

# Treball de Fi de Grau

## Títol

Pla de comunicació estratègic del  
Centre Excursionista del Penedès

## Autoria

Alba Esteve San José

## Professorat tutor

Javier Martin Almansa

## Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	x
Publicitat i Relacions Públiques	

## Tipus de TFG

Projecte	x
Recerca	

## Data

1 de juny de 2022	x
29 de juliol de 2022	

# Full resum del TFG

## Títol del Treball Fi de Grau:

<b>Català:</b>	Pla de comunicació estratègic del Centre Excursionista del Penedès			
<b>Castellà:</b>	Plan de comunicación estratégico del Centre Excursionista del Penedès			
<b>Anglès:</b>	Centre Excursionista of Penedes communication strategy plan			
<b>Autoria:</b>	Alba Esteve San José			
<b>Professorat tutor:</b>	Javier Martín Almansa			
<b>Curs:</b>	2021/22	<b>Grau:</b>	<b>Comunicació Audiovisual</b>	
			<b>Periodisme</b>	x
			<b>Publicitat i Relacions Públiques</b>	

## Paraules clau (mínim 3)

<b>Català:</b>	Penedès, esport, cultura, entitat sense ànim de lucre, pla de comunicació
<b>Castellà:</b>	Penedès, deporte, cultura, entidad sin fines de lucro, plan de comunicación
<b>Anglès</b>	Penedès, sport, culture, nonprofit entity, communication plan

## Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

<b>Català:</b>	Anàlisi i elaboració d'un pla de comunicació estratègic a un any vista per l'entitat sense ànim de lucre <i>Centre Excursionista del Penedès</i> , sota els objectius d'augmentar el nombre de socis, rejuvenir l'entitat i cohesionar les seccions.
<b>Castellà:</b>	Análisis y elaboración de un plan de comunicación estratégico a un año vista de la entidad sin fines de lucro del <i>Centre Excursionista del Penedès</i> , tras los objetivos de aumentar el número de socios, rejuvenecer la entidad y cohesionar las secciones.
<b>Anglès:</b>	Analysis and elaboration of a one-year strategic communication plan of the nonprofit entity <i>Centre Excursionista del Penedès</i> , following the objectives of growing in membership, rejuvenate the entity and bring the different departments together.

# PLA DE COMUNICACIÓ ESTRATÈGIC DEL CENTRE EXCURSIONISTA DEL PENEDÈS



**Alba Esteve San José**  
**Grau en Periodisme**  
**Universitat Autònoma de Barcelona**  
**Tutoritzat per Javier Martín Almansa**

*En primer lloc, vull agrair al meu tutor del Treball de Recerca, Javier Martín, per la seva orientació i l'ajuda tècnica, que han estat essencials.*

*Tanmateix, m'agradaria reafirmar que gràcies al Centre Excursionista del Penedès s'ha pogut fer realitat el present treball.*

*Gràcies per creure en mi des del primer dia i per facilitar-me totes les dades que han fet possible aquest pla de comunicació.*

*A l'estudi vilafranquí de disseny Ladydissenyadora per la bona feina conjunta i per dissenyar la nova imatge corporativa del CEP.*

*També vull agrair molt especialment el suport a totes les persones que han estat al meu costat durant la realització d'aquest treball: família, amics, companys i professors de la Universitat Autònoma de Barcelona.*



## **ÍNDEX**

### **1. Introducció**

- 1.1. Presentació del projecte
- 1.2. Justificació i motivació
- 1.3. Metodologia
- 1.4. Objectius
- 1.5. Marc teòric
  - 1.5.1. El màrqueting
  - 1.5.2. El màrqueting digital
    - 1.5.2.1. Owned media
    - 1.5.2.2. Paid Media
    - 1.5.2.3. Earned media
  - 1.5.3. El pla de màrqueting
  - 1.5.4. Planificació i gestió estratègiques
    - 1.5.4.1. Organització i identificació dels aspectes crítics
    - 1.5.4.2. Diagnosi interna i externa
  - 1.5.5. Determinació d'escenaris i objectius

### **2. Fase analítica**

- 2.1. Anàlisi intern
  - 2.1.1. Identitat
  - 2.1.2. Orígens i història del CEP
  - 2.1.3. Identitat corporativa i to de comunicació
    - 2.1.3.1. Identitat corporativa
  - 2.1.4. Anàlisi estructura organitzativa (organigrama)
  - 2.1.5. Funcionament del CEP
    - 2.1.5.1. Junta directiva
    - 2.1.5.2. Voluntariat
    - 2.1.5.3. Projectes
    - 2.1.5.4. Seccions
  - 2.1.6. Anàlisi canals de comunicació
    - 2.1.6.1. Canals de comunicació interna
    - 2.1.6.2. Canals de comunicació externa
    - 2.1.6.3. Owned media
    - 2.1.6.4. Paid media
    - 2.1.6.5. Earned media

- 2.1.7. Públic objectiu
- 2.1.8. Anàlisi socis
- 2.1.9. Entitats col·laboradores i botigues amigues
  - 2.1.9.1. Entitats col·laboradores
  - 2.1.9.2. Botigues amigues
- 2.1.10. Anàlisi de serveis i activitats
- 2.1.11. Anàlisi projecte nova seu social
- 2.1.12. Avantatges de fer-se soci/a

## 2.2. Anàlisi extern

- 2.2.1. Anàlisi de l'entorn
- 2.2.2. Mapa del posicionament comunicatiu global
- 2.2.3. Tendències del sector
- 2.2.4. Competència

## **3. Diagnòstic i DAFO**

### **4. Estratègies i accions**

- 4.1. Definició d'estratègies
- 4.2. Mapa visual de les estratègies i accions respectives
- 4.3. Accions
  - 4.3.1. Accions de l'estratègia de renovació d'imatge
  - 4.3.2. Accions de l'estratègia digital
  - 4.3.3. Accions de l'estratègia de comunicació interna

## **5. Calendarització i planificació del pla de comunicació**

### **6. Pressupost per estratègies**

- 6.1. Pressupost estratègia de renovació d'imatge
- 6.2. Pressupost estratègia digital
- 6.3. Pressupost estratègia de comunicació interna

## **7. Conclusions**

## **8. Bibliografia**

## **9. Annexes**

## 1. Introducció

### 1.1. Presentació del projecte

El present treball és l'elaboració d'un pla de màrqueting estratègic a un any vista del Centre Excursionista del Penedès, entitat que aixopluga seccions diverses relacionades en el món de l'esport i la cultura.

El projecte cobreix la necessitat de potenciar la comunicació del CEP per a augmentar el nombre de socis i rejuenir de l'entitat. Actualment, l'organització és el paraigua d'una quinzena de seccions que actuen independentment, així doncs, des de la Junta Directiva es vol potenciar la comunicació interna.

El Centre Excursionista és una organització amb molta història a Vilafranca del Penedès, sempre present en molts àmbits de la comarca. S'organitzen una vuitantena d'activitats anuals i aplega prop d'un miler de socis. Es tracta d'una entitat sense ànim de lucre, en la qual les persones hi col·laboren voluntàriament. Així doncs, de forma natural s'han anat desenvolupant materials de comunicació arran les necessitats concretes. A mesura que han avançat les dècades i amb l'explosió d'internet, ens trobem amb diversos canals de comunicació oberts, on es comunica amb els materials existents però sense poder aplicar una identitat concreta i definida.

Tot i l'elevat nombre de persones sòcies, s'ha pogut percebre que hi ha hagut un estancament d'associats a l'entitat, i a més aquests comprenen una edat avançada. Per aquest motiu, a l'Assemblea General Ordinària de l'any 2018 es va decidir que es faria una inversió per llogar un nou local social amb l'objectiu de dinamitzar l'activitat social i poder oferir un espai esportiu amb una zona de *boulder* per a escaladors, així com un espai d'activitat física general (gimnàs), amb equipament per atenció als socis, secretaria, biblioteca, sala polivalent per reunions, projeccions, lloguer material, assaig coral, espai de trobada dels socis/es.

A banda de la necessitat de cohesionar tota la imatge del centre, i amb l'oportunitat de l'obertura de la nova seu social es creu necessari tenir clar quin serà l'enfocament comunicatiu, cohesionar els materials de comunicació, "professionalitzar" i poder disposar d'una imatge unificada, potent, impactant i ambiciós per a tothom.

Tanmateix, un dels altres propòsits clars és potenciar les xarxes socials i la web, ja que actualment són una de les principals fonts d'informació entre els joves. La digitalització i

l'evolució d'Internet han comportat un canvi de paradigma en els usos culturals i comunicatius que trenca la verticalitat de la relació entre els mitjans de comunicació de masses i els públics (Castells, 2010).

Per aquest motiu és imprescindible analitzar els canals de comunicació existents i augmentar la interactivitat amb els usuaris a partir de les eines que ofereix cada xarxa social per afavorir els resultats i augmentar l'*engagement* del públic. Conèixer les necessitats dels consumidors i oferir el que demanen.

A la *Imatge 1* es representa gràficament el panorama general del Centre Excursionista del Penedès i des del punt que es parteix.



Imatge 1: Panorama general sobre què és el CEP

Font: elaboració pròpia



## 1.2. Justificació i motivació

La principal motivació que m'ha portat a executar un pla de màrqueting estratègic i operatiu pel Centre Excursionista del Penedès és la implicació personal amb l'entitat. Soc sòcia del CEP, i a més, a finals de l'any 2021 em van demanar que portés la comunicació de l'entitat, ja que mai ningú ha donat cap directriu sobre com comunicar i donar a conèixer tan interna com externament què es fa al CEP (Centre Excursionista del Penedès).

Em fa especial il·lusió liderar un projecte en el qual n'estic implicada, i no és purament acadèmic, sinó que està basat en un cas real i es podrà dur a terme. Una de les motivacions és la responsabilitat que se m'ha confiat, i la voluntat de treure el millor de mi per desenvolupar el projecte. Tanmateix, assenyalar que des de la primera reunió se'm va donar la llibertat d'aplicar les meves pròpies idees, serà un projecte creatiu que pretén diferenciar-se de la resta amb un toc humà i proper.

Per si no fos poc, em motiva la futura obertura de la seu social, ja que he viscut el procés de creació d'aquesta i conec tota la feina que hi ha darrere. M'agradaria que tothom pogués entendre l'evolució i sentit que s'amaguen darrere les parets d'un espai en el qual hi han confiat les persones sòcies amb un aval pel projecte i en el qual hi estan implicades moltes institucions de Vilafranca del Penedès.

Pel que fa a les fonts, tindrè un accés important a la base de dades de socis, i podré realitzar entrevistes amb els coordinadors de les seccions per a entendre quina és la seva visió del Centre, com es comuniquen avui en dia i quins són els seus projectes de futur i objectius. D'aquesta manera podré fer-me un esquema de quin és l'estat actual i quins són els canvis que s'han d'emprar.

Així doncs, considero essencial reestructurar la comunicació de l'entitat per poder fer arribar a nous clients quins són els avantatges de formar part d'una entitat arrelada al Penedès i al món excursionista i les activitats exteriors i relacionades amb la cultura catalana. I aconseguir créixer i comunicar correctament i cohesionadament totes les informacions del Centre Excursionista del Penedès.

### 1.3. Metodologia

El mètode és la manera a partir de la qual es pretén donar resposta al problema plantejat. Són el conjunt de fets que contribueixen en el problema sobre el qual és necessari intervenir.

En el projecte en qüestió abordarà diversos objectius, i per tal d'assolir-los caldrà emprar diversos procediments. Segons Pons I. (1993), l'elaboració metodològica està presidida per tres principis:

1. Per a una investigació concreta normalment no existeix una sola metodologia, ni un sol tipus de tècniques, ni tan sols un sol instrument.
2. Del conjunt de les metodologies, tècniques i instruments possibles, a priori cap d'ells pot ser considerat com a millor.
3. Moltes vegades el millor pot ser enemic del bo i el perfeccionisme pot resultar esterilitzant.

En línies generals, s'empraran les metodologies quantitativa i qualitativa des dels aspectes següents:

- La perspectiva **quantitativa**, per la seva precisió dels resultats. Les enquestes i dades del públic objectiu ajudarà a crear un panorama general.

S'han realitzat dos formularis: un per les persones sòcies, en el qual es pretén trobar resposta als seus interessos, per què estan associats al centre i fer-los partíceps del projecte de comunicació donant el seu punt de vista en temes com l'eslogan. Tanmateix, s'ha dut a terme un segon formulari per a noves persones associades al CEP, que rebran junt amb el correu de benvinguda a l'entitat. A partir d'aquest formulari es pretén conèixer per quin motiu es van interessar en l'organització, quines són les activitats que més els interessin, entre d'altres.

