grupos de Whatsapp en el mes de octubre. Se envía este flyer con el siguiente enlace www.courtcentral.net. Este es el espacio para inscribirse, ingresando los datos de cada uno, luego será trabajo de los directivos en colocar a cada jugador en la categoría que corresponda y así luego formar los cruces y grupos de cada competición.

En este flyer se ven ambos nombres tanto el del Club y el de la Escuela. Esto es una prueba de que en muchas ocasiones ambos trabajan de manera conjunta. Además, se incluye aquella información que es un fundamental para quienes se quieren inscribir: valor de inscripción, categorías que van a participar y sponsors.

Uno de los ejemplos en donde la comunicación externa no alcanzó su máximo potencial es en la relación con la prensa para la difusión de eventos como torneos, actualmente esta relación es inexistente. La única acción que desde la Escuela y el Club se realiza es la publicación de estos flyers en la página oficial de la Federación Atlántica

³ Sitio Web FAT, 2023: <https://fedatlanticadetenis.com.ar/>

de Tenis (FAT), esta es visitada por todos los jugadores y jugadoras de Mar del Plata y alrededores generando un mayor alcance.

ANÁLISIS FODA:

	<p>FORTALEZAS</p> <p>F1: Infraestructura provista por el Club.</p> <p>F2: Posicionamiento a nivel local.</p> <p>F3: Sponsors con un aporte económico (Open Sports, Duran, Banco Provincia).</p> <p>F4: Organización de torneos, turnos de clases y manejo de grupos.</p> <p>F5: Mantenimiento y estado de las canchas.</p> <p>F6: Buen trato a los jugadores.</p> <p>F7: Pelotas de tenis de calidad.</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>D1: Ubicación geográfica. Se encuentra a las afueras de la ciudad, dificultando la llegada para algunas personas.</p> <p>D2: Poco reconocimiento y posicionamiento a nivel nacional.</p> <p>D3: Bajo nivel de independencia entre el Club Banco Provincia y Larroquet Tenis.</p> <p>D4: Falencias en la comunicación interna.</p> <p>D5: Falencias en la comunicación externa.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1: La posibilidad de convenios con instituciones educativas: jardín, primaria, secundaria o universitaria.</p> <p>O2: Destinar mayor dinero a los espacios comunes dentro del club.</p> <p>O3: A través de la comunicación externa, lograr un mejor posicionamiento a nivel local.</p>	<p>F101: La buena infraestructura permitirá el trabajo normal de una mayor cantidad de alumnos a la que tienen.</p> <p>F403: La eficacia en la comunicación externa permitirá una difusión mayor acerca de los torneos o actividades realizadas</p> <p>F103: El crecimiento a partir del posicionamiento del Club Banco Provincia de Mar del Plata.</p>	<p>D202: La falta de reconocimiento a nivel nacional a diferencia de Edison Lawn Tennis y El Náutico, podría ser obtenido sacando provecho de este aporte a nivel económico para generar identidad y fomentar la cultura organizacional.</p>

<p>AMENAZAS</p> <p>A1: Dependencia de las instalaciones provistas por el Club Banco Provincia.</p> <p>A2: Sus competidores Once Unidos y Náutico Tenis.</p> <p>A3: Ante la situación de crisis nacional, muchos alumnos pueden reducir su ingreso económico y deciden recortar por el aspecto deportivo.</p>	<p>A3F3: Tener aportes fuera del pago mensual de los alumnos es importante, en estos casos de cese de actividades, la ayuda económica de sponsors es fundamental.</p>	<p>A3D4: Tener falencias en la comunicación interna puede traer problemas para lograr mantener el alumnado y fortalecer el vínculo de los grupos.</p> <p>A2D5: La ineficaz comunicación externa podría darles ventajas a los principales competidores.</p>
---	--	--

Oportunidad:

Larroquet Tenis debe sacar provecho del hecho de formar parte de la sede del Club Banco Provincia de Mar del Plata. Esto será ventajoso ya que el club cuenta con un posicionamiento y reconocimiento a nivel local y nacional. El trabajo en conjunto entre la escuela y el club facilitará este posicionamiento. La buena relación entre ambas instituciones brinda la oportunidad de generar una integración, un sentido de pertenencia y una cultura organizacional para quienes forman parte del Club Banco Provincia y Larroquet Tenis.

