



PLA DE COMUNICACIÓ DESTINAT A LA U.E. FORNELLS

Grau: Comunicació Cultural

Autora: Judith Mateu Leyva

Tutor: Lluís Costa Fernández

Data de presentació: 07/06/2024

Resum:

Aquest treball de final de grau presenta una proposta d'un pla de comunicació per a la U.E. Fornells, dissenyat per potenciar la presència del club a les xarxes socials més rellevants: Instagram, TikTok, Twitter i YouTube. Tot i que el pla no s'ha implementat encara, s'ha creat amb l'objectiu de ser viable i presentable. A més a més de promoure el club, es busca visibilitzar el poble de Fornells de la Selva i els seus comerços locals. El treball inclou una sèrie d'accions específiques per assolir aquests objectius, un pressupost detallat i una mostra de com es veurien les xarxes socials del club després de la implementació del pla.

Abstract:

This final degree project presents a proposal for a communication plan for the U.E. Fornells, designed to enhance the club's presence on the most relevant social networks: Instagram, TikTok, Twitter and YouTube. Although the plan has not yet been implemented, it has been created with the goal of being viable and presentable. In addition to promoting the club, the aim is to make the town of Fornells de la Selva and its local businesses visible. The work includes a series of specific actions to achieve these objectives, a detailed budget and a sample of what the club's social networks would look like after the implementation of the plan.

Paraules clau:

Pla de comunicació, U.E. Fornells, XXSS, futbol, visibilitat, Fornells de la Selva, comerços locals, accions específiques, pressupost, productes comunicatius, resultats, estratègia comunicativa, públic objectiu, pla de difusió.

ÍNDEX

1. ANÀLISI DE SITUACIÓ.....	4
1. DIAGNÒSTIC DAFO.....	5
2. OBJECTIUS	6
3. IDENTIFICACIÓ I MAPA DE PÚBLICS	7
4. DEFINICIÓ DELS EIXOS D'INTERVENCIÓ I LES ACTIVITATS PER ASSOLIR ELS OBJECTIUS.....	9
6. PLA DE DIFUSIÓ.....	23
7. CRONOGRAMA.....	25
8. PRESSUPOST	26
9. INDICADORS DE CONTROL D'ASSOLIMENT D'OBJECTIUS	27
10. ELABORACIÓ DELS PRODUCTES COMUNICATIUS ESTABLERTS.....	29
11. CONCLUSIONS.....	32
12. BIBLIOGRAFIA	33

1. ANÀLISI DE SITUACIÓ

Fornells de la Selva és un municipi de la província de Girona, situat a la comarca del Gironès, que forma part de l'àrea urbana de la ciutat de Girona. Aquest poble està a només sis quilòmetres de la capital de la província. Segons l'Institut d'Estadística de Catalunya, Fornells té una població de 2.732 habitants el 2023 i abraça una superfície d'11,86 quilòmetres quadrats. Amb una densitat poblacional de 230,3 habitants per quilòmetre quadrat, Fornells de la Selva se situa com un dels pobles més tranquils del costat de Girona. Segons Puigdemasa (2013) el poble "té una extensió de 11.84 km² i una altitud mitjana de 102 m" (p.17). Tot i que el poble està al costat de Girona, els habitants del poble estan molt ben comunicats, compten amb un autobús de línia que els porta fins a Girona centre i "també hi passa el ferrocarril de Barcelona a Portbou" (Puigdemasa, 2013, pág. 17)

A poc a poc el poble ha anat creixent i fins que el 1976 un grup d'amics del municipi, aficionats a jugar a futbol van crear la Unió Esportiva Fornells, una entitat sense ànim de lucre. El camp on es jugava l'any 76 era una zona de cultiu adaptada per a jugar a futbol. Posteriorment, es va llogar el Camp de la Joventut de Girona, quan l'equip ja es va federar. Joan Busó Recasens, qui també va fundar l'Agrupació Cultural i Esportiva el 1976, va ser el primer president del club.

El 1998 va tornar a néixer la U.E. Fornells, encara que no tenien un camp de futbol propi. Al principi es jugava al camp de futbol de la Salle, als afores del poble, però després van haver de desplaçar-se fins al camp Municipal de Vilobí d'Onyar i Riudellots per poder seguir jugant. No va ser fins al 2005 que van poder gaudir d'instal·lacions pròpies. El camp de futbol el van construir a la zona esportiva el Molí, amb el suport de l'Ajuntament de Fornells de la Selva. El primer president va ser qui va cedir les terres perquè es pogués dur a terme l'estadi, i per això, van anomenar "Camp de Futbol Municipal Joan Busó".

Durant els anys el club ha anat creixent i ja no és un club petit. Actualment, hi ha més de 200 esportistes a la U.E. Fornells, i abarca des de la categoria dels més petits fins a l'equip de segona catalana.

L'objectiu del Club és ensenyar la pràctica esportiva del futbol inculcant sempre els valors personals a jugadors, ja que "si no se educa en valores no sé esta educando realmente" (Guillermo Ruiz Llamas, 2004), de solidaritat és a dir, com va dir Kamm a l'ABC "la colaboración mutua en las personas", amistat i treball en equip, "una necesidad insoslayable para actuar en una realidad social de complejidad creciente y de múltiples interdependencias" (Ezequiel Ander-Egg, 2001). Tot això ha estat possible pel treball dels diferents presidents i els seus equips, Pere Recasens, Rosendo Barbosa i l'actual president Narcís Mateu.

Tot i ser un club consolidat pel que fa a equips, s'hi pot trobar un repte en l'àmbit de la comunicació digital. Actualment, la U.E. Fornells compta únicament amb una presència limitada a les xarxes socials, essent Instagram la seva única plataforma activa. Cal incidir amb aquesta plataforma, perquè en un article per el diari Expansión, Javier Fernández (2017) explica "esta red social es considerada la red social del futuro, la que más proyección tiene. En sólo cuatro meses ha sumado más usuarios que Twitter en cuatro años" La manca d'actualització en aquesta plataforma pel que fa als equips de futbol base dificulta que la informació clau sobre el club, les seves activitats, èxits, esdeveniments i resultats dels equips de futbol base arribi als aficionats i famílies.

L'absència de perfils actius en altres xarxes socials populars com Twitter, TikTok, YouTube i d'altres limita encara més l'abast i la visibilitat del club. Aquest buit digital redueix les oportunitats de promoció, participació i suport tant dins com fora de la comunitat local.

Per abordar aquest repte, cal implementar un pla de comunicació. Aquest es presenta com una proposta cap a la U.E. Fornells, no com una iniciativa que es vagi a implementar de forma immediata. Tot i això, s'ha elaborat amb la intenció de poder-se dur a terme en un futur. És fonamental que cada equip de futbol base tingui el seu propi espai en línia, permetent compartir notícies, resultats, fotos i moments destacats de manera específica i organitzada. A més, es requerirà una estratègia de contingut efectiva, que inclogui publicacions regulars, interacció amb els seguidors i la promoció d'esdeveniments i activitats del club. La col·laboració amb *influencers* locals i la utilització de contingut multimèdia atractiu contribuiran a augmentar interès al club i als seus equips.

1. DIAGNÒSTIC DAFO

Abans de començar el pla de comunicació cal analitzar la situació de la U.E. Fornells. Segons Zafra *et al.* (2001) el DAFO és "Útil para detectar problemas y causas de los mismos [...] incluso también en una segunda fase para proponer las soluciones y ver que respaldo tienen. [...] Es una técnica muy útil en un nivel descriptivo, como lo es la encuesta normal, sólo que su capacidad de inferencia es más limitada" (pg. 131)

Les fortaleses internes determinen el prestigi de la U.E. Fornells. Aquestes inclouen el suport per part dels patrocinadors i empreses locals, això ens pot proporcionar recursos financers i oportunitats de promoció i col·laboració mútua. Un enfocament especialitzat en la província ens permet adaptar el contingut i els missatges perquè ressonin, generant un major interès i participació. Disposem de recursos financers per part de l'Ajuntament de Fornells de la Selva, això fa que el Club no hagi de dependre únicament dels mateixos recursos. Gràcies a aquest pla de comunicació tenim gran coneixement de tècniques de difusió a les xarxes socials, és fonamental en l'era digital actual i el club pot maximitzar el seu alcans i interactuar amb els seguidors. Tenir accés als contactes del Club i l'Ajuntament és una altra fortalesa interna, ja que podem obtenir informació de manera més ràpida i eficaç i la comunicació serà més efectiva. Augmentem la visibilitat del club en proporcionar cobertura detallada dels resultats, pròxims partits i entrevistes a jugadors i entrenadors, el mitjà de comunicació pot augmentar la visibilitat de l'equip i del club, cosa que pot atreure més atenció i interès tant dins com fora de la comunitat local.

Comptem en què en aquest pla de comunicació també hi ha debilitats que cal contemplar-les. Un exemple és la limitació geogràfica, ja que només ens centrem exclusivament en el poble de Fornells de la Selva. Això pot limitar el seu potencial d'ampliar la base de lectors. La dependència que té la U.E. Fornells cap a l'Ajuntament es podria considerar una debilitat, perquè sempre que es vulgui fer algun canvi o millora ha de passar per l'aprovació de l'Ajuntament. La poca capacitat mediàtica del Club dificulta la promoció d'esdeveniments, captació de nous seguidors i la participació en les activitats. No comptar amb professionals especialitzats per a la definició de la campanya limita la capacitat del club per a desenvolupar estratègies de comunicació efectives.

Diverses oportunitats externes que poden contribuir al nostre creixement i influència en el sector el futbol català. L'expansió d'audiència en línia és una oportunitat per arribar a una audiència més àmplia en línia. A l'aprofitar plataformes com TikTok, YouTube, Twitter i potenciar Instagram la U.E. Fornells podrà augmentar la seva visibilitat i

promoure les activitats de manera efectiva. La col·laboració amb altres entitats del poble com associacions culturals, comerços locals, entre altres, pot brindar l'oportunitat al Club d'ampliar el seu alçars i promocionar les seves iniciatives a través de canals addicionals. Fer col·laboracions amb els patrocinadors no només proporciona suport financer, sinó que també ofereix oportunitats de promoció mútua.

