



---

# TRABAJO FINAL

---

Proyecto profesional de Graduación  
Comercial Rugby Club



UNIVERSIDAD FASTA- FACULTAD DE PRIODISMO Y COMUNICACIÓN

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

ALUMNA: MELINA URRUTI

PROFESORA: ANA LORENZO

AÑO: 2024

## Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a mi familia, por acompañarme en cada paso de mi vida, por apoyarme en cada proyecto y por creer en mí, a veces incluso, más que yo misma.

A mis amigas, que me acompañan hace tanto tiempo, que celebraron conmigo cada logro, y me desearon suerte en cada parcial. Su amistad me potencia a seguir creciendo todos los días.

A mis amigos que me dio la facultad. A Ignacio, Bianca, Santiago, Valentina, Renzo. Me alegraron cada día de estos años compartidos y me regalaron momentos únicos que me llevo para toda la vida.

Y gracias a mis profesores, por la ayuda y la paciencia de todos estos años.

## Resumen del proyecto

El presente trabajo se centra en un diagnóstico exhaustivo de la identidad y las cuestiones internas del club deportivo Comercial Rugby Club, con el fin de proponer soluciones a las posibles problemáticas que puedan surgir tanto en la comunicación interna como externa.

Este club deportivo involucra a jugadores de todas las edades y sus familias, así como al cuerpo directivo y técnico. Además, se encuentra abierto a nuevas propuestas y está dispuesto a brindar la información necesaria para su mejora continua.

El proyecto se desarrollará siguiendo una serie de pasos que se detallarán a continuación. Las acciones principales se enfocarán en posicionar al club estratégicamente, con el objetivo de reclutar nuevos jugadores y mejorar la motivación y el sentido de pertenencia de los actuales.

## Índice

1. Agradecimientos .....	1
2. Resumen .....	2
3. Comercial Rugby Club.....	4
4.1. Historia e identidad.....	4
4.2. Ubicación del club.....	4
4.3. Deportes y divisiones.....	5
4.4. Entrenamientos.....	6
4.5. Valores y familias.....	8
4.6. Análisis comparativo con otros clubes.....	9
4.7. Estacionalidad del club .....	11
4.8. Recursos económicos.....	12
4.9. De un club de rugby a mucho más .....	13
4.10. Situación actual.....	13
4.11. Comunicación del club.....	16
4. Redes Sociales.....	16
5.1. Instagram.....	16
5.2. Facebook.....	20
5.3. Twitter.....	22
5.4. Publicidad.....	24
5. Análisis FODA .....	30
6. Formulación del problema .....	30
7. Objetivo general .....	30
8. Objetivos específicos .....	30
9. Definición de las necesidades de comunicación .....	30
10. Acciones de comunicación .....	31
10.1. Acción 1.....	31
10.2. Acción 2.....	32
10.3. Acción 3.....	34
10.4. Acción 4.....	38
10.5. Acción 5.....	41
11. Bibliografía .....	44

## **Comercial Rugby Club**

### Historia e identidad

Comercial Rugby Club, fundado en 1949, es el club fundador de la Unión de Rugby de Mar del Plata. Se ubica en la Ruta 226, km 17 y ½, en Sierra de los Padres. El club cuenta con instalaciones para la práctica de rugby tanto masculino como femenino, además de un buffet y vestuarios para ambos sexos.

La fundación del club se debe a un grupo de jóvenes de 14, 15 y 16 años de la Escuela Nacional de Comercio Mariano Moreno, quienes, bajo la motivación del director y los profesores, impulsaron el deporte del rugby. Entre los pioneros se encontraban Héctor Rojas, Héctor Carnicero y Ángel Roy, entre otros.

Actualmente, el club está dirigido por una Comisión Directiva encabezada por el presidente Gustavo Oliver, acompañado por el vicepresidente Ricardo Latanzi, el secretario Leonardo Larrañegui, el prosecretario Héctor Cutrera, el tesorero Fernando García y el prosecretario Hernán Rugo. La comisión se completa con dos vocales titulares (Justo Aufet y Nicolás Martín), dos vocales suplentes y cinco revisores de cuentas (tres titulares y dos suplentes). Además, el club cuenta con un capitán general, quien actúa como enlace entre los coordinadores y la Comisión Directiva.

### Ubicación del club

Comercial Rugby Club está situado en Sierra de los Padres, una localidad del partido de General Pueyrredón, en la provincia de Buenos Aires, a 27,4 kilómetros de Mar del Plata. Inicialmente, esta localidad se relacionaba con un área restringida similar a un barrio residencial, pero la creciente población estable comenzó a demandar una mayor identidad comunitaria.

El conglomerado de Sierra de los Padres incluye zonas como Laguna de los Padres, Colina de los Padres, El Coyunco, Las 4 Esquinas, La Gloria de la Peregrina, El Paraíso, Villa María del Mar, Colinas Verdes, El Dorado y la extensa zona rural. Según estimaciones de la delegación municipal de Sierra de los Padres, la población asciende a aproximadamente 12 mil habitantes.<sup>1</sup>

En la localidad se encuentran cuatro instituciones educativas: la Escuela N.º 49 (nivel primario), la Escuela Media N.º 13 (nivel secundario), el Jardín Municipal N.º 7 (nivel inicial) y la Escuela de Adultos N.º 743.

---

<sup>1</sup> Fuente: La Capital <https://www.lacapitalmdp.com/sierra-de-los-padres-la-ocupacion-habitacional-fue-del-90-en-enero/>

Comercial Rugby Club es el único club deportivo de la zona, ofreciendo actividades de rugby y hockey. En 2023, se fundó el primer club de fútbol de Sierra de los Padres, denominado "Brown". Según el medio 0223, este club atrajo rápidamente a 150 chicos y chicas que se integraron desde el inicio.<sup>2</sup>

### Deportes y divisiones

Comercial Rugby Club ofrece diversas actividades deportivas, entre las que se destacan el rugby masculino y femenino, así como hockey femenino.

El rugby masculino es el deporte con mayor preponderancia dentro del club, con un total de 180 jugadores distribuidos en todas sus divisiones. Las divisiones incluyen:

- Infantiles: Comprende las categorías M6 a M13, que abarcan edades de 6 a 12 años.
- Juveniles: Incluye a jugadores de 14 a 18 años, divididos en M14, M15, M16, M17 y M19. La categoría M19 incluye jugadores de 18 y 19 años.
- Plantel Superior: Se divide en Primera, Intermedia y Pre Intermedia, para jugadores mayores de 18 años.

Cada división tiene su propio entrenador, que reporta a un coordinador específico. Existen coordinadores para el área infantil hasta M13, otro para las categorías de M14 a M17, y un coordinador adicional para M19 y el plantel superior. En términos de competencias, cada división participa en torneos diferentes. La Primera División juega en un torneo regional junto a equipos de Bahía Blanca, Tandil y La Pampa, mientras que los juveniles compiten en un torneo con equipos marplatenses y de Tandil.

El hockey femenino se ha integrado al club hace aproximadamente 10 años y cuenta con 120 jugadoras distribuidas en diversas divisiones: Novena, Octava, Séptima, Sexta, Quinta, Pre Intermedia y Primera División. Este deporte tiene su propia subcomisión directiva, formada por padres, miembros de la comisión directiva general y entrenadores de cada división. La categoría Intermedia suele estar compuesta por madres de jugadores o jugadoras del club. Las divisiones participan en el Torneo B de hockey femenino.

Al igual que el hockey, el rugby femenino también se ha desarrollado en el club durante los últimos 10 años. Este deporte es aún muy amateur en la ciudad de Mar del Plata, siendo Comercial Rugby Club uno de los pocos clubes que lo practican. Actualmente, cuenta con 9 jugadoras. Las divisiones de rugby femenino incluyen juveniles, para chicas de 15 a 17 años, y el plantel superior, para jugadoras mayores de 18 años. El organigrama del rugby femenino

---

<sup>2</sup> Fuente: 0223 Mar del Plata <https://www.0223.com.ar/nota/2023-2-25-18-39-0-trabajaran-para-formalizar-la-cesion-de-un-terreno-para-el-nuevo-y-unico-club-de-futbol-de-sierra-de-los-padres>

está conformado por dos entrenadores que son jugadores de la Primera División masculina, un manager (generalmente un padre o ex jugador que se encarga de las actividades administrativas), y una capitana y subcapitana del equipo. Agustina Díaz, referente de la Unión de Rugby de Mar del Plata, ha comentado que, debido al reducido número de jugadoras, muchas de las tareas son realizadas por ellas mismas. El club está afiliado a la Unión de Rugby, que organiza los torneos y competencias para cada equipo.