Objetivo general:

Integrar la Escuela Larroquet Tenis al Club Banco Provincia y generar sentido de pertenencia a través de una identidad corporativa fortalecida para un posicionamiento de la Escuela de tenis a nivel local y nacional.

Objetivos específicos:

- 1) Promover los mismos valores tanto en el club como en la escuela, buscando la cooperación y la asociación en un proceso sinérgico.
- 2) Profesionalizar y organizar los canales de comunicación, produciendo un contacto permanente entre directivos, profesores y alumnos de Larroquet Tenis.
- 3) Generar una identidad visual conjunta entre la Escuela y el Club, de esta manera encontrarán un estilo y patrón propio. Busca un posicionamiento a nivel local y nacional de ambas instituciones.
- 4) Lograr captar nuevos alumnos para la Escuela Larroquet Tenis y nuevos socios para el Club Banco Provincia de Mar del Plata.
- 5) Generar una cultura organizacional y sentido de pertenencia a partir del trabajo conjunto del Club y la Escuela.

El objetivo general muestra la importancia del trabajo de ambas entidades para generar una única identidad compartiendo valores, conductas y reglas en pos de un mayor posicionamiento por parte de la Escuela de Larroquet Tenis. La integridad entre las dos instituciones dará una imagen conjunta al resto de los clubes en la ciudad, este es el objetivo que se propone como unidad. El Club Banco Provincia ha logrado un renombre y posicionamiento a lo largo de su historia, por lo tanto, es importante que la Escuela utilice esto para crecer como entidad propia.

Es fundamental dar este mensaje de unificación y de unidad tanto de manera interna a través de acciones fortaleciendo las relaciones entre los alumnos, los profesores y los directivos. También se debe hacer a través de la comunicación externa con la profesionalización y eficiencia de las redes sociales utilizadas como Instagram, Facebook y sitio web. El hecho de tener un buen uso de estas herramientas logrará captar nuevos y nuevas jugadores y alumnos para Larroquet Tenis y nuevos socios para el Club Banco Provincia de Mar del Plata.

1) Manteniendo la esencia.

Acción: Capacitación de mentores.
Periodicidad: Diaria
Público Objetivo: Nuevos empleados del club, las personas encargadas del mantenimiento hasta los profesores de cada disciplina.
Lugar donde se va a realizar: Dentro del Club Banco Provincia de Mar del Plata.
Objetivo: Transmitir los valores del Club y la Escuela de generación en generación. Se trata de capacitar a los integrantes del Club, trasladárselo a los jugadores de cada deporte. Por último, genera un crecimiento y desarrollo profesional de cada persona.
Razón: Resulta fundamental para fortalecer el aspecto interno de la institución, es además una motivación para cada empleado, teniendo una capacitación personalizada en busca de mejorar las habilidades de comunicación, gestión del tiempo, empatía con los alumnos, etc.

DESARROLLO:

El objetivo principal de la acción es designar mentores o líderes para comunicar, trasladar y transmitir los valores de la institución a nuevas generaciones del equipo de trabajo. Para esto, es importante seleccionar de una manera coherente y responsable quienes van a ser los mentores, siendo miembros experimentados y comprometidos con el club.

Esta acción se debe desarrollar en conjunto con los directivos del club y de la Escuela, son quienes más establecidos y definidos tienen estos valores institucionales. Es importante realizar una vez por mes, un espacio de puesta en común entre los directivos y los empleados del club, de esta manera se determinarán cuáles son las habilidades a nivel comunicación, gestión del tiempo, empatía y técnicas específicas para desarrollar el trabajo de parte de los mentores.

La utilización de encuestas para definir cuáles objetivos fueron alcanzados, definir nuevos objetivos, abordar desafíos e intercambiar las experiencias en este proceso.

El fin de esta acción de comunicación es no solamente transmitir valores deportivos sino valores personales, buscando el bien común dentro del club y fortalecer el concepto de comunidad.

