



UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Grado en Publicidad y RRPP

TRABAJO DE FIN DE GRADO

PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL CLUB DE BALONCESTO SEVILLA FEMENINO

Alumna: Laura Maestre Morueta
Tutor: Jorge David Fernández Gómez
Curso 2022/23

Agradecer a mi yo de 18 años que en uno de sus arrebatos de indecisiones logró tomar esta decisión. La de estudiar Publicidad y Relaciones Públicas.

A mis compañeros de carrera y amigos, porque compartir con ellos es lo que le ha dado sentido a todo esto.

A mi familia, por enseñarme a elegir y hacer todo lo posible para que pueda seguir haciéndolo.

Y en especial a mi hermana Marta, por ser la persona que me devuelve la emoción y la ilusión cada vez que las pierdo.

ÍNDICE

PLAN DE MARCA

1. INTRODUCCIÓN	7
2. MARCO TEÓRICO	8
3. INTRODUCCIÓN DE LA EMPRESA	9
4. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	9-10
5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	10
6. ANÁLISIS DE SITUACIÓN	10-17
• ANÁLISIS EXTERNO	10-15
• ANÁLISIS INTERNO	15-17
7. ANÁLISIS DAFO	17-21
• DEBILIDADES	18
• FORTALEZAS	18-19
• AMENAZAS	19-20
• OPORTUNIDADES	20
8. PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN Y CONCLUSIONES	22
9. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	23-24
10. ESTRATEGIA CREATIVA	24-26

MEMORIA

1. BRIEFING	28-30
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	31
3. REALIZACIÓN DE PLAN DE COMUNICACIÓN	31
4. ACCIONES	32

BIBLIOGRAFÍA

ANEXO 1	34-43
ANEXO 2	44-52
ANEXO 3	53-56
ANEXO 4	57-59
ANEXO 5	60
ANEXO 6	61
ANEXO 7	62



PLAN DE COMUNICACIÓN

CBSFEMENINO



INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo de Fin de Grado es mucho más que una propuesta comunicativa para un club de baloncesto femenino en la provincia de Sevilla. Se trata de desafiar los estereotipos de género arraigados especialmente en el mundo deportivo. De apoyar a las mujeres deportistas para que consigan superar los obstáculos presentes a lo largo de su trayectoria.

A partir de proyectos significativos como este, se contribuye a la construcción de un mundo más equitativo en el que todos y todas nos extendemos la mano.

Este proyecto es la manera que tiene una publicista de extender la suya propia.

1. MARCO TEÓRICO

Las mujeres han tenido dificultades a la hora de practicar deporte desde tiempos inmemoriales. Estos obstáculos no han sido ni físicos ni mentales, sino sociales. El deporte siempre se ha hecho por y para hombres y las mujeres no han tenido un lugar dentro de él hasta hace poco tiempo. De hecho, aquellas mujeres que han logrado ser deportistas profesionales han tenido que superar muchas barreras y obstáculos que todavía no han desaparecido. (Roca-Marín y Navarro-García, 2022).

Afirma Ordoñez (2011) que, el deporte ha estado y está ligado a lo que una mujer y un hombre pueden o no realizar con su cuerpo, de acuerdo a las construcciones que han existido en cada sociedad sobre lo masculino y lo femenino.

Tradicionalmente, al género femenino se le han atribuido cualidades como la suavidad, la comprensión, la sumisión y la falta de agresividad. Por el contrario, lo masculino se ha relacionado históricamente con la fuerza, el trabajo, el éxito y la agresividad. Este hecho afecta directamente al papel que hombres y mujeres desempeñan en la sociedad. (Ordoñez, 2011)

De acuerdo con esto, es innegable la existencia de diferencias fisiológicas entre hombres y mujeres. Una de las más destacables, la debilidad del género femenino, ha servido como base para mantenerlo al margen de las actividades deportivas. Sin embargo, autores como Puigserver (2020) interfieren en este pensamiento, afirmando que “ni si quiera un partido de fútbol o un combate de lucha o de boxeo no puede reducirse a la fuerza ni a las habilidades físicas, sino que están vinculados a principios, valores y virtudes asociados al talento”.

Si bien, esto es cierto, también lo es el hecho de que el rechazo ante la idea de que la mujer se incorpore al deporte, está acompañado de un discurso patriarcal que dictaba lo que podían hacer o no en este ámbito. Y no solo afecta a uno de los dos géneros, ya que existen estudios sobre la posición que adoptan los hombres en el campo social, que demuestran que el patriarcado también actúa en contra de ellos mismos. (Ordoñez, 2011)

La presencia de las mujeres en los distintos ámbitos profesionales tanto públicos como privados ha ido aumentando en los últimos años, pero aún sigue quedando mucho que hacer para lograr alcanzar una igualdad real entre mujeres y hombres. (Roca-Marín y Navarro-García, 2022).

A pesar de que los tiempos hayan cambiado, y las mujeres tengan los mismos derechos a nivel legal, la realidad es que los estereotipos siguen influyendo de manera subliminal y soterrada en nuestra sociedad. (Piedra, 2019) Y conforme a Ordoñez (2011) estos, empobrecen tanto a hombres como a mujeres, provocando que ninguno de los dos tenga libertad de acción.

2. INTRODUCCIÓN DE LA EMPRESA

El Club de Baloncesto Sevilla Femenino se fundó en el año 2018, con el objetivo de aglutinar el talento sevillano del baloncesto femenino en la capital. Un grupo de padres decidió que la creación de este club, era la mejor manera de evitar que sus hijas abandonaran la ciudad para escalar en el mundo profesional del baloncesto. Actualmente, tras conseguir atraer a jugadoras de los pueblos de la provincia, cuentan con presencia en cuatro categorías: Infantil, Cadete, Junior y Liga Femenina 2. Este último equipo, el más señalado, consiguió su ascenso en el año 2022, haciendo historia en el mundo del baloncesto femenino de la capital. Existe un gran desconocimiento por parte de la población sevillana sobre estas jugadoras y lo que están consiguiendo, y esto se refleja en una falta de apoyo que, como el propio club confiesa, es necesario para seguir creciendo. Por todo ello, el plan de comunicación realizado en este trabajo está dirigido generalmente al Club de Baloncesto Sevilla Femenino, pero en particular a su equipo más veterano, participe en Liga Femenina 2.

A nivel económico, el club se sustenta mediante patrocinadores, siendo el principal Garden Store, y mediante colaboradores oficiales como Lanjarón, Ybarra o Triana Viajes. Cuenta a su vez con el respaldo institucional del Ayuntamiento y la Diputación de Sevilla, el Instituto Municipal de Deportes, la Junta de Andalucía y con el proveedor de deporte oficial Vive. No obstante, anima a las empresas a que colaboren con ellos y les planteen sus propios programas de patrocinio.

Con Rosana Martínez como directora, el CBS Femenino pretende llevar a su ciudad a lo más alto, fomentando con su hashtag #TodasJuntas, la idea de recibir con los brazos abiertos a todas las jugadoras sevillanas que quieran formar parte del club.

3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Los objetivos que se incluyen en este trabajo y se pretenden conseguir con este plan de comunicación son los siguientes:

- Mejorar y establecer una imagen de marca concreta.
- Comunicar mensajes claros y coherentes.
- Perfeccionar la comunicación externa con públicos, proveedores, medios de comunicación, etc.
- Promover los servicios que ofrece la empresa.
- Impulsar el compromiso y la implicación de grupos de interés.
- Crear una reputación positiva.

La metodología empleada para recoger toda la información necesaria y a posteriori, permitir la consecución de objetivos, consiste principalmente en una metodología cualitativa. En concreto, se han llevado a cabo técnicas como la entrevista en profundidad. Cabe destacar el empleo de la observación y la revisión de documentos como parte de un estudio cuantitativo.

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Los datos obtenidos se han llevado a cabo mediante un proceso de investigación formado por:

- Reunión con el director de comunicación del club.
- Visita de instalaciones.
- Recogida de información a través de internet, concretamente interpretación de datos mediante su propia web, RRSS, noticias, entrevista, etc.
- Entrevista en profundidad a futbolista profesional femenina. **(Anexo 1)**
- Entrevista en profundidad a jugadora de baloncesto femenina. **(Anexo 2)**
- Entrevista en profundidad a jugadora del club. **(Anexo 3)**

5. ANÁLISIS DE SITUACIÓN

5.1. ANÁLISIS EXTERNO

Un análisis externo tiene como finalidad inspeccionar el entorno empresarial en el que se desenvuelve la compañía. Siendo capaz de describir los elementos que afectan directamente a la actividad del CBS Femenino. Además de ello, se llevará a cabo un análisis de la competencia dentro del panorama deportivo.

5.1.1. MERCADO

En el mercado actual, son varios los factores que afectan al éxito y al desarrollo de este club deportivo. Entre ellos destacan:

- **Desigualdad de género:** a pesar de que en términos de derechos y oportunidades las mujeres han conseguido grandes avances en los últimos años, la lucha por la igualdad entre ambos géneros sigue siendo necesaria hoy en día. El género femenino sigue enfrentándose a obstáculos dentro de ámbitos tan esenciales como la educación, el salario, la política o el deporte, entre otros.

-
- **Educación:** actualmente existe una mayor concienciación sobre el deporte femenino en escuelas, institutos y universidades. Cada vez son más las iniciativas que se fomentan con el objetivo de brindar oportunidades y recursos necesarios a las futuras deportistas. Sin embargo, aún existen muchos retos que superar y muchas dificultades que requieren atención en este aspecto.
 - **Demanda y popularidad:** siempre ha existido una escasa profesionalización del deporte femenino que conlleva a su vez, un apoyo financiero y de patrocinadores insuficiente. Cabe destacar que en los últimos años se ha observado un avance con respecto a esto, especialmente dentro del ámbito futbolístico, consiguiendo que los equipos femeninos que practican este deporte, generen interés dentro del sector y logren un mayor índice de popularidad. Esto les ha otorgado el éxito suficiente como para vivir experiencias únicas y novedosas hasta la fecha para una mujer deportista.
 - **Acceso a recursos y estructuras deportivas:** este factor va de la mano de la desigualdad y la popularidad. Implica la dificultad de una atleta, club o equipo femenino para poder conseguir los recursos que necesita a la hora de desarrollar su actividad. Las mejores instalaciones deportivas están dirigidas a deportistas masculinos, provocando un obstáculo más al que enfrentarse.

5.1.2. CONSUMIDORES

Cabe destacar en este apartado que la escasa presencia de consumidores del servicio que ofrece el CBS Femenino, es uno de los principales retos que se pretenden superar con la realización de este plan de comunicación.

Gracias a las técnicas de recogida de información, se ha concluido una serie de perfiles de consumidores propios del club, entre ellos destacan las familias, los jóvenes aficionados al baloncesto y los patrocinadores.

- **Familias:** es el sector de consumidores con mayor representación durante los encuentros disputados por los equipos del club. Mayoritariamente se trata de los familiares de las jugadoras, su entorno más cercano, que realiza un seguimiento del equipo como muestra de apoyo. Este perfil son parte integral del club y muestran un sentimiento de lealtad y compromiso necesario, en ocasiones, para el mayor rendimiento de las jugadoras. Estas familias se sienten identificadas con el club y con los valores que este transmite, al tener a uno de sus miembros dentro de él. Sienten un vínculo emocional con el equipo, que se refleja en el apoyo que le muestran de manera incondicional, esto contribuye al crecimiento y al éxito.
- **Jóvenes aficionados al baloncesto:** este grupo de personas, se caracteriza por tener un estilo de vida en el que el deporte está presente de cualquier manera. Es por ello, que están dispuestos a enfocar su tiempo y sus recursos al seguimiento de los equipos y jugadoras, asimismo, se mantienen informados sobre las últimas noticias y el resultado de los encuentros. Además, los jóvenes que forman parte de este grupo de consumidores no son solo espectadores, sino que pueden llegar a participar activamente en las diferentes actividades que el club desarrolla. Por último, juegan un papel decisivo relacionado con las redes sociales y la comunicación online, ya que consumen gran parte del contenido multimedia que se genera.

-
- **Patrocinadores:** este perfil de consumidores proporciona un apoyo económico imprescindible para el club. Se trata de un conjunto de marcas colaboradoras y patrocinadoras del club, que comparten una serie de valores con el deporte femenino en general y con el baloncesto en particular. Actualmente su participación es mayoritariamente pasiva, a pesar de que el club se esfuerza en brindarles una serie de oportunidades para aumentar su presencia.

Se ha llevado a cabo la representación de estos tres segmentos de consumidores a través de lo que se conoce como *Buyer Persona*. Consiste en la representación ficticia de perfiles de consumidores, creadas a partir de datos reales. **(Anexo 4)**

5.1.3. COMPETIDORES DIRECTOS E INDIRECTOS

COMPETIDORES DIRECTOS

En este apartado se tendrán en cuenta todos aquellos equipos cuya actividad pertenece al ámbito del baloncesto femenino en general, estos conformarán el total de competidores directos del CBS Femenino. Sin embargo, es necesario realizar una diferenciación por categorías, ya que en función de estas la competencia es mayor o menor. Atendiendo a esto se ha clasificado a los competidores directos del club de la siguiente manera:

- **Clubes de baloncesto femenino con presencia en categorías inferiores:** los clubes con equipos que compitan en categorías Infantil, Cadete y Junior son los que suponen una rivalidad directa para el CBS Femenino. Se ha considerado necesario agrupar este segmento teniendo en cuenta que se trata de competidores más generales. En primer lugar, porque estos equipos todavía no tienen un completo desarrollo en el club sevillano y en segundo lugar, porque el enfrentamiento que existe entre categorías inferiores, al estar presentes en la mayoría de clubes, no es tan destacable como el que existe en el resto. Se pueden destacar clubes como el C.B. CEI Toledo, C.B. Femenino de Alcorcón y C.B. Araba.
- **Clubes de baloncesto femenino con presencia en Liga *Challenge* y Liga Femenina:** este conjunto de la competencia está formado por aquellos clubes cuya competición está uno o dos niveles por encima de Liga Femenina 2. Es muy importante tener en cuenta a estos competidores especialmente en las oportunidades que tenga el equipo para ascender de categoría.
- **Clubes de baloncesto femenino con presencia en Liga Femenina 2:** todos los clubes femeninos de baloncesto que actualmente tienen presencia en Liga Femenina 2, son los que conforman el conjunto de competidores directos del primer equipo del CBS Femenino y por tanto, el más significativo. Entre ellos destacan los andaluces, por su cercanía en cuanto al ámbito geográfico: Unicaja S.D (Málaga), Club deportivo Tear (Granada) y CB Almería. Es digno de mención el primero de ellos por ser, junto con el Club de Baloncesto Sevilla Femenino, el único club andaluz compuesto íntegramente por mujeres dentro de esta categoría.