- La perspectiva **qualitativa** serà essencial pel fet de conèixer en profunditat les seccions i l'entitat en general. Les entrevistes permetran comprendre el context global en el qual s'ubica l'organització i quin és el punt de partida a partir del qual s'enlaira el pla de comunicació.

#### **1.4. Objectius**

Després de diverses reunions amb la Junta del CEP, s'ha establert que en aquest treball s'assoleixin els següents objectius:

1. Estructurar la Comunicació del CEP
2. Marcar línies directrius de com executar la Comunicació

*Per assolir aquests objectius cal marcar un full de ruta i uns esquemes a seguir cada mes des de les diverses entitats.*

3. Identificar i proposar eines que puguin faltar

*És essencial el treball analític intern. Captar quin és el producte i el públic objectiu del CEP i quines són les necessitats d'aquest.*

4. Cohesionar les 15 seccions actuals

*S'ha valorat que cal fer un treball qualitatiu a partir d'entrevistes amb els coordinadors de les seccions per conèixer en profunditat la realitat d'aquestes. Què és per elles el CEP, com es comuniquen i què esperen del projecte de comunicació.*

5. Donar a conèixer el CEP
6. Campanya per a "vendre" la nova seu social
7. Donar a conèixer el projecte i tot el que es fa al CEP a socis i no socis

*Per tal de dur a terme aquests objectius cal comptar amb un pressupost per dur a terme diverses accions, ja que implica un cost operacional.*

## 1.5. Marc teòric

En el present apartat s'ha cregut convenient fer cinc cèntims sobre què és el màrqueting i concretament un pla de màrqueting, per falta de coneixement de la temàtica. Es considera necessària una base teòrica, ja que l'autora del treball no estudia publicitat i pretén aprendre a elaborar un pla de màrqueting des de zero.

### 1.5.1. El màrqueting

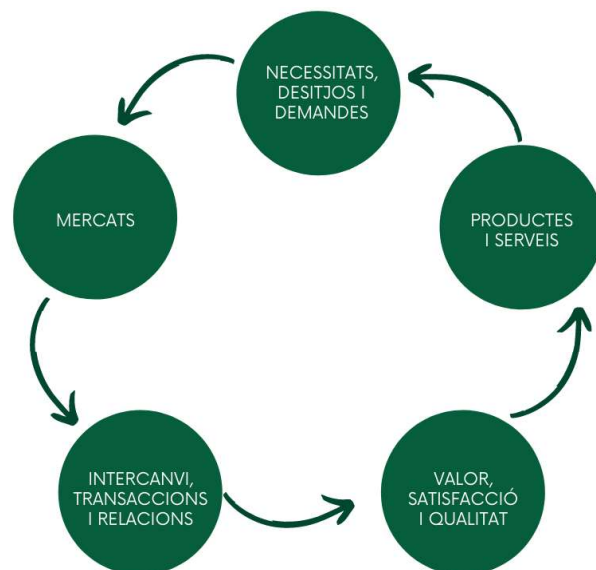
Màrqueting

*m.* [ECT] [LC] Conjunt de tècniques destinades a planificar un procés de comercialització, per tal de millorar la distribució i la venda de productes i de serveis.

Segons el Diccionari de la llengua catalana de l'Institut d'Estudis Catalans, el mot màrqueting correspon a les estratègies que s'empren per a dibuixar els possibles camins per a millorar la comercialització de productes o serveis. És un anglicisme que prové de la paraula *market*, que significa mercat, que en col·locar-se el sufix *-ing* converteix el mot en un verb.

Kotler, Bowen i Makens (2004) defineixen el concepte com un procés social i gerencial; en l'aspecte social els individus i grups creen intercanvis de productes i valors amb altres, sota la finalitat d'obtenir el que necessiten i desitgen. Pel que fa a la part administrativa, es descriu com el procés en el qual es dona "**l'art de vendre productes**".

Per entendre millor la definició de màrqueting, Kotler, Bowen i Makens (2004) expliquen la dinàmica entre conceptes centrals del màrqueting, els quals es mostren a la *Figura 1*.



*Figura 1: Conceptes centrals del màrqueting.*

*Font: "Marketing para turismo", Kotler, Bowen i Makens, 2004, p.6*



Coneixent els agents que influeixen en el màrqueting, segons Kotler, Bowen i Makens (2004, p.12), cal saber que la direcció del màrqueting de qualsevol empresa s'ha de basar en l'**anàlisi**, la **planificació**, l'**execució** i el **control** de programes dissenyats per crear i mantenir intercanvis beneficiosos amb clients seleccionats per tal d'assolir els objectius, tal com s'indica a la *Figura 2*.



*Figura 2: Procés de màrqueting: Model simple.*

*Font: "Fonaments del màrqueting", Kotler i Armstrong, 2004, p.6*

La disciplina analitza els mercats i els seus consumidors, sota l'objectiu de **captar clients** posant el focus en aquests. El creador del concepte màrqueting mix, Jerome McCarthy (1960), defineix el màrqueting com "La realització d'activitats que tenen com a objecte complir les metes d'una organització, en anticipar-se als requeriments del client i en canalitzar un flux de mercaderies aptes a les necessitats i serveis que el productor deixa al consumidor".

El mateix autor va reduir el concepte de Marketing Mix per englobar els quatre components bàsics d'aquesta filosofia: producte, preu, distribució i comunicació. Les 4 variables també són conegudes com les **4P** són un instrument essencial a l'hora d'elaborar estudis, anàlisis i accions abans de treure al mercat un nou producte o servei. Per aquest motiu, segons Chollet (1983) cal que les 4P estiguin combinades amb total coherència i es treballin conjuntament per complementar-se entre elles- *Figura 3*.

· Producte: Mitjà a partir del qual es satisfan els desitjos i necessitats dels consumidors. Pot ser tangible (material) o intangible (serveis, idees).

· Preu: Valor (no necessàriament econòmic) que el comprador d'un producte entrega a canvi de la utilitat que rep de la seva adquisició.

· Distribució: Activitats heterogènies que l'empresa ha de realitzar per traslladar el producte fins a les mans del consumidor, sent aquest el punt central. L'elecció del punt de venda és clau en l'estratègia comercial.

La distribució ha d'optimitzar-se al màxim a través de 3 variables: lloc, quantitat i temps.

· Comunicació: Eina que s'utilitza per donar a conèixer de quina manera els productes o serveis d'una empresa poden satisfer les necessitats del seu públic objectiu. La manera de combinar aquestes eines depèn del producte, sector al qual incideix, públic objectiu, competència i finalment l'estratègia definida.

És essencial que una entitat defineixi uns missatges clau i estil de comunicació propi.



Figura 3: 4P Màrqueting Mix.  
Font: Elaboració pròpia

### **1.5.2. El màrqueting digital**

És necessari incidir en el món del màrqueting digital, tot i que és un món molt extens i complet. Una de les claus de l'èxit en qualsevol estratègia de màrqueting digital incideix en treballar correctament tècniques en Earned, Owned i Paid Media, és a dir, mitjans guanyats, propis i pagats, respectivament. Es considera essencial fer una distinció més extensa en els conceptes, ja que com a estudiant de periodisme, els termes resulten totalment nous.

#### **1.5.2.1. Owned media**

La traducció de “own” és “propi”. En aquest cas parlem de mitjans o canals amb propietat pròpia. Es tracta del lloc web, blog, *newsletters* o les xarxes socials, canals propis a partir dels quals s'emeten continguts.

És la mateixa organització qui té l'exclusiva sobre la publicació, decideix què es publica, com i on s'emet.

#### **1.5.2.2. Paid media**

Quan ens referim a paid media, parlem de mitjans pagats. Aquells mitjans en els quals és necessari invertir una quantitat de diners per aconseguir un bon posicionament.

Es tracta d'invertir en la promoció dels continguts per tal d'apropar més ràpidament a diferents audiències i mitjans aliens a la pròpia organització.

#### **1.5.2.3. Earned media**

En anglès el mot “earn” es tradueix a “guanyar”, per tant, fa referència a la recompensa que s'assoleix per la feina ben feta. Pot ser el resultat de molts factors; bones campanyes publicitàries, bona experiència amb els clients, qualitat-preu dels serveis... Així doncs, earned media es refereix al reconeixement obtingut en diversos espais (comentaris, valoracions...) després de la feina ben feta.

### 1.5.3. El pla de màrqueting a les institucions sense ànim de lucre

El pla de màrqueting és l'eina bàsica de gestió que ha d'utilitzar qualsevol empresa que vulgui ser competitiva. En la seva execució es fixaran les diferents actuacions que han de realitzar-se a l'àrea de màrqueting per aconseguir els **objectius marcats**.

El pla de màrqueting ha d'estar totalment coordinat i congruent amb el pla estratègic, sent necessari realitzar les corresponents adaptacions pel que fa al pla general, ja que és l'única manera de donar resposta vàlida a les necessitats i temes plantejats.

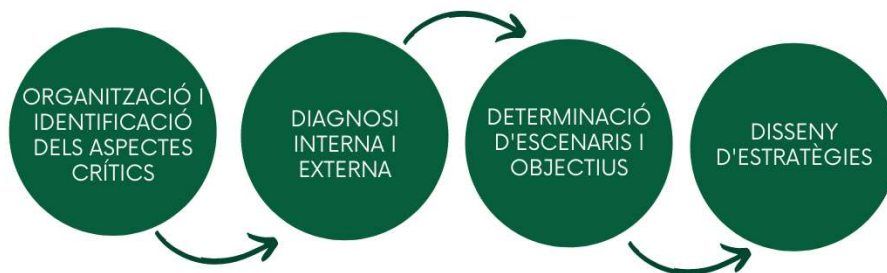
L'elaboració d'un pla de màrqueting per a una organització comporta seguir de forma adequada les següents etapes en què resulta imprescindible no accedir a la següent abans de completar l'anterior.

1. Anàlisi de la situació
2. Determinació dels objectius
3. Elaboració i selecció de l'estratègia
4. Pla d'acció
5. Establiment del pressupost
6. Mètodes de control

En definitiva, el pla de màrqueting ha de servir a l'organització per tenir clar quins són els seus objectius a mitjà i llarg termini.

### 1.5.4. Planificació i gestió estratègiques

La planificació estratègica és la concreció metodològica del pensament estratègic. El procés d'elaboració del pla contempla diverses fases que es poden apreciar a la *Figura 4*.



*Figura 4: Fases del pla estratègic*

*Font: "Fonaments del màrqueting", Kotler i Armstrong, 2004*

#### 1.5.4.1. Organització i identificació dels aspectes crítics

El primer pas serveix per temptejar el terreny abans de la posada en marxa del procés. Cal definir els objectius generals, així com conèixer la implicació del personal i establir un procés d'involucració de les persones internes. Elles són la font principal per extreure dades i poder fer una diagnosi.



### 1.5.4.2. Diagnosi interna i externa

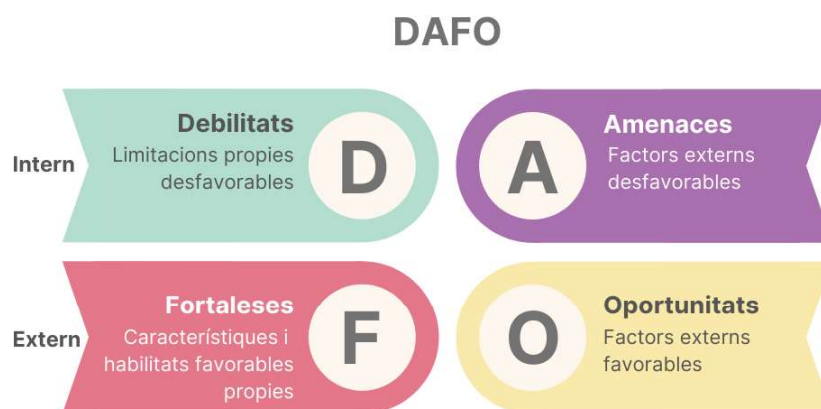
Per a conèixer la realitat de l'empresa en la qual es vol dur a terme el pla, cal fer un mapa per comprendre el panorama intern i extern de l'organització.

- Interna: Anàlisi sobre com és l'organització per dins, com actua, qui en forma part, com es comunica internament, com estan repartides les tasques...
- Externa: Anàlisi de l'entorn de l'organització, medi en el qual aquesta actua i rep influències.

Així doncs, un cop recollida la informació sobre la diagnosi cal fer una conclusió quantitativa (amb dades) i qualitativa (opinions). D'aquesta manera es podran extreure conclusions sobre el panorama general i a la realitat a la qual s'enfronta.

Al cap i a la fi el diagnòstic ha de descriure tot allò que és l'organització. Què fa, en quin punt es troba i què li passa. En aquesta fase es recomana realitzar eines de suport com l'anàlisi DAFO, ja que sintetitza d'una manera visual i esquemàtica les estratègies de l'organització. La construcció del DAFO implica un esforç de selecció i sintetització de la informació més rellevant per facilitar i esquematitzar les idees.