2) “Nuestro portal al mundo”

Acción: Rediseño del sitio web
Periodicidad: Una única vez, se realizará a partir del 2024. Existe un mantenimiento mensual pero no implica una gran cantidad de trabajo.
Público Objetivo: Destinado a todos los socios y jugadores de las distintas disciplinas. Además, es una herramienta que es útil a nivel social, donde cualquier persona que esté interesada en el deporte podrá ingresar.
Lugar donde se va a realizar: Se debería contratar un ingeniero y diseñar de sitio para que pueda crearlo.
Objetivo: Dentro del sitio web del Club Banco Provincia Mar del Plata se podrá generar una pestaña dedicada al área de tenis. En esta se incluirá: historia, estructura del equipo y sus integrantes, imágenes y videos del área de tenis, sponsors que financian esta parte, etc. Además, generar un espacio de contacto a través de un botón de acción el número de WhatsApp de los directivos, etc. Generar un espacio de testimonios de alumnos que son parte de la escuela, de jugadores que han participado de los torneos, etc. Incluir también videos de los profesores invitando a aquellas personas que se ven interesadas en comenzar a jugar al tenis. Por último, una sección de noticias, con los últimos eventos que sucedieron y los próximos a suceder con la posibilidad de inscribirse allí mismo.
Razón: La Escuela especialmente carece de una buena comunicación interna y externa, por eso es necesario utilizar el sitio web para mejorarla. Este es uno de los recursos que tiene el público para conocer que sucede en el Club y en La Escuela, fundamentalmente a través de información. Será útil para socios, alumnos de las distintas disciplinas y potenciales jugadores.

DESARROLLO:

El sitio web será ideado y realizado por especialistas. Este se incluirá en el sitio web del Club Banco Provincia de Mar del Plata. Por ende, la nueva pestaña de Larroquet Tenis deberá mantener un criterio estético, de tipografía, diseño, etc., que coincida con el del Club. Lo importante es la información que llevará dentro como los últimos eventos realizados, los próximos a hacer con la posibilidad de inscribirse allí mismo. Un detalle de cada clase y del objetivo de cada una de ellas, también sería útil.

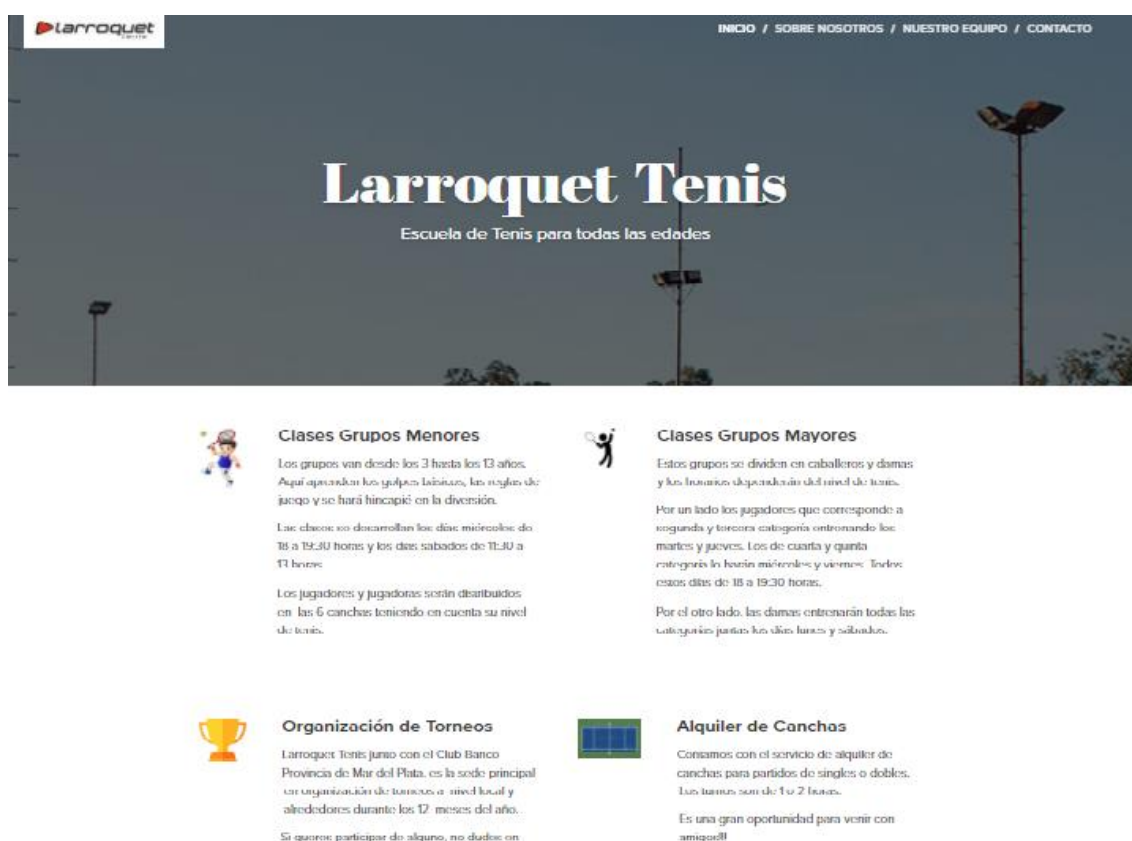
Inicio: Al entrar a la página del Club Banco Provincia de Mar del Plata, aparecerán en el margen superior todos los deportes que se practica, allí podrás clickear para ingresar al área de tenis.