COMPETIDORES INDIRECTOS

Dentro de este grupo destacan aquellos equipos o clubes que no compiten directamente con el club, por diferencias en cuanto al país de origen, la categoría, el ámbito deportivo o el género de sus participantes. A pesar de ello comparten características, valores y público objetivo con el CBS Femenino, por lo que su presencia e influencia pueden llegar a ser bastante significativas y representan un desafío aspiracional. Este sector de la competencia se ha clasificado en tres grupos:

- **Clubes o equipos de baloncesto masculinos o mixtos de la provincia de Sevilla:** aquellos clubes o equipos que forman parte de la misma disciplina deportiva y cuyo margen de actuación tiene lugar en la misma localidad. Sin embargo, están formados por un grupo de personas pertenecientes a ambos géneros o únicamente al masculino. Dentro de esta clasificación destacan los que pertenecen a categorías superiores, ya que su presencia implica un mayor nivel de amenaza para el CBS Femenino.
- **Clubes o equipos de baloncesto femenino fuera del país:** fuera de España el baloncesto femenino está en constante crecimiento, cada vez son más los clubes extranjeros que consiguen dar un paso hacia delante en cuanto a la profesionalidad de su equipo. La mayoría de acontecimientos que han supuesto un avance histórico para el baloncesto femenino, han tenido lugar fuera de España. El deporte femenino en general, tiene mucho mayor reconocimiento en países como Estados Unidos o Australia, destaca sobre todo el papel de sus selecciones. Este sector tiene mucha importancia y supone un nivel de competencia muy alto para los equipos españoles, entre los que se encuentra el CBS Femenino.
- **Clubes o equipos femeninos deportivos en la provincia de Sevilla:** la capital andaluza ofrece una amplia variedad de oportunidades para que las mujeres participen y destaquen deportivamente. El fútbol, el *rugby*, el atletismo y el remo son los ámbitos deportivos, junto con el baloncesto, que están más desarrollados en la ciudad y que cuentan con los equipos más exitosos dentro del panorama deportivo femenino sevillano.

A continuación, se reflejan en la siguiente tabla, varios clubes de cada segmento de competidores indirectos:

COMPETIDORES INDIRECTOS	EQUIPOS
Clubes o equipos de baloncesto masculino o mixtos en la provincia de Sevilla	Real Betis Baloncesto C.D. Colegio Claret C.B. Coria C.B. Fresas C.B. Mascata
Clubes o equipos de baloncesto femenino fuera del país	Uconn Huskies Indiana Hoosiers Melbourne Boomers Sydney F. <u>SELECCIONES NACIONALES</u>
Clubes o equipos deportivos femeninos en Sevilla	Sevilla FC Femenino Real Betis Femenino Cocodrilas Rugby Club de Atletismo Alamillo Club de Atletismo San Pablo Club Náutico Sevilla C.D. Golden Team

TABLA 1. Elaboración propia.

5.1.4. COMUNICACIÓN DE LA COMPETENCIA

La competencia del CBS Femenino está compuesta única y exclusivamente por clubes deportivos, en su mayoría femeninos y pertenecientes a la península. Tras la realización de un análisis contrastado sobre las herramientas y métodos de comunicación, se ha llegado a las siguientes conclusiones generales:

- **Falta de diferenciación:** la comunicación que realizan se basa en una estrategia genérica, donde se limitan a anunciar los días en los que compiten y los resultados de los partidos. Esto lo hacen mediante su web y redes sociales. No existe una diferenciación a la hora de transmitir la identidad o el propósito de cada club.
- **Falta de creatividad:** los mensajes y las herramientas visuales que emplean para comunicarse con sus aficionados, son aburridos y carecen de originalidad. Esto, puede relacionarse con la dificultad que presentan para desarrollar contenido en plataformas online.

-
- **Desarrollo de iniciativas gracias a sus patrocinadores:** el papel de los patrocinadores en muchos de los clubes, implica una participación activa de los mismos, de manera que proponen ideas para atraer la atención de los públicos. Principalmente, organizan actividades relacionadas con la propia marca y el club. Destaca, entre otras acciones, la realización de sorteos.
 - **Estrategia de comunicación basada en la indumentaria del club:** muchos de los clubes utilizan sus propias equipaciones para lanzar proyectos comunicativos. Sirven como incentivo para el público y como base para el desarrollo de colaboraciones o estrategias de comunicación.

5.2. ANÁLISIS INTERNO

El análisis interno consiste en evaluar y estudiar los elementos internos de una organización, aquellos que influyen en el desarrollo de su actividad y en la consecución de los objetivos.

5.2.1. MARKETING MIX

En el mercado actual, son varios los factores que afectan al éxito y al desarrollo de este club deportivo. Entre ellos destacan:

PRODUCTO

En el CBS Femenino, destacan dos servicios clave que ofrecer a su público. En primer lugar, la posibilidad de practicar el deporte uniéndose a uno de sus equipos, y en segundo lugar, la oportunidad de poder asistir a un encuentro en el que disfrutar de un partido de baloncesto femenino. Estos dos servicios, están enfocados a sectores de consumidores diferenciados por la edad. Puesto que el club apuesta por nuevos miembros jóvenes, mientras que en los espectadores este aspecto no importa en absoluto. Además de estos dos servicios imprescindibles en cualquier club deportivo, se ha sumado recientemente la escuela, un proyecto que ofrece a niños y niñas de entre 7 a 11 años la posibilidad de ser instruidos por el personal del club, recibiendo clases de baloncesto. Otros servicios que ofrece el club de manera ocasional, son sus Jornadas de Puertas Abiertas, en las que animan a todas las chicas que quieran a visitar sus entrenamientos y a unirse a ellas. De la misma forma crean esta jornada en la escuela, para que los niños y niñas interesados, experimenten lo que sería formar parte de ella. Orientado a los patrocinadores, el club facilita un correo de contacto para aquellas empresas que quieran colaborar con ellos, se les ofrece un plan de patrocinio determinado, o se les da la posibilidad a las empresas de realizar su propia propuesta con total libertad. Por último, el CBS Femenino colabora junto con la Federación Andaluza en iniciativas como cursos para formar a profesionales en el ámbito del baloncesto. Concretamente han realizado uno dirigido a la formación de árbitra y oficial de mesa, y otro enfocado a la titulación de entrenador/a.

PRECIO

El precio es un factor clave para el desarrollo de cualquier empresa. Sin embargo, el CBS Femenino carece de una estrategia de costes asequible y competitiva, ya que al ser un club que acaba de iniciarse prácticamente en el mundo del deporte, su objetivo principal no está relacionado con ganar dinero. No se requiere ningún tipo de gasto para poder acudir a un encuentro en el que juegue alguno de los equipos del club. La entrada al pabellón es gratuita para todos los públicos. Como último dato, y podríamos decir el único en su estructura de precios fijados, se encuentran los doce euros que supone convertirse en abonado del club. Esta cantidad se paga anualmente y aquella persona que se convierta en abonado del CBS Femenino, no solo recibirá varios descuentos y ventajas relacionadas con las empresas que patrocinan al club, sino que se le entregará, además, una camiseta del mismo.

DISTRIBUCIÓN

Al tratarse de un servicio, en ese apartado se tiene en cuenta el capital humano del club, aquellas personas que hacen posible que la empresa pueda ofrecer su servicio, los intermediarios. El hecho de que se opere en el ámbito deportivo supone que la profesionalidad y la formación de los trabajadores sea de vital importancia. Especialmente de aquellos que tratan directamente con las jugadoras de los distintos equipos. También es muy importante destacar la cualidad de la experiencia, ya que es imprescindible para poder gestionar un equipo deportivo y conseguir un mayor rendimiento. Generalmente, el perfil de trabajadores del CBS Femenino se basa en personas muy implicadas a nivel personal y emocional con el club, eso es lo que los hace únicos. Además, cabe destacar las titulaciones de los distintos entrenadores, todos ellos cuentan con un título oficial federativo de distintas categorías. Incluso muchos de ellos, poseen titulaciones superiores relacionadas con el ámbito deportivo y la enseñanza. Todo el personal que colabora o ha colaborado con el club, tanto preparadores físicos como psicólogos, poseen mínimamente la titulación de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.

COMUNICACIÓN

Se trata de una empresa pequeña y cuya fundación es muy reciente, por ello su recorrido comunicativo se caracteriza por ser bastante corto. Han ido apoyándose sobre todo en soportes como su página web, sus redes sociales y su canal de YouTube. En ellos, han intentado llevar a cabo diferentes estrategias comunicativas sin el éxito esperado, especialmente la dedicada a la campaña de abonados que realizan todos los años. Para esta, llevan a cabo un spot, una cuña de radio y un cartel adaptado a distintos formatos web. Además, cuentan con la retransmisión en directo de los partidos, las novedades que van actualizando en forma de noticia tanto en redes como en web y la sutil presencia en medios locales, concretamente en los periódicos de la provincia de Sevilla.

Analizando sus herramientas de comunicación:

-
- La imagen que transmite el club depende en gran medida de su logotipo, colores corporativos y el diseño de su equipación. Los colores representan a la ciudad de Sevilla y todo lo relacionado con la indumentaria, lo actualizan cada año gracias a su personal especializado en diseño gráfico.
 - Su perfil de Instagram, a pesar de poseer una armonía conjunta de colores y estilos, transmite una sensación de caos y desorden. Destacan sobre todo publicaciones con todo tipo de informaciones, desde horarios de partidos, puntos anotados, clasificaciones, mejores jugadoras... Se percibe la falta de imágenes de calidad que transmitan por sí solas, sin necesidad de añadir mucha información, aportándole al perfil en general, un toque de profesionalidad.
 - Sus perfiles de Facebook, y Twitter, principalmente se utilizan para difundir noticias y novedades relacionadas con el club. El primero cuenta con escasa interacción, destacando un perfil de consumidores de mayor edad. Sin embargo, se podría decir que Twitter es la red social donde el CBS Femenino tiene mayor presencia, en ella posee mayor repercusión que en el resto, esto se ve reflejado en la cantidad de *likes* y *retweets* que tienen sus publicaciones.
 - Su canal de YouTube, no se encuentra fácilmente a través del buscador. A pesar de que el contenido que ofrecen en esta plataforma es de interés, en los vídeos que realizan, se percibe falta de profesionalidad en el sector audiovisual y poca calidad. Podría ser uno de los principales motivos por el que no cuentan con muchas visualizaciones. Además, cabe destacar que la promoción que realizan de esta herramienta en el resto de sus canales de comunicación es escasa.

5.2.2. ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD DE MARCA

La identidad de marca del CBS Femenino está sustentada por la ciudad de Sevilla. Sus colores corporativos, el rojo carmesí y el amarillo albero, son los que representan a la capital. Dentro del logo de su club, renovado dos temporadas atrás, se puede observar como destaca la palabra Sevilla y esta se compone, a su vez, por un fondo que simula el *skyline* de la ciudad. El concepto principal se basa en el hecho de que sea el único club de baloncesto femenino que represente a la ciudad andaluza al completo.

6. ANÁLISIS DAFO

En el siguiente análisis, se recoge una síntesis de los factores externos e internos que giran en torno al CBS Femenino. El objetivo principal es proporcionar una perspectiva realista de la situación actual del club, así mismo, se pretende evaluar los aspectos que funcionan y los que no, y aquellos que puedan aprovechar para obtener una mejor posición en el mercado.

6.1. DEBILIDADES

Se trata de aquello que ocurre dentro del propio club y afecta de manera negativa a este. Son muy importantes, ya que condicionan el ámbito de actuación de la empresa.

- **Falta de instalaciones propias:** el club no posee una sede propia, tanto para los entrenamientos como para los partidos, debe alquilar el pabellón por horas. Concretamente la cantidad la abonan al Instituto Municipal de Deportes, lo que implica que la subvención que reciben por parte de la institución, es insuficiente.
- **Falta de profesionalidad en el ámbito de la comunicación:** la persona encargada de dirigir la comunicación del club no posee ninguna titulación relacionada, aprendió a manejar una cámara y a crear una web de manera autodidacta y comenzó a trabajar para el club altruistamente.
- **Financiación insuficiente:** el club no gana dinero, no recibe financiación suficiente.
- **Dificultad para ofrecer sueldos fijos:** relacionado con el apartado anterior, al no disponer de presupuesto suficiente, la mayoría de los empleados no cobran.
- **Poca implicación de patrocinadores:** no perciben iniciativas por parte de las marcas que patrocinan para realizar acciones con el club, a pesar de que se les ofrece la oportunidad para ello.
- **Falta de eficacia en las campañas de comunicación realizadas:** cada año llevan a cabo una campaña dirigida a conseguir un mayor número de abonados y por ahora no consiguen la eficacia que buscan. Además de eso, el contenido en redes no tiene demasiada repercusión.
- **Escaso número de abonados:** a pesar de que el club no busca ganar dinero con sus abonados, le da mucha importancia a este aspecto por la fidelidad que representa.
- **Falta de personal:** por problemas económicos tuvieron que prescindir de personal.

6.2. AMENAZAS

Influyen de manera negativa y están presentes en el entorno de la empresa.

- **Competencia y rivalidad en la provincia:** los clubes de los pueblos pertenecientes a la provincia de Sevilla, no colaboran con la creación de este club en la capital, lo interpretan como una posible amenaza y competencia directa hacia sus equipos.
- **Pensamiento arraigado acerca del papel de la mujer en el deporte.**

-
- **Visibilidad insuficiente del deporte femenino en general.**
 - **Escasa visibilidad del baloncesto femenino en Sevilla.**
 - **Falta de apoyo por parte de los medios e instituciones al deporte femenino.**
 - **Aumento del coste de cada partido:** cada vez que el equipo celebra un encuentro debe proporcionar una serie de servicios obligatoriamente, que implican un aumento en los gastos.

6.3. FORTALEZAS

Aspectos positivos que destacan en el interior del club. Deben tenerse muy en cuenta para la realización de este plan de comunicación.

- **Buena posición del primer equipo:** comenzaron en la categoría nacional y ascendieron manteniéndose en Liga Femenina 2.
- **Entrenadores titulados:** todos ellos poseen titulación oficial federativa de diferente nivel, dependiendo de la categoría que entrenen. Muchos de ellos, además cuentan con titulaciones de grados, como el de CAFYD o el de magisterio.
- **Diferenciación dentro de la capital:** es el único club de Sevilla, como capital, formado íntegramente por mujeres y enfocado únicamente al ámbito femenino, no posee equipos mixtos.
- **Objetivo coherente y bien definido:** el principal objetivo del club se mantiene desde su creación. Consiste en el deseo de mantener a las deportistas sevillanas en la ciudad, dándoles la oportunidad de convertirse en profesionales sin necesidad de abandonarla.
- **Página web propia:** bien estructurada.
- **Redes Sociales propias:** actualmente tienen presencia en Instagram, Facebook, Twitter, iVoxx.
- **Canal propio de YouTube.**
- **Subvención por parte del IMD:** reciben una pequeña cantidad de dinero de forma anual, por parte del Instituto Municipal de Deportes. Sin embargo, mayoritariamente el club sobrevive a base de subvenciones privadas.
- **Contactos de interés dentro de la gerencia del club:** cuentan con el apoyo de José Miguel Prieto, ex futbolista profesional del Sevilla FC.
- **Apoyo inicial de las instituciones sevillanas:** en los inicios del club contaron con el apoyo institucional del Delegado de deportes, la Diputación de Sevilla y la Junta de Andalucía.

-
- **Cobertura en medios:** aparición del club en prensa, especialmente en El Diario de Sevilla, que posee una sección diferenciada en la que se recopilan las noticias del club.
 - **Acción MVP:** tras cada partido, eligen a la mejor jugadora del encuentro y realizan una pieza gráfica para comunicarlo por Redes Sociales. Actualmente esta acción la patrocina Ybarra, proporcionando un lote de productos de la marca a la deportista MVP.

6.4. OPORTUNIDADES

Todos aquellos factores positivos que influyen al club y tienen lugar en su entorno. Pueden y deben aprovecharlos para alcanzar una mejora.

- **Auge del deporte femenino a nivel nacional e internacional:** actualmente la situación del deporte femenino está en continua mejora, cada vez está generando más impacto.
- **Mayor visibilidad del deporte femenino andaluz.**
- **Mayor apoyo y oportunidades para las deportistas femeninas en la ciudad de Sevilla:** especialmente por parte de la Universidad de Sevilla y el Ayuntamiento.
- **Desarrollo de nuevas tecnologías y plataformas que ayudan a la visibilidad y difusión del club:** un ejemplo claro de ello, el auge de *TikTok*.
- **Mayor presencia femenina en competiciones deportivas oficiales.**
- **Presencia de deportistas femeninas junto a deportistas masculinos de gran élite:** son muchos los clubes que unifican su plantilla masculina y femenina especialmente en el terreno de la comunicación, colaboración con marcas, Redes Sociales, etc.