Finalment, també és necessari tenir en compte les amenaces externes del pla de comunicació. Pot donar-se el cas que l'Ajuntament de Fornells de la Selva o la U.E. Fornells (o els dos al mateix temps) pateixi una crisi econòmica. Això limitaria la capacitat del Club per finançar campanyes de comunicació o per dur a terme activitats promocionals. L'escassa interactivitat per part dels seguidors pot afectar negativament a l'efectivitat de les campanyes de comunicació, ja que la falta d'interactivitat indica una falta de compromís per part de l'audiència. Ens podem trobar que hi hagi un canvi d'hàbits de consum dels mitjans de comunicació, és a dir l'abandonament de certes plataformes, pot reduir l'eficàcia de les estratègies de comunicació. Que les famílies no vulguin firmar el consentiment per a la publicació de les imatges a les xarxes socials del Club limita la capacitat per utilitzar segons quines fotografies o vídeos d'esdeveniments esportius en la seva comunicació.



*Fig. 1: DAFO (font: elaboració pròpia)

2. OBJECTIUS

Aquest pla de comunicació té una sèrie d'objectius marcats per la seva missió i els seus valors. En primer lloc, volem proporcionar una cobertura detallada i actualitzada dels partits de la U.E. Fornells, amb un especial èmfasi en l'anàlisi del rendiment dels equips. Es busca mantenir als seguidors informats i connectats amb els resultats i el desenvolupament dels partits.

Es vol fomentar la participació dels seguidors a les xarxes socials de la U.E. Fornells. Això es fa destacant les iniciatives, els èxits i els moments més destacats dels equips, incentivant la implicació de joves talents i reforçant la relació amb la comunitat esportiva local. També ho podem fer, tenint més presència a les XXSS i col·laborant amb els petits comerços del poble.

Donar visibilitat al poble de Fornells de la Selva i els seus petits comerços, amb això estem contribuint a promoure el desenvolupament econòmic del comerç local i impulsar el seu creixement. Amb això també estem destacant la imatge del poble i enfortint la identitat local

Explorar la història del club és un altre objectiu clau, amb la finalitat de preservar i compartir les tradicions, els triomfs i els moments importants que han marcat la trajectòria de l'equip local. Això proporciona una base emocional i una identitat compartida per als seguidors actuals i futurs del club.

Amb aquest pla de comunicació volem augmentar la visibilitat de la U.E. Fornells a les xarxes socials, tenir més presència tant en l'àmbit local com en el digital, i així, arribar a un públic més ampli i enfortir la imatge del club.

Un aspecte crucial és vincular els jugadors i entrenadors del club amb les xarxes socials del club, això es durà a terme a través de la participació en entrevistes, articles i iniciatives de col·laboració.

A més, es vol aconseguir que estrelles del futbol catalanes participin en la difusió de les xarxes socials del club. Aquesta col·laboració pot ajudar a augmentar la visibilitat i el prestigi de la U.E. Fornells, així com a inspirar i motivar als seus membres i seguidors.

Finalment, un objectiu clau és aconseguir que el poble de Fornells de la Selva triï el mitjà de comunicació de la U.E. Fornells com a principal font d'informació futbolística local.

3. IDENTIFICACIÓ I MAPA DE PÚBLICS

En el procés de planificació i execució de qualsevol pla de comunicació és fonamental comprendre i definir qui és el nostre públic objectiu. La identificació dels nostres públics ens permet adaptar els nostres missatges, canals i accions de comunicació per satisfer les necessitats, interessos i preferències específiques.

És important satisfer les necessitats del poble de Fornells de la Selva, ja que és la base del suport per la U.E. Fornells. Satisfer les seves necessitats implica mantenir al poble informat i proporcionar-los-hi contingut interessant amb el qual se sentin connectats amb el club. També de la U.E. Fornells, els treballadors, jugadors i directius per poder seguir mantenint el seu compromís i entusiasme pel Club. Satisfer les necessitats dels patrocinadors i col·laboradors és important, ja que son part integral del funcionament del club i se'ls hi ha de reconèixer la seva contribució, brindar-los-hi visibilitat i oportunitats de promoció. Les famílies dels jugadors són un públic objectiu important perquè són els responsables del benestar i la participació dels seus fills a les activitats esportives. Els aficionats són un públic important perquè són els ambaixadors potencials del club, els que segueixen els partits. A més a més, si els aficionats se senten satisfets són més

propensos a contribuir financerament al club a través de la compra de marxandatge, consumicions al bar del camp de futbol, etc. L'Ajuntament de Fornells de la Selva és un col·laborador clau i un suport important, per això cal satisfer les seves necessitats, complir amb els requisits legals i administratius.

Per poder dur a terme aquest pla de comunicació cal identificar quins són els actors clau. En primer lloc, els jugadors del club, ja que són la cara visible del club. La seva participació fa que es pugui crear contingut per les xarxes socials. En segon lloc, tenim la junta directiva de la U.E. Fornells, perquè ells són els que prenen les decisions de tot i fan que el club estigui a on està. Els entrenadors dels equips també són claus, perquè desenvolupen un paper fonamental en l'èxit de la U.E. Fornells. Els treballadors del club també són claus, perquè formen part del club, coneixen les activitats, horaris, entrenaments que s'hi fa al camp de futbol. Sempre estan en contacte directe amb els familiars dels jugadors, clients, equips visitants. L'alcalde de Fornells de la Selva és una figura important, ja que forma part de l'Ajuntament del poble i aquest ens proporciona ajudes econòmiques i suport en moments de necessitat. Part de les decisions també les pren ella. El regidor d'esports de l'Ajuntament de Fornells té un paper decisiu, ja que és un suport institucional pel club i junt amb l'alcalde prenen decisions conjuntes respecte a diverses qüestions del club.

Hi ha certs actors a qui considerem que són menys importants, però, tot i això, se'ls té en compte. Aquest és el cas de la Llar d'Infants Coloraines, si bé la llar pot tenir molta importància dins el poble, la seva connexió amb la U.E. Fornells és limitada en termes d'objectius i activitats compartides. Els nens i nenes que assisteixen a aquest centre tenen entre 1 i 3 anys. Aquesta franja d'edat té certes limitacions en termes de participació activa en activitats esportives organitzades donat el seu desenvolupament cognitiu i físic. A més a més, la U.E. Fornells no disposa d'un equip de futbol per a infants d'aquesta edat. Tot i que poden sorgir esdeveniments o col·laboracions conjuntes per potenciar els valors, el joc net i treballar la competitivitat, la prioritat d'aquest pla de comunicació està en altres públics. L'Agrupació Esportiva Fornells és una entitat que no va lligada amb el club, tot i que comparteixen l'afició per l'esport, mai s'han fet col·laboracions conjuntes perquè són entitats diferents.

Finalment, hi ha actors als quals se'ls mostra consideració, com els petits comerços del poble. Són una part important dins el poble i cal incloure'ls en el pla de comunicació, no només per la visibilitat que ens pot donar, sinó que també enriqueix la identitat del poble i augmenta la seva visibilitat a les xarxes socials. Es mostrarà consideració a l'Ajuntament de Fornells de la Selva perquè és un dels potencials aportadors econòmics i perquè ens facilitarà la col·laboració en esdeveniments i projectes. L'Escola Forn d'Anells, tot i que alguns nens i nenes siguin molt joves per participar en activitats esportives organitzades, incloure l'escola és important perquè es pot fomentar l'esport des d'edats primerenques, i també pot fer que els infants d'aquest centre vulguin apuntar-se a la U.E. Fornells.



*Fig. 2: Mapa de públics (font: elaboració pròpia)

4. DEFINICIÓ DELS EIXOS D'INTERVENCIÓ I LES ACTIVITATS PER ASSOLIR ELS OBJECTIUS

Amb la fita d'aconseguir els objectius plantejats al pla de comunicació, s'ha dissenyat una sèrie d'accions específiques dirigides a diferents públics clau. Aquestes accions s'han estructurat en una taula on els objectius principals es troben a la part superior i els públics objectius s'enumeren i s'esmenten a la columna esquerra. Cada objectiu té assignades diverses accions destinades a un públic específic, identificades mitjançant un sistema de numeració que fa referència a l'acció de l'objectiu i del públic corresponent. Per exemple, A2.1.1, està codificat de la següent manera: **A2** es refereix a l'acció que es fa per aconseguir l'objectiu número 2, seguidament, el número 1 (**A2.1**) ens fa referència al públic objectiu al qual ens referim i l'últim número (**A2.1.1**) ens fa referència al nombre d'accions que té l'objectiu i el públic.