Tal com es pot apreciar a la *Figura 5* DAFO és l'acrònim de les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats d'una organització. Analitza i divideix l'anàlisi extern en amenaces i oportunitats, i l'intern en debilitats i fortaleses.



*Figura 5: DAFO*

*Font: Elaboració pròpia*

### 1.5.5. Determinació d'escenaris i d'objectius

En aquesta fase es formulen els possibles escenaris de futur. Es tracta de definir on es vol arribar en un període de temps determinat -que sol ser a mitjà o llarg termini-. Per tal de determinar els escenaris cal imaginar com pot evolucionar l'organització partint de la situació actual tenint en compte l'entorn en el qual actua. Tanmateix, cal disposar d'informació qualitativa i quantitativa, i combinar-la segons hipòtesis (ja que el futur és incert).

Un cop plasmat l'escenari en el qual es troba l'organització és més senzill fixar els objectius als quals es vol arribar. Per garantir que els objectius seràn realment útils, podem utilitzar el criteri SMART, definit per Peter Drucker. Segons el seu criteri, els objectius haurien de ser:

- **'Specific'** (específics): els objectius han d'indicar de forma clara i concreta què es farà.
- **'Measurable'** (mesurables): ha de ser possible avaluar el grau de compliment dels objectius, i per això cal que siguin mesurables.
- **'Achievable'** (assolibles): els objectius han de ser assolibles considerant els recursos disponibles, la realitat sobre la qual volem incidir, etc.
- **'Realistic'** (realistes): els objectius s'han de poder dur a terme en la realitat sobre la qual treballem.
- **'Time-related'** (definit en el temps): els objectius s'han de poder situar en el temps, és a dir que ens hem de preguntar en quin termini ens plantegem assolir-los.

### 1.5.6. Disseny d'estratègies

L'estratègia és una acció que es du a terme per aconseguir un determinat objectiu. El disseny d'estratègies de màrqueting és una de les seves funcions i per a poder dissenyar-les s'ha de definir i analitzar prèviament el perfil del consumidor. Posteriorment, es poden seleccionar les estratègies que millor s'adaptin al perfil, per tal de satisfer les necessitats o aprofitar les característiques del mercat objectiu.

En dissenyar les estratègies establim les vies a seguir a l'hora d'assolir els objectius comercials plantejats per una empresa o organització.

Un **pla de màrqueting estratègic i operatiu** segueix l'objectiu de gestionar una sèrie d'activitats i accions per donar valor a l'empresa. Mentre l'estratègia es planifica a llarg termini (màrqueting estratègic), les accions tàctiques que la formen són a curt termini (màrqueting operatiu).

## **2. Fase analítica**

La fase analítica és el punt clau per entendre què és el Centre Excursionista del Penedès. Tal com s'ha pogut percebre al marc teòric, tot pla de màrqueting ha de comptar amb una anàlisi de la situació de l'organització, per aquest motiu s'ha cregut convenient destinar un esforç important en l'elaboració del següent apartat.

El present apartat analitza el CEP amb tot el que comporta; quines són les seves seccions, organigrama, entitats amb les quals col·labora, botigues amigues, perfil d'associats, públic objectiu al qual incidir, anàlisi de serveis que s'ofereixen o què serà el projecte de la nova seu social... D'aquesta manera, es pretén fer un panorama general de què és l'entitat, quins són els seus valors i per què és necessari que es renovi i no mori.

Cal tenir en compte que el CEP és una organització amb molta història i experiències a la motxilla, mai millor dit. Tot i això, en molts moments hi ha hagut una manca de comunicació. Mai s'ha redactat una presentació sobre què és, així doncs no hi ha cap apartat a la web que ho expliqui, o tampoc s'ha cuidat mai en que hi hagués una cohesió visual en els materials gràfics. La fase analítica ha servit per actualitzar l'explicació de les seccions al portal web, així com afegir una explicació de la missió i valors que mouen l'entitat.

La tasca de documentació ha estat essencial en aquest punt, i es vol agrair a la junta del Centre Excursionista del Penedès per cedir les dades i facilitar tota la informació demanada.

## 2.1. Anàlisi intern

### 2.1.1. Identitat

#### Presentació

El CEP (Centre excursionista del Penedès) és una entitat esportiva i cultural sense ànim de lucre situada a la capital de l'Alt Penedès, Vilafranca. És una institució capdavantera en el món de la muntanya a tota la comarca i un eix vertebrador que aplega les diverses seccions que conformen el miler de persones sòcies.

#### Missió

L'objectiu bàsic del CEP és el foment, desenvolupament i la pràctica continuada de l'activitat física i esportiva en el medi natural en l'àmbit penedesenc. L'organisme és capdavanter en les activitats excursionistes i a l'exterior defensa la llengua, la història, la natura i el sentiment de país.

Amb quaranta-sis anys d'història, en origen a l'excursionisme, l'organisme compta amb més de mil cent socis i gairebé una vintena de seccions diverses, sent així una de les organitzacions més grans de la vila. Actualment, el CEP el formen les persones associades que componen l'assemblea i que voluntàriament tiren endavant les seccions amb la proposta d'activitats, sortides i xerrades. És el nexa entre les diverses seccions. Encara que l'entitat sigui assembleària hi ha diverses tasques repartides entre membres, com la presidència, tresoreria, secretaria i comunicació, així com coordinadors de seccions.

#### Valors

El principal objectiu del Centre Excursionista del Penedès és ser un espai on les persones associades puguin desenvolupar activitats per a conèixer i valorar la natura i el país, així com facilitar l'accés a l'espai natural.

Un dels valors principals del CEP des dels seus orígens és l'esperit voluntari de les persones associades, que vetllen per a crear un espai tolerant, inclusiu, d'igualtat, companyonia i amistat.

La institució és reconeguda arreu del Penedès, i actualment encamina el seu futur amb el repte de modernitzar i adaptar l'entitat per a atraure a nous socis així com rejuenir l'entitat. És per aquest motiu que a l'[assemblea extraordinària del 12 de gener del 2018](#) es va aprovar canviar d'espai i adquirir un nou local. Sota la finalitat de dinamitzar l'activitat social i poder oferir un espai esportiu amb una zona de *boulder* per a escaladors, així com un espai d'activitat física general (gimnàs), amb equipament per atenció als socis, secretaria, biblioteca, sala polivalent per reunions, projeccions, lloguer material, assaig coral, espai de trobada dels socis/es.



## 2.1.2. Orígens i història del CEP

### 1922: Creació oficial

Del Centre Excursionista vilafraquí

### 1926: Nova seu social

C/ de la Font núm 33

### 1931: Dissolució CEP

Per manca d'activitat

### 1933: Acord Casal

Acord amb la Junta del Casal- secció de cultura física del Casal la Principal. (Dura 2 anys, fins al 1933)

### 1936: Esclat Guerra Civil Espanyola

Suspensió de tota activitat excursionista i catalanista

### 1944: Legitimació de la situació // Museu del vi

Nova seu social: Museu del Vi (Actual Vinseum)

### 1956: Pere Giró

L'excursionista s'alverga sota la teulada de Pere Giró Romeu (1984-1987), arqueòleg i sots president de la Junta del Museu de Vilafranca.

### 1961: Agrupació Excursionista de Catalunya

AEC, encara es perdura en el Museu de Vilafranca i es col·labora en tasques arqueològiques. Entre el 1973 i 1975, a causa d'obres a l'edifici del Museu, l'AEC es veu obligada a desplaçar-se en un local dels Trinitaris.

### 1998: Local C/Pere Martí Grivé

local de propietat al carrer del Pare Martí Grivé nº 11 actual seu social.

### 1921: Formació CEP

El Grup Excursionista Penedès formava part del partit polític Bloc Catalanista de Vilafranca i tenia la seva seu a l'actual Rambla de Nostra Senyora número 37 (actual edifici del Teatre Casal)

### 1928: Canvi ubicació seu social

(6è aniversari)- nova seu social, plaça St Joan (al costat del coro)

### 1933: Compartiment local- Esbart Coral

Bones relacions entre entitats (al C/Font número 15) Rerefons del local- havia estat una escola/ seu del Niu d'art, entitat catalanista, successió del Centre Català Vilafranquí)

### 1943: Juventud Excursionista Vilafranquina

En castellà, l'idioma s'imposa en època de postguerra.

### 1950: Centro Excursionista Vilafranqués

Centro Excursionista Vilafranqués (ubicació a l'actual Cefè "El coro", altament reconegut pels vilafranquins). Durada molt curta (1 mes), es clausura l'entitat per ordre governativa, i a més es precinta l'habitació que no tornarà a obrir fins l'any 1985.

### 1975: Fundació CEP

2 de juny de 1975- fundació del Centre Excursionista del Penedès, després de les obres al Museu es crea una entitat independent, ubicada a l'Àvinguda de Barcelona 85.

### 1996: Venta edifici

Boom immobiliari- es ven l'edifici per fer un bloc d'habitatges

### 2020: Nou local

Adquisició del local 'Les bitlles', antiga pista de bitlles de Vilafranca del Penedès, ubicada al C/ Pere el Gran, 17

El Centre Excursionista del Penedès es va fundar l'any 1975, tot i que els seus orígens es remunten al 1921, amb la creació del grup excursionista de la vila.

En la següent imatge es mostra el recorregut històric del CEP al llarg de la seva vida fins a arribar el dia d'avui.

### 2.1.3. Identitat corporativa i to de comunicació

S'ha cregut oportú realitzar una anàlisi de la identitat corporativa, ja que una de les propostes de millora és fer una proposta de Manual d'Identitat Corporativa.

#### 2.1.3.1. Identitat corporativa

La identitat corporativa està formada per aquells aspectes que diferencien l'empresa. Fa referència a l'aspecte visual d'una marca i engloba tot allò amb què una empresa es mostra al públic (Jesüites Educació FP, 2020).

##### 2.1.3.1.1. El logotip

El logotip del Centre Excursionista del Penedès es va idear l'any 1975 i des dels seus inicis s'ha preservat idènticament. En els seus orígens es van dissenyar diverses propostes a mà per part d'una comissió del Centre i es va votar el disseny escollit en assemblea. Posteriorment, es va vectoritzar i digitalitzar en diversos colors.

Tal com es pot apreciar a les *Imatges 2 i 3*, el logotip del CEP simbolitza la forma d'una muntanya, atès que l'entitat pretén representar l'esperit de la natura a primer cop d'ull. Qualsevol material gràfic de les seccions o activitats en les quals col·labori el Centre Excursionista del Penedès ha de comptar amb el logotip de l'entitat. Tanmateix, el carnet d'associat/da al CEP correspon amb la imatge gràfica del logotip i segueix un estil comú.



*Imatges 2 i 3: Logotip Centre Excursionista del Penedès i Carnet del CEP*

*Font: Interna del CEP*

El lema de l'entitat és "Tots som CEP!", sota l'objectiu d'englobar la quinzena de seccions i el miler de persones sòcies. En els últims mesos, des de la incorporació d'un perfil encarregat a la comunicació del Centre, s'ha afegit al lema "Totes som CEP", en femení.

Pel que fa a la identitat corporativa del Centre Excursionista del Penedès, aquest segueix dos colors bàsics que representen l'entitat:

El verd és el color predominant en la identitat corporativa del CEP. A més de transmetre tranquil·litat i calma, s'associa amb la natura, la prosperitat, la salut i la generositat, valors estretament lligats a l'entitat.



La majoria de marques que han optat per utilitzar el color verd en els seus logotips ho han fet per relacionar la imatge corporativa amb la natura i el medi ambient. Tanmateix, empreses del sector financer utilitzen el color verd, ja que es relaciona amb la riquesa i els diners (Natalia Arnau, HelloPrint, representats a la *Imatge 4*).

*Imatge 4: Logotips Spotify, Animal Planet i Heineken*  
*Font: helloprint.es*

El color groc expressa accessibilitat i proximitat. És un color alegre i es relaciona amb emocions com la felicitat, positivitat i optimisme. Utilitzar el color groc com a color representatiu de les marques dona un toc d'energia, calidesa i joventut. El color groc no és el color central del Centre Excursionista del Penedès, tot i que si que és secundari.

Marques com Ferrari, Shell i Ikea utilitzen el color groc per transmetre optimisme i despreocupació (Natalia Arnau, HelloPrint), *Imatge 5*.



*Imatge 5: Logotips Ferrari, Shell i Ikea*  
*Font: helloprint.es*

Tot i que els colors establerts siguin el verd i el groc, tal com s'ha esmentat anteriorment, el Centre Excursionista de Catalunya és una entitat sense ànim de lucre que fins a dia d'avui no ha optat per invertir en la comunicació. De forma natural s'han anat desenvolupant materials de comunicació arran de necessitats concretes.