Todo lo explicado anteriormente queda reflejado de una manera esquemática y visual en el siguiente cuadro:

	INTERNO	EXTERNO
NEGATIVO	<h3>Debilidades</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de instalaciones propias. • Falta de profesionalidad en el ámbito de la comunicación. • Financiación insuficiente. • Dificultad para ofrecer sueldos fijos. • Poca implicación de patrocinadores. • Falta de eficacia en las campañas de comunicación realizadas. • Escaso número de abonados. • Falta de personal. 	<h3>Amenazas</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia y rivalidad en la provincia. • Pensamiento arraigado acerca del papel de la mujer en el deporte. • Visibilidad insuficiente del deporte femenino. • Escasa visibilidad del baloncesto femenino en Sevilla. • Falta de apoyo por parte de los medios e instituciones al deporte femenino. • Aumento del coste de cada partido.
POSITIVO	<h3>Fortalezas</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Buena posición del primer equipo. • Entrenadores titulados. • Diferenciación dentro de la capital. • Objetivo coherente y bien definido. • Página web propia. • Redes Sociales propias. • Canal propio de Youtube. • Subvención por parte del IMD. • Contactos de interés dentro de la gerencia del club. • Apoyo inicial de las instituciones sevillanas. • Cobertura en medios sevillanos. • Acción MVP. 	<h3>Oportunidades</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Auge del deporte femenino a nivel nacional e internacional. • Mayor visibilidad del deporte femenino andaluz. • Mayor apoyo y oportunidades para las deportistas femeninas en la ciudad de Sevilla. • Desarrollo de nuevas tecnologías y plataformas que ayudan a la visibilidad y difusión del club. • Mayor presencia femenina en competiciones oficiales. • Presencia de deportistas femeninas junto a deportistas masculinos de gran élite.

TABLA 2. Elaboración propia.

7. PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN Y CONCLUSIONES

Tras analizar sus diferentes herramientas de comunicación, contrastar la información con la comunicación que realiza la competencia y realizar un análisis de sus consumidores, se han concluido los siguientes problemas de comunicación dentro del CBS Femenino:

- **Las herramientas de comunicación como las redes sociales y el canal de YouTube muestran una apariencia un tanto obsoleta y son herramientas poco eficaces.** Intentan transmitir demasiada información en forma de mensajes cuyo objetivo no es claro ni coherente. Únicamente las utilizan para comunicar los días de partido y los resultados de estos. Se esfuerzan por intentar conseguir una coherencia visual utilizando los colores corporativos constantemente pero no es suficiente, ya que la información es excesiva y las publicaciones no se adaptan al público objetivo al que se quieren dirigir. No obtienen la repercusión e interacción que buscan y necesitan. La información no llega de manera eficaz a sus seguidores y ese es uno de los principales problemas comunicativos del club, a su vez, esto provoca la imposibilidad de poder llegar a consumidores potenciales.
- **No comparten fotografías profesionales de sus partidos.** En los clubes deportivos esto es muy importante. Compartir imágenes de los encuentros, de las jugadoras e incluso del personal técnico del club, para poder conseguir que el público se sienta parte de él, crea una sensación de cercanía. Además, visualmente enriquece mucho el contenido la presencia de fotografías de calidad.
- **Campañas y publicidad poco eficaz.** No consiguen atraer la atención del público. Las iniciativas que lanzan de la mano de sus patrocinadores son escasas, la presencia de estos es completamente pasiva, se limitan a incluir su logo en la imagen del club. La campaña de abonados que se lanza no consigue provocar la reacción ni los resultados esperados. El concepto creativo y la ejecución, especialmente del spot y la cuña de radio, no son lo suficientemente buenos para enganchar a las personas, las plataformas en las que se comparten estas acciones no son las adecuadas. Al contar con un escaso número de seguidores y de visualizaciones, no consiguen atraer a nuevos consumidores.
- **No diferenciación de la competencia.** El club sigue las mismas estrategias comunicativas que la competencia. Sin embargo, como se ha comentado anteriormente, el trato con patrocinadores y la colaboración con ellos para lanzar proyectos, es algo muy recurrente en la comunicación de clubes deportivos, por lo que la escasa presencia de los patrocinadores de este club, contribuyen a que su impacto comunicativo sea inferior. Cabe destacar también que el presupuesto del CBS Femenino es aún muy limitado, especialmente la parte que destinan a comunicación, puesto que se trata de un equipo relativamente nuevo.

8. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

8.1. INTRODUCCIÓN

La estrategia general de la campaña se basará en la evolución y los inicios del deporte femenino, concretamente se centrará en las mujeres que han hecho historia, vinculadas al hecho de que el CBS Femenino es el primer equipo femenino de baloncesto de la provincia de Sevilla. La intención de relacionar el club con una causa social, se lleva a cabo para que el mensaje que se transmita consiga permear en su público, con el objetivo de que este se implique con el club de manera más emocional y racional, ayudando al posterior desarrollo de su actividad.

8.2. OBJETIVOS

8.2.1. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

- Crear una coherencia visual en todos los medios.
- Consolidar la imagen corporativa existente, desarrollando en torno a ella, una línea conceptual clara.
- Alcanzar un mayor grado de notoriedad, especialmente dentro de la misma localidad.
- Mostrar los valores de la empresa.
- Mejorar el posicionamiento con respecto a la competencia directa e indirecta.
- Fomentar la implicación de la sociedad en torno al equipo.

8.2.2. OBJETIVOS DE MARKETING

- Captar jugadoras para completar equipos, principalmente dentro de categorías infantiles.
 - Fidelizar al público objetivo.
 - Aumentar el número de personas que acude a los encuentros.
 - Alcanzar un mayor número de abonados.
 - Recibir un apoyo financiero más estable y significativo.
 - Percibir la eficacia de campañas e iniciativas realizadas.
 - Conseguir un mayor número de seguidores en redes sociales.
 - Contar con el apoyo altruista de personas/profesionales que ayuden al mejor funcionamiento del club.
-

8.3. PÚBLICO OBJETIVO

Segmentación geográfica: principalmente personas residentes en la ciudad de Sevilla, sin embargo, potencialmente la campaña también se dirige a los andaluces y al ámbito nacional (España).

Segmentación demográfica: especialmente los hombres y mujeres jóvenes son los que suelen estar más comprometidos con el deporte y la evolución de ese, ya que forman parte de las nuevas generaciones. Sin embargo, esta campaña va dirigida a un público de cualquier generación. Cabe destacar que el segmento de públicos al que quiere atraer el club, con el objetivo de que se unan a él como jugadoras, consiste en mujeres y niñas jóvenes.

Segmentación psicográfica: sin lugar a dudas dentro de este segmento se encuentran aquellas personas cuyo estilo de vida está ligado al deporte de cualquier manera. Aquellos que disfruten practicándolo y/o viéndolo. Concretamente el baloncesto.

9. ESTRATEGIA CREATIVA

9.1. PROMESA

Todo aquel espectador o espectadora que acuda a los encuentros que realice el CBS Femenino, especialmente aquellos en los que compita su equipo perteneciente a la categoría Liga Femenina 2, disfrutarán de un espectáculo con un gran nivel técnico-táctico, a la altura de la división femenina. Además, contribuirá de manera involuntaria al aumento de la visibilidad y al reconocimiento de la mujer en el ámbito deportivo.

9.2. TONO Y ESTILO

El tono de la campaña será cercano, sencillo y emocional, entre otras cosas, para poder crear una conexión con el público objetivo.

Un tono cercano, provoca esa sensación de familiaridad que caracteriza al CBS Femenino. Acercando la campaña a las personas e intentando crear una relación fortalecida con ellas.

La sencillez se caracteriza por utilizar un lenguaje directo y fácil de entender, adecuado a todos los públicos. Por ello, utilizar un tono sencillo es lo ideal para esta campaña que va dirigida a un segmento de personas de diversas edades.

Por último, la conexión emocional es un punto clave dentro de esta estrategia comunicativa que busca generar sentimientos y que los espectadores empaticen con ella. Provocando así, una respuesta comprometida y duradera.

9.3. CONCEPTO

El concepto creativo del que partirá la campaña será **“LAS PRIMERAS VECES SE CONSIGUEN HACIENDO COSAS POR PRIMERA VEZ”**

Esta frase está vinculada a las dificultades que han tenido que experimentar las mujeres a lo largo de la historia para poder participar en las actividades deportivas. Y ya no solo eso, también se enlaza consecuentemente, con los obstáculos sociales que las mujeres han tenido y tienen que superar día a día. Pero, sobre todo, esta frase es un homenaje a todas aquellas mujeres que han conseguido, a duras penas, realizar algo por primera vez. Aquellas que han abierto el camino a todas las que vienen detrás.

A pesar de que no se trate de una campaña social, el concepto está relacionado con una problemática social, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos con los requisitos establecidos. Y, por supuesto, con el fin de concienciar a la sociedad y hacer que esta despierte.

9.4. CAMPAÑA DE MEDIOS GANADOS

La campaña de comunicación que se llevará a cabo para el CBS Femenino, consistirá en una campaña de comunicación de medios ganados. Esta, consiste en conseguir repercusión mediática y atención pública sin tener que pagar directamente por ello. Con el objetivo de llamar la atención de periodistas, líderes de opinión o el público en general, de manera que mencionen a la empresa o hablen bien de ella. Así, se consigue un mayor alcance y credibilidad para la campaña.

La estrategia que llevará a cabo el club para conseguir lo mencionado anteriormente será la convocatoria de un partido muy especial al inicio de la temporada 2023/2024. Concretamente se disputará el día 8 de Octubre de 2023 como broche inicial. Se celebrará por primera vez, un partido de baloncesto femenino en el que se enfrenten dos equipos de ocho jugadoras cada uno. Generalmente, en los partidos oficiales de baloncesto, según la normativa reglamentaria, participan cinco jugadoras por equipo, un total de diez. De manera excepcional y como homenaje a las dieciséis mujeres pioneras que crearon por primera vez unos Juegos Olímpicos en Grecia únicamente para mujeres, el Club de Baloncesto Sevilla Femenino reunirá a dieciséis de sus jugadoras. En general, como muestra de agradecimiento a todas las mujeres que han conseguido ser las primeras mujeres en la historia, deportivamente hablando. Será un partido simbólico organizado en la capital andaluza, con la intención de captar la atención de la población sevillana y atraerla hasta el Pabellón de Amate, donde este tendrá lugar, del mismo modo que todos los partidos del club.

Con la finalidad de anunciar el evento especialmente en redes sociales, se ha elaborado un cartel y un vídeo con un carácter más dinámico. En ambas acciones se invita a los interesados e interesadas a obtener más información a través de la web.

Por último se ha elaborado un vídeo-resumen algo más extenso, que se compartiría en los diferentes soporte durante un periodo posterior al lanzamiento de la campaña. Informando con un carácter emocional sobre la acción que se ha llevado a cabo y el motivo, mostrándole al público objetivo lo que se ha conseguido.

Ambos **videos**, el de la propia **campaña** y el **post-campaña**, se pueden visualizar **de forma externa al documento del trabajo**.

9.5. SEGUNDA PARTE DE LA CAMPAÑA

La planificación y la puesta en marcha de acciones relacionadas con la campaña tras su lanzamiento, dependen en gran medida de la repercusión y acogida que esta haya tenido. Siendo desconocedores de ello, se han planteado una serie de acciones que se considera que pueden complementar de manera efectiva el mensaje de la campaña.

En primer lugar, destaca la creación de una camiseta corporativa, personalizada con el concepto principal y con el número dieciséis, representando tanto a las jugadoras como a las pioneras del deporte. Se puede observar un diseño propuesto **en el anexo 8**.

Las acciones de comunicación relacionadas con la vestimenta de los equipos es algo que se pone mucho en práctica en el terreno deportivo y, como ya se ha mencionado anteriormente, este club regala una camiseta a cada nuevo abonado, por lo que se considera que esta iniciativa no supondrá un coste excesivo para el CBS Femenino.

Asimismo, se llevará a cabo la programación de visitas por los distintos colegios de Sevilla, en los que las propias jugadoras y el cuerpo técnico del club les otorgarán a los más pequeños y a las más pequeñas, la oportunidad de poder escuchar sus propias experiencias y sus consejos más útiles. De este modo, se ayudará a fomentar el empoderamiento y la inclusión femenina en el ámbito deportivo, se le dará importancia a la existencia de una igualdad de género y las deportistas del club podrán servir como referentes, animando especialmente a las niñas a que luchen por sus sueños. El cartel elaborado para la difusión de estas actividades se puede visualizar **en el anexo 9**.

Potencialmente, de manera complementaria a las acciones ya explicadas, el club se esforzará en conseguir apoyo, que servirá de gran ayuda para el posterior desarrollo y repercusión de la campaña. Esto, podría llevarse a cabo gracias a la realización de iniciativas en las que se pueda contar con la colaboración de deportistas masculinos de mayor índole, especialmente en la ciudad de Sevilla. El aumento de la repercusión mediática, suficiente como para abarcar grandes titulares y cobertura mediática en medios televisivos de la ciudad. Y por último, la presencia de los colaboradores, animándolos a que se sumen a esta iniciativa.

9.6. MEDIOS

Página Web, Redes Sociales y Canal de YouTube del club.

9.7. TIMMING

A partir de Octubre de 2023, el inicio de la temporada 2023/24.



MEMORIA

CBSFEMENINO



1. BRIEFING

EMPRESA

- INFORMACIÓN GENERAL:

Cliente: Club de Baloncesto Sevilla Femenino.

Servicio: ofrece la posibilidad de jugar al baloncesto, de asistir a los encuentros y de colaborar con ellos.

Web: <http://www.cbsevillafemenino.com/>

Redes Sociales: Facebook: CBS Femenino
Instagram: @cbsfemenino
Twitter: @cbsfemenino

APP: no poseen.

- SITUACIÓN DE PARTIDA: actualmente el club lucha por el mantenimiento de su primer equipo en la categoría Liga Femenina 2, para ello consideran muy importante alcanzar un mayor número de espectadores durante los encuentros. Necesitan apoyo comunicativo y visibilidad para conseguir darse a conocer entre la sociedad.

MARCA

- MISIÓN: conseguir el apoyo y la fidelidad de los ciudadanos de manera que acudan al pabellón cuando se dispute un partido y ganar mayor visibilidad. Crear conciencia sobre la importancia que tiene para la historia del deporte femenino de Sevilla y Andalucía, la trayectoria que este club está consiguiendo.
- VISIÓN: representar a Sevilla en el terreno del baloncesto femenino y ofrecerle una oportunidad a la ciudad de contar con un equipo profesional.
- VALORES: identidad, ilusión, trabajo, compromiso, dedicación y unidad.
- PASADO, PRESENTE Y FUTURO: el club se fundó cinco años atrás y contó con el apoyo de las instituciones sevillanas, poco a poco fueron atrayendo a jugadoras de toda la provincia para completar equipos y conseguir la presencia del club en diversas categorías, contaron con el apoyo de padres y madres de jugadoras y de personas que ofrecieron su ayuda de manera altruista. Actualmente cuentan con cuatro equipos y la reciente creación de una escuela infantil, uno de sus equipos está consiguiendo ascender de categoría abriéndose un hueco en el mundo del baloncesto femenino, sin embargo, esta mejora no se ve reflejada en el alcance comunicativo del club.