Públics	O1:Fomentar la participació dels seguidors a les xarxes socials de la U.E.Fornells	O2:Donar visibilitat al poble de Fornells de la Selva i els seus petits comerços	O3:Augmentar la visibilitat de la U.E.Fornells a les xarxes socials
----------------	---	---	--

<p>Públic 1: Famílies dels jugadors</p>	<p>A1.1.1- Publicar qüestionaris i publicacions on pugui haver-hi interacció amb els seguidors</p> <p>A1.1.2- Publicar vídeos de curta durada entrevistant als jugadors de les diverses categories</p> <p>A1.1.3- Publicar sortejos</p>	<p>A2.1.1-Donar un obsequi de benvinguda als jugadors de totes les categories a l'inici de la temporada *</p> <p>A2.1.2- Donar un val de descompte cada trimestre als jugadors de totes les categories</p> <p>A2.1.3- Sorteig (a la mitja part del partit) de productes dels comerços locals del poble</p> <p>A2.1.4- Penjar a les xarxes socials les rutes que es poden fer a Fornells de la Selva</p>	<p>A3.1.1- Publicar reptes virals d'habilitats futbolístiques que tenen els jugadors del club</p> <p>A3.1.2- Sessió de preguntes i respostes amb els jugadors de la U.E. Fornells</p> <p>A3.1.3- **Publicar a les XXSS vídeos dels derbis de cada categoria</p> <p>A3.1.4- Fer una firma d'autògrafs amb una estrella del futbol catalana</p>
<p>Públic 2: Aficionats</p>	<p>A1.2.1- Publicar sortejos</p> <p>A.1.2.2- Publicar qüestionaris i publicacions on pugui haver-hi interacció amb els seguidors</p> <p>A1.2.3- Publicar vídeos de curta durada entrevistant als jugadors de les diverses categories</p>	<p>A2.2.1- Sorteig (a la mitja part del partit) de productes dels comerços locals del poble</p> <p>A2.2.2- Penjar a les xarxes socials les rutes que es poden fer a Fornells de la Selva</p> <p>A2.2.3- Penjar contingut històric i nostàlgic del poble</p>	<p>A3.2.1- Repenjar les fotografies que publiquen els seguidors</p> <p>A3.2.2- **Publicar a les XXSS vídeos dels derbis de cada categoria</p> <p>A3.2.3- Fer una firma d'autògrafs amb una estrella del futbol catalana</p> <p>A3.2.4- Publicar reptes virals d'habilitats futbolístiques que tenen els jugadors del club</p>

Públic 3: Jugadors de la U.E.Fornells	<p>A1.3.1- Publicar qüestionaris i publicacions on pugui haver-hi interacció amb els seguidors</p> <p>A1.3.2- Publicar vídeos de curta durada entrevistant als jugadors de les diverses categories</p> <p>A1.3.3- Publicar sortejos</p>	<p>A2.3.1-Donar un obsequi de benvinguda als jugadors de totes les categories a l'inici de la temporada</p> <p>A2.3.2- Donar un val de descompte cada trimestre als jugadors de totes les categories</p> <p>A2.3.3- Penjar a les xarxes socials les rutes que es poden fer a Fornells de la Selva</p>	<p>A3.3.1- Publicar reptes virals d'habilitats futbolístiques que tenen els jugadors del club</p> <p>A3.3.2- Sessió de preguntes i respostes amb els jugadors de la U.E. Fornells</p> <p>A3.3.3-Publicar a les XXSS vídeos dels derbis de cada categoria</p> <p>A3.1.4-Fer una firma d'autògrafs amb una estrella del futbol catalana</p>
Públic 4: Patrocinadors i col·laboradors		<p>A2.4.1-Fer una publicació conjunta a l'Instagram oferint descomptes pels seguidors</p> <p>A2.4.2- Publicar un vídeo protagonitzat pels jugadors més destacats de l'equip de 2a Catalana visitant un dels patrocinadors per compartir la seva rutina diària.</p>	

*Fig. 3: Definició dels eixos d'intervenció (font: elaboració pròpia)

*En ocasions, els pares són qui utilitzen els vals de descompte i els obsequis, per això aquesta acció també va dirigida a les famílies dels jugadors.

**El vídeo complet es penjarà al Youtube, mentre que a l'Instagram i al TikTok es publicaran les jugades més importants, els gols i les imatges més destacades del partit.

A continuació, presentem diverses taules que detallen les activitats que realitzarem per assolir els nostres objectius. En aquestes taules, s'especifiquen clarament les accions concretes que es duran a terme, l'objectiu al qual va lligat l'acció, el moment en què es faran, el públic destinatari de cada acció, una breu descripció de cada activitat, els recursos necessaris (tant humans com materials i tècnics), i finalment, les tasques prèvies d'observació.

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Publicar qüestionaris i publicacions on pugui haver-hi interacció amb els seguidors	OBJECTIU: Fomentar la participació dels seguidors a les xarxes socials de la U.E. Fornells
QUAN ES REALITZARÀ? Es farà 4 cops per setmana	PÚBLIC DESTINATARI Aficionats, famílies dels jugadors i jugadors de la U.E. Fornells
BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ Durant 4 cops la setmana es penjarà a la plataforma Instagram qüestionaris i votacions perquè els seguidors puguin interactuar. Per exemple, es penjarà una fotografia a l'Instagram Story on s'informa que el dissabte 10 de febrer juga el Fornells contra el Quart. A la mateixa foto es podrà veure la pregunta de: Qui creus que guanyarà? A baix d'aquesta hi haurà tres possibles respostes: Empat, guanya el Fornells i guanya el Quart. En el cas de la plataforma TikTok, es penjarà un vídeo de 15 segons anunciant el derbi i llançant la mateixa pregunta perquè els seguidors puguin contestar als comentaris.	
RECURSOS NECESSARIS	
HUMANS El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells	MATERIAL I TÈCNICS Telèfon mòbil Instagram TikTok
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Observar les hores en les que els seguidors solen estar més actius. Si el penjem en hora punta podem assolir més compromís.	

*Fig. 4: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Publicar vídeos de curta durada entrevistant als jugadors de les diverses categories	OBJECTIU: Fomentar la participació dels seguidors a les xarxes socials de la U.E. Fornells
QUAN ES REALITZARÀ? Es gravarà després de tots els partits que es juguin al camp de la U.E. Fornells i es penjarà al llarg de la setmana següent.	PÚBLIC DESTINATARI: Aficionats, famílies dels jugadors i jugadors de la U.E. Fornells

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ: Després de cada partit que es jugui al camp de futbol de la U.E. Fornells s'entrevistarà als jugadors que ho han fet millor del partit. Seran vídeos d'entre un i tres minuts. Amb aquests vídeos se'ls hi dona l'oportunitat als jugadors que puguin expressar la seva opinió envers el partit. Aquestes entrevistes seran dinàmiques i es compartiran a les xarxes socials com Instagram i TikTok.	
RECURSOS NECESSARIS	
HUMANS: El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells Jugadors de la U.E. Fornells	MATERIAL I TÈCNICS: Telèfon mòbil Micròfon Aplicació Cap Cut Pro (edició del vídeo si s'escau) Instagram TikTok
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Observar que el micròfon funciona correctament abans de fer les entrevistes -Assegurar-nos que el telèfon amb el qual és grava hi ha bateria -Assegurar el consentiment dels jugadors per la gravació i difusió del vídeo	

*Fig. 5: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Publicar sortejos	OBJECTIU: Fomentar la participació dels seguidors a les xarxes socials de la U.E. Fornells
QUAN ES REALITZARÀ? Un cop al mes es farà un sorteig a la plataforma d'Instagram	PÚBLIC DESTINATARI Aficionats, famílies dels jugadors i jugadors de la U.E. Fornells
BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ L'acció consisteix a realitzar un sorteig on el guanyador/a guanyi un dinar al camp de futbol valorat en 17 € i la gorra de la U.E. Fornells. Per fer-ho possible, penjarem una publicació en format fotografia a Instagram on aparegui plasmada tota la informació necessària. Per poder participar en el sorteig s'haurà de seguir el nostre compte d'Instagram, clicar al "m'agrada" de la publicació, mencionar a dues persones amb les que voldries gaudir de l'àpat i finalment publicar aquesta a la seva història. Els sortejos es publicaran els dijous i deixarem fins al divendres següent a les 21:00 h de la nit perquè la gent participi i a les 21:30 h s'anunciarà el guanyador/a del concurs que es triarà mitjançant una pàgina web que ho tria de manera aleatòria.	
RECURSOS NECESSARIS	

HUMANS El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells Cambres del bar del camp de futbol	MATERIAL I TÈCNICS Telèfon mòbil Instagram Pàgina web www.Sortea2.com TikTok
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ - Abans d'anunciar el guanyador del sorteig s'haurà de comprovar que ha seguit tots els passos que es necessitaven per poder participar en el sorteig. Si els ha fet tots s'haurà de repetir el sorteig de nou.	

*Fig. 6: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Donar un obsequi de benvinguda als jugadors de totes les categories a l'inici de la temporada	OBJECTIU: Donar visibilitat al poble de Fornells de la Selva i els seus petits comerços
QUAN ES REALITZARÀ? Es durà a terme quan es faci la presentació dels equips	PÚBLIC DESTINATARI Famílies dels jugadors i jugadors de la U.E. Fornells
BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ A l'inici de la temporada se li atorgarà a cada jugador de cada categoria un obsequi de benvinguda, cortesia dels petits comerços locals. Aquests obsequis poden incloure productes d'alimentació, vals descompte o marxandatge (bolígraf, camiseta...). L'entrega d'aquesta es durà a terme durant el dia de la presentació dels equips, una vegada hagi finalitzat la cerimònia i després d'haver-se fet la fotografia d'equip. Cada entrenador tindrà els obsequis justos i necessaris per a cada jugador i serà ell qui faci l'entrega. Es farà una col·laboració amb els establiments locals valorada en 3.000 € pagada en espècies. És a dir, els establiments proporcionarien els productes i vals descomptes i el club penjaria una balla publicitaria de cada empresa col·laboradora i també se'ls hi donaria visibilització al compte d'Instagram de la U.E. Fornells.	
RECURSOS NECESSARIS	
HUMANS Entrenadors dels equips de futbol base Jugadors de futbol de la U.E. Fornells	MATERIAL I TÈCNICS Obsequi de benvinguda Establiments locals
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Assegurar-se que no falta cap obsequi per cap jugador.	

*Fig. 7: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Donar un val de descompte cada trimestre als jugadors de totes les categories	OBJECTIU: Donar visibilitat al poble de Fornells de la Selva i els seus petits comerços
QUAN ES REALITZARÀ? Un cop cada trimestre	PÚBLIC DESTINATARI Famílies dels jugadors i jugadors de la U.E. Fornells
BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ Un cop cada trimestre es donarà un val descompte a cada jugador del club per a gastar a un dels comerços locals de Fornells de la Selva. Cada trimestre serà un comerç diferent i el val de descompte caducarà un mes després de la recepció d'aquest. El coordinador comunicarà a l'empresa quants vals descompte es necessiten i quan els tinguin fets els anirà a recollir. Després els hi farà arribar a cada entrenador, perquè ell ho pugui repartir entre els jugadors.	
RECURSOS NECESSARIS	
HUMANS Coordinador Entrenadors de cada categoria Jugadors Treballadors del comerç local	MATERIAL I TÈCNICS Val de descompte Impressora per imprimir el val descompte Canva (realitzar el val descompte)
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Assegurar-se que no falta cap obsequi per cap jugador.	