A mesura que han avançat les dècades i amb l'explosió d'internet, ens trobem amb diversos canals de comunicació oberts, on es comunica amb els materials existents però sense poder aplicar una identitat concreta i definida. La imatge actual no està cohesionada i els materials de comunicació es van treballant de forma desinteressada i com bonament es pot.

Alguns dels cartells que s'han elaborat en l'últim any són un exemple de la poca cohesió visual que hi ha entre les seccions que formen part l'entitat.



Imatges 6 i 7: Cartell 7 cims // Cartell Cursa d'orientació BTT-O Penedès

Font: cep.cat



Imatges 8 i 9: Cartell Trobada escaladors // XXVII Cicle d'audiovisuals de muntanya 2021

Font: cep.cat



### 2.1.3.2. To de comunicació

El to de comunicació del Centre pretén ser en tot moment proper i accessible.

Cal tenir en compte que les persones que comuniquen des del CEP són diverses (secretaria, coordinadors de seccions o responsable de xarxes socials), a partir de diversos suports, i dirigint-se a diversos públics, de manera que el to no és sempre igual. Tanmateix, a l'apartat 2.1.6. es fa una anàlisi extensa dels canals de comunicació.

CANALS DE COMUNICACIÓ	FORMAL	INFORMAL	INFORMATIU	POC COHESIONAT
Xarxes socials		✓	✓	✓
Correu	✓		✓	
Web- general	✓		✓	
Web- notícies	✓		✓	
Web- activitats	✓		✓	
Cartelleria	✓		✓	✓

Taula 1: To de comunicació dels diferents canals del CEP

Font: Elaboració pròpia

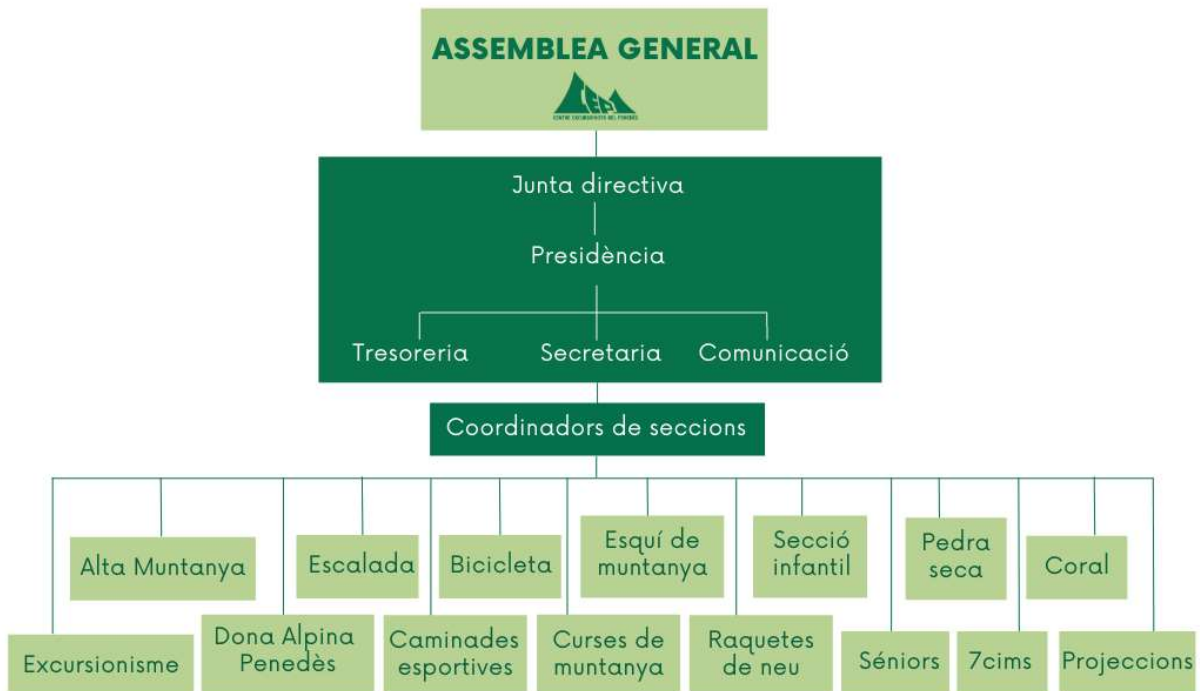
Les xarxes socials del centre segueixen una línia informativa però alhora informal i propera. El missatge que es transmet és proper, però la imatge general de la biografia no està cohesionada.

Els correus s'envien a socis i simpatitzants per informacions concretes i imprevistos importants. No s'anuncien les activitats que es realitzen ni informació d'interès diversa. Tot i això, el to és formal, informatiu i sempre finalitza amb el lema "Tots som CEP".

La informació general de la web (història, explicació de les seccions...), així com les notícies, cròniques i explicació d'activitats properes segueixen un to informatiu i formal.

Finalment, el to comunicatiu de la cartelleria del CEP no és homogeni ni està cohesionat, ja que es creen els materials independentment des de les mateixes seccions.

#### 2.1.4. Anàlisi estructura organitzativa (organigrama)



Imatge 10. Organigrama del CEP

Font: Elaboració pròpia

Tal com es pot percebre a la *Imatge 10*, l'estructura organitzativa del Centre Excursionista del Penedès és assembleària. Totes les decisions s'aproven a l'assemblea general, que se celebra anualment, al mes de març.

Tot i la horizontalitat en la presa de decisions, hi ha una junta directiva que coordina el dia a dia i les gestions com ara la gestió de les obres de la nova seu social. De la junta directiva deriven tasques com tresoreria, secretaria o comunicació (tasca integrada el darrer trimestre). Aquestes tasques estan remunerades com a voluntariat, els socis col·laboradors treballadors són: una persona encarregada de tresoreria, dues de secretaria i una de comunicació. Els dos presidents duen a terme la seva tasca des del voluntariat i associacionisme, sense rebre una retribució econòmica.

Tanmateix, dins de cada secció hi ha un coordinador, que fa el paper de vocal d'aquesta. És el representant i qui traspasa la informació de les activitats organitzades per la secció i envia imatges a comunicació i a secretaria. Des del mes de febrer, gràcies a l'anàlisi fet pel nou rol de comunicació, els coordinadors de les seccions es reuneixen el primer dilluns de mes per posar-se al dia de l'estat de totes les seccions.



### 2.1.5. Funcionament del CEP

El següent apartat analitza en profunditat els diferents actors que formen part el CEP, les persones que el fan possible: la junta directiva i les diverses seccions. L'objectiu és analitzar el pes que tenen, així com crear un panorama general de qui conforma l'entitat.

#### 2.1.5.1. Junta directiva del CEP

La junta directiva del Centre Excursionista del Penedès està formada per sis persones; dos presidents, un tresorer, dos secretaris i una persona encarregada de la comunicació.

Mentre que la presidència gestiona i coordina tot el CEP, també s'encarreguen de donar les directrius a tresoreria, secretaria, comunicació i als coordinadors de seccions.

Tasques com la tresoreria, secretaria i comunicació són gestionades per professionals que aporten expertesa a les comissions i tasques, i vetllen pel bon funcionament de l'entitat i donen suport als voluntaris.



Imatge 11. Junta directiva del CEP

Font: elaboració pròpia

#### 2.1.5.2. Voluntariat

Molts associats del CEP actuen voluntàriament que d'una manera lliure i sense contraprestació econòmica, decideixen dedicar part del seu temps al servei de l'entitat. Col·laboren a l'organització participant en programes de voluntariat per tirar endavant les diferents seccions i pel bon desenvolupament de les seves activitats.

#### 2.1.5.3. Projectes

Per dur a terme projectes concrets amb una data d'inici i de final es construeixen equips de treball entre voluntaris i professionals. Actualment, el projecte més potent de l'entitat és el projecte de la nova seu social, que aplega un grup de tretze persones voluntàries i professionals que treballen setmanalment per fer realitat el projecte.

#### 2.1.5.4. Seccions

El CEP és el nexa entre les 15 seccions que en formen part, amb un representant coordinador. Per tal de conèixer totes les seccions s'ha cregut convenient fer una reunió amb els coordinadors per entendre quina és la seva percepció de l'entitat, com es comuniquen internament i quins aspectes consideren que s'han de millorar envers la comunicació del Centre Excursionista.

Tanmateix, aprofitant l'execució del present treball, s'ha actualitzat el text de l'apartat *Seccions* de la web del Centre Excursionista del Penedès amb informació rellevant sobre la secció, ja que moltes informacions estaven desactualitzades o poc completes.

- **Excursionisme/ senderisme- COORDINADOR:** Fèlix Masachs

En la secció d'excursionisme s'ofereix un ampli ventall de sortides de tots nivells. Així, sota el seu paraigua, s'hi organitzen caminades populars, marxes de resistència, sortides de mitja i alta muntanya i travesses de diferents dies.

L'àmbit de les sortides abraça tota Catalunya, fet que permet aprofundir en la coneixença de tota mena d'indrets arreu del territori.

- **Alta muntanya- COORDINADOR:** Ramon Nadal

L'objectiu d'aquesta secció és gaudir de l'alpinisme, de l'alta muntanya i de la natura en bona companyia.

Les sortides organitzades per la secció van encaminades en l'autosuficiència d'excursionisme d'alta muntanya. No són sortides guiades: els participants han de conèixer d'avançada l'itinerari i les condicions amb les quals es trobaran i han de col·laborar amb els seus coneixements i la seva experiència al bon desenvolupament de l'activitat.

- **DAP- Dona Alpina Penedès- COORDINADORES:** Joana Mestres/ Marina Robert

La secció DAP va encaminada a motivar a les dones a créixer en el món de l'alta muntanya. L'objectiu principal és millorar i engrandir el teixit femení penedesenc per poder autogestionar-se millor i assolir tant objectius personals com col·lectius.

Per aquest motiu s'organitzen activitats i sortides per a la progressió en escalada, vies ferrades, excursionisme, crestes, canals, via llarga, alta muntanya, esquí de muntanya i l'escalada en gel, tant estival com hivernal.

La secció compta amb canals propis de comunicació independents al CEP, ja que consideren que en l'àmbit de gestió i difusió és més senzill.

- **Escalada- COORDINADOR:** Xavier Ros

La secció d'escalada pretén potenciar aquesta disciplina al CEP i al Penedès, com una de les activitats més històriques de la comarca i vol recuperar la seva popularitat arreu del territori.

S'organitzen trobades i sortides per fer formació tant en la iniciació de l'escalada com en la tecnificació avançada.

- **Bicicleta- COORDINADOR:** Jordi Solís/ Pere Clos

La secció de bicicleta s'encarrega de realitzar activitats a la muntanya i a la natura mensualment. Entre les sortides que organitza, destaquen dues travesses cicloturistes als ponts de Sant Joan i del Pilar, ja que així s'aprofiten dies extra de festa.

Tanmateix, anualment es du a terme un curs de mecànica i manteniment de la bicicleta, i una sortida a un celler penedesenc.

No s'organitzen sortides competitives, sinó que s'intenta fomentar l'esperit de grup a partir de les trobades i activitats.

- **Caminades esportives- COORDINADOR:** Núria Repiso

A la secció de caminades esportives es realitzen sessions d'entrenament de marxa nòrdica amb intensitat alta, per guanyar condició física. Els recorreguts són d'entre 8 i 12 km per sessió, amb un desnivell de 300 m.

S'organitzen dues sortides setmanals, els dimarts i els dijous a les set de la tarda. Les caminades tenen una durada d'entre una hora i mitja i dues hores i els circuits varien cada dia. Són rutes circulars que combinen camins forestals amb corriols, pel voltant de Vilafranca. El cost de les activitats és gratuït, ja que el grup s'autogestiona sense entrenador/a.

- **Curses de muntanya** - COORDINADOR: Oriol Roca

La secció de curses de muntanya es troba cada dijous a tres quarts de vuit del vespre per entrenar conjuntament. El nivell és variat, així com l'edat i els objectius, però els uneix una passió: córrer per la muntanya.

S'organitza una cursa de muntanya, la Papiol extrem. La cursa és hereva de la Vertical del Penedès (esdeveniment que es va disputar fins al 2018), és de 12,5 km amb un nivell de 525 m de desnivell. Se celebra un matí de principis de febrer, surt i arriba del barri de Can Torres d'Olèrdola i hi participen 150 corredors.

El preu de participació en la cursa és de 6€ per socis i 10€ per no socis. Per participar-hi és necessari estar federat per la FEEC o la FEDME, en cas de no estar federat, es pot contractar una assegurança per 5€ a l'hora de fer la inscripció.

- **Esquí de muntanya**- COORDINADOR: Xavi Tutusaus

La secció d'esquí de muntanya organitza activitats durant els mesos hivernals. Les sortides són a cims del Pirineu, fent l'ascensió amb esquís de muntanya, o simplement es realitzen itineraris o travesses per la muntanya per gaudir de la neu.