Sobre nosotros: con la utilización de una foto de toda la estructura superior del área, junto con un resumen de la historia, será lo primero que ve el usuario que esté ingresando al sitio.

Nuestro equipo: Aquí habrá pequeños fragmentos de video de los 3 directores deportivos, invitando a los alumnos a formar parte.

Contacto: En esta sección se incluirá la ubicación del Club para tener referencia donde se ubica, además botones de acción que deriven a las diferentes redes (Facebook e Instagram). Además, aquí se podrá alquilar canchas directamente, ingresando un nombre y apellido y horario para el que quiere solicitar la cancha.

Este tipo de recurso de comunicación tiene un valor aproximado de 600 dólares, realizado por ingenieros y gente especialista.



Sobre nosotros

Haz clic aquí para editar ...

Nacimos como Escuela de Tenis en 2004 junto con la compañía del Club Banco Provincia que nos da la confianza y comodidad necesaria.

Nosotros, los directores, Marcos, Gastón e Ignacio Larroquet intentamos satisfacer las necesidades de grupos de todas las edades.

Creemos que lo más importante es que todos y todas vengan a pasar un gran momento con amigos, disfrutando las canchas, el predio y jugar al tenis. No solo se trata del espíritu de competencia sino de entretenimiento.

Damos clases hace más de 15 años.

Nuestro equipo

Larroquet Tenis

Haz clic aquí para editar ...



Marcos, Gastón e Ignacio Larroquet, los 3 directores de la Escuela Larroquet Tenis. Ellos fundaron la entidad dentro del predio del Club Banco Provincia. Además cumplen el rol de profesores con la ayuda de 3 personas más: Mariano García, Manuel Blanco y Santiago Martín.

Haz clic aquí para editar ...

Creado con [Webnode](#)

Contáctanos

Haz clic aquí para editar ...

Comunicate con nosotros



-  Larroquet Tennis
Av. Fray Luis Beltrán 7000, Mar del Plata,
ARG
-  0223-479-1241
-  larroquetenis@gmail.com
-  Instagram: @larroquet.tenis
-  Facebook: Larroquet Tennis