Fuente: Facebook Comercial Rugby Club- división juveniles



Fuente: Facebook Comercial Rugby Club- hockey



Fuente: Facebook Comercial Rugby Club- Rugby femenino

### Entrenamientos

Los equipos juveniles y la primera división de rugby masculino entrenan los martes y jueves en el club, de 18:00 a 20:30 horas. El plantel superior también entrena en el mismo lugar, pero de 20:30 a 22:00 horas.

Por otro lado, los equipos infantiles entrenan en Mar del Plata, en una cancha de césped sintético ubicada en el club deportivo en la intersección de Tierra del Fuego e Ituzaingó. Los sábados, estos equipos se trasladan a la sede del club en Sierra de los Padres, un predio deportivo de ocho hectáreas, donde realizan las actividades del fin de semana.

El plantel de rugby femenino entrena dos veces por semana: los lunes a las 20:00 horas en una cancha de césped sintético en Morumbí, y los miércoles a las 20:15 horas en el club.

Las jugadoras de hockey entrenan principalmente en el Centro Municipal de Hockey, donde alquilan el espacio los martes y jueves para entrenar, y los fines de semana para jugar de local, ya que el club no dispone de una cancha de hockey. Los equipos de sexta, séptima y octava división entrenan en el predio del CMH, mientras que la primera división y la quinta entrenan en el mismo horario en la cancha de agua.

## Valores y familias

Comercial es un club reconocido por el fuerte apoyo familiar en todas sus disciplinas deportivas. Las familias y allegados de los jugadores suelen estar profundamente involucrados en el club. Por esta razón, cada equipo de cada división cuenta con un mánager, generalmente un padre, que se encarga de interactuar y organizar aspectos relacionados con el equipo, aliviando así la carga del entrenador para que pueda enfocarse plenamente en el desarrollo del equipo. Gustavo Oliver, presidente del club, comentó al respecto: *“Es importante incorporar a la familia y que vean en qué ambiente está su hijo; la familia se encarga de llevarlo y estar a gusto”*.

Además, el club, se esfuerza constantemente por reflejar sus valores a través de todas sus vías. Estos valores, que son el compañerismo, la humildad, la solidaridad, la disciplina y el sacrificio, son esenciales para la identidad del club. Gustavo Oliver, presidente del club, expresó:

“Nosotros captamos a todos los chicos, después el mismo ambiente suele depurar. Si hay un chico que no esté comprometido, solo se va... El rugby es un deporte que va en contra de la sociedad moderna, mientras la sociedad muestra facilitar las cosas, hacerte creer que sos un ganador y que hay que hacer poco esfuerzo, el rugby demuestra todo lo contrario”

Como se mencionó anteriormente, las familias están profundamente presentes en la vida del club y en los proyectos que este impulsa. Participan activamente en los partidos y en todas las actividades relacionadas, incluyendo aspectos económicos, iniciativas solidarias, viajes y demás. Los valores que el club inculca son también adoptados y reflejados por las familias, quienes contribuyen a mantener el espíritu y la cohesión de la comunidad deportiva.

“Una de las cuestiones del club es involucrar a todos. Para que el chico este contento lo mejor es involucrar al padre. Nosotros tenemos que llevar a un chico de 14 o 15 años, sacarlo a la ruta, ir hasta el club a entrenar y volver de noche, es por eso que es importante que los padres conozcan al club, para que puedan mandar a sus hijos. Es importante incorporar a la familia y que vean en qué ambiente esta su hijo, y ya sola la familia se encarga de llevarlo y estar a gusto” (Gustavo Oliver, presidente de la comisión directiva).

En el caso del rugby femenino, la participación familiar no es tan destacada como en otros deportes. Las familias que se involucran suelen ser aquellas que ya tenían un vínculo

con el club. “Las familias no están acostumbradas o no comparten la decisión de jugar este deporte, lo que resulta muy frustrante y nos lo cuestionan bastante”, comentó Agustina Díaz.

#### Análisis comparativo con otros clubes

Cada equipo y división participa en diferentes torneos. La primera división compite en el Torneo Regional Pampeano A, una competencia regional de rugby en Argentina que se inició en 2008 e incluye clubes de las uniones Mar del Plata, UROBA y Unión del Sur.

Por otro lado, la división de juveniles participa en un torneo regional que incluye equipos de Bahía Blanca, Tandil y Santa Rosa, La Pampa. Además, los equipos juveniles de Mar del Plata también compiten en torneos con equipos de Mar del Plata y Tandil.

Los equipos presentados en el Torneo 2024 de la primera división de rugby masculino de este año son:

- San Ignacio Rugby Club (Mar del Plata).
- Sporting Club (Mar del Plata).
- Club Universitario (Mar del Plata).
- Comercial Rugby Club (Sierra de los Padres).
- Mar del Plata Club (Mar del Plata).
- Club Sociedad Sportiva (Bahía Blanca).
- Club Argentino (Bahía Blanca).
- Los Cardos Rugby Club (Tandil).

Bruno Pellegrini, jugador de Comercial Rugby club comentó que la relación con la competencia es muy buena y cordial:

Nosotros siempre jugamos para una unión, si uno mira más adelante un seleccionado se juntan los mejores jugadores de distintos clubes que se unen. Después siempre hay ayudas entre los clubes, por ejemplo, cada vez que hay algún problema con algún chico de otro club todos los clubes solemos ayudar.

Por el lado de hockey, participan del torneo B de hockey femenino, con equipos de Mar del Plata, y ciudades como Miramar, Pinamar, Villa Gesel. Según la información suministrada por la AAMH (Asociación Amateur Marplatense de Hockey) la competencia de la Línea B tiene como protagonistas: B1, IDRA 'B', CET Pinamar, Sporting 'B', Talleres, Unión del Sur 'B'. Náutico Mar del Plata, Campo de Pato (Balcarce) y MDQ 06; B2, Pueyrredón,

Libertad, Comercial, Serena, River, Mar del Plata Club 'B', Mar del Plata Club 'C', Banco Provincia 'B' y Sporting 'C'.<sup>3</sup>

Por su parte, también podemos analizar la competencia de hockey femenino, con otros clubes que poseen cancha propia, por ejemplo, Banco Provincia. Este club cuenta con 4 canchas de fútbol, 6 canchas de tenis, 1 sintético de hockey, y 1 gimnasio polideportivo. Según su página oficial, la construcción de este sintético les permitió dar un salto y pasar a ser un club de renombre dentro del hockey en la ciudad.<sup>4</sup>

Ricardo Latanzi, vicepresidente del club y encargado del hockey femenino, asegura que la falta de una cancha propia es una gran deficiencia que podría traer beneficios tanto deportivos como económicos. Sin embargo, en la actualidad, este proyecto no es una prioridad para el club debido a la significativa inversión económica que requiere. Actualmente, el club alquila las canchas del Centro Municipal de Hockey (CMH) en Mar del Plata para disputar su torneo local, lo cual también implica un considerable gasto económico. *“Los cambios entre partidos de hockey son más rápidos que en rugby, y la gente viene a ver el partido y se va. Tener una cancha propia aumentaría significativamente los ingresos por estacionamiento y buffet, además de atraer a más personas al club. También nos permitiría alquilar la cancha a otros clubes que no dispongan de una”*, agregó Gustavo.

Por otro lado, algunos de los clubes competidores de rugby, al igual que los de hockey suelen ser competencia también en el reclutamiento de chicos. Muchos de estos clubes están asociados a colegios, por ejemplo, Sporting con el colegio Peralta Ramos, Mar del Plata con el colegio Dayschool, Trinity como colegio y como club, al igual que Idra y Einstein. Esto hace que inevitablemente, los chicos y chicas que ya asistan a estos colegios jueguen en estos clubes, si bien son entidades independientes funcionan de manera interrelacionada.

En lo que respecta a rugby femenino juegan un torneo clausura, con tan solo 3 clubes, Biguá, Necochea y Villa Gesel. Generalmente juegan en el club, pero algunas veces deben viajar a estas ciudades. Los torneos locales les permiten clasificar para un torneo regional, donde se enfrentan a equipos de Buenos Aires Oeste y Sur. Actualmente son campeonas del torneo local.

---

<sup>3</sup> Fuente: 0223 Mar del Plata <https://www.0223.com.ar/nota/2024-3-11-10-30-0-se-puso-en-marcha-el-torneo-oficial-de-la-aamh>

<sup>4</sup> Fuente: Club Banco Provincia Mar del Plata <https://www.clubbapro.com.ar/>

Por su parte, no tienen mucha competencia debido a la poca cantidad de equipos a los que se enfrentan, y la poca cantidad de chicas que juegan este deporte, que, según lo analizado, es muy amateur.