Les sortides socials són d'un desnivell positiu d'entre 900 i 1.000 m i d'una durada d'entre tres i cinc hores. El nivell físic és alt, i cal tenir uns coneixements mínims del material que s'ha d'utilitzar per realitzar les sortides amb les suficients garanties de seguretat. És indispensable tenir la llicència federativa nivell D com a mínim.

També s'organitzen sortides d'esquí de fons o de muntanya a nivell familiar i social, de manera que s'apleguen diversos nivells i edats. Tanmateix, es realitzen cursos i tallers de formació específica per complementar les sortides.

- **Raquetes de neu**- COORDINADOR: Josep Mallefré

La secció de raquetes de neu organitza ascensions a cims catalans, així com travesses amb raquetes de neu. Les sortides de caire social es complementen amb formacions i activitats específiques que es poden compaginar o compartir amb la secció d'esquí de muntanya. Per participar de les activitats i sortides cal tramitar la llicència federativa de la FEEC o FEDME, en aquest cas com a mínim del nivell C.

- **Secció infantil**- COORDINADOR: Jordi Solís

Des de la secció infantil es pretén aproximar als infants a la muntanya, en família. Les sortides acostumen a ser matinals, entre 8 i 12 km pel Penedès. Els pares i mares organitzen i guien les sortides, que són gratuïtes i obertes a tothom.

Durant la setmana santa s'organitzen unes colònies en família a l'Alberg Orri del Pallars, des del dia 14 al 18 d'abril. El nombre de places disponibles és de 32 persones, i se celebraran activitats diverses a la natura.

- **Sèniors**- COORDINADOR: Fèlix Masachs

La secció de sèniors, està pensada en l'excursionisme per les persones veteranes, jubilats o prejubilats. Les sortides es fan tots els dimecres, en cotxe particulars arreu del territori català. L'objectiu és promocionar els beneficis per la salut mental i física a partir de l'activitat física en el medi natural amb caminades. Tanmateix, es pretén aprofundir el coneixement del país català des de diverses disciplines que es combinen amb l'excursionisme: la geografia, botànica, fotografia, història, etc.

La distància de les excursions és d'uns 15 km aproximadament, amb una durada d'entre quatre i cinc hores amb un desnivell positiu de 700 a 800 metres, i una dificultat fàcil-mitjana.

Per participar en les sortides cal ser soci del CEP i tenir la llicència que cobreix l'assegurança d'accidents i la pòlissa de responsabilitat civil per l'activitat que es du a terme, segons la llei d'activitats físiques i esportives al medi natural.

- **Pedra seca**- COORDINADOR: Joan Domènech

La secció de Pedra seca s'organitza a partir d'un grup de voluntaris per la recuperació de barraques de pedra seca i altres elements com forns, marges... pels entorns de Vilafranca del Penedès.

Les sortides són de caire temàtic i formatiu que narren l'origen de les barraques penedesenques. Les activitats tenen bona rebuda i sempre s'omplen. Darrerament, s'ha promocionat una iniciativa que consisteix a apadrinar una barraca. L'objectiu és que la ciutadania s'involucri en la preservació de l'entorn penedesenc i que tingui cura i faci el manteniment de barraques a la natura.

A la web del CEP s'expliquen les accions que es duen a terme, però estan desactualitzades.

- **7 cims- COORDINADOR:** Joan Domènech

La marxa de resistència 7 cims és una de les activitats amb més ressò del CEP, ja que involucra a més de cent persones voluntàries i vuit-cents participants, i conseqüentment, l'activitat que ingressa més diners de l'entitat. Es du a terme el primer de maig i travessa la serralada prelitoral situada entre Barcelona i Tarragona. En una sola jornada es coronen els 7 cims més alts del Penedès històric, alguns dels quals s'apropen als mil metres d'alçada.

Es tracta d'una prova no competitiva de resistència individual per camins de muntanya que té per objectiu efectuar aquest recorregut en un temps limitat. El recorregut actual, senyalitzat i amb sortida i arribada a la població de Torrelles de Foix, té una distància de 59,0 Km. i 4.746 m de desnivell acumulat tot coronant els següents cims: Clapí Vell, Puig de l'Àliga, el Montmell, Puig Formigosa, Puig Castellar i Puig de les Agulles, que estan repartits per quatre comarques, Alt Penedès, Baix Penedès, Alt Camp i Anoia, tot passant per les poblacions de Torrelles de Foix, Pla de Manlleu, Aiguaviva i Pontons, a més dels municipis del Montmell, Querol i la Llacuna.

La comissió està formada per dotze persones, i a nivell comunicatiu hi ha una persona encarregada de difondre la informació, que es comunica a partir d'una [web](#) adherida a la del Centre Excursionista del Penedès. També té xarxes socials pròpies. En aquesta es publiquen materials diversos com vídeos (enlleçats al canal de Youtube), una galeria d'imatges, fulletons informatius, l'itinerari, el reglament o les inscripcions.

A més, s'organitza una roda de premsa, una taula rodona i es difon l'activitat a través de cartells, flyers, pancartes i té presència a mitjans de comunicació com Penedès TV i ràdio Vilafranca, i Canal Blau.

La prova és puntuable pel Circuit Català de Caminades de Resistència i està inclosa en el calendari oficial de la FEEC.



- **Coral- COORDINADOR:** Pere Casals

La Coral del Centre Excursionista es va crear fa 25 anys per un grup de persones del CEP. A més de la passió per l'excursionisme, els mou l'afició per la cultura i el cant.

La secció està formada per una seixantena de cantants, que assagen els ... a l'Auditori de l'Escola Municipal de Música Maria Dolors Calvet. Organitzen uns sis concerts aproximadament cada any i han realitzat sortides arreu del territori català. Tanmateix, han realitzat un intercanvi amb el Cor Olímpia de Palma de Mallorca.

El perfil de cantants de la coral del CEP són persones d'entre cinquanta i setanta-cinc anys. Entre els membres de la secció tan sols deu persones en són sòcies. Veiem, doncs, una desvinculació molt important entre el Centre Excursionista del Penedès i la Coral del CEP.

**Projeccions- COORDINADOR:** Xavi Tutusaus

La secció de Projeccions pretén difondre la muntanya i la natura a partir de la projecció d'audiovisuals; en la pràctica d'activitat esportiva i el medi i en la vessant documental.

Anualment s'organitza un cicle de projeccions de temàtica variada. El cicle és una activitat que es realitza a la seu social del Centre, i està adreçada a socis/es del CEP, però també és oberta la resta de la vila i al Penedès en general.

Amb més de 25 anys de trajectòria, el cicle de projeccions de muntanya del CEP, ha vist reflectit en cada una de les seves edicions, els canvis deguts al pas del temps dins de les activitats o documentals de muntanya, fent un retrospectiva prou interessant dins del context històric. Tanmateix, des dels seus orígens, la secció de projeccions ha servit per cohesionar seccions diverses del CEP, ja que aplega interessos de diferents seccions. És un espai de trobada entre socis/es.

*Analitzada la situació i sota l'objectiu de voler cohesionar les seccions, es proposa a la junta fer una reunió al mes amb un representant de cada secció per posar al dia de les novetats, sortides i activitats previstes.*

### 2.1.6. Anàlisi canals de comunicació

El present apartat realitza un repàs analític dels principals canals de comunicació interna i externa del Centre Excursionista del Penedès. Es fa una distinció entre els canals offline (presència a mitjans de comunicació, la mateixa comunicació física al Centre o els Calendaris), representats de color verd clar a la *Taula 2*, així com les xifres dels canals de comunicació online (xarxes socials, web, mailing i comunicació interna via Whatsapp), representats de color blau a la mateixa taula.

INTERNA			EXTERNA		
OWNED	PAID	EARNED	OWNED	PAID	EARNED
Facebook	Calendaris		Facebook	Facebook Ads	Setmanari i digital local 3d8
Twitter	Domini web		Twitter	Twitter Ads	Ràdio i TV pública RTVVilafranca
Instagram			Instagram	Instagram Sponsored	Comentaris a xxss
Mailing (mailchimp)			Comunicació física al CEP	Anuncis	
Whatsapp					
Comunicació física al CEP					

*Taula 2: Canals de comunicació del CEP*

*Font: elaboració pròpia*

#### 2.1.6.1. Canals de comunicació interna

Els canals de comunicació interna són aquells que serveixen per donar a conèixer les activitats que es duen a terme entre els associats i treballadors al Centre Excursionista del Penedès internament. Els associats s'assabenten de la informació a través de les xarxes socials, el correu i la comunicació a la seu de CEP físicament (Owned media), i a partir de la web o els calendaris anuals (Paid media).

### **2.1.6.2. Canals de comunicació externa**

Els canals de comunicació externa són els mitjans que té el CEP per comunicar les informacions fora el nínxol intern. El present apartat analitza com el CEP informa de les sortides i activitats a les persones que no són sòcies, quina és la seva presència als mitjans de comunicació o com promociona amb anuncis els esdeveniments.

### **2.1.6.3. Owned media**

El Centre Excursionista del Penedès compta amb diversos mitjans propis per informar de les accions dutes a terme o informacions diverses. Aquestes són des de les xarxes socials fins a la comunicació física a secretaria de la seu social, passant pel correu electrònic (*mailing* gestionat des de la plataforma Mailchimp) o fins i tot a partir dels grups de Whatsapp de totes les seccions.

Aquest apartat analitza tots els canals propis per fer una diagnosi i millorar-ne les debilitats.

### **Aclariment sobre xarxes socials**

Els principals mitjans propis del Centre Excursionista del Penedès per comunicar la informació tan interna com externament són les xarxes socials. El CEP compta amb un perfil propi d'*Instagram*, *Facebook* i *Twitter* i des del mes de desembre hi ha una persona encarregada de gestionar-les, però el seu paper no és de creació de contingut, sinó que té un rol totalment executor.

Quan les seccions fan sortides, actes o activitats envien la informació via correu electrònic a l'encarregat de xarxes, amb el text convenient i ell ho publica. Després d'una reunió amb el responsable de xarxes socials es creu convenient que la comunicació entre seccions i l'encarregat de publicar a xarxes sigui més fluida, així que a partir d'ara es farà via Whatsapp en lloc de via correu, per tal d'agilitzar el procés per a tothom (tant pels coordinadors de seccions com pel responsable de xarxes socials).

Cal incidir en totes les seccions de la necessitat d'enviar continguts i material. Les xarxes són una mostra de l'entitat, i si un dels objectius és rejuenir-la cal renovar la imatge i crear contingut atractiu. Per a renovar la imatge cal tenir unes plantilles (dissenyador), ja que cal unificar la imatge del centre per a que qualsevol acció, peça, comunicat, material i tot allò generat pel centre sigui coherent.

### **Xarxes socials en xifres**

Tal com es pot veure a la *Taula 3*, el dia 14 de gener es va fer un recompte del nombre de seguidors/es a les xarxes socials del CEP, per tal de veure si en tres mesos creixia l'*engagement* gràcies a la gestió de la persona encarregada de Xarxes socials.

	<b>14/01/2022</b>	<b>15/04/2022</b>
<b>XARXES SOCIALS</b>	Nombre seguidors/es	Nombre seguidors/es
Facebook	2.794	2.822
Twitter	461	468
Instagram	2.076	2.199

*Taula 3. Seguidors/es a les xarxes socials del CEP*

*Font: Elaboració pròpia.*

S'ha pogut percebre un mínim increment, però cal tenir en compte que la persona que elabora els continguts no és un *Community Manager* ni cap professional de la comunicació. En aquest escenari, es creu convenient analitzar tots els perfils de les xarxes socials per fer una anàlisi del perfil de l'audiència, l'abast de les publicacions i fer consideracions del tipus de publicacions que es creen.

Per dur a terme totes aquestes millores, es creu necessari crear una comissió de comunicació amb persones voluntàries que treballaran conjuntament amb un professional de la comunicació, *community manager*.

## **Facebook**

El perfil de Facebook del Centre Excursionista del Penedès compta amb 2.822 seguidors a dia 15 d'abril de 2022, havent incrementat 28 seguidors en l'últim trimestre.

En primer lloc, es creu necessari emprar campanyes de Facebook Ads, per segmentar el públic per edats, interessos... I mostrar-li el contingut que volen tenir, així com promocionar esdeveniments o publicacions. Tanmateix, es tindran en compte les següents millores pel que fa a les publicacions.