*Fig. 8: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Sorteig (a la mitja part del partit) de productes dels comerços locals del poble	OBJECTIU: Donar visibilitat al poble de Fornells de la Selva i els seus petits comerços
QUAN ES REALITZARÀ? A cada partit de la categoria 2a catalana que es jugui a Fornells de la Selva.	PÚBLIC DESTINATARI Aficionats i famílies dels jugadors

<p>BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ</p> <p>Els partits de 2a catalana que es juguin al camp de futbol del Fornells, durant la mitja part es farà el sorteig d'una panera amb productes de comerços del poble. Els dies previs al partit el coordinador comprarà un paquet de tires de números de l'1 al 1000. A l'entrada del camp hi haurà una taula amb la panera exposada i el conserge, que serà l'encarregat de vendre les tires de paper amb números correlatius (a cada tira hi ha 10 números) i cada tira tindrà el cost d'1 €. No és obligatori que tothom que vulgui entrar al camp pagui la participació. Durant la mitja part del partit es farà el sorteig i s'anunciarà per megafonia el número guanyador. En cas que el guanyador no se n'hagi assebitat podrà consultar-ho a la pissarra que hi haurà al bar del camp de futbol. El guanyador haurà d'anar a l'entrada del camp i presentar la tira on aparegui el número premiat, seguidament se li donarà la panera.</p>	
<p>RECURSOS NECESSARIS</p>	
<p>HUMANS</p> <p>Coordinador Treballador/a de l'Estanc de Fornells de la Selva Conserge Aficionats</p>	<p>MATERIAL I TÈCNICS</p> <p>Tires de paper amb números correlatius Taula Productes d'un comerç local Cistell per posar els productes sortejats Caixa per poder donar canvi Diners per donar canvi Pissarra Guixos Esorrador</p>
<p>TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ</p> <p>-Assegurar-nos que els números són correlatius i no se'n salten cap -Assegurar-nos que hi ha canvi suficient</p>	

*Fig. 9: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

<p>TÍTOL DE L'ACCIÓ:</p> <p>Penjar a les xarxes socials les rutes i activitats que es poden fer a Fornells de la Selva</p>	<p>OBJECTIU:</p> <p>Donar visibilitat al poble de Fornells de la Selva i els seus petits comerços</p>
<p>QUAN ES REALITZARÀ?</p> <p>Cada 2-3 setmanes</p>	<p>PÚBLIC DESTINATARI</p> <p>Aficionats, famílies dels jugadors i jugadors de la U.E. Fornells</p>
<p>BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ</p> <p>A la plataforma Instagram, cada dues o tres setmanes es penjarà una ruta o activitat que es pot fer a Fornells de la Selva. D'aquesta manera animem als nostres seguidors a fer esport i potenciem el poble.</p> <p>A l'Instagram es penjarà una publicació on aparegui la ruta que es pot fer corrents, amb bici o caminant. A més a més, penjarem una història amb l'enllaç de la ruta del Wikiloc, perquè tothom se la pugui guardar al seu telèfon mòbil. També ho guardarem als destacats per si hi ha algú que no ha tingut temps de guardar-s'ho.</p> <p>Al TikTok penjarem un vídeo d'un grup de jugadors de 2a catalana fent la ruta amb bicicleta i a la descripció s'avisarà que a instagram ho tenen penjat i que també podran trobar-ho a les destacades ancorades al perfil.</p>	

RECURSOS NECESSARIS	
HUMANS El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells Jugadors de 2a catalana del club	MATERIAL I TÈCNICS Telèfon mòbil 4 bicicletes Aplicació Cap Cut Pro (edició de vídeo) Instagram TikTok Wikiloc Pro
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Assegurar-nos que el dia de la gravació del vídeo no plougui. -Assegurar-nos que la ruta presentada és accessible per tothom dies abans. -Assegurar el consentiment tant de l'empresa patrocinadora com dels jugadors per la gravació i difusió del vídeo.	

*Fig. 10: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Penjar contingut històric i nostàlgic del poble	OBJECTIU: Donar visibilitat al poble de Fornells de la Selva i els seus petits comerços
QUAN ES REALITZARÀ? Un cop per setmana	PÚBLIC DESTINATARI Aficionats
BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ Cada setmana es publicarà una foto, un carrusel de fotos o un vídeo de com era el poble antigament. D'aquesta manera podem mostrar com ha evolucionat Fornells durant els anys. A l'Instagram es publicarà una fotografia d'abans i una de com és actualment. A baix hi posarem una descripció amb les modificacions que s'han fet durant el llarg del temps. Al TikTok es publicarà el mateix, però en format vídeo de 15 segons.	
RECURSOS NECESSARIS	
HUMANS El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells Alcaldessa de Fornells de la Selva (ens proporcionarà les fotos necessàries)	MATERIAL I TÈCNICS Telèfon mòbil Aplicació Cap Cut Pro (edició de vídeo) Fotografies de Fornells antigues i actuals Instagram TikTok
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Cerciorar-nos que les fotos actuals son de la mateixa localització que les imatges antigues.	

*Fig. 11: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Fer una publicació conjunta a l'Instagram oferint descomptes pels seguidors	OBJECTIU: Donar visibilitat al poble de Fornells de la Selva i els seus petits comerços
QUAN ES REALITZARÀ? Un cop al mes	PÚBLIC DESTINATARI Patrocinadors i col·laboradors
BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ Mensualment, farem una publicació conjunta a Instagram en col·laboració amb un dels nostres patrocinadors. Compartirem una foto o vídeo de l'establiment del patrocinador i oferirem a tots els nostres seguidors en aquesta plataforma un descompte especial per utilitzar tant al negoci associat, com al bar del camp de futbol de Fornells. Per accedir a aquests descomptes, els clients han de seguir el compte d'Instagram del patrocinador i el de la U.E. Fornells. Al TikTok es penjarà el mateix però en format vídeo. Per exemple, la carnisseria Can Tonet és patrocinadora del club. Es penjarà una fotografia de la carnisseria i una del bar del camp de futbol i s'oferirà un 20% de descompte amb la selecció d'embotits i un 15% en consumicions superiors a 10 € al bar del camp de futbol.	
RECURSOS NECESSARIS	
HUMANS El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells Gerent de l'empresa patrocinadora	MATERIAL I TÈCNICS Telèfon mòbil Aplicació Cap Cut (edició de vídeo) Instagram TikTok
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Assegurar-nos que el client que vol utilitzar el descompte és seguidor dels comptes d'Instagram pertinents.	

*Fig. 12: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Publicar un vídeo protagonitzat pels jugadors més destacats de l'equip de 2a Catalana visitant un dels patrocinadors per compartir la seva rutina diària.	OBJECTIU: Donar visibilitat al poble de Fornells de la Selva i els seus petits comerços
QUAN ES REALITZARÀ? Un cop al mes	PÚBLIC DESTINATARI Patrocinadors i col·laboradors

<p>BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ</p> <p>Un cop al mes, compartirem un vídeo col·laboratiu amb una de les empreses patrocinadores del club, on un grup de jugadors de 2a Catalana visitarà les seves instal·lacions. Durant la visita, el gerent de l'empresa els hi ensenyarà als jugadors què fan dia a dia. El vídeo tindrà una durada de 2 a 3 minuts i estarà disponible a la plataforma Instagram i TikTok.</p> <p>Per exemple, TC Equipacions és una empresa familiar especialitzada en la fabricació de roba esportiva i una de les nostres patrocinadores. Quatre jugadors del primer equip del club aniran a l'empresa i aquesta els hi ensenyarà com és el procés de la fabricació de roba de la U.E. Fornells.</p>	
<p>RECURSOS NECESSARIS</p>	
<p>HUMANS</p> <p>Jugadors de 2a Catalana de la U.E. Fornells Gerent de l'empresa patrocinadora El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells</p>	<p>MATERIAL I TÈCNICS</p> <p>Telèfon mòbil Aplicació Cap Cut (edició de vídeos) Instagram TikTok</p>
<p>TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ</p> <p>-Assegurar el consentiment tant de l'empresa patrocinadora com dels jugadors per la gravació i difusió del vídeo</p>	

*Fig. 13: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

<p>TÍTOL DE L'ACCIÓ:</p> <p>Publicar reptes virals d'habilitats futbolístiques que tenen els jugadors del club</p>	<p>OBJECTIU:</p> <p>Augmentar la visibilitat de la U.E. Fornells a les xarxes socials</p>
<p>QUAN ES REALITZARÀ?</p> <p>Un cop cada dues setmanes</p>	<p>PÚBLIC DESTINATARI</p> <p>Aficionats, famílies dels jugadors i jugadors de la U.E. Fornells</p>
<p>BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ</p> <p>L'acció consisteix en la gravació i publicació d'un vídeo d'entre 2 i 3 minuts a les plataformes Instagram i TikTok, on els jugadors de diferents categories del club realitzaran un repte de futbol. S'assignaran grups de jugadors per a participar i es gravaran els intents dels jugadors de completar el repte. També s'adjuntaran vídeos de moments divertits que passin durant la gravació.</p> <p>Per exemple, es podria fer el repte viral on els jugadors han de girar al voltant d'un pal durant 30 segons i després ha de xutar un penal a porteria. La dificultat és mantenir l'equilibri i la precisió després de donar voltes.</p>	
<p>RECURSOS NECESSARIS</p>	

HUMANS Jugadors de la U.E. Fornells El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells	MATERIAL I TÈCNICS Telèfon mòbil Aplicació Cap Cut (edició de vídeo) Pica Base per la pica Instagram TikTok
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Assegurar el consentiment tant de l'empresa patrocinadora com dels jugadors per la gravació i difusió del vídeo. -Comprovar que la pilota està inflada.	