De igual manera podemos encontrar cierta competencia en cuanto a la ubicación y la accesibilidad. Agustina Díaz, manager de rugby femenino, comparó a Comercial con Biguá Rugby Club. Este club se ubica en Av. Fray Luis Beltrán 5900, Mar del Plata, zona Camet. Si bien es un club que también se encuentra lejos de la ciudad es más accesible debido a la cantidad de colectivos que llegan hasta esa zona, a diferencia de Comercial que solo cuenta con uno.

### Estacionalidad del club

Gustavo Oliver señaló que, antes de la pandemia, el club operaba desde marzo hasta noviembre, mientras que en la actualidad funciona prácticamente durante todo el año. "*En verano organizamos colonias deportivas en las playas de Punta Mogotes, lo que nos permite mantener el entrenamiento continuo a lo largo del año*", afirmó. El mayor periodo de reclutamiento de jóvenes para practicar estos deportes suele coincidir con el inicio del ciclo lectivo. El proceso comienza con la comunicación telefónica utilizando la base de datos actual del club.

Sin embargo, durante la pandemia, este proceso se vio afectado por una significativa reducción en la cantidad de jugadores registrados. El principal reclutamiento se realiza en colegios como el San Cayetano y el Argentino Modelo, con los cuales el club tiene convenios, se realizan algunos talleres en esos colegios y luego se invita a los chicos a unirse al club. Además, se colabora con escuelas de Sierra de los Padres, cuyos estudiantes utilizan las instalaciones del club para sus clases de educación física y, eventualmente, terminan integrándose al club como jugadores.

Por otro lado, tanto el presidente como el vicepresidente del club coinciden en que cada vez que se celebra un Mundial y el rendimiento de los Pumas y de las Leonas es positivo, se observa un aumento en la captación de jóvenes, así como en su desempeño. Actualmente, esta tendencia es particularmente evidente en el hockey, donde resulta más sencillo reclutar jugadoras en comparación con el rugby, que enfrenta mayores desafíos para atraer jugadores.

Actualmente Comercial se enfrenta una creciente competencia con los clubes de fútbol para captar nuevos jugadores. Desde la reciente euforia generada por el Mundial, el interés por el fútbol ha aumentado significativamente, lo que ha hecho más difícil atraer a jóvenes talentos al rugby.

## Recursos económicos

Comercial Rugby Club se sostiene principalmente a través de las cuotas sociales que pagan los jugadores, las cuales varían según la división en la que se encuentren, así como por un abono familiar y el cobro de estacionamiento. Además, el club cuenta con el respaldo de sponsors que contribuyen económicamente a cambio de publicidad en carteles dentro de las canchas, en las camisetas de los jugadores y en las redes sociales del club.

Adicionalmente, ciertos socios y exjugadores vinculados al club realizan aportes extra, ya sea a través de donaciones monetarias o mediante la organización de proyectos de recaudación de fondos. Los jugadores, con el apoyo de sus familias, también llevan a cabo diversas iniciativas como fiestas, tercer tiempo extendido, rifas, entre otras actividades.

Además, reciben una ayuda de la Unión de Rugby de Mar del Plata, para los viajes y torneos.

Actualmente, Comercial Rugby Club ofrece un mes de prueba gratuita para que los niños puedan experimentar el deporte, evaluar si les gusta y, en caso afirmativo, asociarse al club para continuar con la actividad.

Bruno Pellegrini en base a esto comentó:

“hace poco tuvimos que juntar mucho dinero para un alambrado y hubo que conseguir el alambrita, ir a sacar los postes, y esa plata sale del trabajo en común; en el club hoy por hoy no sucede esa ayuda que suele pasar en clubes como Sporting o Mar del Plata donde hay ciertas personas que pueden poner la plata. Otro club como San Ignacio que creció mucho en cuanto a infraestructura últimamente, donde el presidente del club pudo aportar la plata para hacer el buffet, gimnasio, eso facilita mucho las cosas, y en nuestro club eso sale de nosotros. Es algo muy significativo del amateurismo, a nosotros no nos pagan, queremos dejar lindo el club y conseguimos a las personas que puedan hacer el trabajo dando una mano”.

Las chicas de rugby femenino también realizan actividades para recaudar dinero. *“Ahora dentro de poco es el aniversario del club y para poder pagar la entrada estamos vendiendo cajas de alfajores, estas cosas tienen que salir de cada una y de movernos nosotras”*, agregó Agustina.

Asimismo, la Unión colabora en diversos aspectos, dado que, al estar en proceso de desarrollo, el costo de fichaje para las jugadoras es considerablemente menor en comparación con los jugadores de rugby masculino.

## De un club de rugby a mucho más

Comercial Rugby Club comenzó como una institución exclusivamente masculina, fundada por jóvenes provenientes del colegio Mariano Moreno, y se mantuvo así durante muchos años. Sin embargo, la idea de incorporar a las mujeres al club fue ganando fuerza con el tiempo.

Hace aproximadamente diez años, surgió la iniciativa de integrar el hockey femenino al club, con el objetivo de invitar a toda la familia a participar y ampliar la base de socios, dado que hasta entonces solo los hombres, jugadores de rugby, eran los principales convocados.

Aunque el proceso tuvo sus altibajos, el desarrollo del hockey en el club comenzó a consolidarse, y actualmente está experimentando un crecimiento significativo. Ricardo Latanzi, vicepresidente del club, y Leandro Barcos, secretario, son los principales responsables de la subcomisión de hockey. Además, un grupo de padres, junto con dos entrenadores para la primera división y una entrenadora para las categorías quinta, sexta, séptima y octava, conforman el organigrama de esta actividad.

Hoy en día, el club cuenta con más de 100 jugadoras en este deporte. De hecho, el sector de hockey está creciendo a un ritmo superior al del rugby, debido a la mayor facilidad para captar nuevas jugadoras.

## Situación actual

Una problemática presente en la actualidad es la falta de sentido de pertenencia de los deportes como hockey y rugby femenino, lo cual podría tener relación con la falta de importancia que el club les brinda a estos deportes, en comparación con rugby masculino. Esto se ve reflejado en sus redes, en el grado de formalización del club, entre otras cuestiones.

Un asunto notable es la adhesión que tienen los jugadores de rugby al club, algo que aún no se ha desarrollado plenamente en el hockey o rugby femenino, pero que el club está intentando fomentar. *"Es fundamental que el club demuestre interés en el hockey, ya que esto nos fortalecerá como institución"*, comentó el vicepresidente del club.

El rugby femenino comenzó entrenando en una plaza, con siete jugadoras que habían clasificado al torneo nacional y contaban con un entrenador externo al club. En la actualidad, el equipo es dirigido por dos jugadores de la primera división de rugby masculino. Sin embargo, durante la pandemia, el grupo experimentó una drástica reducción en su

número, lo que dificultó la reorganización y la recuperación de la motivación para retomar los entrenamientos.

Por mucho tiempo en la Unión no había una persona encargada de organizar los torneos de rugby femenino, por lo cual se empezaron a jugar torneos amistosos, en lugar de torneos oficiales y competitivos. Agustina Díaz agregó:

Este año la Unión femenina de rugby hizo mucha bajada de línea en lo que es femenino, y para clasificar un regional pedían tener juveniles. Nosotras por ejemplo somos campeonas del torneo local, pero como no teníamos juveniles no clasificamos al regional. Ahora estamos armando nuestro grupo de juveniles, pero tenemos solo tres chicas, y necesitamos un mínimo de diez jugadoras fichadas.

En base a entrevistas con la referente de la Unión de Rugby femenino, Agustina Díaz y otros jugadores y directivos del club, en este todavía no se le suele dar un lugar muy predominante a este. *“El rugby femenino en Mar del Plata es completamente amateur y se tienen que plantear cuestiones muy desconocidas dado por la falta de chicas para jugar torneos”*, comentó Agustina.

Hoy en día se trabaja muy duro para que las chicas se incorporen al club. La referente de rugby femenino agregó:

Para mi estar en el club era normal porque mi hermano ya jugaba ahí, pero para las chicas no, se ponían esa camiseta porque era el club que les había abierto las puertas, éramos muy autónomas al club, ahora estamos más involucradas e intentamos acercar a las chicas al club.