### **Consideracions de les publicacions**

- Alt ritme de publicació, però amb **asimetria temporal**. El perfil de Facebook del CEP manté un bon ritme de publicacions mensuals (entre vuit i deu al mes). Malgrat tot, es recomana espaiar els posts.
- Millora en la **coherència visual**. Les plantilles utilitzades per fer publicacions tant a Facebook com a Instagram són molt diverses i no es coordinen visualment.
- **Evitar la repetició dels mateixos recursos gràfics i potenciar l'audiovisual**. Cal tractar d'evitar fer ús d'una mateixa imatge més de dos cops. D'altra banda, un dels punts forts d'aquesta xarxa és el format de tipus audiovisual, tal com es demostra en la repercussió dels vídeos que s'han compartit. En aquesta línia, cal potenciar aquesta tipologia de posts per aconseguir més seguidors i, conseqüentment, augmentar l'abast de la resta de publicacions.
- Ús d'emoticones, fotografies i contingut efectiu les publicacions són prou visuals i s'utilitzen emoticones freqüentment, tot i que **no se segueix sempre un mateix criteri** a l'hora d'ubicar-les; alguns cops s'intercalen entre el text, d'altres es posen al principi, al final... Cal dir sobre aquesta dispersió de criteri que les icones intercalades en un text curt de dues o tres línies generen certa sensació d'enfarfegament i desordre, afectant la comprensibilitat del text. Cal, doncs, establir un criteri únic.



## **Instagram**

El compte d'Instagram del Centre Excursionista del Penedès té 2.199 seguidors (a dia de 15 de maig de 2022). Pel que fa a les publicacions són les mateixes que a Facebook, ja que ambdues plataformes són gestionades des de Meta, plataforma que també gestiona Whatsapp. Algunes de les consideracions que s'han fet sobre el perfil d'Instagram, a més de tenir en compte les de Facebook com seguir la coherència visual o potenciar l'audiovisual són les següents.

### **Consideracions de les publicacions**

Pel que fa a les publicacions del perfil @cep\_penedes s'ha considerat tenir en compte les següents millores:

- **Convertir el compte a perfil d'empresa.** Aquest pas és clau en molts aspectes, sobretot per quan es vulguin fer posts patrocinats per acostar les activitats a un públic més extens. Instagram, associat a Facebook, només facilita dades i estadístiques d'aquells perfils que tinguin categoria d'empresa o comercial. Realitzar aquest tràmit, a través de la pestanya 'Configuració', és senzill i ràpid i permet veure l'abast i nivell d'impressions de les publicacions, així com el volum d'interaccions i el creixement de *followers*.
- **Utilització de hashtags.** ( #Penedès #muntanya #natura #esport #Catalunya #feec) Fer un ús important per tal d'augmentar la visibilitat de les publicacions, un fet que permetria guanyar seguidors i seguidores amb més facilitat.
- **Seguir només perfils imprescindibles.** Actualment, el CEP segueix a 197 perfils. Per tal de mantenir una bona ràtio i evitar conflictes entre particulars, és recomanable seguir només perfils oficials, d'entitats o organismes. Seguir persones a títol individual pot generar controvèrsia.



## **Twitter**

El canal de Twitter del CEP es manté inactiu des del febrer de 2022. D'aquesta manera, la consideració principal que es fa és recuperar l'activitat.



### **Comunicació física al CEP**

El Centre compta amb dues persones encarregades de secretaria tots els dilluns, dimecres i divendres de 19:30 h a 21 h. Qualsevol persona pot apropar-se al CEP en l'horari establert i fer consultes, apuntar-se a activitats o llogar material.

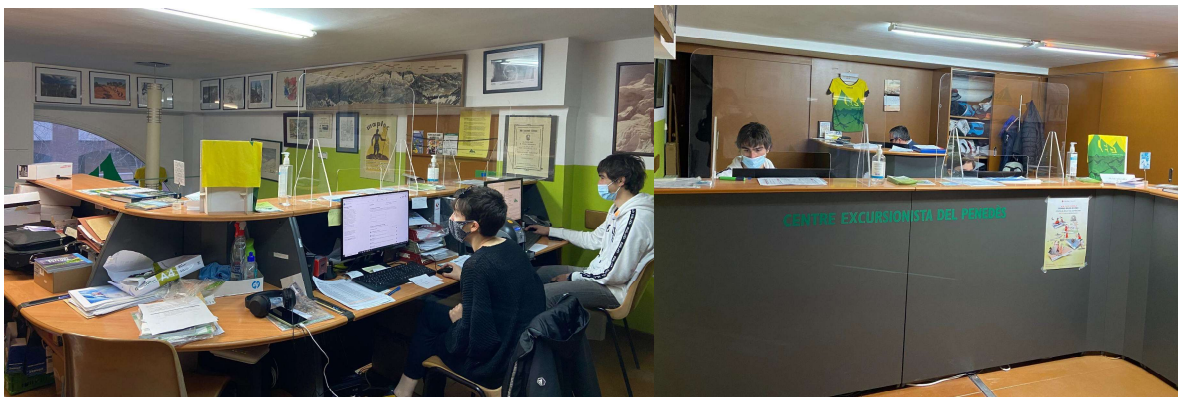
En el procés d'anàlisi de comunicació s'ha cregut oportú emfatitzar en la necessitat del contacte humà en una entitat com el CEP, però s'ha detectat una mancança de recursos en materials físics que expliquin què és el Centre Excursionista del Penedès i quins són els seus avantatges.

#### **Punts forts:**

- Contacte humà per resoldre dubtes i cobrir necessitats.
- Facilitat per apuntar-se a sortides (gent gran).
- Lloguer de material.

#### **Punts febles:**

- Manca de material físic (fulletó) per a persones que es venen a interessar per associar-se a l'entitat.
- Espai físic petit i poc modern (*Imatge 12*).
- Poca flexibilitat en dies i hores d'obertura.



*Imatge 12. Collage de la secretaria del CEP.*

*Font: elaboració pròpia*

## Correu (Mailchimp)

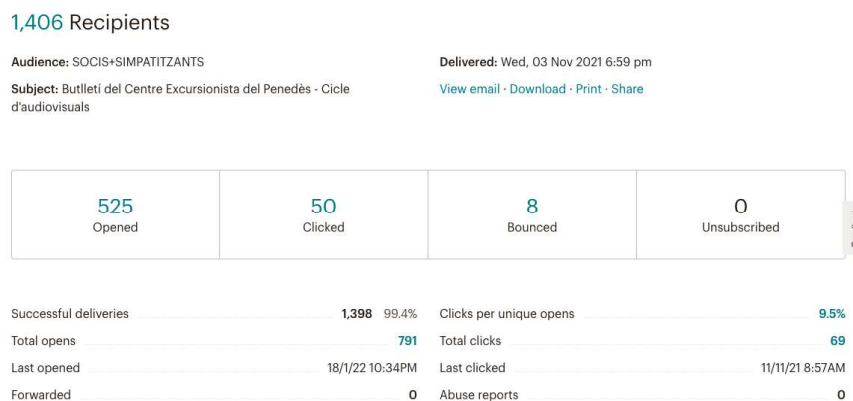
El Centre Excursionista del Penedès utilitza la plataforma d'*email marketing* 'Mailchimp' per enviar *newletters* i campanyes de *mailing* i extreure'n informació.

En entrar a *Mailchimp*, es va crear una base de dades amb els correus dels associats i simpatitzants que reuneix un total de 1377 adreces. Fins al mes de febrer de 2022, les informacions que s'enviaven als socis i simpatitzants eren esporàdiques i poc marcades. S'informava dels canvis d'horaris o tancament del local i es gestionava des de secretaria. Al mes de febrer de 2022, amb la incorporació d'una persona encarregada de la comunicació del CEP es va considerar necessari regular les campanyes de *mailing* i establir un calendari i ordre dels correus electrònics.

## Comparació novembre 2021- març 2022

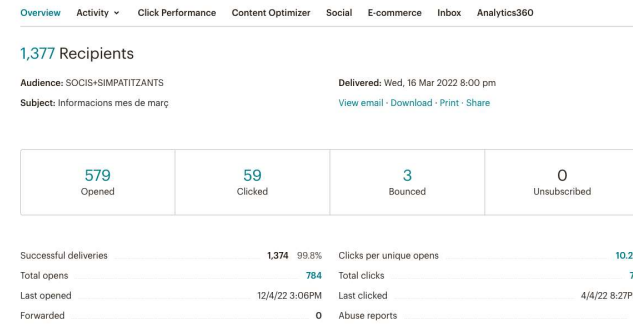
En aquest escenari, es fa una comparació entre les obertures de l'audiència entre un correu enviat el mes de novembre de 2021 i el mes de març de 2022, per veure si *l'engagement* ha augmentat.

Tal com es pot percebre a les *imatges 13 i 14*, al mes de novembre van obrir el correu un total de 525 persones, un 37,3% de totes les persones que el van rebre. Al mes de març, en canvi, després de decidir enviar correus quinzenalment i d'estructurar-los amb les informacions de les activitats de les properes setmanes, s'ha vist que ha augmentat gairebé un 5% *l'engagement*, posicionant-se fins al 42% d'obertura. Cal incidir en el fet que 29 persones s'han donat de baixa del grup de *socis+simpatitzants* al llarg d'aquests mesos.



*Imatge 13. Engagement correus mes de novembre 2021*

*Font: Mailchimp CEP*

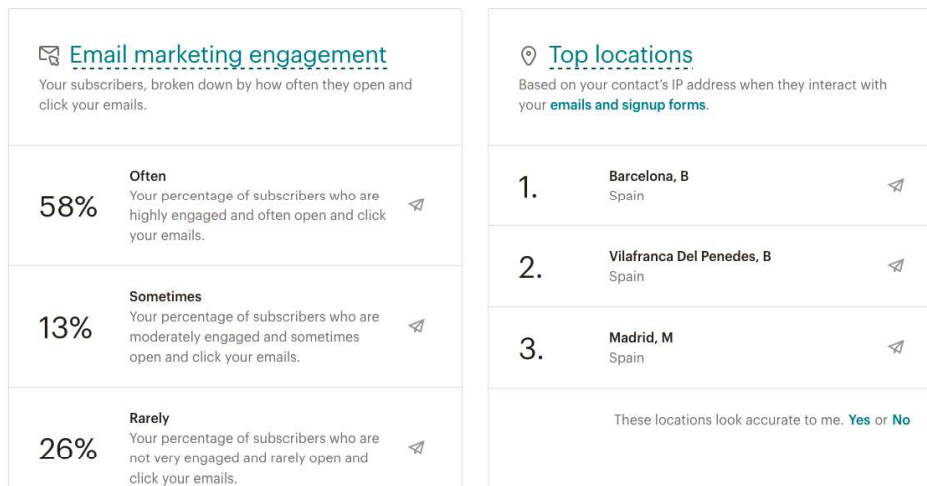


Imatge 14. Engagement correus mes de març 2022

Font: Mailchimp CEP

Gràcies a les eines que ofereix la pròpia plataforma s'ha pogut extreure el marketing engagement dels subscriptors, assenyalats a la Imatge 15.

### Engagement



Imatge 15. Engagement Mailchimp CEP

Font: plataforma Mailchimp



### **Comunicació interna: Whatsapp**

Després d'entrevistar les diferents seccions del CEP es va conèixer que totes les seccions de l'entitat es comuniquen internament via *Whatsapp*. Tanmateix, tots els coordinadors de seccions es comuniquen entre ells per la mateixa plataforma per informar del calendari de reunions al local i dubtes concrets.

#### **Punts forts:**

- Comunicació ràpida i fàcil.
- Facilitat d'adhesió al grup via enllaç.

#### **Punts febles:**

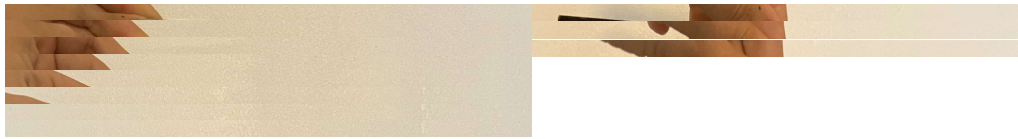
- Si tothom pot intervenir, es poden crear dinàmiques poc adients (que la gent envii informacions alienes al Centre Excursionista del Penedès).
- Els grups són limitats a 256 persones.
- No tothom s'assabenta de l'existència dels grups.

#### 2.1.6.4. Paid media

##### **Calendaris anuals del CEP**

La junta directiva del CEP regala cada any als associats un calendari amb les activitats que realitza l'entitat des del gener al desembre, amb imatges fetes pels socis del CEP d'arreu del territori penedesenc.

Aquest obsequi té un valor sentimental important, ja que fa més de 30 anys que es reparteix via correu postal per les cases dels associats durant les vacances nadalenques. A la *Imatge 16* es mostra un exemple del calendari de l'any 2022.