*Fig 14: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Sessió de preguntes i respostes amb els jugadors de la U.E. Fornells	OBJECTIU: Augmentar la visibilitat de la U.E. Fornells a les xarxes socials
QUAN ES REALITZARÀ? Un cop la setmana	PÚBLIC DESTINATARI Famílies dels jugadors i jugadors de la U.E. Fornells
BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ L'acció consisteix en el fet que el/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells faci una sèrie d'entrevistes ràpides i dinàmiques a diversos membres del club, com jugadors, entrenadors o treballadors, amb l'objectiu de poder-los conèixer millor. Les preguntes seran breus però significatives. Aquests vídeos tindran una duració d'entre 2 i 3 minuts i estaran penjats a l'Instagram i al TikTok. Per exemple, es farien preguntes com: nom, edat, categoria i posició en la qual jugues, qui és el teu ídol, quan vas començar amb el futbol, ritual abans de començar el partit, de quin equip ets, què t'agradaria ser en un futur, entre altres preguntes.	
RECURSOS NECESSARIS	
HUMANS Jugadors de la U.E. Fornells Treballadors del club El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells	MATERIAL I TÈCNICS Telèfon mòbil Micròfon Instagram TikTok Aplicació Cap Cut Pro (edició de vídeo)
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Assegurar el consentiment tant de l'empresa patrocinadora com dels jugadors per la gravació i difusió del vídeo.	

*Fig. 15: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Repenjar les fotografies que publiquen els seguidors	OBJECTIU: Augmentar la visibilitat de la U.E. Fornells a les xarxes socials
QUAN ES REALITZARÀ? Sempre que els seguidors publiquin una història d'Instagram i mencionin el compte del Fornells	PÚBLIC DESTINATARI Aficionats
BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ Consisteix a republicar les històries d'Instagram dels seguidors del compte de la U.E. Fornells que hagin mencionat o etiquetat al club en elles. Això permet mostrar el suport i la interacció dels seguidors a les xarxes socials, així com augmentar la visibilitat de les publicacions dels aficionats.	
RECURSOS NECESSARIS	
HUMANS El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells	MATERIAL I TÈCNICS Telèfon mòbil Instagram
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Repenjar totes les històries d'Instagram dels seguidors.	

*Fig. 16: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Publicar a les XXSS vídeos dels derbis de cada categoria	OBJECTIU: Augmentar la visibilitat de la U.E. Fornells a les xarxes socials
QUAN ES REALITZARÀ? Sempre que hi hagi un derbi	PÚBLIC DESTINATARI Aficionats, famílies dels jugadors i jugadors de la U.E. Fornells
BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ L'acció se centra en la gravació i difusió dels derbis i partits importants de totes les categories del club, utilitzant una càmera especial (Veo Cam 3) que segueix la pilota per a capturar cada moment clau del joc. Un cop finalitzat el partit es publicarà al YouTube i se seleccionarà els moments més emocionats i importants del partit (gols, jugades destacades, moments de tensió) i es penjaran a les plataformes d'Instagram i TikTok.	
RECURSOS NECESSARIS	

HUMANS El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells	MATERIAL I TÈCNICS Instagram YouTube TikTok Veo Cam 3 Aplicació Cap Cut Pro (edició de vídeo)
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Comprovar que la càmera Veo Cam 3 funciona correctament -Assegurar el consentiment dels jugadors per la gravació i difusió del vídeo	

*Fig. 17: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

TÍTOL DE L'ACCIÓ: Fer una firma d'autògrafs amb una estrella del futbol catalana	OBJECTIU: Augmentar la visibilitat de la U.E. Fornells a les xarxes socials
QUAN ES REALITZARÀ? Un cop per temporada (serà aproximadament sobre el mes d'abril i maig)	PÚBLIC DESTINATARI Aficionats, famílies dels jugadors i jugadors de la U.E. Fornells
BREU DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ L'acció consisteix a fer una firma d'autògrafs al camp de futbol de Fornells de la Selva. Primer de tot, 15 dies abans de la firma es publicarà una història a l'Instagram i un vídeo al TikTok esmentant "pròximament hem d'anunciar-vos alguna cosa, estigueu alertes a les nostres xarxes". Això es fa per crear tensió i perquè tothom estigui alerta. Tres dies més tard, s'anunciarà la firma d'autògrafs, la data, la localització i l'hora. A la descripció es farà èmfasi que l'esdeveniment tindrà una duració determinada i no s'admetrà posar-se a la cua a ningú passades l'hora límit. Al TikTok es penjarà un vídeo de 15 segons anunciant-ho i a la descripció dirigirem als seguidors cap a la plataforma Instagram per tal de poder obtenir més informació. El dia de l'esdeveniment es prepararà un espai còmode pel jugador. Es posarà una taula amb una carpa per a protegir del sol en cas que sigui necessari, juntament amb dues cadires (una pel jugador i l'altre per un treballador del club que supervisarà que tot vagi fluint. El/la creador/a de contingut estarà present per documentar l'esdeveniment. Gravarà vídeos que es publicaran en temps real a l'Instagram i TikTok. Farà un directe a l'Instagram per informar els seguidors de com està anant. Una vegada hagi acabat la firma d'autògrafs es farà un vídeo de 2 o 3 minuts resumint l'esdeveniment, allà inclourà entrevistes a persones que estaven a la cua, opinions, imatges, etc. Cal esmentar que durant aquest esdeveniment el bar romandrà obert. Un exemple de jugadors que podrien venir seria: Aleix García, Pau Cubarsí, Yan Couto, Eric García, Aitana Bonmati, Cristian Stuani, Portu, entre altres.	
RECURSOS NECESSARIS	

HUMANS Cambreres del bar del camp de futbol Membres de la junta directiva del camp Conserge del club El/la creador/a de contingut de la U.E. Fornells Aficionats Jugadors del club	MATERIAL I TÈCNICS Telèfon mòbil Instagram Tik Tok Carpa Taula 2 cadires Aplicació Cap Cut Pro (edició de vídeo) Twitter Premium+
TASQUES PRÈVIES D'OBSERVACIÓ -Assegurar el consentiment dels aficionats i jugador per la gravació i difusió del vídeo -Comprovar que tot funciona bé.	

*Fig. 18: Activitat per assolir els objectius (font: elaboració pròpia)

6. PLA DE DIFUSIÓ

Aquest punt va dirigit als públics en els quals ens enfoquem i com planegem involucrar-los per assolir els nostres objectius. S'ha desenvolupat una taula detallada que enumera els nostres objectius, els públics als quals ens dirigim, les estratègies que implementarem per involucrar aquest públic i les tàctiques específiques que utilitzarem per assolir els nostres objectius.

S'ha utilitzat els mateixos 3 objectius i públics utilitzats en el punt número 5. Cada objectiu tindrà unes estratègies i tàctiques per poder assolir la fita marcada.

OBJECTIU	PÚBLIC	ESTRATÈGIA	TÀCTICA
Fomentar la participació dels seguidors a les xarxes socials de la U.E. Fornells	P1- Familiars de jugadors	-Crear contingut atractiu i de qualitat -Fomentar la interacció -Involucrar als jugadors	- Fer publicacions a les Xarxes socials amb caire misteriós utilitzant comptes enrere per revelar informació important -Fer sentir important al mateix usuari/públic, a partir de preguntes i enquestes

	P2- Aficionats	-Promoure l'ús de hashtags	-Fer preguntes, organitzar enquestes que animin als seguidors a participar i compartir les seves opinions.
	P3- Jugadors de la U.E. Fornells	-Reconèixer i premiar la participació dels seguidors a les XXSS de la U.E. Fornells	-Fer que els jugadors publiquin fotos i vídeos dels partits o entrenaments i que etiquetin al club -Crear un hashtag únic pel club i animar als seguidors a utilitzar-los a les seves publicacions -Compartir les publicacions que els seguidors pengin etiquetant a la U.E. Fornells
Donar visibilitat al poble de Fornells de la Selva i els seus petits comerços	P1-Familiars de jugadors	- Fer campanyes de promoció	- Fer publicacions conjuntes a Instagram amb els petits comerços
	P2- Aficionats	-Mostrar rutes turístiques i gastronòmiques	-Fer un sorteig entre el club i un comerç local
	P3- Jugadors de la U.E. Fornells	- Mostrar el desenvolupament del poble durant els anys	-Avisar als seguidors dels descomptes i promocions que fan els comerços
	P4- Patrocinadors i col·laboradors		-Penjar fotografies de com eren certes parts del poble fa uns anys i a l'actualitat.
Augmentar la visibilitat de la U.E. Fornells a les xarxes socials	P1- Familiars de jugadors	-Establir una presència constant en les Xarxes Socials, creant contingut rellevant i d'interès	-Organitzar sortejos a les xarxes socials del club
	P2- Aficionats	-Crear contingut original	-Fer que els jugadors publiquin fotos i vídeos dels partits o entrenaments i que etiquetin al club
	P3- Jugadors de la U.E.Fornells		

			<p>- Penjar contingut cada dia (sigui històries o penjar fotografies, Reels, etc.)</p> <p>-Gavar reptes virals i publicar-ho</p>
--	--	--	--

*Fig. 19: Pla de difusió (font: elaboració pròpia)

7. CRONOGRAMA

En aquest punt es presenta un exemple del que serien les publicacions setmanals a les xarxes socials de la U.E. Fornells. Amb el propòsit d'exemplificar una setmana completa de continguts a les XXSS, s'ha creat una estructura que abasta els elements següents: tipus de xarxes socials, data de publicació, hora, tipus de contingut (sigui fotografia, vídeo o text) i el text que s'utilitzarà per a la publicació.

La finalitat principal d'aquesta taula és proporcionar una visió panoràmica de l'estratègia de comunicació digital de la U.E. Fornells, destacant la diversitat i formats de contingut i la interactivitat amb l'audiència. És important subratllar que, conscients de l'impacte de la saturació a les xarxes socials, s'ha pres la decisió de no sobreexposar determinades plataformes com TikTok i Twitter, privilegiant Instagram com el principal canal de difusió a causa de la fidelitat dels seus usuaris.