Agustina también mencionó que es difícil para los jugadores de rugby masculino comprender que las mujeres practican el mismo deporte. Esta falta de entendimiento se manifiesta en la exclusión de las jugadoras de algunas actividades recreativas del club, como el "Seven", una variante del rugby en la que participan siete jugadores por equipo en lugar de los 15 habituales del Rugby Unión. Esta versión del rugby es muy popular y cuenta con competiciones destacadas como los Juegos Olímpicos, la Copa del Mundo de Rugby 7 y la Serie Mundial de Rugby 7.

Anteriormente, las actividades relacionadas con el rugby femenino eran más informales debido a problemas específicos que no enfrentaba el rugby masculino, y que resultaban más difíciles de abordar. Actualmente, el club está trabajando para dotar al rugby femenino de mayor seriedad y estructura.

Otra dificultad importante es la falta de jugadoras, no solo en el club, sino también en otros clubes y en la competencia en general. "*Jugamos todas las fechas con la misma gente; al ser tan pocos equipos, los partidos son mucho más cortos y se juegan todos en un solo día*", comentó la referente del rugby femenino.

Además, dado el reducido número de jugadoras, se realiza un esfuerzo considerable para reclutar nuevas integrantes a través de redes sociales, colegios y otros medios, lo cual implica una carga de trabajo adicional que generalmente recae en unas pocas personas. Se distribuyen folletos y se colocan carteles en escuelas y áreas transitadas, saliendo a repartir información y representar al club, con el objetivo de promover el deporte. Se esfuerzan por mantener la misma seriedad y formalidad que el club, siguiendo una ética y estética coherentes con la imagen que desean proyectar como grupo.

Por otro lado, Agustina también destacó la falta de formación en el sector de rugby femenino en comparación con el rugby masculino, donde muchos jugadores tienen años de experiencia en el club desde la división infantil. En contraste, las jugadoras suelen unirse al club en edades más avanzadas, con la mayoría de las jugadoras más jóvenes del rugby femenino teniendo entre 14 y 15 años. Actualmente, están comenzando a integrarse camadas de chicas que previamente jugaron rugby mixto, pero aún no constituyen la mayoría. La falta de comunicación y el menor grado de involucramiento en el club contribuyen a diferencias en la manera de actuar en comparación con los jugadores de rugby masculino, lo que a su vez afecta el sentido de pertenencia y el compromiso de las jugadoras.

La ubicación del club representa una debilidad significativa para muchos jóvenes que inician su participación en deportes allí, especialmente considerando que el acceso está en muy mal estado. Agustina Díaz mencionó que el principal problema radica en la accesibilidad, ya que solo hay una línea de colectivo, el 717, que llega al club, con una frecuencia de media hora. Además, solo hay combis disponibles para los jugadores de las divisiones infantiles y juveniles, dejando de lado a las demás divisiones que necesiten este transporte.

En lo que respecta al rugby femenino, el club carece de una estructura sólida dedicada exclusivamente a este deporte. Esto se traduce en una falta de conocimiento sobre sus necesidades específicas, así como en problemas de comunicación, organización y orden. La información sobre cuestiones relevantes solo se obtiene si se pregunta, a pesar de que hay muchas personas que desean contribuir y apoyar al club.

Por otro lado, a pesar de que el rugby masculino es el deporte predominante en el club, actualmente enfrenta dificultades significativas. El reclutamiento de nuevos jugadores

se ha vuelto complicado, y el plantel superior se encuentra en un momento bajo, caracterizado por una escasa competencia y motivación entre los jugadores. Esto repercute negativamente en el nivel de enseñanza y en el ejemplo que se ofrece a los jugadores infantiles.

Bruno Pellegrini, jugador del club, destacó que una problemática adicional es la alta tasa de abandono entre los jugadores. Esto ocurre tanto porque algunos se retiran al llegar a una edad avanzada, como porque muchos jóvenes tienen dificultades para priorizar el rugby debido a sus compromisos laborales o académicos. Él agregó:

Para que el plantel superior esté nutrido hay que tener una división de infantiles completa, que este apropiada y luego puedan subir gran cantidad de jugadores. Lo que paso los últimos años es que una vez que egresan los jugadores de plantel superior, suben muy poca cantidad de chicos comparado con otros clubes.

Hoy en día, hay mucha competencia con el futbol a la hora de captar jugadores. Actualmente captan jugadores en el colegio San Cayetano y Argentino Modelo, dan algunos talleres dentro del colegio y después los llevan a jugar al club.

### Comunicación del Club

En primer lugar, la comunicación dentro del club es bastante fluida, tanto con los jugadores como entre los miembros de la comisión directiva. Se utilizan grupos de WhatsApp para la comunicación diaria y se convocan reuniones esporádicas para tratar asuntos específicos. Existe un grupo de WhatsApp exclusivo para la comisión directiva del club, así como otros grupos dedicados a la subcomisión de hockey y a la de rugby.

Además, los directivos y entrenadores mantienen un contacto frecuente con los managers de cada equipo, quienes a su vez se encargan de transmitir la información a los jugadores, especialmente en las divisiones infantiles, para asegurar que los padres estén bien informados.

### **Redes Sociales**

#### Instagram

Comercial cuenta con un vocal, quien es jefe de prensa en el club, y en conjunto trabajan con una Community Manager.

El club se comunica a través de tres canales principales, con Instagram como el más destacado, donde cuenta con 4.004 seguidores y se publica la información más relevante. En la biografía, se encuentran los datos clave del club, como su ubicación, el año de

fundación, y un enlace a un linktree que incluye: horarios de rugby masculino y hockey 2024, redirección al WhatsApp de secretaría, contactos específicos para consultas de cada disciplina, y accesos directos a Facebook y Google Maps para facilitar la ubicación del club.

En su feed, publican principalmente las fechas de los partidos, así como resultados, viajes de los jugadores, eventos sociales, momentos compartidos, noticias importantes, captación de jugadores, así como también comparten los avances y nuevas instalaciones del club.

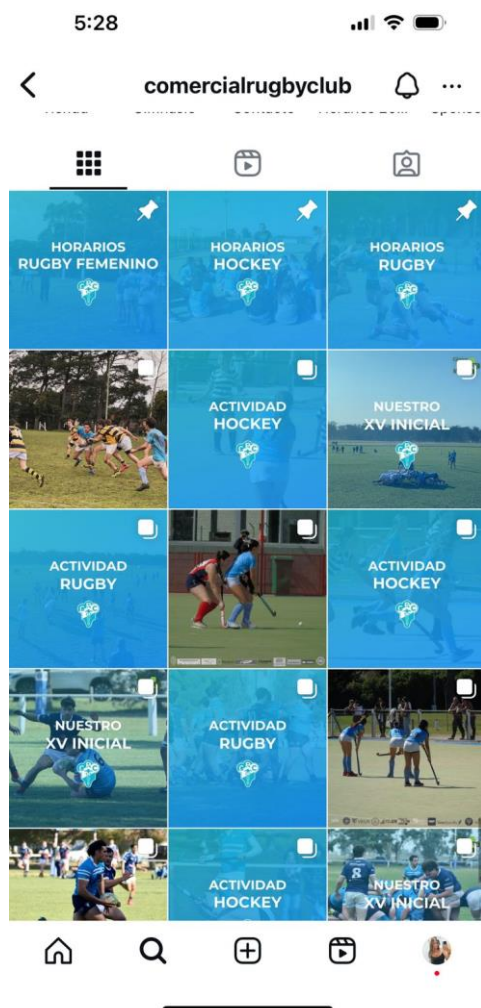
Además, el club cuenta con historias destacadas en su perfil de Instagram, cada una diseñada para ofrecer información útil a sus seguidores. Entre ellas:

- **Tienda:** Muestra dónde conseguir la indumentaria oficial del club, junto con el catálogo y las promociones bancarias disponibles.
- **Gimnasio:** Presenta un nuevo convenio exclusivo para jugadores, socios, y familiares con un gimnasio de Mar del Plata.
- **Contacto:** Proporciona un WhatsApp específico para cada disciplina, facilitando la comunicación directa.
- **Horarios 2024:** Detalla los horarios de entrenamiento de cada deporte.
- **Sponsors:** Reconoce a los patrocinadores que apoyan al club.
- **Cómo llegar:** Incluye un enlace a Google Maps para facilitar el acceso al club.
- **Fixture:** Muestra el calendario de competencias de cada disciplina.
- **Combi:** Detalla el recorrido de la combi hacia y desde el club.
- **Pretemporada:** Ofrece una mirada a los entrenamientos de pretemporada de los jugadores.

En esta red social, el club utiliza un tono de comunicación coloquial e informal, pero efectivo, que invita a los socios y familias a participar activamente en sus actividades. Su estética está claramente definida, con los colores celeste y blanco presente en todas las publicaciones e historias, junto con el logo del club en cada una de ellas.