3) Asado de los viernes

<p>Acción: Cena mensual.</p>
<p>Periodicidad: Durante todo el año, desde que comienzan las actividades hasta que finalizan, se llevará a cabo durante el tercer viernes de cada mes un asado. Será por la noche, alrededor de las 20 o 21 horas.</p>
<p>Público Objetivo: Estos asados serán para todos los alumnos y alumnas de la Escuela Larroquet Tenis, los profesores del área de tenis y directivos del Club. Todos ellos serán invitados.</p>
<p>Lugar donde se va a realizar: Se llevarán a cabo en los quinchos que se encuentran dentro del Club Banco Provincia, estos deberán ser reservados con anticipación y se podrán ocupar. Cuentan con parrilla, pileta de lavado, mesas y sillas, calefacción, heladera, etc.</p>
<p>Objetivo: Crear ritos y rituales, esto tiene como fin la consolidación de un sentido de identidad y de la formación de un buen vínculo entre los alumnos de la Escuela y hasta en los profesores y los mismos alumnos. Los asados permiten descubrir un ambiente distendido, cómodo y de sociabilización. Aquí se propondrá un menú general a través de los grupos de WhatsApp donde se encuentran todos los alumnos y alumnas de la Escuela, allí se decidirá que se va a comer. En caso de los vegetarianos se hará un menú aparte basado en verduras, si es de sup preferencia cada uno podrá llevar su propio menú desde su casa. Cada integrante del asado deberá asistir con una bebida para consumo propio, vajilla y un monto de dinero determinado para cubrir los gastos del alquiler del quincho. Esta es una acción que se refiere a los objetivos específicos 1 y 5.</p>
<p>Razón: Este tipo de eventos o reuniones son importantes para fortalecer el sentido de pertenencia y la consolidación de un trabajo en grupo. Esto permitirá mejor relación entre los integrantes de la Escuela que se verá reflejando dentro de la cancha a la hora de realizar ejercicios en equipo. Por más de que el tenis sea un deporte individual, la necesidad de generar una buena relación en general dará sus frutos para llevar el día a día de una mejor manera.</p>

Desarrollo:

En el tercer viernes de cada mes, se llevará a cabo un asado con los alumnos de la Escuela de Tenis. Los días viernes se realiza la clase con mayor alumnado de todas, con edades diferentes que van desde los 22 hasta los 50 años. Realizarlo el

último día hábil de la semana como modo de relajamiento sin tener responsabilidades, es una buena estrategia. Los asados serán en cualquiera de los quinchos que el Club posee, allí cuentan con heladera, parrilla, mesada, lavado y baños. Cada jugador que asista deberá hacerlo con su vajilla propia y una bebida para aportar al grupo, luego la carne será comprada con anticipación por los profesores y los costos serán cubiertos entre las personas que asistieron al asado.

Esta acción esta destinada a los socios y jugadores de la Escuela de Tenis junto con los directores de esta área. El objetivo principal de ella es consolidar el grupo de entrenamiento, generando un lazo que va más allá de lo deportivo y crear un sentido pertenencia dentro de la Escuela y dentro del Club. La transmisión de valores a cada jugador y la consolidación de las relaciones, refuerza el concepto de comunidad.

Este tipo de reuniones, además, son fundamentales para reconocer entre todos el reconocimiento de cada integrante de la Escuela, el crecimiento a nivel grupo y a nivel individual relacionado a lo deportivo. Por eso, en estos espacios siempre es bueno reconocer a través de premiaciones o menciones quienes son los jugadores destacados del mes y del año.

De parte de los directivos de la Escuela, deberán estar atentos a cuáles son las falencias que detectan en el grupo, con el fin de perfeccionarlo y potenciar cada grupo por separado.

La integración, la consolidación del grupo, la transmisión de valores a nivel personal y a nivel grupal son alguno de los objetivos ha cumplir en esta acción.

ASADO DE LOS VIERNES

 **Viernes 22**

 **Quincho N°1**

¡Los esperamos!
Confirmar asistencia

4) “Por los colores de este amor”

Acción: Rediseño de los uniformes.
Periodicidad: Una vez al año resulta ideal, con el fin de modernizarlos y generar un cambio y una modernización de forma anual.
Público Objetivo: Está destinado a los empleados de Larroquet Tenis y también al alumnado, con el fin que compitan utilizándolo. Esto generará una fácil identificación del club, además de sentido de pertenencia.
Lugar donde se va a realizar: Se realizará a través de una empresa de industria textil, bajo una relación de tercerización.
Objetivo: Se intenta crear y diseñar un uniforme de Larroquet Tenis con el objetivo que sea utilizado de manera obligatoria en las competencias que participe la escuela.
Razón: Este tipo de acciones genera fuerza y refuerza la identidad del Club y la escuela, a través del orgullo en la representación. Fundamentalmente para establecer una identificación y diferenciación durante las competencias locales y nacionales, reconociendo jugadores que representan a Larroquet Tenis.