SERVICIOS

- **DESCRIPCIÓN:** el club ofrece la prestación de varios servicios. Entre ellos está la oportunidad de formar parte de su equipo, la posibilidad de ser un abonado del club a cambio de una serie de ventajas y la puesta en marcha, junto con otras entidades, de cursos de formación dentro del ámbito deportivo.
- **DIFERENCIACIÓN:** único equipo femenino de la capital.
- **DEFINICIÓN DE PROMESA / BENEFICIO ACTUAL:** Equipo de baloncesto femenino de Sevilla que se compromete a que la ciudad adquiera una posición relevante dentro del terreno del deporte femenino. Asimismo, se encargará de mantener a las deportistas más significativas en la localidad, para que estas no tengan que alejarse a otros lugares en busca de oportunidades.

COMPETENCIA

- **VALORES, PERSONALIDAD Y POSICIONAMIENTO:** El CBS Femenino se presenta como el único club íntegramente femenino que representa a la ciudad de Sevilla. Es el único equipo andaluz femenino, junto con el Unicaja Mijas, que tiene presencia en la categoría Liga Femenina 2.
- **ANÁLISIS: SITUACIÓN DE MERCADO.** Actualmente el deporte femenino ha experimentado una gran evolución. Los clubes y equipos formados por mujeres están teniendo cada vez más presencia en competiciones de alto rango, poseen un mayor número de seguidores, aficionados y patrocinadores. Todo ello contribuye a que las atletas estén cada vez mejor valoradas por la sociedad, y tengan más oportunidades, a pesar de la existencia de ciertas barreras como la desigualdad en varios ámbitos en comparación con el género masculino.

OBJETIVOS

Conseguir posicionar el club de manera que los sevillanos lo tengan presente y sepan de su existencia, obtener una mayor visibilidad y esfuerzo comunicativo, atraer a chicas para completar parte de sus equipos y aumentar su público de manera presencial durante los encuentros.

TARGET

El Club de Baloncesto Sevilla Femenino se dirige generalmente a todas aquellas personas que conecten emocionalmente con la ciudad de Sevilla y quieran llevar el deporte femenino de su ciudad a lo más alto. El perfil de sus públicos, no entiende de edades ni de géneros, se trata de personas a las que les guste el deporte, que practiquen, vean, lean sobre deporte en su tiempo libre, concretamente estaríamos hablando de personas aficionadas al baloncesto y residentes en la ciudad de Sevilla, aunque no necesariamente. Además, se dirige a todas aquellas chicas que residan en la ciudad de Sevilla y practiquen baloncesto o quieran aprender y estén buscando un club para ello.

CANALES

Medios: página web, canal de YouTube, Redes Sociales.

PRESUPUESTO

En torno a los 2.000€

TIMMING

A partir de octubre de 2023.

REQUISITOS Y CONDICIONES

Mantener los colores corporativos y la identidad visual corporativa del club y ajustarse al presupuesto.

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El proceso que se ha llevado a cabo para la investigación de mercado ha tenido como pilar fundamental la técnica de la entrevista en profundidad, aprendida a lo largo de la asignatura de Investigación publicitaria. La información extraída gracias a la recopilación de datos del club por medio de páginas web, redes sociales y enlaces de interés también ha supuesto un gran apoyo para este proyecto.

En primer lugar, la primera acción que se llevó a cabo fue una reunión introductoria e informativa con el director de comunicación del CBS Femenino. En ella, se comenzó a recopilar información relevante a la hora de decidir realizar este trabajo sobre el club. En especial todo lo relacionado con los inicios de este.

Una vez creado ese primer acercamiento, se diseñó las preguntas correspondientes a las tres entrevistas realizadas a deportistas femeninas. Una de ellas jugadora del propio club y las demás pertenecientes al mismo rango de edad. A pesar de que se crearon con el objetivo de recopilar el mismo tipo de información, fue necesario adaptar las preguntas a cada deportista, por lo que cada entrevista es única y personalizada para cada entrevistada. Están redactadas de manera completa en los anexos.

Una vez congregada la información obtenida, se llevaron a cabo diferentes análisis de mercado, competencia y consumidores, gracias al perfil de redes sociales del club, su página web y noticias de interés protagonizadas por el CBS Femenino. Todo ello se puede consultar en la bibliografía del trabajo.

3. REALIZACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Como se ha mencionado anteriormente a lo largo de estas páginas, el plan de comunicación propuesto para el Club de Baloncesto Sevilla Femenino cuenta como acción principal con una campaña de medios ganados. La elección de esta, se basó principalmente en los recursos económicos tan escasos de los que dispone el club. Los conocimientos necesarios para la elaboración de este tipo de campaña se han extraído gracias a uno de los docentes de la facultad de comunicación que, a su vez es el tutor de este trabajo, Jorge David Fernández.

La campaña consiste en la organización de un evento deportivo que tiene como justificación un motivo social. Concretamente consiste en la reivindicación del deporte femenino y sus inicios. Esta acción se ha propuesto ya que se adapta de manera adecuada a los objetivos y requisitos del club. Además, se ha desarrollado la posibilidad de complementarla con material corporativo e iniciativas comunicativas relacionadas con el mismo concepto. Todo ello tendrá lugar a partir de principios del mes de octubre de 2023 con motivo del inicio de temporada de baloncesto andaluz.

4. ACCIONES

Las diferentes acciones comunicativas se han llevado a cabo mediante herramientas de diseño, especialmente *Adobe Illustrator*, *Adobe Premiere* y *Adobe Photoshop*.

El objetivo principal de esta campaña era atraer a la población Sevillana a los encuentros del club y al pabellón donde estos tienen lugar, ajustándose al escaso presupuesto.

BIBLIOGRAFÍA

- Baloncesto Andalucía Sevilla. (s.f.). Clubes. <https://www.andaluzabaloncesto.org/sevilla/clubes.aspx>
- CB Sevilla Femenino. (s.f.). CB Sevilla Femenino. <http://www.cbsevillafemenino.com/>
- CB Sevilla Femenino. [@cbsfemenino]. (s.f.). Tweets. [Perfil de Twitter]. Recuperado el 20 de marzo de 2023 de <https://twitter.com/cbsfemenino?lang=es>
- CB Sevilla Femenino. (s.f.). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 20 de marzo de 2023 de https://www.facebook.com/CBSFemenino/?locale=es_ES
- CB Sevilla Femenino [@cbsfemenino]. (s.f.). IGTV [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 20 de marzo de 2023, de <https://www.instagram.com/cbsfemenino/?hl=es>
- CB Sevilla Femenino. (s.f.). Inicio [Página de Ivoox]. Ivoox. Recuperado el 20 de marzo de 2023 de https://www.ivoox.com/podcast-cbs-femenino_sq_f1582871_1.html
- Diario de Sevilla. (s.f.). Todo sobre CBS Femenino. Diario de Sevilla. https://www.diariodesevilla.es/tag/cbs_femenino/amp/
- Diario de Jerez. (s.f.). Todo sobre CBS Femenino. Diario de Jerez. https://www.diariodejerez.es/tag/cbs_femenino/amp/?page=4
- EuropaSur. (s.f.). CBS Femenino. EuropaSur. https://www.europasur.es/tag/cbs_femenino/?page=4
- Fullana Puigserver, P. (2020). El feminismo oculto entre el músculo y la vida social: los inicios del deporte femenino en España (1911-1915). *Journal of Sport and Health Research*. 12(Supl 2):145-158. <https://recyt.fecyt.es/index.php/JSHR/article/view/80813>
- Liga Femenina 2. (s.f.). Equipos. <https://www.ligafemenina2.es/equipos.aspx>
- Ordóñez, A. (2011). Género y deporte en la sociedad actual. *Polémika*, 3(7). Recuperado a partir de <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/404>
- Piedra, J. (2019). La perspectiva de género en sociología del deporte en España: presente y futuro. *Revista Española de Sociología*, 28 (3), 489-500. <http://dx.doi.org/10.22325/fes/res.2019.13>
- Roca-Marín, D. & Navarro-García, E.M. (2022). Visibilidad del deporte femenino en la prensa deportiva digital española. *Multidisciplinary Journal of Gender Studies*, 11(3), 297-321. <https://doi.org/10.17583/generos.7772>

ANEXO 1.

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

La siguiente entrevista pertenece a Úrsula Camacho Cañado, una joven de 22 años, nacida en Campofrío, un pueblo de la provincia de Huelva. Actualmente compagina sus estudios de Criminología en la universidad de Sevilla con su papel como jugadora en el equipo Ciudad Alcalá Club de Fútbol.

BLOQUE 1. LA EVOLUCIÓN DEL DEPORTE FEMENINO HASTA LA ACTUALIDAD.

- **¿Cómo consideras que ha sido la evolución del deporte femenino en los últimos años? ¿Qué aspectos destacarías que hayan marcado un antes y un después?**

Pues obviamente en los últimos diez años, por ponerte algún ejemplo, la evolución ha sido brutal. Hemos pasado de que nadie nos conozca a ser por lo menos conocidas y conseguir que la gente sepa de nosotras. Creo que esa evolución se debe principalmente a la lucha que hemos hecho para buscarnos un hueco en el mundo del deporte que siempre ha sido mayoritariamente un mundo de hombres. Definiría esa lucha como algo infernal honestamente, porque dentro del fútbol femenino, que es el terreno que conozco, las mujeres hemos tenido que aguantar de todo, malos gestos, insultos...

También destacaría el hecho de que la mayoría de las mujeres que actualmente estamos compitiendo en un equipo femenino, hemos tenido que pasar antes por un equipo masculino. Esto ahora no pasa, hoy en día tu puedes jugar desde pequeña en un equipo femenino directamente, antes eso era impensable.

En cuanto a los acontecimientos que hayan marcado un antes y un después en el deporte femenino, para mí el más importante ha sido la profesionalización de la Liga Femenina de fútbol. Hace cuatro o cinco años había jugadoras de primera división cobrando como mucho doscientos o trescientos euros. Al final el fútbol es un trabajo que no se reconocía en las mujeres como tal. Desde que sacaron ese convenio, toda jugadora que juegue en un equipo profesional debe cobrar un salario mínimo de mil doscientos euros mensuales, para mí eso es una locura. Además de eso es muy importante destacar todo lo que está consiguiendo el Barcelona femenino con respecto a visibilidad.

- **¿Qué deporte crees que ha evolucionado más en el ámbito femenino y por qué crees que ha sido así?**

Pues podría decirte el fútbol, que es el creo que todo el mundo diría, pero si nos referimos a evolución como tal creo que existen otros deportes que han evolucionado más. Creo que actualmente hay muchos más deportes femeninos que antes ni si quiera existían. Es verdad que el fútbol femenino ha dado grandes pasos, pero ya existía. Para mí es más importante la evolución que han hecho otros deportes cuyos equipos hayan pasado de no existir a existir, como por ejemplo el rugby o el baloncesto. Antes no había equipos de baloncesto femenino, actualmente hay muchos, ese hecho me parece que indica una mayor evolución que lo que ha hecho por ejemplo el fútbol femenino.

-
- **¿Cuáles consideras que han sido los obstáculos más destacados que ha tenido que ir superando la mujer a lo largo de la historia del deporte? (Cosificación, diferencia salarial, falta de profesionalización...)**

No podría destacar uno por encima de otro, yo pienso que es un cúmulo de todos. No creo que haya una dificultad por encima de otra, simplemente que algunas son más visibles. Desde mi punto de vista afecta muchísimo más psicológicamente que en cada partido que juegues se metan con tu físico, con tu género, con tu forma de jugar... que el hecho de que en una entrevista te hagan preguntas desafortunadas. Yo conozco a jugadoras de fútbol femenino que han llegado a dejar el deporte porque no eran capaces de aguantar los comentarios que recibían a la hora de jugar un partido.

Además, yo creo que las entrevistas que hacen a mujeres deportistas actualmente ya están cada vez más enfocadas al juego profesional.

- **¿Crees que la evolución del deporte femenino ha influido en otros aspectos de la vida de las mujeres? (en la vida laboral, en el ámbito social...)**

Claro que sí. Que la mujer salga de ese pensamiento que se tenía o que mínimamente se sigue teniendo en España que hace referencia a que la mujer solo sirve para estar en casa, es en parte gracias al deporte femenino. En ese aspecto el deporte ha hecho un trabajo increíble, porque se está demostrando que mujeres y hombres pueden practicar el mismo deporte. Al final todo está influenciado y el deporte ha hecho mucha mecha porque tiene mucha visibilidad, aquí en España una de las cosas primordiales de los españoles es el deporte, por lo que yo creo que la evolución del deporte femenino ha influenciado en todos los aspectos.

BLOQUE 2. EL DEPORTE FEMENINO EN LA CIUDAD DE SEVILLA.

- **¿Consideras que en Sevilla existe mucha rivalidad deportiva?**

Yo creo que sí, pero no simplemente porque se trate de Sevilla, sino porque en general el deporte te inculca el valor de la rivalidad. La rivalidad es algo que viene intrínseco en el deporte. Concretamente la rivalidad de Sevilla se diferencia del resto de ciudades porque aquí existen dos grandes equipos en el terreno futbolístico como son el Sevilla FC y el Real Betis Balompié. Donde más se observa rivalidad es en el fútbol, ya que es el deporte rey en Sevilla y en España en general, en otros deportes este aspecto se aprecia menos.

- **¿Crees que los medios y las instituciones de la ciudad respaldan de manera suficiente a las deportistas femeninas?**

No, creo que no. El deporte femenino no tiene la visibilidad que se merece. Yo le pregunto a cualquier persona de la calle por el nombre de algún futbolista que juegue en un equipo masculino y mínimo a un jugador conoce. Sin embargo, le pregunto sobre futbolistas femeninas y normalmente pocas personas conocen a más de una. Los medios de comunicación tienen un trabajo importante que hacer contra eso, ya que no posicionan al deporte femenino en el lugar que se merece. Las instituciones en general tampoco muestran apoyo, es cierto que algunas ofrecen más ayuda que otras, pero no destacaría concretamente las instituciones sevillanas.

Me refiero más bien a instituciones como Iberdrola, que demostró un gran interés por ayudar al deporte femenino cuando quiso financiar la Liga Femenina. Es cierto que sentir como una empresa de ese calibre decide apostar por el deporte femenino es importante, sin embargo, esto se observa mayoritariamente en el terreno nacional o multinacional, pocos apoyos de este estilo existen en la ciudad de Sevilla.

En los medios sevillanos no se habla del deporte femenino, únicamente sucede esto cuando se celebra el típico derbi femenino Betis-Sevilla. En este caso suelen dedicarle a este encuentro una pequeña parte de alguna portada o algún titular, pero poca cosa, en general no se habla del deporte femenino.

- **¿Crees que en Sevilla existe mayor dificultad para acoger a deportistas femeninas que en otras ciudades? ¿Por qué crees que es así?**

No, al contrario, pienso que Sevilla, a pesar de lo que he dicho anteriormente, es una de las ciudades que si tiene en cuenta el deporte femenino. Además, esto se puede notar simplemente en la Universidad. Se lo toman muy en serio, yo vengo de jugar un campeonato de España con la Universidad de Sevilla y es obvio que el apoyo que esta institución brinda al deporte femenino es muy grande en comparación con el que se percibe en otras universidades. En especial el compromiso, a mí me dan becas deportivas por acudir al campeonato que antes comentaba, en otras universidades eso no existe, ni en Huelva, ni en Córdoba, ni en Granada.

- **¿Qué deporte femenino en la ciudad crees que merece más apoyo y por qué?**

Te diría dos. En primer lugar, el *volley* realmente está bastante bien y las chicas que practican este deporte en la ciudad prácticamente casi todos los años ganan un montón de campeonatos y esto casi nadie lo sabe. Y por otra parte está el *rugby*, "Las Cocodrilas" es uno de los equipos de aquí de la ciudad de Sevilla, son de las mejores del mundo diría yo y casi nadie lo conoce. Lo que hacen esas chicas es una barbaridad.

