

Trabajo de Fin
de Grado

MEMORIA

PLAN DE COMUNICACIÓN

Core Studio

Tutorizado por *Jorge David Fernández Gómez*

Realizado por *Luis Bengoa Puente*
y *Clara Martí Montero*.

Índice

La idea	5
Calendario	9
Conclusiones	17

01.

La idea

Como última asignatura del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas los alumnos tenemos que realizar el Trabajo de Fin de Grado, tutorizado y presentado ante un tribunal al finalizar el curso. Cuando los estudiantes responsables de este trabajo, **Luis Bengoa Puente y Clara Martí Montero**, nos embarcamos en este proyecto, tuvimos que tomar varias decisiones. En primer lugar y tras conocer las diferentes opciones que se pueden realizar para el trabajo fin de grado, nos decantamos por el desarrollo de un Trabajo de Fin de Grado creativo, pues nos parecía más enriquecedor para nuestro aprendizaje y futura desenvoltura en el mundo laboral.

Buscamos realizar un Trabajo Fin de Grado que estuviera de acuerdo con nuestra visión de la publicidad y sobre todo, que fuera real y aplicable a una empresa. En definitiva, que nos permitiese acercarnos de la manera más certera posible a las labores que se realizan en la profesión de la publicidad.

Es así como, después de casi dos semanas debatiendo sobre cuál podría ser el tema perfecto con esas características, nos decantamos por un plan de comunicación global para una empresa, que fuera desde el análisis exhaustivo de la empresa y sus entornos, hasta las acciones precisas para su éxito.

Es entonces cuando empezamos a buscar empresas de diversos sectores que pudiesen estar interesadas y abiertas a que colaborásemos con ellos en la elaboración de un **Plan de Comunicación Integral**. Tras varias opciones empresariales, analizamos cuales podrían tener potencial suficiente como para realizar este plan a nivel real. Analizamos muchas empresas, que descartábamos por diversos motivos: escasez de recursos, escaso margen de maniobra respecto a la comunicación, tamaño demasiado pequeño, difícil contacto con alguien de la empresa que nos facilitase información...

Fue entonces cuando salió a la luz una empresa con potencial, que además se encontraba en un momento de expansión, lo cual la convertía en una candidata idónea para este tipo de trabajo: **Core Studio Pilates**.

Core Studio Pilates es, como su nombre indica, un estudio de Pilates con tres años de historia a sus espaldas, asentado en el casco histórico de la ciudad de Sevilla. Nace a manos Nacho Bandrés Mariscal, apasionado de la disciplina del Pilates y joven emprendedor. Siendo una empresa joven, su éxito los ha llevado a ampliar sus servicios, y necesitaban de una estrategia a seguir en su comunicación que les permitiese afianzarse en su sector del mercado.

Nos pusimos en contacto entonces con Nacho Bandrés y con Lucía Carmona, profesora del centro con la que mantenemos una estrecha relación personal. Tras la aprobación por parte del equipo directivo, quienes estaban encantados de colaborar con nosotros en este proyecto, nos embarcamos en nuestro Trabajo Fin de Grado con Core Studio Pilates como objetivo.

► *¿Por qué Core Studio Pilates?*

Core Studio Pilates no deja de ser un pequeño centro de Pilates situado en las céntricas calles de Sevilla. Esto podría hacer parecer que la envergadura del proyecto pudiera ser cuestionable, pero la realidad es que es una empresa prometedora y que no ha hecho más que crecer en los últimos años, hecho que demuestra su reciente ampliación.

Es esto mismo lo que hace que Core Studio Pilates sea un proyecto especial, único y con mucha proyección real. A partir de su ampliación, dejan atrás su faceta de mero estudio de Pilates, convirtiéndose en una empresa innovadora y ambiciosa, que busca transformar este centro en una de las grandes empresas hispalenses de fitness y gimnasia, siempre desde la filosofía del Pilates como base principal.

Se trata de un proyecto disruptivo y con grandes perspectivas de éxito que necesita de la comunicación como apoyo para la consecución de estos objetivos. Nos encontramos así ante no solo un reto académico para la realización del Trabajo Final del Grado, sino un reto empresarial y real para Core Studio.