Desarrollo:

Los uniformes son un modo de diferenciación y representación de la Escuela ante el resto de los clubes. Además, funciona como mecanismo para fortalecer la identidad de Larroquet Tenis. El material del uniforme será discutido en los grupos de Whatsapp que tienen los directivos junto con los jugadores, este aspecto es importante ya que Mar del Plata es un factor importante por la amplitud térmica, este uniforme será utilizado durante todo el día. Una marca atinada es Kappa, marca italiana que Aldosivi a nivel fútbol supo vestir. La financiación de estos uniformes puede estar provista por los mismos sponsors que tienen actualmente, con esto el club o la escuela evitará entrar en gastos.

El uniforme está definido por las siguientes prendas:⁴

⁴ Programa de Diseño Owayo, 2023, www.owayo.es

Remeras: El color será rojo y una línea negra que atraviesa. De frente aparecerá el escudo de Larroquet Tennis y en la parte de atrás el nombre del Club Banco Provincia.



Shorts: Este diseño será de color negro, en su frente el iso de Larroquet Tennis, en su costado derecho la aclaración que pertenece y colabora el Club Banco Provincia y en su parte trasera el área al cuál corresponde este diseño, esto también con el objetivo de diferenciarlo del resto de las disciplinas.



Buzo: El buzo también será negro con el isotipo de Larroquet Tennis en el pecho, detalles en blanco y cuello rojo. En su parte trasera se incluirá el nombre del Club Banco Provincia.



Gorra: La gorra será blanca lisa con el isotipo de Larroquet Tennis, un diseño simple, pero para un accesorio muy característico en el jugador o jugadora de tenis.



El uniforme tanto de los alumnos como de los profesores, deberá ser distinto para lograr diferenciarse. Ambos modelos deben compartir los colores, pero diferir en los diseños.

5) Sigam a @larroquet_tenis

Acción: Aumentar los seguidores en todas sus redes sociales.
Periodicidad: La publicación para lograr un alcance conveniente se deberán hacer 3 posteos semanales y 3 historias diarias, de lunes a domingo.
Público Objetivo: El público objetivo es muy amplio en relación de edad, de 20 a 70 años, también lo son los niños, pero no utilizan redes, por eso llegará a través de sus padres o hermanos mayores. El sexo es indistinto, tanto mujer como hombre son necesarias como alumnado.
Lugar donde se va a realizar: Puede ser manejado y administrado por una empresa de publicidad o por los mismos profesores de tenis, se realizarán de manera sincronizada tanto Instagram como Facebook.
Objetivo: El hecho de profesionalizar las redes, generar una interacción constante, demostrar la actividad diaria y dar a conocer información útil para la Escuela y los alumnos, fortalece el orgullo y sentimiento de parte de los que forman parte del alumnado. No solo esto se realiza de manera interna, sino que es una herramienta para reclutar nuevos jugadores o generar curiosidad ante los propios socios del Club Banco Provincia y ese deseo de querer comenzar a practicar tenis.
Razón: Larroquet Tenis además de dictar clases, es el mayor organizador de torneos a nivel local y alrededores. Por lo tanto, el uso eficaz y eficiente de las redes sociales logrará aumentar el alcance al momento de dar información o noticias sobre las diversas competencias

Desarrollo:

Instagram es actualmente la red social más importante y eficaz de todas al igual que Facebook, ambas con públicos objetivos cubriendo un gran rango de edad entre ambas. La utilización de la pauta publicitaria es una gran herramienta para lograr un mayor alcance y en un menor tiempo. Dentro de esta estrategia se pueden establecer distintos objetivos: recibir mensajes directos, visitar el perfil o establecer algún botón de acción que derive directamente a canales de comunicación como Whatsapp. Este objetivo puede ser segmentado de una forma precisa, segmentación a través de la ubicación, de la edad, intereses, etc.