- **¿Crees que el hecho de que la ciudad de Sevilla sea una ciudad muy arraigada a lo tradicional afecta de alguna manera al deporte femenino?**

Respecto al fútbol que es el deporte que más conozco, yo te diría que no. Te vuelvo a poner un ejemplo, en Sevilla existe una liga provincial que es la liga más mínima que hay, donde compiten casi veinte equipos de fútbol femenino. En Huelva, por ejemplo, los equipos que juegan en esta liga son ocho, existe una comparación increíble.

Las personas más arraigadas a la tradición de Sevilla con pensamientos e ideales más tradicionales no creo que apoyen al deporte femenino. Realmente las personas con estas características que están implicadas en el deporte femenino, desde mi punto de vista no lo están por iniciativa propia, sino porque tienen un familiar, hija, sobrina... jugando en algún equipo.

BLOQUE 3. PATROCINIO, VISIBILIDAD Y AUDIENCIA.

- **¿Por qué crees que generalmente la audiencia en los encuentros femeninos es mucho más baja que en los masculinos? ¿Crees que se trata únicamente del género?**

Pues con respecto a la pregunta de si se trata solo de cuestión de género, por una parte, pienso que sí y por otra, pienso que no. Existe un pensamiento intrínseco en la sociedad, sobre que el deporte femenino es inferior al masculino, con un nivel más bajo, más lento... Realmente no creo que esta idea sea del todo errónea, es decir, el deporte femenino es diferente al masculino, no quiere decir que uno sea mejor que otro. En mi opinión, el principal motivo por el que la mayoría de la gente no se anima a ver deporte femenino es porque lo comparan con el masculino y llegan a la conclusión errónea de que este último es inferior.

- **¿Cómo describirías el perfil de audiencia que generalmente acude a verte a los partidos? (Familias, personas mayores, jóvenes, hombres, mujeres...)**

Sobre todo, familiares y amigos de las jugadoras. Es verdad que hay pocas personas que van porque les gusta el fútbol, pero estas acuden mayoritariamente por ser ultras del equipo masculino, no porque les guste realmente el deporte femenino.

- **¿Qué crees que necesita saber la gente para que se anime a ir a ver jugar a un equipo femenino?**

Una de las cosas que no se sabe del fútbol femenino es que es mucho más técnico y táctico que el masculino. En el ámbito masculino uno de los pilares fundamentales es el físico, en el femenino esto no importa tanto, se trata más de la técnica. Al final esto es lo que hace que el juego sea bonito y visible, esto es algo que le diría a la gente porque muchas personas no lo saben.

- **¿Crees que la visibilidad de una deportista está ligada estrechamente con los títulos que gane?**

Sí, por supuesto que sí. Tu puedes ser una jugadora de primera división, jugar en el equipo más top que existe ahora mismo mundialmente que es el Barcelona, pero si no has ganado tres títulos no te conoce nadie. Eso es una realidad, a Alexia Putellas la conoce todo el mundo, pero para ello ha tenido que ser dos veces la mejor jugadora del mundo. Sin embargo, nadie conoce a la segunda portera del Barcelona, por ejemplo, porque no ha ganado ningún título. Además, los patrocinadores están más implicados en darle visibilidad a las jugadoras que tengan más reconocimientos.

- **La mayoría de campañas de comunicación y publicidad que se realiza sobre el deporte femenino refuerza la idea del empoderamiento femenino y de que el deporte no es solo cosa de hombres ¿Qué opinas sobre ese discurso? ¿Piensas que debería cambiar?**

Yo creo que ese mensaje debería centrarse más en lo que estamos haciendo, en lo que estamos consiguiendo.

Es cierto que el mensaje va dirigido al empoderamiento de la mujer y al hecho de que podemos hacer las mismas cosas que los hombres, pero yo creo que eso ya lo estamos demostrando. Por lo tanto, en mi opinión debería dejarse de lado este mensaje, y focalizarlo más en lo que estamos consiguiendo que en lo que podemos llegar a conseguir.

- **¿Qué empresas o marcas crees que apoyan más a las deportistas femeninas?**

Pues por ejemplo que yo conozca por ponerte un ejemplo, Puma está muy metida en el fútbol femenino, patrocina a muchas jugadoras tanto de primera como de segunda división. No es Adidas ni Nike, pero ayuda bastante. Destacaría también las empresas de nutrición, al fin y al cabo, son empresas que promocionan un estilo de vida saludable y lo asocian al deporte. Mi equipo, por ejemplo, el Ciudad Alcalá tiene muchas empresas de la propia localidad que lo patrocinan, entre ellas un taller mecánico de coches, una peluquería... sin embargo, esto es así porque nuestro propio director deportivo ha promovido y ha provocado esta promoción, pero generalmente las empresas de este tipo no se interesan de primera mano por ti.

- **¿Qué diferencias notas entre los anuncios que ves en la tele en los que la protagonista es una mujer y aquellos en los que el protagonista es un hombre?**

Realmente creo que existe una diferencia clara que va más allá del simple hecho de ser un hombre o una mujer. Pienso que se trata de que las marcas buscan su interés propio.

BLOQUE 4. EL FUTURO DEL DEPORTE FEMENINO.

- **¿Crees que en el futuro existirá un equilibrio entre el deporte femenino y masculino?**

Yo pienso que no, simplemente por cuestión de dinero, El deporte femenino no genera el mismo dinero que el masculino. Estoy de acuerdo en que los deportistas masculinos cobran un dinero desorbitado, pero es que es lo que generan, ellos se ganan ese dinero. Por mucho que evolucione, el deporte femenino nunca va a llegar a generar esa cantidad de dinero.

Socialmente creo que puede llegar en un futuro a existir deportes cuyo equipo femenino tenga la misma o mayor importancia que el masculino, pero en todos los deportes lo dudo. En mi opinión, la visibilidad es el aspecto clave para que este equilibrio no suceda. A mí me pueden pagar lo mismo que a un hombre, pero estoy segura de que nunca llegaré a tener la misma visibilidad.

- **¿Cómo crees que influye la educación en edades tempranas para el futuro del deporte femenino?**

Creo que la educación en general lo es todo. Es necesario educar a los más pequeños haciéndoles entender que los dos géneros son iguales en todos los aspectos de la vida, ya sea en el deporte como en las tareas de casa. Esto es súper importante, yo he tenido experiencias con niños pequeños en las que he llegado a sentir que su pensamiento no se basaba en que las mujeres hacen una cosa y los hombres otra.

Los más pequeños no nacen con esos pensamientos, los van adoptando a medida que se les brinda una educación. Si desde pequeños los niños nacen aprendiendo que no hay ropa, trabajos ni actitudes de hombres y de mujeres por separado, al fin y al cabo, ese niño nunca tendrá esos prejuicios.

- **¿Qué apoyo consideras más necesario para el futuro de una mujer deportista?**

En mi opinión sobre todo destaca el apoyo de las figuras importantes del deporte masculino. Por ejemplo, si en el partido de un equipo femenino se encuentra toda la plantilla del equipo masculino genera interés y llama la atención de la gente. Es necesario el apoyo que puede ofrecer la figura masculina, con el objetivo de demostrar que hacemos lo mismo que ellos y merecemos el mismo reconocimiento. También es importante el patrocinio.

- **¿Qué opinas sobre la idea de una posible fusión en el deporte entre categorías femeninas y masculinas? (que en un futuro hombres y mujeres compitan entre ellos o formen parte del mismo equipo)**

Yo pienso que en deportes individuales sí podría existir, pero en deportes colectivos lo veo bastante complicado. Pienso que por los aspectos fisiológicos de las mujeres hacen que sea incompatible poder competir contra hombres o con ellos. Yo he llegado a jugar contra equipos masculinos de categorías inferiores y la mayoría de las veces no conseguimos ganarles porque físicamente tienen unas características superiores a las nuestras.

En deportes como el pin pong o el ajedrez en los que no es necesario superar físicamente a tu adversario se podrían mezclar las categorías femeninas y masculinas perfectamente.

BLOQUE 5. EXPERIENCIA PERSONAL.

- **Deportistas referentes en tu vida.**

Pues, por ejemplo, una persona en la que me fijo mucho y cuya historia admiro es Carolina Marín. Aparte de porque soy de Huelva y la conozco, me parece una historia increíble de superación. Referentes masculinos también tengo, sin embargo, me fijaba más en ellos cuando era pequeña. Al fin y al cabo, conforme vas creciendo buscas fijarte en personas con las que puedas sentirte más identificada. Yo me veo reflejada en la historia de Carolina. Además de ella, podría decirte Laura González, exfutbolista del Betis, admiraba su carrera, disfrutaba viéndola jugar y tuve la suerte de conocerla.

- **¿Cuándo decidiste dedicarte al deporte y cuándo empezaste a competir?**

Yo creo que realmente antes no era una cuestión de decisión, sino de nacimiento. A mí me gusta el deporte desde que nací, yo he jugado a tenis, a baloncesto, a *volley*, a fútbol, he practicado ajedrez, *pin pong*. A esto se le suma que mi padre es entrenador de fútbol, en cuánto se dio cuenta de que me gustaba el deporte me metió una pelota entre los pies, llevo toda mi vida jugando a fútbol. Empecé a competir en cuanto pude, desde la mínima edad con la que se puede competir, con cinco años comencé en el equipo de mi pueblo, "el Deportivo Campofrío". Nunca lo he dejado.

-
- **¿Has tenido alguna vez la sensación de que no bastaba con demostrar que eras buena para conseguir avanzar en tu carrera deportiva? (si has sentido que te han exigido demasiado para ser convocada para algún título, para jugar en algún equipo...)**

A ver, muchas veces sí y otras no. Es verdad que en la mayoría de equipos en los que yo he estado jugando me han apoyado mucho. En el Betis, por ejemplo, si recuerdo esa sensación de que cada vez me exigían más, pero pienso que eso es algo que toda persona que haya jugado en un equipo profesional ha sentido. Hay momentos en la vida deportiva de una persona, igual que en los estudios, en la familia... en los que puedes estar mejor o puedes estar peor y muchas veces sientes que te exigen cosas sin llegar a valorar los aspectos personales que influyen a tu rendimiento en ese momento. Esto me pasaba mucho en el Betis, que es un equipo en el que no te puedes permitir fallar, siempre tienes que estar a tope, les da igual lo que te pase, les da igual que estés estudiando, que vivas sola. En esos momentos hubiera agradecido que valoraran un poco más el trabajo que estaba haciendo y lo que me había costado llegar hasta ahí, en lugar de centrarse tanto en que en un partido por ejemplo hubiese fallado tres veces.

- **¿Has tenido algún momento en el que te hayas replanteado dejar el deporte? ¿Cómo lo superaste?**

Sí, claro que ese tipo de momentos existen, no te voy a decir que en mi caso haya habido muchísimos, pero sí que es verdad que en un par de ocasiones he llegado a planteármelo seriamente.

Por ejemplo, con 19 años acababa de entrar en la universidad y estaba pasando por un momento familiar bastante complicado, en aquella época estaba en el Betis jugando. No era mi mejor momento futbolístico, pero yo estaba ahí, seguía jugando y siendo buena. No paraba de pensar en que mis circunstancias no me podían influir hasta tal punto de dejar de ser buena en el deporte de mis sueños. En ese momento dejé el equipo, me fui porque personalmente la situación me estaba superando, y me tomé un mes y medio para mí, para estar tranquila, para pensar las cosas, tras ese mes y medio volví a jugar en otro equipo. Al Betis ya no pude volver. Durante ese tiempo que me dediqué a mí misma no quería saber nada de fútbol, no jugaba, no quedaba con la gente que me recordaba al fútbol, no hablaba sobre fútbol. Me centré en mi universidad, en mi familia y en mis amigos del pueblo.

Me sirvió bastante sobre todo enfrentarme a muchas conversaciones y al mayor de mis miedos que era dejar el Betis. Desde que entré en el equipo no podía parar de pensar en que si lo dejaba iba a defraudar a la gente que me quería. A veces incluso me obligaba a mí misma a estar en un sitio en el que realmente no quería estar, y todo por no defraudar a mis seres queridos. Luego me di cuenta, teniendo conversaciones con mi padre y con mi abuelo de que lo único que ellos quieren es verme feliz y de que para ellos independientemente de en el equipo en el que juegue siempre voy a ser la mejor futbolista. Concretamente esas conversaciones creo que fueron clave para superar momentos como ese y para volver a seguir jugando a fútbol

-
- **¿Te has sentido apoyada en tu carrera deportiva por tu círculo cercano? ¿Recuerdas algún momento en el que no hayas sentido ese apoyo?**

En general, he tenido la suerte de que tanto mi familia como mis amigos más cercanos me han apoyado 100% en el fútbol. Los entrenadores de fútbol que he tenido siempre me animaban a seguir luchando y a seguir intentándolo. Esa suerte no me la quita nadie.

Es cierto que recuerdo un momento en el que no sentí el apoyo de mi abuela, eso ya ha cambiado. Al ser una mujer de pueblo, con unos pensamientos y unas tradiciones más arraigadas, siempre me preguntaba, cuando empecé con el fútbol, que cuando iba a dejarlo. Me hacía comentarios un poco como de desaprobación cada vez que me veía con una pelota o una equipación de fútbol, nunca me llegaron a afectar por el carácter que tengo y porque realmente en ese momento al ser pequeña no le daba la importancia que tiene. Sin embargo, es verdad que ahora lo pienso y me parece una situación bastante injusta para una niña ya que puede provocar que se plantee muchas cosas o que llegue a pensar que el deporte que a ella le gusta no puede practicarlo.

- **Explica un poco el mayor obstáculo que hayas superado en tu carrera deportiva. (Una lesión, una derrota...)**

Yo creo que uno de los mayores obstáculos que he superado fue el hecho de tener que jugar al principio con el género masculino. Cuando estaba en ligas masculinas lo pasaba bastante mal, no por mi equipo, porque mis amigos me defendían siempre y me protegían al igual que mis entrenadores. Pero al enfrentarme a otros equipos, a veces incluso salía de los partidos llorando, porque te dicen muchas cosas, te pegan patadas, el árbitro y los padres desde las gradas tampoco ayudan. Eso que he ido pasando y superando me han hecho ser más fuerte, hoy en día alguien me suelta algún comentario de esos y me da igual.

Fue muy complicado todo lo que implicó estar en un equipo masculino, en este mundo en el que el fútbol está pensado para ese tipo de equipos.

- **¿Has experimentado alguna situación machista propia o cercana? Explica cómo fue y como te sentiste.**

Pues yo no, pero las experiencias de ese estilo que me chocan a mi mucho tienen relación con el papel que realizan las árbitras. Ellas tienen una situación bastante injusta y sufren mucho en los días de partido por parte de la grada. Yo he llegado a vivir una situación en la que la afición consideraba que la árbitra no estaba pitando bien el partido y llegaron a saltarse las gradas con intención de pegarle literalmente. Además, el ambiente que hay en los partidos cuando la gente no está de acuerdo con la árbitra se nota, se escuchan comentarios, gritos y ellas sienten miedo. Eso con un árbitro, te digo yo que no lo hacen.

Sinceramente me he llegado a plantear por qué ese tipo de gente acude a los partidos, porque para mí son verdaderos energúmenos, algunas veces puedo hasta pensar que van porque les excita ver a veinte chicas jugar a la pelota con pantalones cortos. Porque si no tienen familiares allí, ni les interesa el fútbol femenino, no encuentro otra razón por la que van a los partidos.