Es importante señalar que la mayoría de las publicaciones se centran en las actividades de rugby masculino y hockey, mientras que el rugby femenino recibe muy poca atención. Además, hay una escasez de contenido que refleje los valores del club, el apoyo familiar que reciben o las instalaciones con las que cuentan.

Otro aspecto a destacar es la ausencia de una página web propia; su presencia digital se limita a la página de la Unión de Rugby de Mar del Plata, lo cual restringe la búsqueda de información y limita el acceso a detalles adicionales sobre el club.



### Instagram Comercial Rugby Club- posteos y seguidores

Vamos a comparar estas redes con las de San Ignacio Rugby Club, una institución que abarca tanto rugby masculino y femenino como hockey. Ubicado en Barrio Valle Hermoso, Calle N° 178, Mar del Plata, Provincia de Buenos Aires, se encuentra a solo 29 kilómetros de Comercial Rugby Club.

San Ignacio cuenta con 5.293 seguidores en su cuenta de Instagram, y en su biografía se destacan el año de fundación, una frase que refleja sus valores, y un enlace a un linktree. Este linktree incluye acceso directo a Google Maps para ubicar el club, un número de WhatsApp para inscripciones en rugby, otro para contacto con la secretaría, y un enlace para prensa. Además, contiene un link a un drive con fotos de los partidos, un acceso a beneficios exclusivos con el gimnasio Sport Club, y un enlace a la página web de San Ignacio, aunque esta última no está actualizada.

Además, también cuenta con historias destacadas para facilitarle información útil a sus seguidores. Entre ellas:

- **Club:** Muestra un poco sobre el club y como son sus entrenamientos y partidos.
- **Caj m17:** Muestra lo que fue el Campeonato Argentino Juvenil M17.
- **Info:** Proporciona un WhatsApp específico y horarios de secretaría.
- **Sponsors:** Reconoce a los patrocinadores que apoyan al club.
- **Ubicación:** Proporciona la dirección exacta de la sede social del club, junto con información sobre las líneas de colectivos que te acercan al club para facilitar el acceso.
- **Fixture:** Muestra el calendario de competencias únicamente de rugby.

Por su parte, al igual que Comercial, San Ignacio mantiene un estilo definido en sus publicaciones, compartiendo información similar sobre partidos, resultados, formaciones y eventos importantes. Aunque ambos clubes se asemejan en destacar las fechas de los encuentros, San Ignacio se diferencia al dar visibilidad equitativa a todos los deportes, en lo que respecta a sus posteos.

Instagram San Ignacio- posteos y seguidores



## Facebook

Por otro lado, Comercial también dispone de una página en Facebook, con 3,2 mil me gusta y 3,3 mil seguidores, donde se replica el contenido de Instagram. En la sección de opiniones, las familias y conocidos dejan sus comentarios sobre el club.

En su perfil se incluye información como la dirección del club, el correo electrónico de la secretaría y solo dos eventos en los que se ha participado, lo que sugiere que esta red social no se utiliza con la misma frecuencia ni se le da tanta relevancia como a Instagram.



### Facebook Comercial Rugby Club- seguidores y posteos

Por su parte, San Ignacio Rugby Club también cuenta con dos páginas de con una Facebook, una que se dejó de usar en 2023 que tenía 3,9 mil me gusta, y 4 mil seguidores. Y una nueva, que solo cuenta con 15 me gustas y 18 seguidores, en donde se replica el mismo contenido que Instagram.

En su perfil, San Ignacio Rugby Club proporciona información como la dirección del club, un número de teléfono de contacto, el correo electrónico de prensa y enlaces directos

a su cuenta de Instagram y sitio web. Sin embargo, no dispone de calificaciones ni opiniones en la plataforma.

Al igual que Comercial, se evidencia que San Ignacio prioriza el uso de Instagram sobre Facebook en su estrategia de comunicación digital.



Facebook San Ignacio- seguidores y posteos

### Twitter

Por último, Comercial también tiene una cuenta de Twitter con 315 seguidores, aunque no se le da mucha importancia, ya que su última publicación data de 2019. En su perfil, se incluye un enlace a su página de Facebook, que ofrece más información, la ubicación del club y una breve descripción.

De manera similar, la cuenta de Twitter de San Ignacio no muestra actividad desde 2023. En su perfil, tienen un enlace al WhatsApp de prensa y al sitio web oficial. Esta cuenta tiene actualmente 843 seguidores.



### Twitter -Comercial y San Ignacio

Podemos afirmar que, en la actualidad, Comercial Rugby Club mantiene una presencia activa en sus redes sociales, donde refleja tanto sus valores como sus actividades. Aunque se le otorga visibilidad a todos los deportes, y recientemente se ha mostrado un mayor enfoque en el rugby femenino, el rugby masculino sigue recibiendo más atención, mientras que otras disciplinas deportivas quedan algo relegadas. Además, el club carece de una página web que ofrezca la información completa sobre su historia valores y las distintas actividades deportivas que se practican.

## Publicidad

En la actualidad, el Comercial Rugby Club utiliza activamente sus redes sociales para incentivar a niños y niñas a unirse y comenzar a jugar en el club. Además de su presencia orgánica en línea, el club realiza pautas publicitarias para ampliar su alcance y atraer a más interesados. También llevan a cabo visitas a escuelas y distribuyen folletos con el objetivo de invitar a las familias a explorar el mundo del entrenamiento y el deporte, fomentando así la participación en actividades deportivas desde una edad temprana.

## Análisis FODA

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Poseen su propio club con canchas de rugby.</li><li>2. Ofrecen enseñanza en múltiples deportes.</li><li>3. Los jugadores se comprometen activamente con la mejora del club.</li><li>4. Cuentan con el respaldo incondicional de las familias.</li><li>5. Mantienen a la comunidad informada a través de sus redes sociales, donde comparten las principales noticias.</li><li>6. Fomentan valores fundamentales como la disciplina, humildad y sacrificio en sus jugadores.</li><li>7. Es el club fundador de la Unión de Rugby de Mar del Plata.</li><li>8. Su comisión directiva lidera con decisiones estratégicas y apoyo constante a los jugadores.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Desigualdad en el tratamiento de las distintas disciplinas.</li><li>2. Falta de competencia interna en las diferentes divisiones.</li><li>3. Baja motivación por parte de los jugadores.</li><li>4. Insuficiente respaldo económico.</li><li>5. Dificultad para reclutar nuevos jugadores.</li><li>6. Escasa influencia positiva de los jugadores más experimentados.</li><li>7. El club no es una prioridad para muchos de sus miembros.</li><li>8. Muchos jugadores abandonan debido a prioridades económicas y sociales.</li><li>9. La distancia al club desincentiva la participación,</li></ol>