Instagram: En Instagram es recomendable el uso de 4 historias diarias y 3 publicaciones semanales, teniendo como objetivo generar contenido audiovisual más relacionado a los videos, reels y carruseles. Este tipo de publicación genera mayor interacción y alcance.

Facebook: Amplía el público objetivo, sobre todo en relación a la edad. El público de esta red social se divide en su mayoría en mayores de 45 años, siendo parte del público al cuál Larroquet Tennis apunta.

Tik Tok: Es una red social relativamente nueva, donde se apunta a crear contenido que sea netamente videos cortos de entre 30 segundos y 1 minuto. Esta red, genera mucha viralización a partir de su contenido, mensaje y música. Puede ser un gran lugar para generar mayor presencia visual del club, instalaciones, etc. Además, los profesores de la escuela podrían mostrar contenido relacionado a los tips, la técnica de los golpes, mostrar como se realizan, captando la atención de aquellos principiantes ansiosos por aprender.

Las redes sociales son una herramienta fundamental para la difusión de lo que sucede en las distintas instituciones, en este caso permitirá atraer nuevos jugadores para que formen parte de la Escuela de Tennis. La atracción podrá ser para los no socios que ya juegan en Larroquet tennis o los socios del Club Banco Provincia que aún no practican tennis. Por lo tanto, es un instrumento para fortalecer el sentido de pertenencia e identidad generando una comunidad donde hay un conocimiento sobre el día a día de Larroquet Tennis.

6) Tu opinión nos importa

<u>Acción:</u> Creación de encuestas para los alumnos y empleados.
<u>Periodicidad:</u> Trimestralmente, llegando a 4 encuestas por año.
<u>Público Objetivo:</u> El público objetivo es muy amplio en relación de edad, de 20 a 70 años, también lo son los niños, pero no utilizan redes, por eso llegará a través de sus padres o hermanos mayores. El sexo es indistinto, tanto mujer como hombre son necesarias como alumnado.
<u>Lugar donde se va a realizar:</u> A través de Google Forms. Se enviará vía grupos de Whatsapp el enlace y allí podrán responder de forma anónima.
<u>Objetivo:</u> Las encuestas se realizan con el objetivo de saber cuáles son las sensaciones que tienen sobre el funcionamiento general de la escuela. Además, podrán saber cuáles son los puntos a mejorar, sea en los servicios, en la infraestructura o en el abono mensual. Cuáles son las necesidades y expectativas de sus miembros, también es importante.
<u>Razón:</u> Este recurso se utiliza para entender las expectativas de los miembros, saber cuales son las necesidades y así adaptar programas, servicios y actividades a las preferencias de la comunidad deportiva. La identificación de área de mejoras es importante para así poder mejorarlas como las instalaciones, servicios, programas de entrenamientos, eventos y más. La planificación de eventos y actividades también es útil por medio de la opinión de esta comunidad, garantizando cuales actividades son relevantes y atractivas. Por último, fortalece la comunidad en su totalidad, a través de las encuestas se obtiene información útil sobre la calidad de las relaciones sociales y comunitarias dentro del club. Fortaleciendo este concepto para poder aumentar la satisfacción general de los miembros.

Desarrollo:

Las encuestas se realizarán de manera trimestral, habiendo 4 en la totalidad del año. Aquí se harán preguntas puntuales y el enlace de Google Forms será enviado por los grupos de Whatsapp que nuclea a los alumnos y otros que nuclea a los empleados. Luego de contestadas, se realizarán reuniones internas con el fin de entender que opinó el público y tomar decisiones sobre como modificar y como mejorar estos puntos que están en falta.

El objetivo de la misma es analizar cada respuesta con el equipo de directivos para así definir cuáles son las decisiones ha tomar en caso que haya alguna insatisfacción. Este trabajo se realizará de manera conjunta entre directivos de la Escuela de tenis y los directivos del Club. Como dije anteriormente, las encuestas se realizarán de manera anónima, para así no perjudicar el trabajo de ninguno de ellos.