-
- **¿Cuándo lees o escuchas a gente desprestigiando a la mujer deportista, defendiendo la idea de que las mujeres no hacemos deporte? ¿Qué sientes, qué reflexión haces?**

Lo primero que siento es mucha rabia por dentro, sabiendo que las personas que dicen ese tipo de cosas y las piensan, no tienen ni idea de lo que dicen, de lo que las mujeres luchamos por estar donde estamos ni de lo que conseguimos. Pienso que me encantaría darle mis zapatos a cualquier persona que piense que las mujeres somos inferiores, para que por un día sea capaz de vivir lo que yo vivo. Podría pararme a tener una conversación con ese tipo de personas, pero realmente si tienen ese pensamiento tan intrínseco, con una simple conversación no se cambia. Yo pienso que hasta que tu no lo vives, no cambias eso. Por ejemplo, mi abuelo antes era una persona muy conservadora, él llega a saber hace treinta años que su nieta va a ser futbolista y no se lo cree. Era el primero que pensaba que las mujeres no podíamos jugar a fútbol y ahora es el primero que viene a verme en los partidos. Él ha experimentado y ha vivido conmigo los insultos, los comentarios que antes comentaba que hace la gente desde la grada, sabe lo mucho que he luchado y lo mucho que me he esforzado para llegar donde estoy y eso ha hecho que su pensamiento cambie por completo.

- **¿Cómo te sientes cuando lees o escuchas titulares en los que las mujeres deportistas están batiendo records, llenando estadios y consiguiendo títulos por primera vez en la historia?**

Pues siento orgullo y satisfacción, pero sobre todo lo que pienso es “ya era hora, ya era hora de que se nos de importancia”. Obviamente me siento orgullosa de esas mujeres y de todas las que consiguen algo, pero siento alivio, de pensar que por fin se nos reconoce, por fin se hacen las cosas bien y nos dan el lugar que nos corresponde. Eso es sobre todo lo que siento.

- **¿Qué supuso para ti, abandonar tu ciudad e irte fuera?**

La verdad es que fue un choque. Yo vengo de un pueblo muy pequeño, Campofrío tiene 500 habitantes, no tenemos en la calle ni un semáforo. Con dieciséis años me fui de allí por el fútbol, mi vida está condicionada por este deporte. Con esa edad yo tenía dos posibilidades, o jugar en un equipo femenino o dejar el fútbol, yo hasta esa edad jugaba con chicos, pero a partir de los dieciséis no está permitido. El equipo femenino más cercano a mi pueblo era el de Huelva o los de Sevilla, en mi propio pueblo no existía ningún equipo femenino, ni en los alrededores, si llega a existir seguramente no me hubiese venido a vivir a Sevilla. Mi padre me consiguió una prueba en el Betis y me ficharon, así que me vine a vivir aquí a Sevilla, no iba a hacer que mis padres viniesen a traerme cada día a cada entrenamiento. Tuve que aprender a vivir sola con dieciséis años, a ser independiente, me hacía la comida, me lavaba la ropa, entrenaba y estudiaba bachillerato. Trasladé mi expediente y tuve que pedir varios favores para que me permitieran estudiar bachillerato en un instituto de aquí.

-
- **¿Qué papel desempeña la afición en la trayectoria de una deportista? ¿Recuerdas alguna anécdota con algún aficionado o aficionada?**

La afición para una deportista es más importante de lo que la gente piensa. He vivido muchas anécdotas con aficionados, por ejemplo, el estar en un supermercado y que venga alguien a pedirte una foto, o salir de un partido de fútbol y que te paren los niños para charlar contigo. Yo he ido a colegios a dar charlas sobre el deporte femenino, la visibilidad, he contado mi experiencia a niños y niñas insistiéndoles en que tienen que luchar por sus sueños. Muchos de esos niños me ven como un referente y a mi eso me llena de orgullo y de satisfacción. A mi personalmente el apoyo de la gente me ayuda mucho para demostrarme que sí que merece la pena lo que hago, sobre todo en aquellas ocasiones en las que llego a dudarlo.

- **¿Cómo describirías la relación con tus compañeras? ¿Crees que el hecho de tener una buena o mala relación influye en tu rendimiento deportivo?**

Yo creo que el equipo es el que tu trabajes y compitas lo es todo. Nosotras en el fútbol femenino nos queremos y apoyamos mucho, no somos compañeras de equipo, somos todas amigas. Yo tengo amigas de verdad repartidas por toda España gracias al fútbol. Al final gracias a eso creces, tanto deportivamente como en lo personal. Si tú estás en un equipo donde puedes ser tu misma, ya no solo en el terreno de juego, sino también fuera de él, eso se refleja en el campo. De la misma forma que si estás en uno en el que hay mal rollo, envidia o se crean egos. Eso es algo que trabajamos mucho en los principios de temporada, los egos individuales. Es necesario que todas tengamos una visión de iguales y que nos conozcamos y nos comprendamos. Recuerdo que tuve una vez un entrenador que me dijo “tú tienes que saber hasta el color de bragas que lleva tu compañera” y aunque pueda sonar muy bruto, lleva razón. Entre nosotras necesitamos saber si una tiene un mal día para cubrirle la espalda, o para saber si va a fallar un pase y también es importante saber quién está en su mejor momento. Todo ello con el objetivo de que el equipo saque el mayor rendimiento posible.

- **Actualmente ¿Cuál es tu meta profesional y qué te anima cada día a perseguirla?**

Mi meta más cercana actualmente con respecto al deporte podría decirte que es conseguir jugar el año que viene en una liga superior, relacionada un poco con las circunstancias que estoy viviendo, pero si no lo consigo no me preocupa. Pero desde hace unos años, meta futbolística como tal, la única que tengo es disfrutar, me da igual llegar a primera división, que me convoque o no la selección española, me da igual no jugar nunca un mundial o la *champions*. Lo que quiero es disfrutar del deporte, de las compañeras que estoy conociendo, de las experiencias que estoy viviendo.

ANEXO 2.

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

La siguiente entrevista se le realizó a la joven Marta Rodríguez Ferrera, con 20 años de edad, la onubense compagina la carrera de Educación Primaria con su papel como jugadora en el C.B. Mazagón.

BLOQUE 1. LA EVOLUCIÓN DEL DEPORTE FEMENINO HASTA LA ACTUALIDAD.

- **¿Cómo consideras que ha sido la evolución del deporte femenino en los últimos años? ¿Qué aspectos destacarías que hayan marcado un antes y un después?**

La evolución del deporte femenino ha sido bastante positiva. Tanto es así que, anteriormente, no se conocía nada acerca de la temática a tratar. Con suerte, todo ha cambiado y cada vez son más los deportes que albergan la figura femenina.

Gran parte de culpa de que hoy se pueda hablar de deporte femenino la lleva la participación de las mujeres en unos Juegos Olímpicos. En las primeras ocasiones, su grado de presencialidad era mucho menor que el de los hombres, pero fue un primer paso para que se tuvieran en cuenta las disciplinas femeninas. Además, el éxito de muchas de ellas generó más éxtasis y más involucramiento de la sociedad en general, y de las mujeres en particular.

Aún queda mucho por luchar por la visibilidad femenina, pero ha habido un avance bastante enriquecedor, pudiéndose participar, a día de hoy y sin importar la edad, en prácticamente cualquier deporte.

El deporte femenino ha dado de sí mucho de lo que hablar. Pese a todo ello, se pueden hablar de numerosos logros conseguidos por mujeres, entre los que pueden destacar: Almudena Cid como única mujer española en participar en cuatro finales olímpicas de Gimnasia Rítmica; Teresa Perales la deportista con más medallas olímpicas en los Juegos Paralímpicos; Ruth Beitia, ha sido la primera mujer en conseguir un oro olímpico para España en atletismo y por último el ejemplo de Mireia Belmonte campeona mundial, olímpica y europea de natación.

- **¿Qué deporte crees que ha evolucionado más en el ámbito femenino y por qué crees que ha sido así?**

Tanto a nivel amateur como profesional, los deportes que más han conseguido evolucionar han sido baloncesto y atletismo. Son deportes que tienen gran cantidad de figuras femeninas desarrollándolo.

A nivel profesional, se pueden observar multitud de atletas que compiten a nivel mundial, europeo, español, andaluz, etc. Es decir, cuenta con un gran abanico de mujeres que posibilitan que este deporte sea cada vez más unisex. Además, no suelen haber muchos aspectos discriminatorios y, en las competiciones, se mantiene un respeto por el género.

A nivel territorial ocurre exactamente igual, siendo un deporte que puede ser practicado en cualquier parte y a cualquier edad, facilitando que niñas o mujeres se inicien en su actividad.

Con respecto al baloncesto, es un deporte que reúne muchísimos clubes femeninos a nivel mundial. Pese a no ser televisado tanto como el masculino, mueven a gran cantidad de personas para disfrutar de un partido.

Por otro lado, cuenta con numerosos campeonatos de España, desde categorías inferiores como Minibasket (11-12 años) hasta categorías superiores, lo que posibilita que existan muchísimas mujeres practicando este deporte y llevándolo a lo más alto.

- **¿Qué deportes crees que han cerrado más las puertas al género femenino?**

Personalmente, pienso que el fútbol es el que ha tenido más problemas. Esto se debe a que, desde siempre, ha sido considerado el deporte “rey”, de modo que se podría llegar a pensar que involucrar a las mujeres en el mismo sería como quitarle prestigio.

Aun así, todavía siguen existiendo muchísimas diferencias entre ambos sexos en dicho deporte. Pocos son los clubes profesionales que albergan la identidad femenina y pocos partidos llegan a retransmitirse. No obstante, por lo menos, se ha llegado a realizar convocatorias para la selección española, lo que resulta una pequeña evolución.

Asimismo, a niveles provinciales, no suelen existir clubes en los que se tengan equipos femeninos, de manera que las niñas que deseen practicarlo tienen que recurrir a meterse en un grupo mixto.

- **¿Cuáles consideras que han sido los obstáculos más destacados que ha tenido que ir superando la mujer a lo largo de la historia del deporte?**

Sin duda, la falta de igualdad ha sido el principal obstáculo a las que las mujeres han tenido que hacer frente. Todo ello se ha notado en los salarios mínimos, teniendo que luchar contra cantidades miserables, mientras que los hombres disfrutaban de otros más elevados. Además, ellas tenían dificultad para introducirse en el mundo laboral, puesto que no podían acceder a cualquier tipo de trabajo; al contrario que los hombres, que podían optar a lo que quisieran. A todo ello se añaden sus horarios, tanto laborales como domésticos, pues tenían que hacer frente al cuidado de la casa y de sus maridos, después de un día trabajando. De no ser así, la mujer no era considerada como “válida”.

- **¿Crees que la evolución del deporte femenino ha influido en otros aspectos de la vida de las mujeres?**

Sí, por supuesto. El hecho de destacar en alguna disciplina deportiva ha hecho que fuese reconocida en la sociedad en sí y tuviese más facilidades dentro de ella. Asimismo, con la evolución del deporte femenino, también lo ha hecho el mercado laboral, aceptando todo tipo de sexos en su trabajo.

Parece mentira que haya sido así y que la mujer se haya tenido que ganar el respeto, pero, por suerte, cada vez se está implantando más la igualdad de género. La lucha por el deporte femenino sigue en pie; pero, como deportista joven, me alegra ver que su figura se tiene en cuenta y que es posible llevar la práctica deportiva a cualquier evento, sin importar las condiciones ni el sexo.

BLOQUE 2. EL DEPORTE FEMENINO EN LA CIUDAD DE HUELVA.

- **¿Consideras que en Huelva existe mucha rivalidad deportiva?**

Depende. Por un lado, podría decir que sí; pero, por otro, que no.

Está claro que cualquier persona que realiza deporte y se enfrenta a una competición desea ganar. Es probable que no sea el único fin o, al menos, no debería serlo, pero siempre se está más contento cuando se gana. En este aspecto, entra en juego el factor rival y el respeto hacia el otro club. Generalmente, se cumple; hay otras situaciones en las que un insulto está por encima de un “bien jugado”.

Por desgracia es así y, dependiendo de contra quién se juegue, hay más ganas de ganar. No obstante, a niveles generales, creo que en la provincia de Huelva se está formando un baloncesto respetuoso, con sus más y sus menos, pero bonito de ver.

- **¿Crees que los medios y las instituciones de la ciudad respaldan de manera suficiente a las deportistas femeninas?**

En lo que respecta a baloncesto en la ciudad de Huelva, quizás se necesita más inversiones destinadas a ellas y más publicidad. No obstante, cada vez hay más patrocinadores interesados en pertenecer a un equipo femenino.

Por suerte, los equipos onubenses están creciendo y ascendiendo de categorías, pudiéndose contemplar 4 equipos en la Liga Nacional N1 cuando, hace 5 años, solo había uno. A niveles objetivos, eso es un avance y un aspecto al que se debería dar más publicidad en redes, con el fin de que las gradas de los pabellones consigan llenarse tanto, o más, como en partidos masculinos.

- **¿Crees que en Huelva existe mayor dificultad para acoger a deportistas femeninas que en otras ciudades? ¿Por qué?**

A nivel nacional, no sé cómo se gestionan las acogidas de jugadoras. Si es cierto que, en clubes de gran prestigio como Unicaja, Perfumerías Avenida, las dificultades para atraer a cualquier deportista son inexistentes, pues suplen sin problemas las carencias que se pueden encontrar en otros sitios.

A nivel local, en Huelva, en comparación con otras ciudades, sí que existen grandes dificultades, sobre todo debido a la falta de inversiones e incluso por falta de infraestructuras para el desarrollo de algunos deportes como por ejemplo el golf.

- **¿Qué deporte femenino en la ciudad crees que merece más apoyo y por qué?**

Pues yo diría que el bádminton. Personalmente, no suelo escuchar noticias de jóvenes deportistas que lo practiquen o que consigan pequeños logros. Teniendo como referente en nuestra ciudad a Carolina Marín, creo que se podría intentar forjar una cantera de la que naciera alguna que otra promesa de la ciudad; o no, quizás no hace falta llegar a esos extremos, pero sí que tengan un club en el que la participación de niñas sea grande.

En ese sentido, en el caso en el que verdaderamente exista ese club, se debería dar más apoyo y visibilidad, ya que muchas personas, como es mi caso, no conocemos su existencia.

-
- **¿Crees que las tradiciones de la ciudad y el pensamiento tradicional influye de alguna manera al deporte femenino?**

Sí, efectivamente. El deporte siempre ha estado ligado a la cultura de la sociedad. El deporte femenino ha contado, desde sus inicios, con obstáculos para poder realizarse, simplemente por el hecho de que la cultura era lo que demandaba. No estaba bien visto que una mujer tuviera un trabajo y fuese independiente; sino que su estereotipo de figura era de estar casada con un hombre para el cuidado del hogar y de su esposo.

BLOQUE 3. PATROCINIO, VISIBILIDAD Y AUDIENCIA.

- **¿Por qué crees que generalmente la audiencia en los encuentros femeninos es mucho más baja que en los masculinos? ¿Crees que se trata únicamente del género?**

Nada tiene que ver solo con el género, sino con la publicidad que se dan a unos y a otras. Generalmente, para los partidos masculinos, sea el deporte que sea, hay mucha más gente, tanto presencialmente como en casa. Esto se debe a que se ha vendido mucho más por redes sociales, anuncios de televisión, noticias en la radio, etc.

La sociedad suele estar al tanto de cuándo es el mundial de fútbol masculino, pero no del femenino. Como este ejemplo ocurre en los demás casos, en los que se potencia y se valora más un partido de hombres. También es fácilmente comprobable en el coste de las entradas, siendo bastante más caras para un encuentro masculino que para el femenino, ya que el número de espectadores no es comparable.