	<p>9. Es el único club deportivo en la zona de Sierra de los Padres que enseñanza en estas tres disciplinas.</p> <p>10. Cuentan con una rica historia que le otorga una identidad sólida dentro de la comunidad deportiva.</p> <p>11. Se distinguen por su capacidad de estar atentos a los cambios en el entorno deportivo y social.</p> <p>12. Cuentan con un organigrama bien definido y una estructura sólida que facilita su funcionamiento eficiente.</p> <p>13. Se genera un nido seguro, un “clan” donde los jugadores se apoyan y contienen mutuamente.</p> <p>14. Cuentan con instalaciones que invitan a las familias y jugadores a disfrutar y pasar un día en el club.</p>	<p>especialmente de los más jóvenes.</p> <p>10. Extensas tierras subutilizadas.</p> <p>11. Ubicación del club con accesos en mal estado.</p> <p>12. Ausencia de una cancha de hockey propia.</p> <p>13. Las redes sociales del club se centran en el rugby masculino, excluyendo otras disciplinas.</p> <p>14. Ausencia de una estructura sólida para el rugby femenino, lo que limita su participación en el club.</p> <p>15. Las jugadoras de rugby femenino no se sienten incluidas en la dinámica del club.</p> <p>16. Las redes sociales no destacan los beneficios del club, sus instalaciones, su historia ni razones para elegir Comercial Rugby Club.</p> <p>17. El nombre del club excluye implícitamente a otros deportes, limitando su alcance.</p> <p>18. Ausencia de una página web integral.</p> <p>19. Estacionalidad en las actividades deportivas.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p><b>Oportunidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Captar a las familias de los jugadores, aprovechando las instalaciones del club como el buffet, gimnasio, y ofreciendo actividades para ellas.</li> <li>2. Desarrollar una página web que centralice toda la información del club.</li> <li>3. Incrementar el reconocimiento del club a nivel local y regional.</li> <li>4. Motivar a los jugadores a través de jornadas y actividades grupales.</li> <li>5. Optimizar el rendimiento de los jugadores del plantel superior.</li> <li>6. Designar representantes del club que actúen como voceros.</li> <li>7. Aumentar la visibilidad mediante publicidad en redes sociales.</li> <li>8. Mejorar la estructura de rugby femenino mediante la representación de una vocera, aumentando así su participación en el club.</li> <li>9. Crear alianzas con instituciones educativas: Captar nuevos jugadores en los colegios primario y</li> </ol>	<p><b>F-O</b></p> <p><b>F8-O6:</b> Los representantes del club podrían organizar un evento en sus instalaciones para invitar a nuevos jóvenes a unirse.</p> <p><b>F13- O11:</b> Fortalecer el sentido de comunidad y apoyo mutuo dentro del club puede atraer más jugadoras al rugby femenino, promoviendo programas inclusivos y eventos específicos que resalten la importancia del clan en la experiencia deportiva.</p> <p><b>F12-O9:</b> La sólida estructura organizativa del club puede facilitar la creación de colaboraciones con escuelas y colegios locales, estableciendo programas de capacitación y actividades conjuntas que promuevan el rugby y atraigan a nuevos talentos.</p> <p><b>F11-O2:</b> La disposición del club para adaptarse y mejorar constantemente puede ser aprovechada para implementar una página web integral que ofrezca información</p>	<p><b>D-O</b></p> <p><b>D3-O5</b> Al mejorar el rendimiento de los jugadores, se incrementa la motivación.</p> <p><b>D8-O1</b> Proporcionar ciertas tareas a los jóvenes en el club les permitirá acceder a la cuota social, generando un ingreso económico y la posibilidad de seguir jugando.</p> <p><b>D11- O4</b> Contratar transporte para actividades específicas facilitará el acceso de los jóvenes al club.</p> <p><b>D14-O8</b> Las jugadoras de rugby femenino podrían constituir su estructura directiva con el apoyo de los entrenadores, fomentando su propia representación.</p> <p><b>D13- O11:</b> Mejorar la visibilidad del club, especialmente en relación al rugby femenino y hockey puede atraer nuevas jugadoras y generar interés en la comunidad. Implementar campañas de promoción dirigidas a mujeres</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>secundario de Sierra de los Padres, que utilizan el club para sus clases de educación física.</p> <p>10. Implementar programas que promuevan la inclusión y la diversidad, así como actividades que involucren a la comunidad local, puede mejorar la imagen del club y atraer a nuevos socios interesados en unirse a una institución que valore estos principios.</p> <p>11. Incrementar la visibilidad del hockey y del rugby femenino tanto dentro del club como hacia el exterior.</p> <p>12. Organizar eventos deportivos y sociales que atraigan potenciales jugadores.</p>	<p>actualizada sobre actividades, eventos y logros, atrayendo a nuevos miembros y mejorando la comunicación con la comunidad.</p> <p><b>F13- O10:</b> El ambiente de apoyo y contención que caracteriza al clan puede ser utilizado para implementar programas de responsabilidad social, involucrando a los jugadores en actividades que beneficien a la comunidad y promuevan los valores del club.</p>	<p>jóvenes puede ayudar a captar su atención.</p> <p><b>D18- O2:</b> La falta de un sitio web que brinde información sobre el club representa una oportunidad para crear una plataforma digital integral que destaque las actividades, la historia y los valores del club, atrayendo así a nuevos miembros.</p> <p><b>D19- O12:</b> La estacionalidad del club puede ser abordado mediante la organización de eventos deportivos y sociales que involucren a las familias y a los jóvenes, generando un mayor interés en las actividades del club y fomentando la participación todo el año.</p>
<p><b>Amenazas</b></p> <p>1. La competencia tiende a captar la mayor parte de los jóvenes que juegan al rugby, especialmente aquellos que provienen de colegios privados.</p>	<p><b>F-A</b></p> <p><b>F2-A1</b> Es esencial que el club potencie los deportes existentes para captar nuevos jugadores y así superar a la competencia.</p> <p><b>F5-A2</b> Es necesario implementar más estrategias de publicidad y</p>	<p><b>D-A</b></p> <p><b>D3-A3</b> Implementar acciones que fomenten el sentido de pertenencia entre los ex miembros, de modo que se sientan identificados con el club y deseen regresar.</p>

<p>2. Muchos jóvenes desconocen la existencia del club.</p> <p>3. Varios de los jugadores mayores abandonan el club por motivos laborales o sociales.</p> <p>4. Muchos jóvenes optan por unirse a clubes que están más cerca de su hogar.</p> <p>5. En hockey, los jugadores deben alquilar una cancha del CMH para entrenar y jugar.</p> <p>6. Los clubes vinculados a los colegios tienden a atraer a sus estudiantes, lo que dificulta que Comercial capte nuevos jugadores.</p> <p>7. Las tendencias en el ámbito deportivo pueden cambiar, y la disminución del interés en el rugby, en favor de otros deportes más populares, podría afectar la asistencia y el compromiso de los jugadores, así como la captación de nuevos miembros.</p> <p>8. Las crisis económicas pueden impactar en la capacidad de los miembros para pagar las</p>	<p>acciones de comunicación que logren un mayor alcance y conexión con la comunidad.</p> <p><b>F3-A5</b> Es crucial llevar a cabo acciones estratégicas y conseguir patrocinadores que contribuyan a la construcción de una cancha de hockey.</p> <p><b>F12-A1:</b> La sólida estructura organizativa del club puede ser utilizada para implementar estrategias efectivas de captación de jugadores, diferenciándose de otros clubes mediante un enfoque en el desarrollo integral de los jóvenes.</p> <p><b>F13-O9:</b> Aprovechar el ambiente de apoyo y contención que ofrece el clan puede ser clave para atraer a la comunidad, organizando actividades y eventos que fomenten la participación de las familias y generen un sentido de pertenencia.</p> <p><b>F3-O8:</b> La capacidad de organizar eventos y actividades sociales que generen mejora continua en el club, puede generar ingresos adicionales y</p>	<p><b>D1-A2</b> Es fundamental contar con una página web que facilite la realización de publicidad y permita medir resultados de interacción, como visitas y el interés por diferentes disciplinas, así como las preferencias de los jóvenes.</p> <p><b>D9- A4</b> Contratar combis no solo para los juveniles, sino para todo aquel que se le dificulte el traslado, aumentando un poco la cuota social.</p> <p><b>D5-A9:</b> El desinterés de la comunidad puede ser mitigado mediante la organización de eventos abiertos al público que ofrezcan actividades deportivas, generando así un mayor interés en los jóvenes que ya asisten a colegios cercanos.</p> <p><b>D18-A7:</b> La ausencia de una página web que brinde información sobre el club representa una oportunidad para actualizarse y ofrecer un espacio digital que destaque no solo el rugby, sino también otros deportes que se estén</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>cuotas del club y afectar la recaudación de fondos.</p> <p>9. Desinterés por parte de la comunidad:</p> <p>Si la comunidad local no se siente involucrada o interesada en las actividades del club, esto puede llevar a una baja asistencia y a un menor sentido de pertenencia, afectando la sostenibilidad del club a largo plazo.</p>	<p>ayudar a mitigar el impacto de la inestabilidad económica, creando un ambiente atractivo para los miembros y patrocinadores.</p>	<p>volviendo populares entre los jóvenes.</p> <p><b>D1-A1:</b> La falta de participación en deportes distintos al rugby puede ser un desafío, pero también una oportunidad para diversificar la oferta del club y captar la atención de aquellos jóvenes que prefieren deportes alternativos, superando así la competencia de clubes escolares.</p> <p><b>D4-A8:</b> Las debilidades económicas del club pueden intensificarse por la inestabilidad económica general. Implementar estrategias de financiamiento, como la búsqueda de más sponsors o la organización de eventos, puede ayudar a mitigar estos riesgos y fortalecer la situación financiera del club.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **Formulación del problema**

Luego de analizar la información proveniente de diversas entrevistas se puede deducir que el principal problema que presenta Comercial Rugby Club es la dificultad para reclutar y sostener jugadores, y la atención inequitativa que se le brinda principalmente a rugby masculino, dejando un poco de lado a los demás deportes. Estas cuestiones generan falta de motivación, y sentido de pertenencia por parte de los jugadores y jugadoras del club.



**Objetivo general:** Posicionar al club destacando sus atributos positivos, con el objetivo de reclutar nuevos jugadores y jugadoras para todas sus disciplinas, al tiempo que se fomenta la motivación y el compromiso en cada una de ellas.

