



**Proyecto de reforma integral de
la Gestión Social del
Real Sporting de Gijón SAD.**

Gijón/Xixón, 22 de junio de 2015



Apartado de Correos 8087
Código Postal 33210
Gijón/Xixón

E. contacto@tufenuncadecaiga.org
www.tufenuncadecaiga.org

A lo largo de los últimos años el Real Sporting de Gijón SAD ha experimentado un progresivo alejamiento de sus aficionados. Muchos seguidores tienen la impresión de que la Sociedad Anónima solo se acuerda de la afición en el mes de agosto y diciembre para las campañas de abonados y el resto del tiempo no tiene en cuenta ni su opinión ni sus propuestas. Se desprecia así una valiosa fuente de información, sin ningún motivo.

En este documento se proponen una serie de medidas para mejorar tanto la gestión social de la entidad como la comunicación con los aficionados (independientemente de que sean o no abonados de la misma).

- **Creación de una Oficina del Aficionado** a habilitar en las oficinas de El Molinón dos tardes a la semana, y de manera permanente en Mareo. Será indispensable la presencia de una persona cuya tarea será escuchar y anotar las sugerencias, peticiones, críticas o ruegos de los aficionados para posteriormente darles respuesta.
- Se deben **guardar todos estos proyectos** y peticiones mediante *key-words* para facilitar posteriormente su búsqueda.
- Se debe **contestar individualmente toda petición**, firmada por el responsable al que vaya dirigida la consulta en cada caso.
- Además de la atención presencial, es fundamental **establecer un canal electrónico de comunicación**. Se debe crear una cuenta de correo específica para los aficionados para atender estas consultas vía web. se establecerá una sección al efecto donde poder enviar propuestas y en la que se publiquen las de mayor interés. Además, para gestionar todas estas cuestiones, se utilizará una dirección de correo accesible, pública y activa, del tipo *aficionado@realsportingdegijon.com*.
- Se debe también **cuidar la gestión de las redes sociales**, tomando nota de las propuestas transmitidas por los aficionados, e interaccionando con ellos.
- En la Junta anual de Accionistas se debe dar el **dato de consultas realizadas** y respondidas en el apartado de la gestión social, indicando las propuestas que se hayan tomado en consideración.





- Se debe contestar a todas las personas que pregunten por redes sociales.
- Se debe comunicar cuándo tienen lugar las reuniones de consejo y algunas notas breves sobre el contenido de las mismas. (se entiende el carácter restringido de muchos de los temas tratados, pero se debe saber distinguir entre lo que es confidencial y lo que no; unas líneas ayudan a que los aficionados sientan una mayor cercanía e información). Hace dos años se comenzó a hacer tímidamente y por causas desconocidas cesó.
- En la medida de lo posible cuando un directivo conceda una entrevista a un medio debe ser a ambos el mismo día, para evitar celos y tratos de favor.
- Se deben atender TODAS las solicitudes de entrevista/consultas independientemente de su medio.
- Se deben apoyar las labores de las peñas fomentando la competencia sana entre ellas por premios, fotos, recompensas, etc.
- Se debe de **intentar solucionar la división actual en dos agrupaciones de peñas**, FPS y UNIPES. Es muy importante la UNIÓN de las peñas y del Sportinguismo. En la medida de lo posible el Real Sporting de Gijón debe de facilitar un acercamiento entre las mismas, para ello se convocarán reuniones primero por separado y luego conjuntas, para intentar alcanzar un acuerdo que beneficie a la imagen del Real Sporting de Gijón SAD. Desde la entidad se debe ayudar a que se encuentre una solución, **la imagen del Real Sporting de Gijón SAD debe de estar por encima de intereses o disputas personales**. Para evitar cualquier tipo de suspicacias, se debe tener un trato igual para ambas federaciones.
- Con respecto al punto anterior, no debe olvidarse a las **peñas independientes**.
- Se debe tener un **registro actualizado de peñas**, con medios activos de contacto.
- Las peñas deben facilitar un **listado de abonados** a las mismas. Las entradas para los desplazamientos se repartirán proporcionalmente al número de abonados que tengan las peñas interesadas, poniéndose el resto a la venta para los abonados de la entidad, y en el caso de que sobrasen, para el resto de la afición en general. Se persigue con esta medida no discriminar a los abonados vs. peñistas no abonados. Alternativamente, se puede plantear algún otro tipo





de fórmula como realizar petición previa, tanto por parte de abonados como peñas, y posterior asignación