Amb el text de la publicació s'ha buscat fomentar la participació activa dels seguidors mitjançant preguntes. Aquesta estratègia busca generar interaccions a les publicacions i d'aquesta manera, tenir un públic més fidel i compromès.

XXSS	DATA	HORA	TIPUS DE CONTINGUT	PUBLICACIÓ
DILLUNS-- ESTRATÈGIA PER A CRIDAR L'ATENCIÓ				
INSTAGRAM	02/09/2024	20:30h	Publicació amb imatges i una història	Atenció seguidors de la U.E.Fornells!! Estem emocionats d'enunciar que el pròxim 14 de setembre serà un dia molt especial. Guardeu-vos aquesta data i no feu res perquè aquest dia és la presentació dels equips de la temporada!!! Prepareu-vos per a viure una jornada plena d'emoció, sorpreses i un pica-pica gratuït per a tots els jugadors i acompanyants. Sabem que us agrada el menjar i més si és gratis!!! Esteu llestos per a descobrir que ens ofereix aquesta temporada? Però... Això no és tot, hem preparat un detall únic per a cada un dels nostres jugadors cortesia del Forn Cresell, la camisseria Can Tonet i la fleca de Can Biel. Quin creieu que serà l'obsequi que s'enduran els jugadors? Us llegim als comentaris!!! #Presentaciódequips #novatemporada #UEFnewborn
TIK TOK	02/09/2024	20:00h	Publicació d'un vídeo curt de 15 segons	Atenció a tots els nostres seguidors!!!! Us hem de comunicar una cosa... El 14 de setembre és una data que no voldreu oblidar. Per què? Bé, això és un secret... Però si voleu descobrir-ho, a les 20:30 h tindreu la resposta al nostre Instagram. No us penedireu!!! #guardaladata #14setembre #uefornells
TWITTER	02/09/2024	20:05h	Post sense imatge	Vols formar part d'un secret emocionant? Marca el 14 de setembre al teu calendari i prepara't per descobrir quelcom que et deixarà sense alè. Però, aquí està el truc: només els seguidors més curiosos que ens segueixin a l'Instagram podran descobrir aquest enigma. Esteu llestos per endinsar-vos en el misteri? A les 20:30 h al nostre Instagram @uefornells #guardaladata #secretreveal #instagram #uefornells

DIMARTS-- ESTRATÈGIA PER A CRIDAR L'ATENCIÓ				
INSTAGRAM	03/09/2024	21:00h	Publicació d'un reels i una història	Aquest agost mentre el sol brillava sobre el verd de la gespa, ens vam submergir als entrenaments de pretemporada i vam entrevistar a alguns dels nostres jugadors de les diferents categories. Des dels més joves fins als més veterans, descobrim el que els impulsa, els seus somnis futbolístics, la seva visió de la temporada 24-25 i els seus ídols. Estigueu atent a les nostres xarxes socials per no perdre't ni un segon d'aquesta temporada! #pretemporada #entrevistes #nothoperdis
TIK TOK	03/09/2024	21:05h	Publicació d'un vídeo de 30 segons	Descobreix els secrets de després dels primers entrenaments de la pretemporada! Durant el mes d'agost vam estar entrevistant als nostres jugadors i les seves respostes no et deixaran indiferent. T'agradaria veure'n més? Fes un cop d'ull al nostre Instagram (@uefornells) i gaudeix de totes les entrevistes! #pretemporada #uefornells
TWITTER	03/09/2024	20:30h	Publicació d'un vídeo de 30 segons dels moments més graciosos de les entrevistes	Avui no et perdís el que tenim preparat per a tu a les 21:00 h. Un dels posts més divertits i us en deixem un tastet perquè pugueu riure tant com nosaltres ho hem fet preparant-ho. Estigueu atent!! #entrevistes #jugadors #riures

DIMECRES-- ESTRATÈGIA PER A CRIDAR L'ATENCIÓ				
INSTAGRAM	04/09/2024	11:00h	Publicació d'un carusel de fotografies i una història	Des dels seus fonaments fins a la gespa verda que coneixem avui dia, el nostre camp de futbol ha recorregut un llarg camí. En aquesta imatge pots veure una comparació entre el passat i el present del nostre camp de futbol municipal Joan Busó. Pots creure com ha canviat tot? Explica'ns en els comentaris que et sembla aquesta transformació!!! #pasdeltemps #transformació #campjoanbuso
TIK TOK	04/09/2024	12:00h	Publicació d'un vídeo de 15 segons mostrant l'abans i el després del camp de futbol	Així era el camp de futbol durant les seves obres i així és com està actualment. Quin canvi, no? Què és el que més us ha sorprès d'aquesta evolució? Et llegim als comentaris!!! #fornells #uefornells #pasdeltemps

DIJOUS-- ESTRATÈGIA PER A CRIDAR L'ATENCIÓ				
INSTAGRAM	05/09/2024	15:00h	Publicació d'un reels i d'una història	Els nostres jugadors estan llestos per enfrontar-se a un repte una mica agitat!! En aquest vídeo els pots veure intentant-ho fer de la millor manera. Qui creus que ho ha fet millor? Deixa'ns la teva opinió als comentaris i vota pel teu preferit!!
TIK TOK	05/09/2024	15:05h	Vídeo de 15 segons	En aquest vídeo els nostres jugadors accepten el repte i mostren les seves habilitats en un dels reptes més virals. Qui creus que s'ha marejat més? Et llegim als comentaris! #jugadorsenaccio #votaperelteupreferit #mareig #futbol #uefornells
TWITTER	05/09/2024	14:30h	Post sense imatge	Seguidors de la U.E. Fornells, a les 15:00 h prepareu-vos per una dosi de riures i diversió garantida. Podreu veure un vídeo protagonitzat pels nostres jugadors. T'esperem al nostre perfil a les 15:00 h!! Tho perdràs?
DIVENDRES-- ESTRATÈGIA PER A CRIDAR L'ATENCIÓ				
INSTAGRAM	06/09/2024	18:00h	Publicació d'una història i una fotografia	Pels nostres seguidors més aventurers. No teniu res a fer durant aquest cap de setmana? Nosaltres tenim la solució perfecta per a tu! Vine i descobreix el poble de Fornells de la Selva de la forma més activa i saludable: fent esport a l'aire lliure! Et presentem una ruta de 8 km que podràs fer-la corrent, caminant o en bicicleta. A les històries trobaràs l'enllaç de la ruta per guardar-la al mòbil. T'uneixes a l'aventura? T'esperem!!!! #esport #uefornells #salut
TIK TOK	06/09/2024	18:05h	Publicació d'un vídeo de 30 segons	T'agradaria fer la mateixa ruta que fan els nostres jugadors de 2a catalana? Dirigeix-te al nostre Instagram i trobaràs l'enllaç a la nostra història. Deixa'ns als comentaris si ja havies fet aquesta ruta i què et va semblar!! #esport #ruta #uefornells
TWITTER	06/09/2024	18:30h	Publicació sense imatges	Aquest cap de setmana vols fer esport, però no saps què fer? Nosaltres t'ho posem fàcil, al nostre Instagram trobaràs una ruta que pots fer corrents, amb bicicleta o caminant! Corre i no t'ho perdís!!
DISSABTE-- ESTRATÈGIA PER A CRIDAR L'ATENCIÓ				
INSTAGRAM	07/09/2024	10:00h	Publicació d'una fotografia	Alerta futbolers!!! Aquesta tarda a les 16:30 h se disputa el primer partit de la temporada 24-25 de 2a Catalana. A més a més, durant el descans, sortejarem una panera de productes dels establiments locals. Per a participar, tot el que cal fer és comprar una tira de paper per 1 €. El guanyador s'anunciarà durant el descans. Seràs tu l'afortunat/da? Vine i descobreix-ho!!!! #primerpartit #2acatalana #sorteig #quiguanyara?
TWITTER	07/09/2024	10:30h	Publicació d'una fotografia	Avui és el gran dia!! A les 16:30 h comença el primer partit de la temporada 24-25 de 2a Catalana. A més a més, durant el descans, sortejarem una panera de productes locals. Participa amb només 1 € a l'entrada. Seràs tu el guanyador/a? Thi esperem!!
DIUMENGE-- ESTRATÈGIA PER A CRIDAR L'ATENCIÓ				
INSTAGRAM	08/09/2024	19:00h	Publicació d'una fotografia i una història	Fes un cop d'ull a aquest avenç exclusiu del vídeo del sopar de final de temporada 23-24! Vols veure la versió completa? Corre al nostre canal de YouTube per gaudir de tot el contingut!! No t'ho perdís. #soparfinaldetemporada #temporada23/24 #uefornells
TIK TOK	08/09/2024	19:05h	Publicació d'un vídeo de 60 segons	Te'n recordes del sopar de final de temporada 23-24? Doncs aquí tens una versió curta, però si t'has quedat amb ganes pots veure el vídeo complet al nostre canal de YouTube!! Afanya't!!!! #uefornells #finaldetemporada #23/24
YOUTUBE	08/09/2024	18:55h	Publicació d'un vídeo complet	Un dels vídeos més esperats ja ha arribat!!!! Gràcies a tots i a totes els que vau ser-hi presents i ho vau fer possible. Sou l'esperit d'aquest club. Estàs llest/a per reviuere tots els moments emocionants i els riures compartits? Clica al play i gaudeix al màxim!

*Fig. 20: Cronograma (font: elaboració pròpia)

8. PRESSUPOST

Segons Molineras (2011) "un presupuesto es una herramienta de planificación, coordinación y control de funciones que presenta en términos cuantitativos las actividades que en el futuro se realizarán en una empresa, con la finalidad de utilizar de una manera más productiva sus recursos, para que pueda alcanzar sus metas" (pg. 75). Aquest pressupost s'ha elaborat en base el material necessari per a dur a terme les accions esmentades al punt número 5 del document. Cal destacar que, encara que es preveu que es requerirà més material en etapes posteriors del projecte, de moment, el pressupost s'ha confeccionat considerant exclusivament els recursos especificats al punt esmentat.