*Imatge 16. Collage d'imatges del calendari del CEP 2022.*

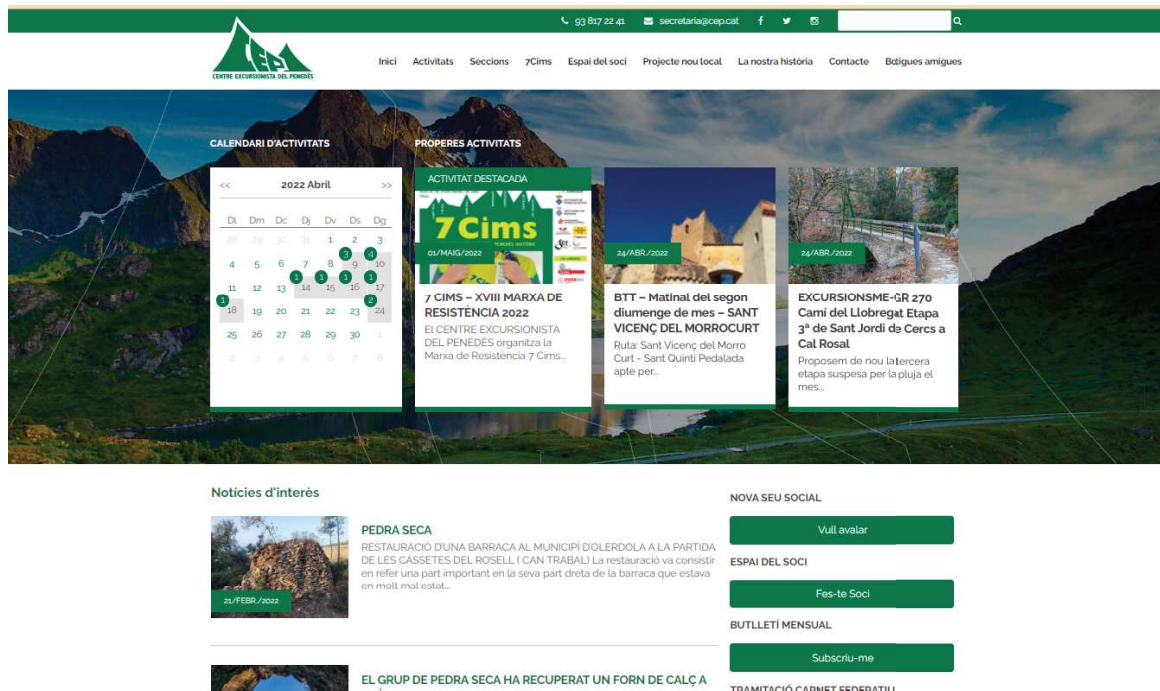
*Font: Centre Excursionista del Penedès, imatges pròpies*

## Domini web

La *home* de [cep.cat](http://cep.cat) presenta una estructura senzilla en l'àmbit gràfic, donant importància al calendari i properes activitats. L'*slider* principal aporta valor visualment, però cal unificar criteris i actualitzar les notícies d'interès.

Les pàgines principals són 7, nombre excessiu. S'hauria de reduir per centrar la informació a les activitats, informacions sobre què és el CEP (missió, valors.. no estan especificats), amb la seva història i "botigues amigues", així com l'apartat de com fer-se soci.

Tanmateix, cal destacar que les xarxes socials no estan ben indicades a la web, ja que el logotip és molt petit i no s'emfatitza prou. Es creu necessari analitzar pàgines web d'altres Centres Excursionistes per tal d'aprendre de les bones praxis i potenciar l'entitat a través de la seva web. Tot i això, s'ha realitzat una anàlisi sobre les visualitzacions de la pàgina web.

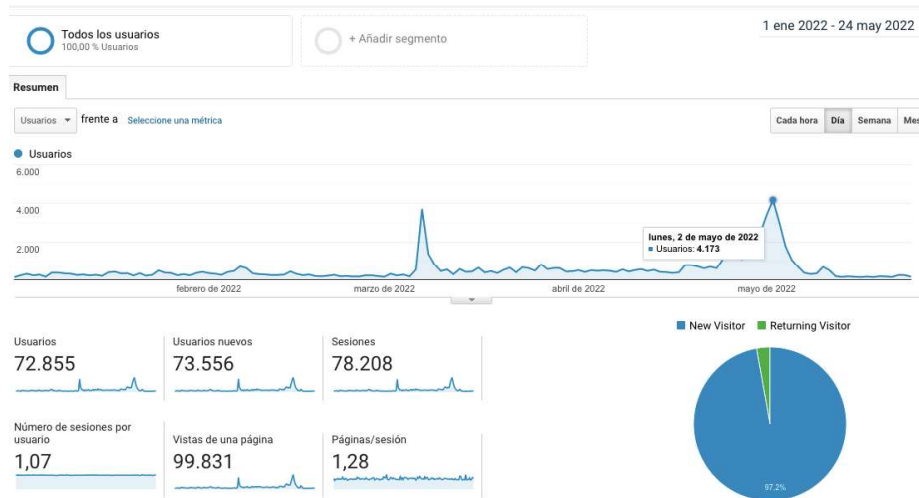


Captura de pantalla de la home del cep.cat

Imatge 17. Font: cep.cat



## Visualitzacions de cep.cat



Imatge 18. Captura de pantalla de les visualitzacions de cep.cat (1 gener // 24 maig 2022)

Font: Google Analytics cep.cat

El nombre de pàgines visualitzades presenta moltes variacions intermensuals, amb dos pics pronunciats al mes de març i maig. Aquest fet s'explica a què l'endemà de la marxa de resistència 7Cims, el dia 2 de maig, es publiquen les imatges dels fotògrafs i els usuaris les consulten.

Al llarg del 2022 van visualitzar la pàgina web 72.855 usuaris i la pàgina més visitada també és la 7Cims, amb les inscripcions, galeria, itinerari, informació, etcètera.

Página	Vistas de una página	Número de vistas de página únicas	Promedio de tiempo en la página	Entradas	Porcentaje de rebote	Porcentaje de salidas	Valor de página
	99.831 % del total: 100,00 % (99.831)	91.200 % del total: 100,00 % (91.200)	00:01:07 Media de la vista: 00:01:07 (0,00 %)	78.208 % del total: 100,00 % (78.208)	90,87 % Media de la vista: 90,87 % (0,00 %)	78,34 % Media de la vista: 78,34 % (0,00 %)	0,00 US\$ % del total: 0,00 % (0,00 US\$)
1. /7-cims-2022/	26.371 (26,42 %)	22.365 (24,52 %)	00:00:39	21.240 (27,16 %)	85,66 %	72,49 %	0,00 US\$ (0,00 %)
2. /	10.438 (10,46 %)	9.052 (9,93 %)	00:00:36	8.419 (10,76 %)	78,66 %	72,32 %	0,00 US\$ (0,00 %)
3. /7-cims-2022-inscripciones/	6.730 (6,74 %)	6.400 (7,02 %)	00:02:16	4.932 (6,31 %)	97,14 %	85,53 %	0,00 US\$ (0,00 %)
4. /7-cims/	4.291 (4,30 %)	3.947 (4,33 %)	00:00:34	3.406 (4,36 %)	93,72 %	79,26 %	0,00 US\$ (0,00 %)
5. /7-cims-2022-galeria/	4.200 (4,21 %)	4.008 (4,39 %)	00:02:50	3.367 (4,31 %)	98,87 %	87,24 %	0,00 US\$ (0,00 %)
6. /7-cims-2022-itinerari/	3.974 (3,98 %)	3.808 (4,18 %)	00:03:15	2.726 (3,49 %)	99,01 %	85,51 %	0,00 US\$ (0,00 %)
7. /7-cims-2022-informacio/	3.398 (3,40 %)	3.241 (3,55 %)	00:01:24	2.349 (3,00 %)	98,98 %	79,13 %	0,00 US\$ (0,00 %)
8. /activitats/2a-cursa-de-muntanya-papir-ol-extrem-2022/	3.204 (3,21 %)	3.051 (3,35 %)	00:03:22	2.938 (3,76 %)	95,30 %	93,38 %	0,00 US\$ (0,00 %)
9. /7-cims-2021/	2.950 (2,95 %)	2.608 (2,86 %)	00:00:57	2.444 (3,12 %)	73,45 %	65,69 %	0,00 US\$ (0,00 %)
10. /activitats/	2.880 (2,88 %)	2.664 (2,92 %)	00:00:32	2.265 (2,90 %)	92,27 %	75,66 %	0,00 US\$ (0,00 %)

Imatge 19. Captura de pantalla de les visualitzacions de cep.cat (1 gener // 24 maig 2022)

Font: Google Analytics cep.cat

### 2.1.6.5. Earned media

#### **Presència als mitjans de comunicació**

Dins els mitjans “earned”, aquells que han estat reconeguts, s’engloben els fets noticiables que han tingut un impacte en mitjans locals.

#### Racó de l’excursionista- setmanari 3d8

En primer lloc, cal emfatitzar en què durant molts anys el Centre excursionista del Penedès ha tingut el seu lloc al setmanari comarcal de pagament el 3d8. Al llarg de més de 30 anys associats a l’entitat van escriure cròniques de les sortides, informar sobre futures activitats... Malauradament, arran la pandèmia es va perdre aquest espai, ja que no s’organitzaven sortides ni actes, i a dia d’avui no s’ha reprès. Es creu necessari reprendre la secció, ja que persones d’edat avançada s’assabentaven de les activitats del Centre a través d’aquest canal de comunicació.

A la *Imatge 20*, s’exemplifica una crònica del racó de l’excursionista.



**EL RACÓ DE L'EXCURSIONISTA**

**ESQUÍ DE MUNTANYA – Val d'Aran**  
Dissabte i diumenge 26 i 27 de gener  
Sortida a les 6,00 de la Benzinera Penedès amb cotxes particulars. Dissabte plantegem l'ascens al Tuc dera Pincela, de 2.534m. Dikarem el cobxe a la Borda dera Lana o Bagergue segons cota de neu i ens dirigirem cap al coll de Varradós seguint la pista cap al cim. Diumenge plantegem l'ascens al Tuc de Parros de 2.727m, un cim de dificultat mitjana-alta. Sortirem de l'aparcament de Beret en direcció el cap dels oibos. La llotjament serà al refugi Juli Soler i Santaló de Salardú.

**RAQUETES DE NEU. ESTANY DE GERBER (Pallars Sobirà)**  
Dissabte i diumenge 26 i 27 de gener  
Sortida, a les 15,15 de l'estació d'Autobusos en cotxes particulars. L'estany de Gerber és un estany d'origen glacial a la capçalera de la vall d'Àneu. És un dels pocs estanys grans (14.4 ha de superfície) no alterats per fobra hidràulica i un dels més profunds (63 m). La conca orientada cap al nord-est té el cim dels Pics de Bassiero (2887 m) com a punt més alt. Està actualment inclòs dintre del Parc Nacional d'Aigüestortes i Estany de Sant Maurici. L'lotjament serà al refugi Juli Soler i Santaló de Salardú.

**EXCURSIONISME. 100 CIMS, MONTALT, 597m (Maresme)**  
Diumenge 27 de gener a les 7,00 a l'estació d'Autobusos, molt erosionat, el substrat ideal per desenvolupar-se amb vigor. Començarem l'excursió al poble d'Arenys de Munt.  
Més informació i inscripcions [www.cep.cat](http://www.cep.cat)

c/Pare Martí Grivé, 11 - Tel. 93 817 22 41 - Vilafranca del Penedès

*Imatge 20. El racó de l’excursionista*

*Font: 3d8*

## Ràdio i TV públiques a Vilafranca- RTVVilafranca i Penedès TV

El CEP ha estat notícia a la televisió pública vilafranquina en diversos moments. Tot i això, arran l'aturada de sortides i activitats amb motiu de la pandèmia no s'han generat notícies. A les *Imatges 21 i 22* es pot apreciar les darreres informacions que podem trobar respecte al CEP a RTVVilafranca a la carta, que són dels anys 2020 i 2019, amb la notícia del suport de l'Ajuntament amb el nou local social i el concert final de la coral.

### **L'Ajuntament de Vilafranca dona suport als nous projectes del Centre Excursionista del Penedès**

Actualitat, Societat · 4 Febrer 2020 · Sergi Anson



A través de diferents convenis l'Ajuntament de Vilafranca donarà suport al projecte de nou local del Centre Excursionista i a diferents activitats que l'entitat du a terme al llarg de l'any.

### **La coral del Centre Excursionista del Penedès tanca el curs amb un lluit concert a l'Auditori**

Actualitat, Cultura, Societat · 18 Juny 2019 · Sergi Anson



La coral del Centre Excursionista del Penedès ofereix un lluit concert per cloure el curs 2018-2019 amb acompanyament de música en directe i repertori molt divers.