- La labor realizada en los aniversarios y actos con las peñas es buena, se debe continuar en esa línea de apoyo y presencia, siempre supeditada a las indicaciones del cuerpo técnico en lo relativo a horarios y presencia de jugadores.
- Se debe prestar especial atención a las **peñas radicadas fuera de Asturias**, especialmente en los desplazamientos del equipo.
- Se debe **potenciar el canal de YouTube del Real Sporting de Gijón** con entrevistas exclusivas a jugadores, videos de entrenamientos, videos de previos de partidos,... y no usarlo exclusivamente para hacer videos de promociones previas a partidos o ruedas de prensa postpartido. Anteriormente se publicaban en la web de la SAD vídeos de las ruedas de prensa de jugadores a lo largo de la semana, extremo que dejó de suceder por razones desconocidas.
- Como ejemplo de involucrar al aficionado de forma activa en cuestiones no sensibles, **se propone que el diseño de la tercera equipación debe ser votado por los aficionados** entre las propuestas que se tengan. Se propone, si las condiciones del acuerdo con el proveedor lo permiten, que este presente varias propuestas previas, y que la elección sea tomada mediante votación pública. Además esta medida permite alinear la elección con las posibilidades comerciales, mejorando los hipotéticos ingresos a percibir al ser más cercano el diseño a las preferencias del aficionado. Se recomienda también que con la suficiente antelación se lance un concurso de ideas mediante nota pública en la web, solicitando propuestas al aficionado para todas las equipaciones. Esta opción se podría ampliar a un posible concurso de diseños, acompañado de un cambio en el contrato con el proveedor.
- De la misma manera que con las camisetas, en redes sociales y entorno sportinguista en general, hay multitud de propuestas de *merchandising*, diseños realizados por aficionados, debate sobre los mismos... Se recomienda prestar especial atención a estas cuestiones que pueden ser de gran interés para la entidad. Son estudios de mercado totalmente gratuitos y no se concibe el desaprovecharlos pudiendo lanzar nuevas líneas de productos con los consiguientes ingresos.
- Se propone a título de ejemplo la **edición de un póster oficial por parte de la entidad y su distribución de manera gratuita** —buscando los correspondientes patrocinios para financiarlo—.





- Un miembro del consejo de administración (preferiblemente el presidente de la entidad) debe dar una rueda de prensa con carácter trimestral para hacer balance de dicho trimestre. Se deberá dar información de forma sencilla y comprensible para el aficionado no experto en gestión o cuestiones económicas sobre:
 - **Situación económica de la entidad**
 - Ejecución del presupuesto
 - Ingresos previstos y reales
 - Evolución de la deuda (vencimientos de cantidades aplazadas y deuda corriente). Es inadmisibles que la única información que tenga habitualmente el aficionado sean las habituales informaciones sesgadas de prensa, que además conllevan muchísima confusión dada la baja calidad de las mismas y los errores técnicos de las mismas.
 - **Gestión de la SAD**
 - Principales acuerdos tomados por el Consejo de carácter no confidencial.
 - Novedades en cuanto a la gestión: recopilación de las actividades realizadas durante el trimestre.
 - **Relación con el aficionado**
 - Presentación y lectura de un informe con los puntos que se hayan tratado mediante el canal de comunicación antes mencionado, bajo el título «La auditoría de la afición».
 - Previsiones a futuro.
 - Ruegos y preguntas
 - En la medida de lo posible, **cualquier actividad organizada por la SAD debe ser abierta a la afición**, evitando en la medida de lo posible la limitación a medios de comunicación.
 - Se propone que dos asientos del palco sean sorteados aleatoriamente entre abonados y no abonados. Además, un miembro del consejo deberá atender a esas dos personas, —por ejemplo al descanso— y escuchar sus preocupaciones y propuestas. Proponemos que se denomine a esta iniciativa **El asiento de la afición**.





Asociación Tu fe nunca decaiga

Apartado de Correos 8087

Código Postal 33210

Gijón/Xixón

E. contacto@tufenuncadecaiga.org

www.tufenuncadecaiga.org



Asociación integrada en