Calendario

▼ *12 de Diciembre de 2014*

Tras meditarlo, tanto Clara como Luis decidimos hacer un Trabajo de Fin de Grado conjunto con la finalidad de abarcar un proyecto real que nos acerque a la realidad de nuestra futura profesión.

▼ *28 de Enero de 2015*

Todos los compañeros que tenemos a Jorge David Fernández Gómez como tutor del Trabajo de Fin de Grado decidimos solicitar una tutoría conjunta como primera toma de contacto con el futuro proyecto que tendríamos que llevar a cabo, para recibir las primeras directrices de parte del tutor y demás información relevante sobre el trabajo.

En esta primera reunión nos presentamos a nuestro tutor, cada alumno expone sus primeras ideas de trabajo, sobre las que Jorge nos aconseja y orienta, tanto a cerca de las tipologías de trabajo como sobre la manera de llevarlas a cabo. Aprovechamos esta oportunidad para dar a conocer a Jorge que formaremos una pareja de trabajo de ahora en adelante en lo que a la realización del trabajo se refiere.

▼ *6 de Febrero de 2015*

Entregamos el Anexo 2, en el que queda constatado el tema que llevaremos a cabo: un plan de comunicación integral para la empresa Core Studio Pilates.

▼ *17 de Febrero de 2015*

Gracias a la relación personal que mantenemos con una de las trabajadoras de

Core Studio, nos ponemos en contacto con Nacho Bandrés, dueño y jefe del estudio, para concertar una cita unos días más tarde con la idea de que nos diese una visión global de lo que es Core Studio y en lo que están trabajando en convertirse.

▼ *26 de Febrero de 2015*

Nos reunimos con Nacho Bandrés, que nos explica cómo se concibe Core Studio desde sus comienzos. Tras ponernos en antecedentes sobre cómo nace esta empresa, nos cuenta la realidad actual de la empresa: un estudio de Pilates fuerte en el sector, con clientes fieles y unos profesores realmente cualificados.

Es entonces cuando nos cuenta el proyecto de ampliación en el que se están embarcando. Desde hace tiempo sienten que el local en el que actualmente daban clase se les queda pequeño, además de sentir que tienen más que ofrecer al cliente, pero no tienen espacio para ello. De esta forma, su idea de ampliación surge con ilusión por parte no solo de Nacho sino de toda la plantilla de profesores. Tras encontrar un local, empiezan a trabajar en el mismo y a planificar el nuevo estudio en el que quieren convertirse, con más clases, más actividades, mejor tratamiento al cliente... en general un mejor servicio al consumidor y, sobre todo, más completo pero siempre fiel a aquello que los hizo nacer, que es la filosofía del Stott Pilates.

Salimos de la reunión con una idea bastante amplia del proyecto empresarial que está llevando a cabo, y por tanto sobre los caminos que podría tomar la comunicación en una empresa como la que quieren construir.

▼ *Mes de Marzo de 2015*

Profundizamos en los conceptos de Pilates y Stott Pilates para familiarizarnos

con la terminología y, sobre todo, la filosofía que transmiten estas disciplinas y que tienen que ser clave en la comunicación de la empresa. Analizamos también empresas del mismo sector que sean semejantes Core Studio y, por tanto, sean competidores en el mercado.

A raíz de estas investigaciones, empezamos a forjar un esqueleto comunicativo a seguir en el plan de comunicación que estamos trabajando en trazar.

▼ *6 de Abril de 2015*

Nos reunimos con Jorge para presentarle nuestra idea de proyecto, la empresa sobre la que realizarlo y las primeras ideas que tenemos a cerca del mismo, para hacerle ver la gran potencialidad del proyecto.

Jorge nos apoya en nuestra idea y nos da algunas pautas a seguir para dar los primeros pasos del trabajo. Nos hace ver los puntos fuertes que tiene nuestra idea para así poder sacarle el mayor partido posible al trabajo.

▼ *13 de Abril de 2015*

Tenemos una segunda reunión con Nacho Bandrés, en la que le esbozamos las ideas principales en materia de comunicación que deberían llevarse a cabo en Core Studio. Aprovechamos la ocasión también para pedirle que nos desarrolle en la medida de lo posible todo lo que se había realizado hasta el momento en temas de comunicación. De manera sincera nos advierte que su papel se centra en lo administrativo además de dar clase, y que la persona que conoce mejor el tema de la comunicación es Lucía Carmona.