- **¿Cómo describirías el perfil de audiencia que generalmente acude a verte a los partidos?**

Haciendo balance de todo mi paso por el mundo deportivo, la mayor parte de las personas que asisten a los encuentros femeninos son mujeres. No obstante, me encanta ver cómo familias enteras (padres e hijos) se animan a pasar una tarde en un pabellón.

Lo mismo ocurre en los partidos que voy de espectadora. Si es un partido femenino, veo mucha más gente acudiendo al encuentro del género femenino.

- **¿Qué crees que necesita saber la gente para que se anime a ir a ver jugar a un equipo femenino?**

Que se puede dar el mismo espectáculo que se ofrece en el masculino. En el caso del baloncesto, los hombres pueden dar más show, o eso dice la gente, por el simple hecho de que, a lo mejor, alguno de ellos realiza un mate. Sin embargo, la gente no es consciente de que el deporte femenino juega con otro nivel de belleza, con otro estilismo, pero perfectamente medido para que pueda ser del agrado de cualquier persona.

Ojalá las gradas de los pabellones de los equipos femeninos se involucren al máximo y empiecen a disfrutar de ellas. Hay talento y merece la pena. Personalmente, lo he vivido este año. He jugado con la grada llena y es una sensación inmejorable.

-
- **¿Crees que la visibilidad de una deportista está ligada estrechamente con los títulos que gane?**

En la situación que estamos hoy día, sí. Cuantos más títulos se gane, más fama y respeto se tiene. Pero tanto hombres, como mujeres. Difícilmente se va a reconocer a alguien que no destaca en el ámbito profesional.

- **La mayoría de campañas de comunicación y publicidad que se realiza sobre el deporte femenino refuerza la idea del empoderamiento femenino y de que el deporte no es solo cosa de hombres ¿Qué opinas sobre ese discurso? ¿Piensas que debería cambiar?**

Ojalá no hiciese falta tener que reafirmar lo mismo una y otra vez, pero si las campañas televisivas dejan de vender eso, tarde o temprano, se perderá. Creo que el discurso se debe mantener hasta que se llegue a conseguir una igualdad total.

- **¿Qué empresas o marcas crees que apoyan más a las deportistas femeninas?**

Entre muchas otras, las principales empresas o marcas que apoyan al deporte femenino, desde mi punto de vista son: CaixaBank, Santander, Inditex, Herbalife, Endesa y por último Iberdrola.

- **¿Qué diferencias notas entre los anuncios que ves en la tele en los que la protagonista es una mujer y aquellos en los que el protagonista es un hombre?**

Los anuncios en los que tienen como protagonista a una mujer, pienso que tienen otro fin distinto que el de aquellos anuncios cuyo protagonista es un hombre. Mientras que en el primer caso suelen ser realizados para reivindicar algo, en el segundo publicitan una información. Nunca se ha visto que los hombres tengan que demandar más inversiones o público para el deporte; de otro modo, las mujeres luchan día a día con ello.

BLOQUE 4. EL FUTURO DEL DEPORTE FEMENINO.

- **¿Crees que en el futuro existirá un equilibrio entre el deporte femenino y masculino?**

Podría existirlo, siempre y cuando se empiecen a respetar, desde ya, los derechos de las mujeres y el respeto a su figura. Asimismo, es necesario que se dé la misma importancia al deporte en general, sin tener en cuenta el género al que se pertenezca.

Veo dicho equilibrio como algo muy lejano, pero no imposible de lograr. En pocos años se ha conseguido que el papel de la mujer se empiece a tener en cuenta, por lo que creo y quiero pensar que cada año estaremos más cerca de la igualdad.

- **¿Cómo crees que influye la educación en edades tempranas para el futuro del deporte femenino?**

La educación juega un papel muy importante en la sociedad hoy en día. Tal es su efecto que, sin ella, ninguna persona podría formarse adecuadamente. Además de que se imparta a nivel mundial desde edades tempranas, resulta necesario que se haga de la manera más completa posible, y no solo en determinadas áreas específicas.

La Educación Física siempre ha sido considerada como la asignatura que sirve para desconectar de los estudios, y centrarse en jugar y pasárselo bien. De este modo, enfocar su práctica hacia un buen desarrollo del deporte es vital para que se comiencen a estrechar vínculos con el mismo.

Realizar deporte es, entre otros aspectos, mejorar la salud, prevenir o evitar enfermedades, incrementar la resistencia corporal... Tiene muchísimos efectos positivos, te ayuda a desconectar generalmente de todo.

Desde mi punto de vista, el hecho de impartir una buena educación en torno al deporte desde pequeños, va a ayudar a que el número de personas que se decidan a iniciar la práctica deportiva sea mayor y, por consiguiente, existe la posibilidad de que se alberguen muchos más clubes en cualquier disciplina.

- **¿Qué apoyo consideras más necesario para el futuro de una mujer deportista?**

El principal apoyo que las mujeres necesitan para que su reivindicación en el deporte sea efectiva es la visibilidad que se vende al público, tanto en medios de comunicación como en las ciudades. Se necesita mucho más contenido femenino en las cadenas televisivas. Por ejemplo, anunciar cuándo hay un partido de baloncesto, retransmitirlos, la aparición de equipos femeninos en noticias deportivas, etc.

Parecerá una tontería, pero el simple hecho de poner el baloncesto masculino de pago y que el femenino solo se pueda ver en Teledeporte genera mucha controversia en cuanto a la idea de igualdad.

Es más, cuando se juegan mundiales, hay otras cadenas televisivas que se animan con el deporte masculino como Cuatro, Telecinco, La uno, etc. Sin embargo, en el femenino solo se interesa Teledeporte, y no en todos los deportes. Es una pena, pero desde ahí empiezan las desigualdades. Con razón, el deporte masculino es mucho más visto que el femenino.

- **¿Qué opinas sobre la idea de una posible fusión en el deporte entre categorías femeninas y masculinas?**

Creo que no se debería hacer la unión de ambos y jugarse deportes mixtos, más que nada porque los hombres tienen unas cualidades físicas por encima de las mujeres, lo que provocaría una consecución de situaciones injustas durante el juego.

Sí es cierto que podrían ofertarse más torneos mixtos e, incluso, partidos amistosos, pero la fusión completa creo que sería un aspecto contraproducente.

BLOQUE 5. EXPERIENCIA PERSONAL.

- **Deportistas referentes en tu vida.**

Podría destacar a muchos de ellos, pero mi figura más sobresaliente de deportista es Rafael Nadal, por su espíritu de lucha y superación, constancia, humildad, y su manera de transmitir que el único fracaso que existe es rendirse.

- **¿Cuándo decidiste dedicarte al deporte y cuándo empezaste a competir?**

A los 6 años me inicié a la práctica deportiva en los llamados “Multideportes”, una actividad extraescolar dedicada a gran variedad de deportes. A los 8 años comencé en baloncesto, compitiendo desde ese año hasta el día de hoy.

- **¿Has tenido alguna vez la sensación de que no bastaba con demostrar que eras buena para conseguir avanzar en tu carrera deportiva?**

Sí lo he llegado a notar, especialmente para entrar en selecciones andaluzas. A lo largo de mi carrera deportiva he tenido la oportunidad de jugar campeonatos de Andalucía e incluso alguno de España. Cuando jugaba con la selección de Huelva, podía tener la oportunidad de entrenar con la selección andaluza para un futuro campeonato de España. En dichas concentraciones, la mayoría de las ocasiones importaba mucho más el nombre de la persona que la evolución de sus partidos, el simple hecho de jugar bien no era suficiente.

Del mismo modo, una vez que lo veo desde otra perspectiva, puedo reafirmarlo de nuevo, se tienen más en cuenta las experiencias anteriores de cada una, que el propio desarrollo del campeonato, donde no todas las personas parten de las mismas oportunidades.

- **¿Has tenido algún momento en el que te hayas replanteado dejar el deporte? ¿Cómo lo superaste?**

Justo este año he estado a punto de dejar el baloncesto. Soy fiel a la idea de que cuando tu hobby deja de ser eso y pasa a ser una obligación, es porque es necesario un respiro. En un principio pensé que todo eso me estaba pasando por culpa de las últimas semanas, sin embargo, acabé comprendiendo que me había llevado años sin disfrutar del baloncesto, años en los que para poder disfrutar tuve que alejarme de mi rutina deportiva.

Actualmente gracias a que me cambié de club y comencé a rodearme de personas con las que realmente sentía que éramos un equipo, volví a disfrutar de mi deporte como en mis inicios.

- **Explica un poco el mayor obstáculo que hayas superado en tu carrera deportiva.**

Pues esta respuesta mantiene relación con la anterior, podría considerar mi mayor obstáculo deportivo la temporada pasada, en la que sentí que el baloncesto no era lo mío, quizás todo eso se debiera a no encontrarme bien mentalmente y todo se me hizo cuesta arriba.

Cuidar la salud mental es un aspecto clave en el deporte. Sin ella, es imposible disfrutar, se esté donde se esté. Creo que, desde ahí, comenzó mi brecha hacia la desconfianza propia y el temor a jugar partidos.

Pese a lo largo que se me hicieron los últimos meses, siempre hay un aprendizaje. Gracias a ello, ahora sé realmente qué es lo que quiero. Disfrutar, por encima de todas las cosas, por encima de un resultado. El ganar nunca lo fue todo.

Como factores externos, siempre suman las lesiones, por desgracia a mi me tocó vivir una segunda rotura de nariz y una quemadura leve en la mano. En conclusión, no fue una temporada fácil, pero sí de la que he podido sacar mucho partido y aprender muchísimo.

- **¿Has experimentado alguna situación machista propia o cercana? Explica cómo fue y cómo te sentiste.**

Por suerte, nunca he vivido nada así.

- **¿Cómo te sientes cuando lees o escuchas titulares en los que las mujeres deportistas están batiendo *records*, llenando estadios y consiguiendo títulos por primera vez en la historia?**

Al igual que ocurre con el deporte masculino, escuchar y/o leer noticias de ese estilo siempre sientan bien; más aún si pasa en el ámbito femenino. Y no porque yo sea mujer, sino porque se pone de manifiesto que el deporte también es plenamente practicable por la multitud femenina. Aun así creo que hay que seguir luchando por ello, ya que suelen tener un espacio muy limitado en redes.

Es muy probable que, si se hiciera una entrevista sobre deportistas famosos, se conocerían más a los hombres que a las mujeres. Es triste, pero es la realidad. Es por este motivo que, cuando una deportista logra algún título, siento más felicidad.

- **¿Cómo de importante es para ti la afición?**

La afición para un equipo es, sin duda, el cimiento que consigue unir los ladrillos. Personalmente lo he vivido y puedo decir que influye, en gran parte, en el resultado. Todo esto, siempre y cuando sepa comportarse y saber cuál es su lugar. De nada sirve que lo único que se escuche desde la grada sean faltas de respeto, molestias por las decisiones arbitrales o cualquier conducta que sea ajena a los valores del deporte.

La afición se cuida todos los días y hay que saber ganársela. Después de todo ello, solo queda disfrutarla y celebrar con ella cada premio o, por el contrario, agradecer su implicación y saber estar en las derrotas.

Desde mi experiencia, creo firmemente que no hay mejor afición que la que se compone de un club entero, desde los más pequeños hasta los más grandes, se juegue el partido que se juegue.

El club siempre está por encima de uno mismo, de un equipo o de una categoría. Trabajar como familia, centrados en el mismo objetivo y siguiendo las mismas pautas. Esa, sin duda, será la mejor afición porque, pase lo que pase, estará presente, se pierda, se gane o se empate un partido.

- **¿Cómo describirías la relación con tus compañeras? ¿Crees que el hecho de tener una buena o mala relación influye en tu rendimiento deportivo?**

Mi relación actual con mis compañeras se puede resumir en que “han sido el mayor descubrimiento de la temporada”. Gracias a ellas, he sabido salir del pozo en el que estaba metida y han hecho que el baloncesto se volviera a convertir en lo que significaba para mí.

No es fácil llegar a un club nuevo y empezar de cero, pero su acogida siempre fue insustituible. Llevaba los últimos siete años buscando un equipo en el que la palabra compañerismo se cumpliera de verdad, un equipo con el que poder disfrutar tanto dentro de la pista, como de los momentos que pasas fuera de ella y un equipo al que sintiera como una segunda familia. Con suerte, las he encontrado a ellas y han conseguido que vuelva a disfrutar de este deporte.

Las relaciones dentro de un equipo influyen mucho, en mi opinión, en el rendimiento deportivo. Es muy difícil dar el cien por cien en un equipo en el que la confianza es nula y donde no haya un buen ambiente entre las jugadoras.

Las conexiones son clave y no todos los clubes están hechos para todas las personas. Eso es lo bonito del deporte, poder descubrir y valorar con quién y dónde está tu sitio.

- **Actualmente ¿Cuál es tu meta profesional y qué te anima cada día a perseguirla?**

Más allá de un resultado o un ascenso a otra categoría, mi principal meta es disfrutar cada día del baloncesto y poder aprender de él. Por supuesto que me gustaría dedicarme profesionalmente al baloncesto, pero hay que ser conscientes de la realidad. Es muy difícil llegar hasta ahí y, estando donde estoy, más aún. Es por este motivo por el que veo innecesario fijarse metas a tan largo plazo.

Para esta temporada, tenía dos objetivos en mente: Disfrutar del baloncesto como cuando empecé y volver a estar a un nivel técnico-táctico adecuado, con confianza propia y automotivación

Creo que los he cumplido, a base de esfuerzo, superación y luchando contra días donde la motivación era nula. El espíritu ganador es el que te debe impulsar siempre a pelear por lo que quieres y a no darte por vencido.

“Rendirse siempre será el mayor fracaso” a partir de esta filosofía, intento cumplir todo lo que me propongo.

ANEXO 3.

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

La siguiente entrevista corresponde a la joven sevillana de 21 años, Marta García Mateo. Compagina sus estudios en el doble grado de Educación Infantil y Primaria con su actividad deportiva dentro del CBS Femenino.

BLOQUE 1. EXPERIENCIA Y OPINIÓN SOBRE EL BALONCESTO.

- **¿Recuerdas el momento en el que empezaste a practicar deporte?**

Desde pequeña he estado en actividades extraescolares. Pero recuerdo que empecé a jugar al baloncesto y a formar parte de un club como tal, con tan solo ocho añitos. Un día en el pabellón municipal de deportes de mi pueblo comenzaron a repartir folletos anunciando un club y a mi hermano y a mi nos llamó la atención y quisimos apuntarnos.

- **¿Podrías contarme un poco qué importancia tiene para ti el deporte? ¿Cómo influye en tu día a día la práctica de este?**

El deporte al final está tan interiorizado en mi día a día y al final es algo a lo que le dedico tanto tiempo que es imprescindible en mi vida. A nivel de salud, a nivel físico, pero sobre todo a nivel mental, no me imagino estar un largo período de tiempo sin practicar deporte. Mi vida ha experimentado un gran cambio gracias al baloncesto, he conocido muchísima gente y he vivido muchísimas experiencias que no cambiaría por nada.

3. ¿Recuerdas por qué elegiste el baloncesto?

Principalmente escogí el baloncesto porque a mi hermano también le gustó y cuando era pequeña solía seguir mucho sus pasos.

4. ¿Qué significa para ti el baloncesto?

El baloncesto para mi significa compromiso, sacrificio, diversión, de alguna manera también al ser un deporte de equipo te permite agrandar tu círculo y conocer a gente. Para mi es que el baloncesto significa tanto que no podría describírtelo con palabras.

5. ¿Crees que el baloncesto femenino tiene poca visibilidad en general? ¿Por qué crees que es así?