El pressupost conté una data fictícia. En cas que aquest pressupost fos real, cal especificar la data de lliurament d'aquest. També inclou un apartat de validesa, on s'indica que els preus seran els mateixos llevat que hi hagi canvis en les condicions del mercat. Així mateix, s'esmenta el nom de la persona que ha elaborat el pressupost i un altre apartat on s'indica a qui s'adreça el pressupost.

A continuació, es detalla la descripció del producte, les unitats necessàries, el preu per unitat i el total corresponent a aquest producte. Tots els preus indicats al pressupost ja inclouen l'IVA. Al final de la llista de productes, hi ha el preu final, és a dir, el total sumat de tots els productes esmentats.

Finalment, s'ha afegit un apartat que conté les condicions de pagament. El client ha de fer el pagament dins un termini de 30 dies. En aquest apartat s'esmenta el número de compte bancari i el codi BIC/SWIFT per facilitar-ne la transacció.

DATA	VALIDESA	EMESA PER:	A/ATENCIÓ DE:	
17/03/2024	EXCEPTE VARIACIÓ DE PREUS	JUDITH MATEU	U.E. FORNELLS	
DESCRIPCIÓ		UNITAT	PREU / U	TOTAL:
Iphone 15 Pro Max - 1 TB		1	1.969	1.969
Micròfon sense fils portàtil		1	19,28	19,28
Menú de cap de setmana per a dues persones al camp de futbol		2	17	34
Tires de números per a rifa		1	19,24	19,24
Thinia Home Pack 2 taules plegables de 180 cm		1	71,91	71,91
Cistell Jute de plàstic gris		20	7,7	154
Caixa Caudales amb clau per a contar i transportar diners		1	20,9	20,9
Blister 2 caixes de 10 guixos blancs		1	1,9	1,9
Esborrador de pissarra de guix		1	3,99	3,99
Aplicació Wikiloc Pro (preu per any)		1	9,99	9,99
Aplicació edició de vídeo Cap Cut Pro (preu mensual)		12	11,99	143,88
Bicicleta de muntanya d'alumini		4	249,99	999,96
Pica d'entrenament 100 cm		1	5,99	5,99
Base de goma per a pals d'eslàlom		1	11,99	11,99
Subscripció càmera Veo Cam 3 - Starter		12	39	468
Veo Cam 3 (5G)		1	1.199	1.199
Trípode Veo Cam- 5.2 m		1	249	249
Suport per aguantar la càmera amb el trípode		1	49	49
Protector Veo Cam 3		1	89	89
Carpa plegable		1	89,99	89,99
Cadira plegable		3	17,99	53,97
Twitter Premium+		12	16,94	203,28
			IVA 21%	TOTAL
			INCLÒS	5.867
CONDICIONS DE PAGAMENT:				
TRANSFERÈNCIA 30 DIES				
IBAN: ES25 0000 0000 0000 0000 0000 CAIXFORNESBBXXX				

*Fig. 21: Pressupost (font: elaboració pròpia)

9. INDICADORS DE CONTROL D'ASSOLIMENT D'OBJECTIUS

Com que aquesta és una proposta de pla de comunicació, és important destacar que encara no s'ha posat en marxa. Per tant, per monitorar i avaluar les accions, es configuraran totes les xarxes socials de la U.E. Fornells en mode empresa. Això permetrà accedir a totes les estadístiques rellevants i comprovar si la feina està ben feta o si cal realitzar canvis per millorar la connexió amb el públic i optimitzar els resultats.

Segons Amanquez i Perchik (2021) "Contar con un perfil de Instagram de empresa puede ser muy beneficioso a la hora de vender un producto o servicio, ya que desde el primer momento permite obtener las siguientes ventajas" (pg. 45). Es pot consultar informació detallada sobre el rendiment de les nostres publicacions. Dins la informació de cada fotografia publicada, trobarem la descripció que ens indica el nombre de

comptes arribats, és a dir, el nombre de comptes únics que veuen la publicació almenys una vegada. També podem veure les interaccions, que representen el nombre de comptes que han interactuat amb la publicació. Les interaccions inclouen el número de "M'agrada", les vegades que la publicació ha estat guardada, comentada i compartida, encara que aquestes xifres són una estimació.

A més, es pot observar l'activitat al perfil, que indica el nombre d'accions que les persones fan en visitar el perfil després d'interactuar amb la publicació. Altres dades disponibles inclouen els seguidors i no seguidors, és a dir la diferenciació entre el nombre de seguidors que veuen la publicació i el nombre de persones que no segueixen el compte, però van a veure la publicació. Les impressions, és a dir, el nombre de vegades que la publicació s'ha mostrat a la pantalla, el nombre de comentaris a la publicació, el nombre de vegades que la publicació ha estat compartida, el nombre de vegades que la publicació ha estat guardada, les visites que ha tingut el perfil després de penjar la foto. A més a més, també pots veure el nombre de tocs als enllaços del perfil i les vegades que s'ha tocat l'adreça de l'empresa al perfil, el percentatge d'homes i dones que segueixen el perfil, el percentatge de comptes arribats que són seguidors i els que no ho són, entre moltes altres funcions.

Aquestes dades proporcionaran una visió integral de l'exercici de les nostres publicacions i ajudaran a ajustar l'estratègia de comunicació per maximitzar l'abast i la interacció amb la nostra audiència.

Les estadístiques de TikTok són semblants a les d'Instagram, però presenten algunes diferències. A TikTok, es pot accedir a dades demogràfiques detallades dels seguidors, com el percentatge d'edats dels que segueixen el perfil. A més, és possible veure la distribució geogràfica dels seguidors, tot mostrant el percentatge dels principals països o regions d'origen (per exemple, 30% Espanya, 50% Alemanya, 20% França).

TikTok també ofereix estadístiques específiques per a les transmissions en directe, permetent analitzar-ne el rendiment. Entre les funcions disponibles, es destaquen les estadístiques de les 9 publicacions amb més creixement en visualitzacions dels darrers 7 dies, proporcionant una visió clara dels continguts més exitosos i el seu impacte a l'audiència.

La plataforma Twitter ofereix estadístiques que, aproximadament, són comparables a les d'Instagram i TikTok. El club pagarà la subscripció Premium+, ja que permet escriure articles, un augment de resposta més gran i no apareixeran anuncis. A través del panell d'activitat de post per a empreses, Twitter proporciona dades detallades sobre impressions i interaccions tant de posts orgànics com promocionats. Això inclou gràfics mensuals que permeten avaluar el rendiment dels posts, així com informació sobre la taxa de retenció, reproduccions i finalització de vídeos. A més, Twitter ofereix detalls demogràfics dels seguidors, com la distribució geogràfica i el rang d'edats, similar a les funcionalitats que es troben a Instagram i TikTok.

La plataforma de YouTube ofereix una varietat de funcions estadístiques que permeten als creadors de contingut analitzar detalladament el rendiment del canal i dels vídeos. Entre les principals mètriques disponibles hi ha el temps de reproducció en hores, el nombre de vistes i els canvis en el recompte de subscriptors, indicant si s'ha augmentat o disminuït i quants subscriptors s'han guanyat o perdut. En cas que els vídeos estiguin monetitzats, també es mostren els ingressos estimats.

Sota aquestes estadístiques generals, es presenta el rendiment del vídeo més recent comparat amb les càrregues habituals. Aquí, es pot veure la classificació per vistes, el

nombre de vistes, la taxa de clics de les impressions i la durada mitjana de les visualitzacions. Per exemple, si un vídeo dura 10 minuts, aquesta mètrica mostra si els espectadors el veuen tot el vídeo o només el veuen 3 minuts.

A la pàgina d'Analytics, es pot veure informació més detallada sobre el rendiment del canal i de cada vídeo publicat. Les dades s'organitzen a diverses seccions com el resum general, que ofereix una visió global del rendiment del canal. També podem veure a quants usuaris s'està arribant i com s'està aconseguint, la taxa de clics, visites, entre altres mètriques similars a les de les altres plataformes mencionades anteriorment. La pestanya de participació mostra les millors llistes de reproducció i proporciona informació sobre quins elements ressonen millor amb el públic. La pestanya de públic serveix per veure les dades sobre les hores en les quals els usuaris estan més actius a la plataforma, això ajuda a determinar el millor moment per a penjar vídeos. A més, es mostren els vídeos que més l'interessen al públic.

En cas que es formi part de socis de YouTube, hi ha una pestanya addicional d'Ingressos, que proporciona detalls sobre els guanys del canal. Aquí es poden consultar els ingressos estimats, RPM (ingressos per mil impressions) i CPM (cost per mil impressions) basats en reproduccions. També es poden veure els ingressos mensuals estimats dels darrers sis mesos, els vídeos amb més ingressos i un desglossament de les fonts d'ingressos, tipus d'anuncis, ingressos per transaccions i les principals ubicacions geogràfiques per CPM.

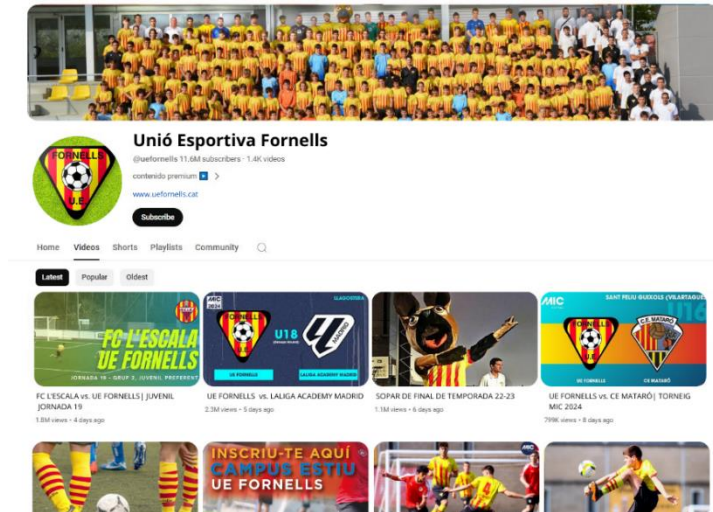
Gràcies a totes les estadístiques que ofereixen les XXSS esmentades, podrem saber si el pla de comunicació està obtenint els resultats esperats o cal fer algun canvi.