## **Objetivos específicos:**

- Dar a conocer Comercial Rugby Club en la ciudad de Mar del Plata y Sierra de los Padres, con el fin de atraer nuevos jugadores.
- Mejorar los canales de comunicación actuales para que se convierta en una vía de comunicación fluida, equilibrando el tiempo y espacio destinado a los tres deportes.
- Mejorar la motivación y el sentido de pertenencia de los jugadores actuales para que aumente su rendimiento.
- Fomentar la incorporación de las familias brindándoles actividades para ellas dentro del club.
- Conseguir nuevos sponsors que se beneficien con la publicidad en el club, y así mejorar la infraestructura para cada una de las disciplinas.
- Implementar estrategias que promuevan el desarrollo equitativo de las tres disciplinas asegurando recursos y visibilidad en cada una de ellas.

## **Definición de las necesidades de comunicación**

Estos objetivos buscan no solo posicionar al club externamente, sino también fortalecer el trabajo interno con los jugadores y sus familias de manera equilibrada, demostrando un interés genuino en cada una de las disciplinas. Este enfoque integral probablemente requerirá una revisión de los organigramas, asegurando así una implementación más efectiva y coherente de las estrategias planteadas.

## **Acciones de Comunicación**

### **Acción 1:** Desarrollo de una página web

**Fecha:** Previo al comienzo del ciclo lectivo.

**Público objetivo:** Personas interesadas en conocer el Club Comercial, aquellas que deseen comenzar a participar en sus actividades deportivas y quienes estén atraídos por su historia.

**Objetivos:** Incrementar la visibilidad del Club, además de optimizar sus canales de comunicación.

**Motivo:** La competencia cuenta con páginas web que facilitan el acceso a información sobre sus actividades y servicios, algo que necesita implementar Comercial para estar a la altura.

**Sitio web modelo:** <https://melinaurruti011.wixsite.com/my-site/inicio>

## **Acción 2:** Clínicas deportivas

**Fecha:** Dos veces al año, al inicio y al final del año.

**Público objetivo:** Jugadores activos del club.

**Objetivos:** Fortalecer la motivación y el compromiso de los jugadores, buscando así mejorar su rendimiento en el campo.

**Lugar:** Comercial Rugby Club.

**Motivo:** Fomentar un mayor sentido de pertenencia y conexión entre los jugadores, lo que a su vez incrementará su estimulación y cohesión como equipo.

Al inicio y fin de cada año, el club organizará un almuerzo donde, siempre que sea posible, se invitará a un referente destacado de cada disciplina para compartir experiencias, charlar con los jugadores, conocer más sobre el club, y transmitirles su pasión por el deporte. Estos referentes pueden incluir figuras como una jugadora de Las Leonas o exjugadores del propio club.

### **Dinámica del Evento:**

- Organización y Participación: El club será el encargado de organizar estos almuerzos, pero los jugadores deberán contribuir con una cuota que cubrirá los costos del evento.
- Referentes por Deporte: Cada disciplina contará con su referente y su propio evento. Habrá un día específico para cada deporte: uno para hockey (todas las divisiones), otro para rugby masculino, y un tercero para rugby femenino.
- Actividades con Referentes: Además de compartir el almuerzo, los referentes realizarán actividades donde enseñarán técnicas, ofrecerán consejos y participarán en juegos o partidos con los jugadores.

### **En Caso de Ausencia de un Referente:**

En caso de que en alguna fecha no sea posible contar con un referente externo, los almuerzos se llevarán a cabo de todas maneras. En estos casos, los jugadores de la primera división compartirán tiempo con los equipos infantiles y juveniles, sentándose juntos en el bufet del club, donde los mayores servirán el almuerzo a las divisiones menores y tendrán contacto con ellos.

### **Visibilidad en Redes Sociales:**

Estos eventos se compartirán en las redes sociales del club, generando contenido dinámico que muestre la conexión entre jugadores de distintas edades y la importancia de los valores del club.



**22/11/2024**

**DE 11 A 17 HS**

RUTA 226 KM. 17 Y 1/2 SIERRA DE LOS PADRES

---

**Valor: \$3.000 (incluye almuerzo y transporte)**

---

Teléfono: 0223 449-4440 o en @comercialrugbyclub



### **Acción 3:** Actividad recreativa

**Fecha:** Inicio de la primavera.

**Público objetivo:** Jugadores potenciales.

**Lugar:** Comercial Rugby Club.

**Objetivo:** Dar a conocer Comercial Rugby Club en Sierra de los Padres para aumentar su visibilidad y captar nuevos jugadores, promoviendo la participación en el deporte y fortaleciendo la comunidad deportiva del club.

**Motivo:** La captación de nuevos jugadores es fundamental para el crecimiento y fortalecimiento de Comercial Rugby Club. Incrementar la base de jugadores permitirá ampliar las divisiones y formar nuevos equipos, mejorando la competitividad y la dinámica del club. Además, este crecimiento contribuirá a una mayor estabilidad económica a través de cuotas y eventos, facilitando la inversión en infraestructura y promoviendo asociaciones comerciales

#### **1. Objetivo de la Actividad:**

El objetivo principal es dar a conocer Comercial Rugby Club a los jóvenes de Sierra de los Padres, incrementando la base de jugadores potenciales y fortaleciendo la relación con la comunidad local. La actividad permitirá a los chicos interactuar con jugadores actuales, participar en diversas disciplinas deportivas y conocer las instalaciones del club.

#### **2. Planificación del Evento:**

- **Fecha y Horario:** El evento se llevará a cabo al comienzo de la primavera, desde las 11:00 hasta las 17:00 horas
- **Lugar:** Comercial Rugby Club.
- **Participantes:** Alumnos de la Escuela N.º 49 (primaria) y la Escuela Media Nº 13 (secundaria).

#### **3. Coordinación con las Escuelas:**

- **Contactos:** Se establecerá comunicación con los directivos y profesores de educación física de ambas escuelas para coordinar la participación de los estudiantes y el transporte.
- **Autorizaciones:** Cada alumno deberá presentar una autorización firmada por los padres o tutores para participar en la actividad.

#### **4. Promoción del Evento:**

- **Carteles y Flyers:** Se colocarán carteles en las escuelas y se distribuirán flyers a través de las redes sociales del club para maximizar la visibilidad y la participación.
- **Redes Sociales:** Publicaciones en las redes del club para informar y recordar a los padres y alumnos sobre el evento.

#### 5. Logística del Transporte:

- **Transporte:** Se organizará una combi para el traslado de los estudiantes desde las escuelas hasta el club y de regreso.

#### 6. Seguridad y Bienestar:

- **Médico y Servicio de Salud:** Se contratará un médico y un servicio de salud para atender cualquier posible inconveniente durante el evento.

#### 7. Actividades Programadas:

- **Actividades Deportivas:** Habrá actividades programadas para cada disciplina deportiva, con la participación de entrenadores, jugadores y directivos. Los alumnos podrán experimentar diversos deportes y asistir a partidos de hockey y rugby.
- **Interacción:** Los chicos tendrán la oportunidad de interactuar con jugadores actuales del club, lo que facilitará la integración y el interés por el club.

#### 8. Alimentación:

- **Almuerzo:** Cada participante deberá llevar su propio almuerzo.
- **Merienda:** Se ofrecerá una merienda en el bufé del club con café, té, chocolatada, medialunas y tortas. Esta merienda será financiada por el club y aportes de sponsors y jugadores actuales.

#### 9. Aspectos Legales y Permisos:

- **Permisos de las Escuelas:** Asegurarse de obtener la autorización formal de las escuelas para realizar la actividad.
- **Autorizaciones Parentales:** Recolectar las autorizaciones firmadas por los padres para el traslado y participación en el evento.
- **Seguros y Responsabilidad:** Contratar seguros adecuados para la actividad y cumplir con las normativas locales de seguridad y salud.

#### 10. Financiamiento:

- **Aportes:** Buscar apoyo de sponsors para la merienda y otros aspectos del evento. También se solicitará una contribución simbólica de los jugadores actuales para cubrir costos adicionales.



**Email o WhatsApp de Invitación a los Padres:**

Asunto del Email: Invitación a vivir un día único en Comercial Rugby Club

Estimados padres,

Comercial Rugby Club invita a sus hijos a participar de una jornada especial llena de deportes y diversión al aire libre. Este evento se realizará el próximo viernes de 11:00 a 17:00 hs, y contará con actividades de rugby, hockey y juegos deportivos. Se ofrecerá una merienda en el club y transporte.