Lógicamente sí, el baloncesto femenino tiene poca visibilidad. Aunque actualmente se está intentando conseguir una igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el ámbito deportivo, el baloncesto masculino no deja de ofrecer mucho más espectáculo que el femenino. Yo diría que el baloncesto femenino puede ser quizás más técnico, sin embargo, a la hora de atraer al público prima más el hecho de que un jugador haga un mate de espaldas, por ejemplo.

-
- **¿Qué tiene el baloncesto como deporte que otros deportes no tienen?**

Cada deporte es tan distinto y tan complejo que realmente todos tienen algo diferente. A voz de pronto, podría decirte que una cosa que me gusta mucho del baloncesto es que la gente generalmente se suele comportar mucho en las gradas, el fútbol por ejemplo tiene fama de ser un deporte en el que el público no actúa muy bien que digamos.

BLOQUE 2. SOBRE EL CLUB.

- **¿Qué significa para ti jugar o haber jugado en un club que representa a la ciudad de Sevilla?**

Para mi estar jugando en un club que representa Sevilla, es bastante bonito, porque al fin y al cabo yo soy de aquí, aunque mi carrera deportiva no se haya desarrollado en Sevilla completamente. Estuve en Barcelona y en EEUU con una beca deportiva y la verdad es que cuando sentí que estaba agotada mentalmente, decidí volver a casa. Para mi Sevilla es eso, mi casa, aquí está mi gente. Es un orgullo poder hacer lo que más me gusta aquí. Además de que es muy bonito que en una ciudad como Sevilla, que no estamos hablando de Madrid o de Barcelona, se cree un grupo de jugadoras, un equipo que pueda llegar hasta donde nosotras hemos llegado. La Liga Femenina 2 es una liga bastante competente a nivel nacional y no todas las ciudades pueden presumir de tener un equipo en esta categoría.

- **¿Qué piensas de Sevilla? ¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos de la ciudad?**

A ver yo siempre tiraré para mi tierra. La verdad es que para mí Sevilla es maravillosa, tanto culturalmente como a nivel social. Los andaluces somos muy abiertos, y la verdad es que hasta que no te vas fuera, como fue mi caso, no empiezas a valorar la cercanía que nos caracteriza a la gente del sur. La ciudad es que es preciosa, lo único que nos falta es la playa.

- **¿Qué piensas sobre la representación y el apoyo del deporte femenino en la ciudad de Sevilla? ¿Qué deportes crees que se hacen notar más?**

Pues en Sevilla, como en muchas otras ciudades, se está intentando invertir cada vez más en el deporte femenino. Pero creo que es un proceso lento y digamos que para conseguirlo es necesario eliminar muchas barreras de pensamiento que tiene la gente acerca del deporte femenino. Pues el atletismo creo que es un deporte muy destacado en la ciudad y los deportes acuáticos como el remo, que son fáciles de practicar ya que contamos con el río aquí cerca.

- **¿Por qué decidiste apuntarte al CBS Femenino? ¿Cómo conociste el club?**

Pues yo en realidad comencé en este club tras tener una época mala tanto física como mentalmente en EEUU. Me vine de allí por una lesión en el pie, decidí realizar el proceso aquí. Cuando me recuperé, comencé la pretemporada aquí y tuve un par de lesiones más. De repente me encontraba con una serie de circunstancias que me hicieron bajar un poco el rendimiento al que yo estaba acostumbrada. Al CBS Femenino lo conocí prácticamente porque soy de aquí y cuando volví a la ciudad me ofrecieron la oportunidad de unirme a él.

- **¿Qué es lo que más te gusta del club? ¿Y lo que menos?**

En mi caso lo que más me gusta del club es la comprensión que me han ofrecido en todo momento, siempre me han intentado ayudar, nunca me han puesto una mala cara, ni me han hecho nunca un comentario fuera de lugar. A nivel personal creo que no he estado nunca en un equipo en el que haya tan buen rollo, lógicamente en todos los equipos existe competitividad entre las jugadoras, pero en este club concretamente eso, desde mi punto de vista no se convierte en algo insano. Lo que menos me gusta del club, quizás sea que a veces siento que falta un poco de comunicación entre nosotros, no siempre nos comunicamos bien.

- **¿Crees que el apoyo que recibe el CBS Femenino por parte de medios e instituciones públicas es suficiente? ¿Por qué crees que es así?**

Pues esta pregunta realmente no te la sabría contestar, ya que al no formar parte ni estar metida en la directiva del club no soy muy consciente de los apoyos que recibimos ni de los que nos hacen falta. Tampoco sé cómo de difícil es encontrar esos apoyos.

- **¿Crees que el apoyo que recibe el CBS Femenino de la población sevillana es suficiente? ¿Por qué crees que es así?**

Pues igual que la pregunta anterior, tampoco sabría qué contestarte, no sé realmente si el apoyo que recibimos tanto de instituciones como de la población en general es bueno o malo.

- **¿Qué le dirías a la gente para animarla a ir a ver los partidos del CBS Femenino? ¿Cuánta importancia tiene para ti el apoyo de la afición?**

Yo a la gente le diría que le diesen una oportunidad al baloncesto femenino y, en general, al deporte femenino. Muchas veces te sorprende la calidad que puedes encontrarte en la pista y al final la afición es muy importante. La energía que te da una grada llena no tiene comparación con el hecho de jugar con la grada vacía. La grada forma parte de mi juego, yo noto que la gente me está apoyando, es algo muy bonito y da mucha energía.

- **¿Qué tiene el CBS Femenino que lo diferencie del resto de equipos de baloncesto de la ciudad?**

Pues para empezar tiene un equipo con presencia en Liga Femenina 2, al final somos el único de Sevilla en esta categoría. Y luego también, a pesar de que no tengo ni idea de cómo serán los demás, lo que valoro mucho de este club es que al final es pequeño, se esfuerza año tras año en seguir adelante y a nivel personal se forman grupos muy buenos.

- **¿Cómo describirías la relación que tienes con tus compañeras como equipo? ¿Qué importancia tiene para ti el hecho de tener una buena relación entre vosotras?**

Pues la relación con mis compañeras para mi es súper importante y más después de no haber pasado mi mejor año. Lógicamente una jugadora que no se involucre con el equipo, que tenga una mala actitud... siempre va a tener más problemas a la hora de sentirse incluida en el grupo.

Eso es algo que yo valoro mucho de las jugadoras de este club, somos todas muy maduras y hay muy buen rollo entre nosotras.

- **Actualmente ¿Cuál dirías que es tu objetivo profesional? ¿hasta dónde sueñas con llegar deportivamente hablando?**

Pues mi objetivo profesional es disfrutar del baloncesto, disfrutar de lo que hago y sentirme feliz con lo que tengo. Si me encuentro con las ganas y la estabilidad necesaria para avanzar un pasito más, intentaría dar el salto a una categoría superior. De pequeña por ejemplo soñaba con jugar en la absoluta, sin embargo, ahora mismo no tengo un objetivo definido claro.

ANEXO 4.

BUYER PERSONA



ANTONIO

45 AÑOS
SEVILLA
CASADO, 2 HIJAS

¿CÓMO CONOCE AL CBS FEMENINO?

Nos descubre gracias a que su hija mayor inició su carrera deportiva en nuestro club, con tan solo 7 años. Actualmente lleva cuatro temporadas viniendo a cada partido para animarla.

➤ ¿CÓMO ES ANTONIO?

Antonio es padre, junto con su mujer, de dos hijas de 11 y 8 años. En su casa siempre se ha tenido muy presente el deporte. Desde pequeñas, sus hijas han practicado toda clase de actividades deportivas. Él es profesor de educación física y entrenador del equipo de baloncesto del instituto en el que da clase. En cuanto su hija mayor comenzó a interesarse por el baloncesto, Antonio y su mujer decidieron apoyarla y apuntarla al CBS Femenino. Desde entonces la familia no se pierde ni un solo partido.

➤ ¿QUÉ SIGNIFICA EL CBS FEMENINO PARA ANTONIO?

Para él, este club es muy importante, destacando sobre todo el sentimiento de familia que existe tanto dentro como fuera de la cancha. Para un padre, su hija lo es todo. Por ello Antonio siempre se sentirá en deuda con el club que vio nacer a su hija y le dió la oportunidad de hacer lo que más le gusta y de poder desarrollarse como deportista.

"NO HAY NADA COMO EL
APOYO INCONDICIONAL DE
UN PADRE, NOSOTROS
TAMBIÉN HEMOS SIDO HIJOS"



MARTA

19 AÑOS
DOS HERMANAS, SEVILLA
SOLTERA

¿CÓMO CONOCE AL CBS FEMENINO?

Nos descubre gracias a las redes sociales, y actualmente a través de ellas, se mantiene informada de cada evento que realiza el club.

➤ ¿CÓMO ES MARTA?

Marta es estudiante de CAFYD, está a punto de completar su primer año de universidad. Desde pequeña le ha gustado el deporte y ha seguido con mucho interés todas las actividades e iniciativas deportivas que se han ido desarrollando en su ciudad.

➤ ¿QUÉ SIGNIFICA EL CBS FEMENINO PARA MARTA?

Para ella, el Club de Baloncesto Sevilla Femenino, es un proyecto muy importante que brinda la oportunidad a jóvenes deportistas de poder desarrollar su talento en su propia ciudad.

"PARA LOS QUE AMAMOS EL DEPORTE Y LA CIUDAD DE SEVILLA, ESTE CLUB MARCARÁ UN ANTES Y UN DESPUÉS"



FERNANDO

30 AÑOS
SEVILLA
CASADO

¿CÓMO CONOCE AL CBS FEMENINO?

Nos descubre gracias a las redes sociales y a la presencia del club en la prensa escrita de la ciudad.

➤ ¿CÓMO ES FERNANDO?

Fernando es el director de comunicación de Garden Store, una empresa de Sevilla que se dedica a la instalación y venta de césped y jardines artificiales. Su sede se encuentra en Mairena de Aljarafe.

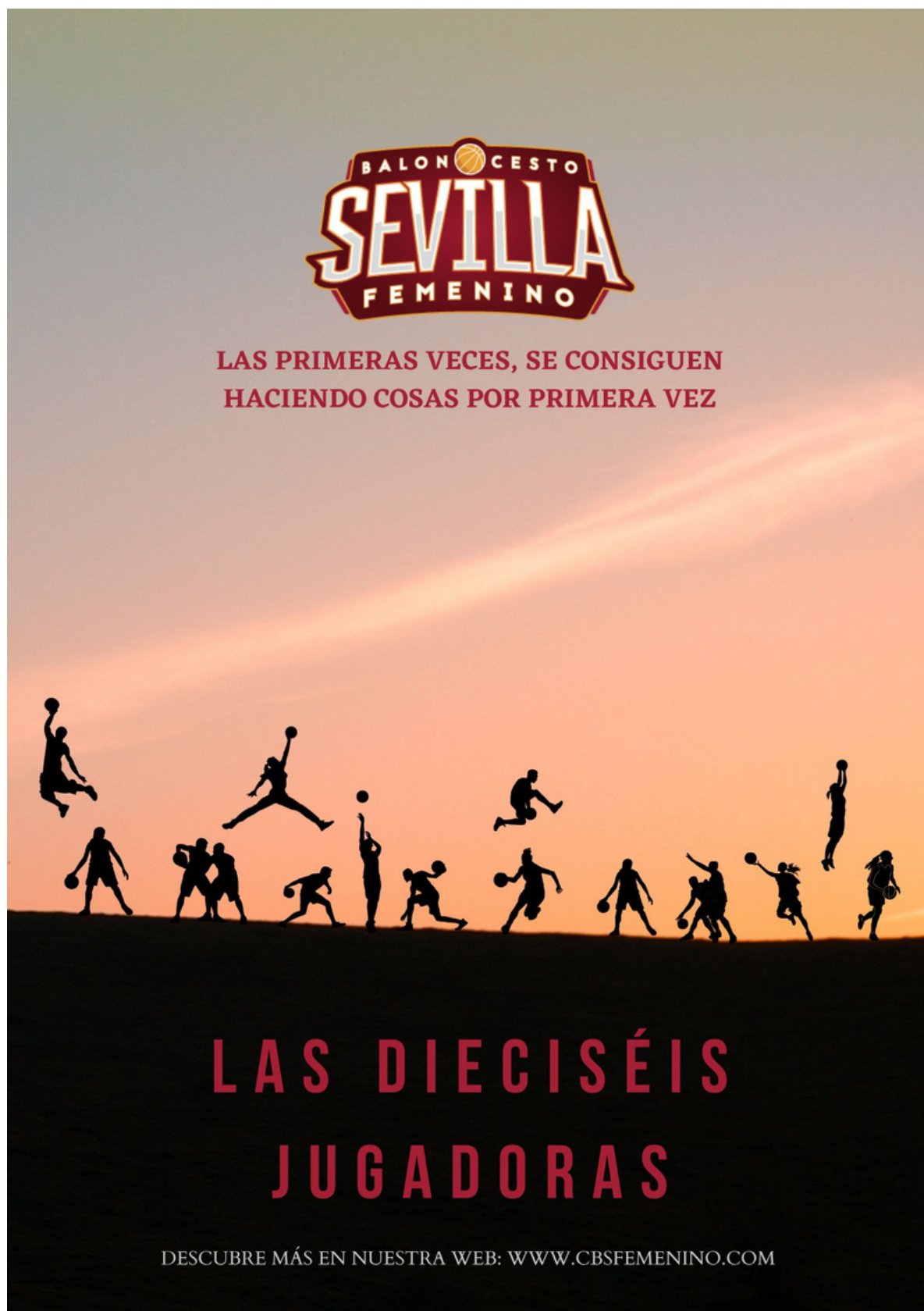
➤ ¿QUÉ SIGNIFICA EL CBS FEMENINO PARA FERNANDO?

Para él, este club posee los valores que su empresa quiere transmitir, entre los que destaca la ilusión, el trabajo y el compromiso. Por lo que el hecho de que la imagen de su empresa se asocie con la del club, le parece una forma muy eficaz de retroalimentarse mutuamente.

"ESTE CLUB ES MUY
IMPORTANTE PARA EL
FUTURO DEL DEPORTE Y
NOSOTROS QUEREMOS
FORMAR PARTE DE ELLO"

ANEXO 4.

CARTEL CAMPAÑA MEDIOS GANADOS



The poster features the Sevilla Femenino logo at the top, which includes a basketball icon and the text 'BALON CESTO SEVILLA FEMENINO'. Below the logo, the text 'LAS PRIMERAS VECES, SE CONSIGUEN HACIENDO COSAS POR PRIMERA VEZ' is displayed in a dark red font. The central image shows a silhouette of a basketball game in progress against a sunset background. At the bottom, the text 'LAS DIECISÉIS JUGADORAS' is written in large, bold, dark red letters. The website 'WWW.CBSFEMENINO.COM' is listed at the very bottom.

BALON CESTO
SEVILLA
FEMENINO

LAS PRIMERAS VECES, SE CONSIGUEN
HACIENDO COSAS POR PRIMERA VEZ

**LAS DIECISÉIS
JUGADORAS**

DESCUBRE MÁS EN NUESTRA WEB: WWW.CBSFEMENINO.COM


ANEXO 6.

EJEMPLO DE EQUIPACIÓN COMO ACCIÓN COMPLEMENTARIA A LA CAMPAÑA



ANEXO 7.

CARTEL PARA ACCIÓN COMPLEMENTARIA A LA CAMPAÑA



HABLEMOS DE LA MUJER Y EL DEPORTE

CON EL CLUB DE BALONCESTO SEVILLA FEMENINO

SEVILLA FEMENINO

COLEGIO PÚBLICO NUESTRA SEÑORA DEL ÁGUILA