10. ELABORACIÓ DELS PRODUCTES COMUNICATIUS ESTABLERTS

S'ha elaborat quatre imatges per mostrar com quedarien les xarxes socials principals de la U.E. Fornells. Les plataformes utilitzades són Instagram, TikTok, YouTube i Twitter. A diferència de les xarxes socials actuals del club, a les nostres propostes es pot apreciar una major constància i actualització.

Hem observat que, a la pàgina web del club, es poden consultar els resultats de totes les categories, però fa quatre anys que no s'actualitza. A més, el compte de Twitter no s'ha utilitzat en el mateix període, mentre que YouTube i TikTok mai s'han utilitzat.

Considerem de vital importància mantenir una presència constant a les xarxes socials per mantenir informada la nostra audiència i fomentar la interacció amb la comunitat. Per això, creiem que aquest pla de comunicació pot impulsar una major audiència a les seves xarxes socials.



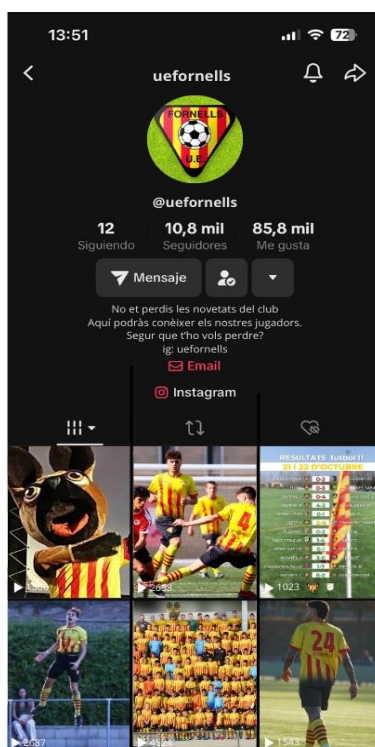
*Fig. 22: TikTok (font: elaboració pròpia)



*Fig. 23: Instagram (font: elaboració pròpia)



*Fig. 24: Twitter (font: elaboració pròpia)



*Fig. 25: TikTok (font: elaboració pròpia)

11. CONCLUSIONS

Gestionar les xarxes socials d'un club requereix atenció en diversos aspectes per garantir una comunicació efectiva i que hi hagi bona interacció entre el públic. Per ser *community manager* d'un club de futbol s'han de tenir diverses qüestions clares. La primera és la constància a les xarxes socials, com és d'esperar. És important mantenir una freqüència regular en les publicacions per a mantenir l'interès i l'atenció dels seguidors. En segon lloc, cal tenir en compte que s'ha de publicar un contingut variat, una barreja de notícies, actualitzacions dels partits, la cobertura d'esdeveniments especials, vídeos dels jugadors per entretenir i també per conèixer els integrants del club. En tercera posició, la interacció amb els seguidors. És important respondre als comentaris i missatges i sobretot, fomentar la participació a través d'enquestes i preguntes. Seguidament, cal mantenir actualitzats els resultats a totes les xarxes socials, així, qui no ha pogut assistir al partit podrà saber quin ha sigut el resultat. També és important fer directes a l'Instagram i al TikTok, això és una manera d'acostar-te al públic i semblar més transparent. En setè lloc, és important que les xarxes socials vagin alineades amb la identitat del club, cal que reflecteixin els valors i la seva identitat. Per tenir un ordre és important crear un calendari de contingut, planificar i programar les publicacions amb antelació per assegurar que cobreixes totes les categories que formen el club. No s'ha de seguir de manera estricta, però tens una bona guia per no perdre't amb tot el que s'ha d'informar durant la temporada. L'ordre va lligat de la constància i d'estar atents a les tendències a les xarxes socials, cal estar informat de les modes a les plataformes per no caure en l'oblit. A més a més, també cal analitzar regularment el rendiment de cada plataforma. S'ha d'avaluar les estadístiques de les XXSS per entendre quin tipus de contingut funciona millor i ajustar l'estratègia en conseqüència.

A més d'aquestes consideracions, també és important tenir en compte els temes essencials per mantenir a l'audiència informada. En primer lloc, el més bàsic és informar dels resultats i fer una petita anàlisi dels partits. Seguidament, les notícies del club, com les actualitzacions sobre fitxatges, lesions, canvis en el personal tècnic, entre d'altres. S'ha d'informar sobre els pròxims partits i esdeveniments especials, així com promocionar als comerços locals. Hi ha cert contingut que és entretingut pels seguidors, com poden ser les històries i anècdotes del club i dels seus integrants. Fer vídeos on apareguin els protagonistes de les anècdotes mentre ells l'expliquen.

Portar les xarxes socials d'un club de futbol també és parlar d'educació. Avui dia, és molt important educar als jugadors i ensenyar que la violència no és una justificació. En aquest cas es poden publicar vídeos parlant sobre la importància del joc net al camp, del respecte, del companyerisme i dels valors que té el club.

Actualment, el racisme al camp de futbol està a l'ordre del dia i no s'està tractant com s'hauria de fer. El respecte també forma part del joc net i va més enllà de seguir les regles del joc. El joc net exigeix un tracte digne, sense importar l'origen ètnic o color de pell. Promoure el respecte i la inclusió a l'esport és feina de tots: de jugadors, entrenadors, aficionats i sobretot, institucions. Les institucions, a vegades, es converteixen en còmplices del racisme quan no fan res per erradicar-lo i molt menys, sense condemnar-lo. Com bé va dir José Mourinho a l'ABC de Sevilla, "hablar de fair play, de respeto por el adversario y de tarjeta roja al racismo, no deben ser palabras, deben ser hechos".

12. BIBLIOGRAFIA

ABC de Sevilla. (2011). "Mourinho: "Hablar de fair-play deben ser hechos, no palabras". Madrid.

<https://sevilla.abc.es/20110523/deportes/rc-mourinho-hablar-fair-play-201105231439.html>

Aguilar Idáñez, María José y Ander-Egg, Ezequiel (2001). *El trabajo en equipo*. Ed. Progreso, México. pg. 11

https://ayudacontextos.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/libro_el-trabajo-en-equipo.pdf (llibre pdf)

Amanquez, DE y Perchik, Nueva York (2021). *La utilización de Instagram como herramienta de marketing digital en las pymes*.

<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1579/1/TFPP%20EEYN%202021%20ADE-PNY.pdf>

Centro de Ayuda de XAds. *Medición estadística de campaña, paneles de actividad de posts y de vídeos*.

<https://business.x.com/es/help/campaign-measurement-and-analytics/tweet-activity-dashboard.html>

Centro de Ayuda de XAds. *Medición estadística de campaña, página inicio de la cuenta*.

<https://business.x.com/es/help/campaign-measurement-and-analytics/account-home.html>

Fernández, Javier, (2017), *Instagram, la red social que más rápido crece*. Expansión [online]. 2018.

<http://www.expansion.com/economiadigital/innovacion/2017/05/17/591b23cde2704e917f8b467c.html>

Gencat. Instituto de Estadística de Cataluña. (2024). *El municipio en cifras, Fornells de la Selva (Gironès)*.

<https://www.idescat.cat/emex/?id=170736&lang=es>

Kamm Ramírez, Raquel. (2009). *La solidaridad, el valor humano por excelencia*. ABC en el Este. Ed. Azeta.

<https://www.abc.com.py/articulos/la-solidaridad-el-valor-humano-por-excelencia-17627.html>

Molinares, C. V. R. (2011). *Los presupuestos: sus objetivos e importancia*. Revista Cultural UNILIBRE, (2), 73-84

https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/revista_cultural/article/view/3981/3350

Puigdemasa Pujadas, A. (2013). Proposta educativa i cultural al centre cívic i cultural de Fornells de la Selva.

<https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/8606>

Ruiz, Guillermo y Cabrera, Dolores. (2004). Revista de Educación nº335. 9-19. *Los valores del deporte*. Red de Información Educativa. Ministerio de Educación. Formación Profesional y Deportes.

<https://www.educacionfpydeportes.gob.es/dam/jcr:61fac5cf-2550-463c-947e-6462de143872/re33503-pdf.pdf>

Unió Esportiva Fornells: informació del club, història.

<https://uefornells.cat/el-club/>

Youtube Creadores. Estadísticas de YouTube. (2022). *Como entender mejor las estadísticas con la app para dispositivos móviles de YouTube Studio*

<https://www.youtube.com/watch?v=RG1KP78agJY>

Zafra, M. Á. G. (2001). planificación estratégica: "método DAFO ". *Prácticas locales de creatividad social. El viejo topo Mataró*

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/107194540/Practicas_locales_de_creatividad_social_Construyendo_ciudadania_2-libre.pdf?1699300392=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPracticas_locales_de_creatividad_social.pdf&Expires=1717495432&Signature=PBVvBE3IKMNyq9AltCvjE4WIPiYbF3BajxvdNKCrHUybdJpT7zk48p4WdMqKyXy2jEfCqf-uPCtzSAV7StojGfTZqi8tBvxZCjf9LpV-~YSMD9VGbBAarCAbLNczzWnSb36YdUy4nIHEIUJ6nCNuOlw-zauzHzDZSusZGCwLLi0m0MwZb125W9yCag5EmmJG1LT~QS3CmA99VOKd6rz~agDz67su8yJar4pAyBxpYDXuAM009BCRChhreUM4Z1ASewhXqblpq5emPChTADqijsqS7ojKn4tMUyMAEKr4pHxqoA8aFTTDL7MQd27A-3Ye~UD2Prymwnly2mrABzR-vQ &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=123