Por favor, asegúrense de enviar la autorización firmada y el almuerzo de su hijo/a. ¡Esperamos contar con su participación!

Cualquier consulta, no duden en contactarnos.

Atentamente,

Secretaría Comercial Rugby Club

223 449-4440

#### **Acción 4:** Actividades familiares

**Fecha:** Comienzos de 2023

**Público objetivo:** Familias del club

**Lugar:** Comercial Rugby Club

**Objetivo:** Fomentar la integración de las familias en la vida del club, ofreciéndoles actividades recreativas y sociales mientras sus hijos entrenan. Buscamos que no solo los jugadores disfruten del club, sino también sus familias, creando un ambiente más cercano y participativo.

**Motivo:** Debido a que la ubicación del club puede considerarse una debilidad, esta acción tiene como fin aprovechar el tiempo que las familias ya pasan en el club. De este modo, podrán disfrutar de sus instalaciones y actividades, fortaleciendo el contacto con el club y destacando los aspectos positivos de este.

#### **Descripción General:**

Durante los días de entrenamiento de los jugadores, se ofrecerán actividades exclusivas para los padres y familiares, con el fin de que aprovechen su tiempo en el club. Estas actividades incluirán clases de funcional, yoga y hockey recreativo, utilizando las instalaciones del club y los recursos humanos disponibles.

#### **Actividades Principales:**

##### **Clases de Funcional al Aire Libre:**

- Dictadas por jugadores de la primera división o entrenadores del club.
- Clases adaptadas a diferentes niveles, desde principiantes hasta avanzados.

##### **Clases de Yoga:**

- Sesiones de yoga enfocadas en la relajación y el bienestar, ideales para los padres que buscan una actividad más tranquila.
- Las clases serán impartidas por un instructor certificado, y estarán diseñadas para todo tipo de participantes, desde principiantes hasta aquellos con más experiencia.

##### **Hockey Recreativo para Madres:**

- Para las madres que quieran ser más activas, se organizarán sesiones de hockey recreativo, donde podrán aprender, practicar y divertirse.

- Esta actividad será liderada por jugadoras del equipo femenino del club, incentivando la práctica de este deporte y la participación de las madres.

#### **Uso de Instalaciones:**

- Las familias tendrán acceso a los vestuarios después de las actividades y podrán disfrutar de las instalaciones del bufete para merendar o tomar un café en un ambiente cómodo y acogedor.

### **Estrategia de Comunicación**

#### **Redes Sociales del Club:**

Publicaciones en Instagram y Facebook mostrando imágenes de las actividades de yoga, funcional y hockey para madres, destacando que el club es un espacio para toda la familia.

Ejemplo de copy:

"¡Ahora toda la familia puede disfrutar de Comercial Rugby Club! Mientras los chicos entrenan, sumate a nuestras clases de funcional, yoga o hockey recreativo.

#FamiliasEnComercial #DeporteParaTodos"

#### **WhatsApp y Email:**

Mensajes informativos a las familias del club, detallando las actividades disponibles, horarios y beneficios.

#### **Ejemplo:**

"Aprovechá el tiempo mientras tus hijos entrenan. Te invitamos a nuestras clases de yoga, funcional y hockey recreativo. ¡No te lo pierdas!"

#### **Flyers en el Club:**

Carteles y flyers estratégicamente ubicados en las instalaciones del club, destacando las actividades para las familias, con fotos de las clases y el buffet.



**CLASES DE YOGA**  
COMERCIAL RUGBY CLUB

---

LUNES Y VIERNES  
DE 17 A 18 HS

---

INSCRIPCIONES AL 0223 449-4440  
@COMERCIALRUGBYCLUB



# CLASES DE FUNCIONAL

Martes y jueves  
18:00hs a 19:30hs



**Comercial Rugby Club**  
0223 449- 4440  
@comercialrugbyclub



## **Acción 5:** Día de inclusión del rugby femenino

**Fecha:** Noviembre del 2024

**Público objetivo:** **Jugadores Actuales:** Todos los jugadores del club, incluyendo rugby masculino y hockey. **Entrenadores y Directivos:** Personal del club involucrado en todas las disciplinas. **Familias y Amigos:** Para fomentar un ambiente inclusivo y celebrar el rugby femenino.

**Lugar:** Comercial Rugby Club.

**Objetivos:** Aumentar la visibilidad del rugby femenino dentro del club, fortaleciendo su reconocimiento y apoyo. Fomentar un sentido de unidad al involucrar a todos los miembros del club y reforzar el compromiso con la igualdad de género.

**Motivos:** Este evento tiene como propósito elevar el perfil del rugby femenino, reconociendo y celebrando sus éxitos dentro del club. Al convocar a todos los miembros del club, se busca fortalecer la cohesión y el apoyo mutuo en torno a esta disciplina. Asimismo, se pretende subrayar el compromiso del club con la equidad de género, promoviendo un ambiente inclusivo y respetuoso en el deporte.

### **Detalles del Evento**

#### **1. Actividades Programadas:**

- **Partido Principal:** Partido destacado entre el equipo de rugby femenino del club y un equipo invitado para mostrar su habilidad y competitividad.
- **Clínicas y Talleres:** Charlas sobre la importancia de este deporte y su destacado rendimiento en los torneos.
- **Reconocimiento y Premiación:** Ceremonia para premiar a las jugadoras destacadas del equipo femenino y reconocer sus logros durante la temporada.
- **Actividades Recreativas:** Juegos y actividades recreativas para todas las edades, relacionadas con el rugby y organizadas por el club.

#### **2. Actividades Complementarias:**

- **Espacios de Networking:** Zonas para que los miembros del club puedan socializar, interactuar con las jugadoras del rugby femenino y conocer más sobre la disciplina.
- **Buffet Especial:** Servicio de alimentos y bebidas en el buffet del club, con opciones para merendar y disfrutar durante el evento.

### 3. Estrategia de Comunicación:

- **Redes Sociales:**
  - **Publicaciones Previo al Evento:** Crear una serie de posts en Instagram, Facebook y Twitter destacando la importancia del rugby femenino y las actividades planificadas.
  - **Cobertura en Vivo:** Publicar actualizaciones en vivo durante el evento, incluyendo fotos, videos y mensajes de apoyo.
- **Material Impreso:** Diseñar y distribuir flyers y carteles en las instalaciones del club y en lugares clave de la comunidad.
- **Comunicación Interna:** Informar a jugadores, entrenadores y directivos a través de newsletters y reuniones previas sobre la importancia del evento y su papel en la celebración.

### 4. Evaluación del Evento:

- **Encuestas de Feedback:** Recolectar opiniones de los participantes sobre la organización del evento y la percepción del rugby femenino.
- **Monitoreo de Participación:** Evaluar la asistencia y el impacto del evento en la percepción del rugby femenino dentro del club.



**16/11/2024**

DE 11 A 17 HS

COMERCIAL RUGBY CLUB

---

Te invitamos a conocer más sobre Rugby Femenino en el club.

---

Teléfono: 0223 449-4440 o en @comercialrugbyclub



## Bibliografía

0223. (2023, febrero 25). *Trabajarán para formalizar la cesión de un terreno para el nuevo y único club de fútbol de Sierra de los Padres*. <https://www.0223.com.ar/nota/2023-2-25-18-39-0-trabajaran-para-formalizar-la-cesion-de-un-terreno-para-el-nuevo-y-unico-club-de-futbol-de-sierra-de-los-padres>

0223. (2024, marzo 11). *Se puso en marcha el torneo oficial de la AAMH*. <https://www.0223.com.ar/nota/2024-3-11-10-30-0-se-puso-en-marcha-el-torneo-oficial-de-la-aamh>

Club Banco P. (n.d.). *Sitio oficial*. <https://www.clubbapro.com.ar/>

Comercial Rugby Club. (n.d.). *Facebook*. <https://www.facebook.com/comercialrugbyclub>

Comercial Rugby Club. (n.d.). *Instagram*. <https://www.instagram.com/comercialrugbyclub/>

Comercial Rugby Club. (n.d.). *Twitter*. <https://twitter.com/ComercialRugby>

La Capital. (2021, febrero 10). *Sierra de los Padres: la ocupación habitacional fue del 90% en enero*. <https://www.lacapitalmdp.com/sierra-de-los-padres-la-ocupacion-habitacional-fue-del-90-en-enero/>

San Ignacio Rugby. (n.d.). *Facebook*. <https://www.facebook.com/sanignaciourugbymdp>

San Ignacio Rugby. (n.d.). *Instagram*. [https://www.instagram.com/san\\_ignacio\\_rugby/](https://www.instagram.com/san_ignacio_rugby/)