Por este motivo, decidimos concertar una reunión con Lucía, para que nos comentase los temas sobre los que aún teníamos algunas dudas.

■ *30 de Abril de 2015*

Nos reunimos con Lucía Carmona, segunda a bordo de la empresa Core Studio, con grandes conocimientos sobre la temática del Pilates y trabajadora en la empresa desde sus comienzos.

Lucía amplía la información sobre el estudio y su ampliación que ya habíamos obtenido de Nacho, y arroja luz acerca de la comunicación que han llevado a cabo hasta el momento. Desde los inicios, el boca oreja ha sido su forma de comunicación, prestando escasa atención a cualquier otra vía de publicitarse más allá de una web y presencia en algunas redes sociales.

Tomamos conciencia aquí de la gran necesidad de comunicación que tiene Core Studio ahora que se enfrentan a la ampliación de sus servicios. A raíz de esta información vamos empezando a elaborar también un análisis exhaustivo del entorno interno y externo de la empresa.

■ *7 de Mayo de 2015*

Ante la falta de tiempo a la que nos vemos sometidos ambos miembros del equipo de trabajo por temas laborales, decidimos posponer la presentación del trabajo a Septiembre. Hacemos conocedor a Jorge de esta realidad, que acepta sin problemas, animándonos a seguir trabajando lo mejor que podamos.

■ *Mes de Mayo de 2015*

Continuamos con el desarrollo de los análisis previos al plan de comunicación, analizando el entorno empresarial, los competidores, el público objetivo al que dirigir la comunicación y los servicios...

Para establecer los objetivos tanto de marketing como de comunicación, mantenemos una breve reunión con Lucía y Nacho, que nos manifiestan su apoyo y acierto en cuanto al establecimiento de objetivos, y nos aportan ciertos matices a los mismos.

▼ *3 de Junio de 2015*

Tenemos una reunión con Jorge para mostrarle los avances que vamos realizando en el trabajo con la finalidad de que nos oriente lo máximo posible en cuanto al establecimiento de una estrategia general del plan de comunicación.

Una vez dadas las directrices pertinentes en este área, nos corrige algunos detalles que considerábamos, erróneamente, correctos, y seguimos adelante con la realización del trabajo.

▼ *Mes de Junio de 2015*

Realizamos grandes avances en cuanto al trabajo. Establecemos una estrategia que consideramos acertada para la realidad del proyecto, siendo conscientes de que la estrategia es la parte más importante del trabajo, pues determinará las tácticas a llevar a cabo y por tanto el éxito o fracaso del plan de comunicación.

Con motivo de la estrategia trazada, el primer paso a dar, a nuestro juicio es el rebranding y rediseño de la identidad corporativa de Core Studio, pues están progresando como empresa y su identidad tiene que progresar con ellos. Por este motivo, presentamos a Nacho y Lucía nuestras propuestas de naming e identidad gráfica, con la que están realmente encantados y a las que solo aportan un par de matices, que aceptamos y cambiamos, dando lugar a la identidad actual de Core Studio Health Gym.

Una vez obtenida la luz verde por parte de los miembros de Core Studio en cuanto a su nueva identidad, seguimos trabajando en las acciones y tácticas que consideramos oportunas para este nuevo reto al que se enfrenta la empresa.

Es también a lo largo del mes de Junio cuando, a través de una llamada telefónica con Nacho, nos hacemos conocedores del presupuesto real que tendrá nuestro proyecto. Tras la ampliación del estudio y la inversión financiera que ello supone, no disponen de una gran partida presupuestaria dedicada a la comunicación, pero tampoco están dispuestos a dejarla de lado, por lo que, aún con un presupuesto no muy amplio, contamos con cierto margen a la hora de desarrollar las acciones a implementar. Esta realidad también nos ayuda a reajustar ciertas acciones para llevarlas así a la realidad.

■ *2 de Julio de 2015*

Entregamos el primer borrador del Trabajo de Fin de Grado, que incluye hasta el planteamiento estratégico, ya que aun estábamos terminando de establecer las acciones a realizar y la materialización de las mismas. En la tutoría en la que entregamos el borrador podemos resolver algunas dudas con Jorge que nos ayudarán a ir terminando el trabajo.