7) SISTEMA SOCIETARIO:

Acción: Mejorar notoriamente el sistema de socios del Club Banco Provincia Mar del Plata.
Periodicidad: Una única vez, después será necesario actualizarlo, renovarlo y perfeccionarlo año tras año.
Público Objetivo: Familias y jugadores del Club Banco Provincia Mar del Plata.
Lugar donde se va a realizar: Se realizará a través de un equipo de ingenieros y desarrolladores de sitios, al igual que con un equipo de diseño. La mejor plataforma para este tipo de sitios será Wordpress.
Objetivo: Las encuestas se realizan con el objetivo de saber cuáles son las sensaciones que tienen sobre el funcionamiento general de la escuela. Además, podrán saber cuáles son los puntos a mejorar, sea en los servicios, en la infraestructura o en el abono mensual. Cuáles son las necesidades y expectativas de sus miembros, también es importante.
Razón: Si bien esta propuesta debe salir de la iniciativa del Club y no de la Escuela, es una decisión que ayudará a ambas partes. Fortalece la comunicación interna del club, generando una gran masa societaria. Por esto, es necesario que Larroquet Tenis pase a formar parte legalmente, a nivel identidad visual y desde el aspecto de comunicación externa hacia la sociedad como un área más del Club Banco Provincia de Mar del Plata. En este caso, los jugadores de tenis se verán motivados a ser socios para obtener todo este tipo de beneficios sociales y económicos que hasta hoy día no logran conseguir.

Objetivo:

Lograr que las familias se consoliden dentro del club, formen parte de él. Al día de hoy solamente hay 1500 familias con un pago mensual de 3000. El socio tiene escasos beneficios e incentivos para volverse socio del Club, a través de este sistema, el objetivo es que esto cambie.

Desarrollo:

Algunos beneficios a tener en cuenta pueden ser:

- **Acceso a las instalaciones:** gimnasio, estacionamiento, vestuarios, reserva sin cargo para canchas de tenis que actualmente lo tiene, alquiler de quinchos con parrilla y gran espacio, utilización de canchas de pádel.
- **Participación en eventos exclusivos:** Muchos clubes deportivos organizan eventos exclusivos para sus socios, como torneos, competencias, noches temáticas o actividades sociales. Esto fomenta un sentido de comunidad en sus miembros.
- **Descuentos en programas y clases:** Recibirán descuentos especiales o tarifas preferenciales en programas de entrenamiento, clases de fitness o eventos organizados por el club. Actualmente esto existe, aunque no está comunicado de manera efectiva, el único deporte que no funciona de esta manera es Larroquet Tenis, siendo una desmotivación en comparación al resto de las actividades. El factor económico cumple un rol fundamental.
- **Acceso a uniformes:** En el caso que la persona sea socia tendrá un descuento exclusivo en el uniforme que utilizará para practicar el deporte.
- **Reconocimiento y premiaciones:** Aquellos socios que han sido destacados durante el año en sus respectivos deportes, recibirán un premio.

El objetivo principal de esta acción es poder ingresar en un sistema el registro de las personas que acuden al club para allí ser conscientes de la cantidad de gente que visita las instalaciones por ser socio y cuantos por ser visitantes para competir en los deportes que les corresponden. El pago de esta cuota generará una serie de beneficios para poder dar una motivación a permanecer como socio, desde la gestión de descuentos en indumentaria deportiva, en el caso de Open Sports, hasta descuentos en las clases o cuotas mensuales de cada deporte, en la comida que ofrece el buffet todos los días, etc.

Bibliografía

Universidad Nacional de Misiones, 2023, “Manual Básico de Identidad Visual” (capítulo 1)

Andrade Horacio 2005, “Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica” págs. 15-17

Sitio Web Club Banco Provincia, 2023 (www.clubbapro.com.ar)

Programa de Diseño de uniformes Owayo, 2023, (www.owayo.es)

Sitio Web Federación Atlántica de Tenis, 2023, (<https://fedatlanticadetenis.com.ar/>)

Creación de sitios web personalizados, (www.webnode.com)