■ *7 de Julio de 2015*

Recibimos el borrador con las correcciones de Jorge, que conseguimos cambiar y mejorar en cuestión de días. Esperamos igualmente a una tutoría con Jorge para aclarar algunas dudas sobre el trabajo y las correcciones realizadas sobre el mismo.

▼ *15 de Julio de 2015*

Nos reunimos con Jorge para verificar algunas de las correcciones realizadas. Le mostramos los cambios realizados y resolvemos dudas sobre algunos temas que aún no han sido aclarados.

En esta misma reunión hacemos conocedor a Jorge de que le entregaremos el trabajo completo la semana siguiente con la idea de tener su visto bueno y poder firmar el anexo 3, que nos dará la autorización para presentar el proyecto en Septiembre.

▼ *23 de Julio de 2015*

En la última reunión con Jorge le mostramos el trabajo final, con su correspondiente maquetación, piezas gráficas de la comunicación, presupuesto y calendarización de todo el plan de comunicación.

Tras darle su aprobación a nuestro trabajo, firma el anexo 3 que nos permite presentar el trabajo.



Conclusiones

Con la finalización del Trabajo fin de Grado, llegamos a unas conclusiones, reflejo de la experiencia adquirida tras la realización del trabajo.

En primer lugar, y como conclusión más contundente, el valor del trabajo en grupo en la publicidad. No hablamos ya de lo ambicioso que ha sido este trabajo para dos personas, imposible para una sola persona, hablamos de la importancia que tienen las diferentes visiones y las diferencias personales entre los integrantes de un grupo con un objetivo común.

Al ser personas con cosas en común, pero con visiones generales más distantes, hemos podido aprender mucho el uno del otro, y hemos conseguido que este trabajo, el cual buscaba una comunicación 360º, la acabe teniendo gracias a la complementación de nuestros conocimientos y personalidades. En el momento que no estábamos de acuerdo en algo, el inconformismo de uno y otro conseguía la continua superación y mejora del trabajo. Las visiones complementarias hacían que no se escaparan los detalles, y que finalmente lográsemos sacar a delante un trabajo del que ambos estamos muy orgullosos.

Otra conclusión a la que ambos hemos llegado, es la necesidad de, no sólo informarse, sino contagiarse y empaparse del producto o servicio a comunicar para lograr hacer un trabajo eficaz. Ninguno hemos sido ilustres en los ámbitos que abarcaba nuestro trabajo, ninguno conocía realmente bien el Pilates, la filosofía que conlleva o las tipologías de tratamientos y servicios relacionados con el mismo. Al fin y al cabo nuestras visiones no eran muy distintas de las de cualquier persona de la calle.

Pero ambos nos informamos y sumergimos en esa filosofía, e investigamos concienzudamente hasta lograr sacarle el verdadero jugo, importante para la correcta realización de la comunicación de esta empresa. Gracias a la investigación y la escucha al cliente hemos sido capaces de extraer aquello que define más fielmente a Core Studio, y que nos han permitido realizar un plan de comu

nicación útil, eficaz y, sobre todo, fiel en todo momento a la esencia de la empresa.

La importancia de la adaptación a las necesidades es otra de las conclusiones que sacamos de este trabajo. Han sido numerosas las ocasiones en las que nos hemos encontrado con dificultades, tareas que no sabíamos cómo afrontar o ideas que no encontrábamos la forma de tangibilizar. Gracias a nuestra formación académica y nuestra determinación personal hemos sido capaces de solventar esas dificultades y aprender en el proceso.

A medida que realizábamos el trabajo nos hemos encontrado con tareas especiales por los motivos de cambio empresarial de Core Studio, que nos han hecho tener que abrirnos a nuevos terrenos. Hemos tenido que hacer frente a un re-branding y rediseño de la identidad corporativa de la marca como parte de nuestro trabajo, realizar presupuestos exhaustivos o contactar con proveedores reales, lo cual nos ha acercado mucho a la futura realidad de nuestra profesión. Este Trabajo de Fin de Grado realmente nos ha hecho entender, salvando las distancias, la complejidad del trato con un cliente y gestión de una cuenta. En definitiva nos ha hecho conscientes de cuán polifacético tiene que ser el perfil de un publicista a día de hoy y, por tanto, ha sido tremendamente enriquecedor ahora que empezamos nuestra trayectoria profesional.

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
Universidad de Sevilla.

Septiembre 2015.