*Imatge 21 i 22. Notícies del Centre Excursionista del Penedès a RTVVilafranca*

*Font: RTVVilafranca a la carta*

En la present anàlisi s'ha detectat una davallada important en la presència als mitjans de comunicació en l'àmbit local en els darrers dos anys. Es creu necessari reactivar les informacions enviant notes de premsa amb les activitats realitzades, recuperar la secció "El racó de l'excursionista" al 3d8 i fins i tot créixer amb alguna secció radiofònica explicant les properes activitats al CEP.

## Comentaris

A més de la presència als mitjans de comunicació comarcals, el que genera opinió pública, és a dir els earned media, són els comentaris d'internet.

Cal tenir constància de l'opinió que hi ha a la xarxa, les opinions que es generen i els comentaris que es fan. Per aquest motiu, en primer lloc, s'han analitzat les valoracions del CEP via *Google*, ja que és la primera cerca que apareix en buscar el nom de l'entitat. Tan sols hi ha 13 valoracions, però com s'indica a la *Imatge 23*, aquestes són molt positives, amb una mitjana de 4,7 sobre 5.



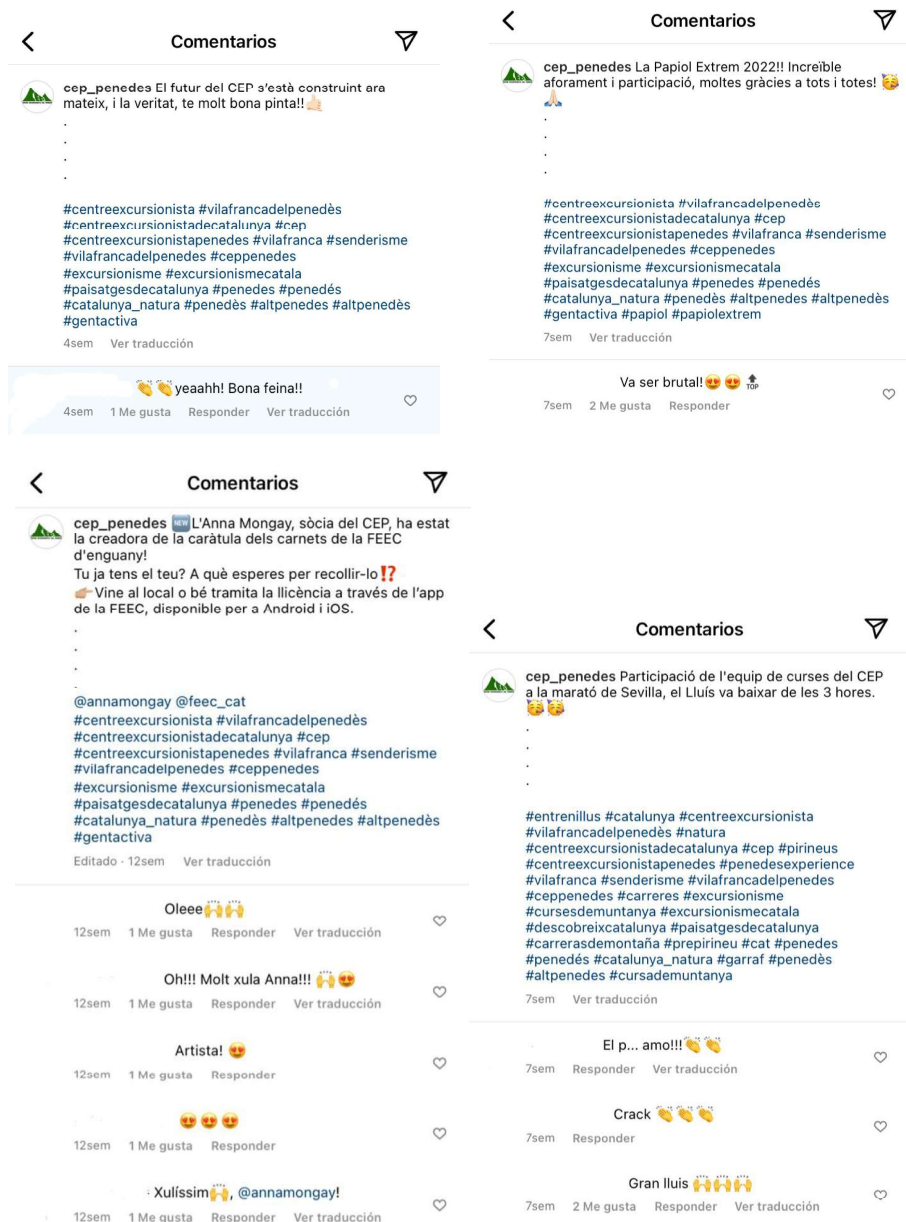
*Imatge 23. Comentaris de Google del Centre Excursionista del Penedès*

*Font: Comentaris de Google (cerca- Centre Excursionista del Penedès)*

Es creu necessari augmentar els comentaris i valoracions a la cerca de *Google*, ja que és la primera informació que apareix en fer la cerca amb el nom de l'entitat.

Pel que fa als comentaris i interacció a les xarxes socials del Centre Excursionista del Penedès, cal incidir en què és gairebé nul·la. Les publicacions quasi mai tenen interacció, però quan els usuaris comenten, sempre són comentaris positius.

A més, s'ha observat que les publicacions en les quals s'anomena o etiqueten a socis/es tenen més comentaris. A les *Imatges 24, 25, 26 i 27* es pot veure la interacció positiva a publicacions d'Instagram.



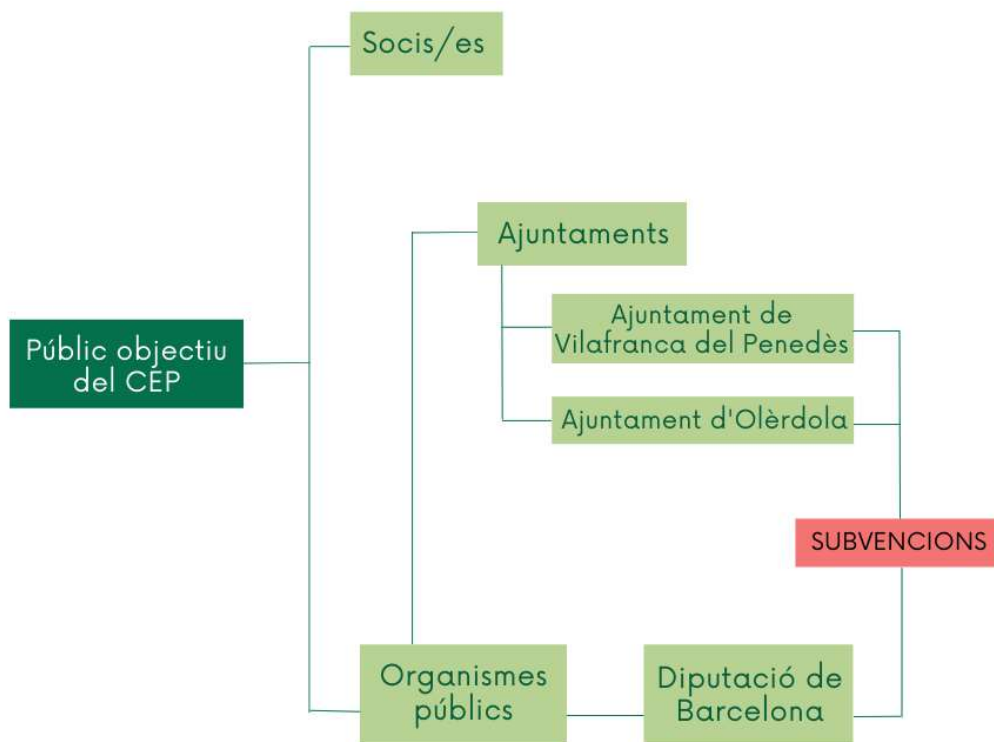
Imatges 24, 25, 26 i 27

Font: Instagram del Centre Excursionista del Penedès

### 2.1.7. Públic objectiu

El públic objectiu del CEP són els socis (analitzats en l'apartat 2.1.8.), però també organismes públics com els Ajuntaments del Penedès o la Diputació de Barcelona per a possibles subvencions.

Les accions que es duen a terme s'han de realitzar tenint en compte aquesta dualitat de públics i sense deixar de costat als organismes públics. A la *Imatge 28* s'exemplifica un esquema senzill sobre el públic objectiu del CEP sobre el qual incidir.



*Imatge 28. Públic objectiu del CEP*

*Font: elaboració pròpia*

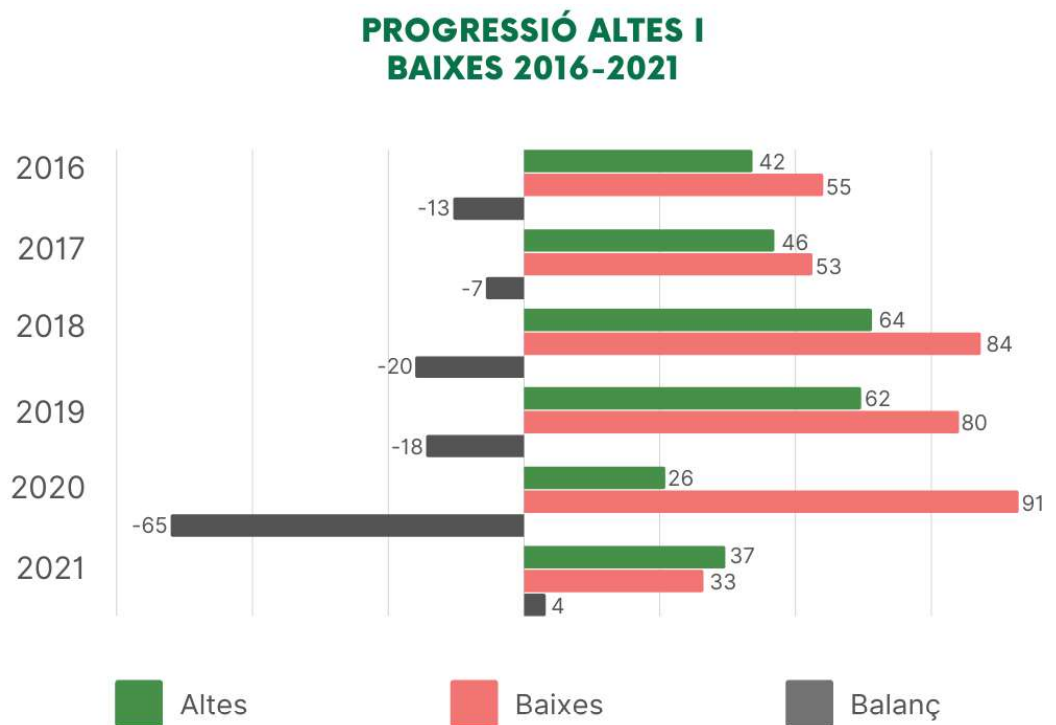


### 2.1.8. Anàlisi socis/es

Hi ha més d'un miler de persones associades al Centre Excursionista del Penedès. Les dades sobre aquestes es gestionen des del programari Playoff, un programa de gestió per associacions, clubs, federacions o acadèmies. A partir del programari, a part de poder gestionar els pagaments en línia, es poden crear esdeveniments i apuntar-se a aquests. Tanmateix, agilitza el procés de tramitació de llicències federatives (FEEC i FEDME) i manté un control de la base de dades d'associats.

D'aquesta manera, a partir de Playoff s'han pogut extreure les dades representades a la *Imatge 29*.

#### 2021: Llum al final del túnel



*Imatge 29. Altes, baixes i balanç d'associats 2016- 2021*

*Font: Centre Excursionista del Penedès a partir de Playoff*

A la *Imatge 29* es percep com des de l'any 2016 fins al 2020 el balanç d'altres i baixes d'associats al Centre Excursionista del Penedès sempre havia estat negatiu. Per aquest precís motiu, l'any 2018 es va decidir tirar endavant el projecte de la nova seu social; era qüestió de renovar-se o morir.



És cert que la pandèmia no ha ajudat al CEP, de fet l'any 2020 marca les xifres més dolentes de la història del Centre amb 91 baixes. Al llarg d'aquest període no es va organitzar cap activitat i la gent no podia sortir a la muntanya, de manera que no els aportava beneficis pagar una quota per un servei que no estaven rebent. Després d'uns anys amb un balanç d'associats negatiu, aquest ara és positiu, hi ha més altes que baixes. La pandèmia ha causat que la gent tingui ganes de sortir a la muntanya, fet que provoca que hi hagi més accidents, per l'augment de turisme de proximitat i activitats a l'aire lliure.

Tal com indica la notícia de *El punt avui* publicada el dia 28 d'agost de 2021 - *Imatge 30*, es pot percebre com augmenten un 40% els rescats a la natura en comparació amb les mateixes dates del 2019, abans de la pandèmia.



*Imatge 30. Captura de pantalla de la Notícia El Punt avui*

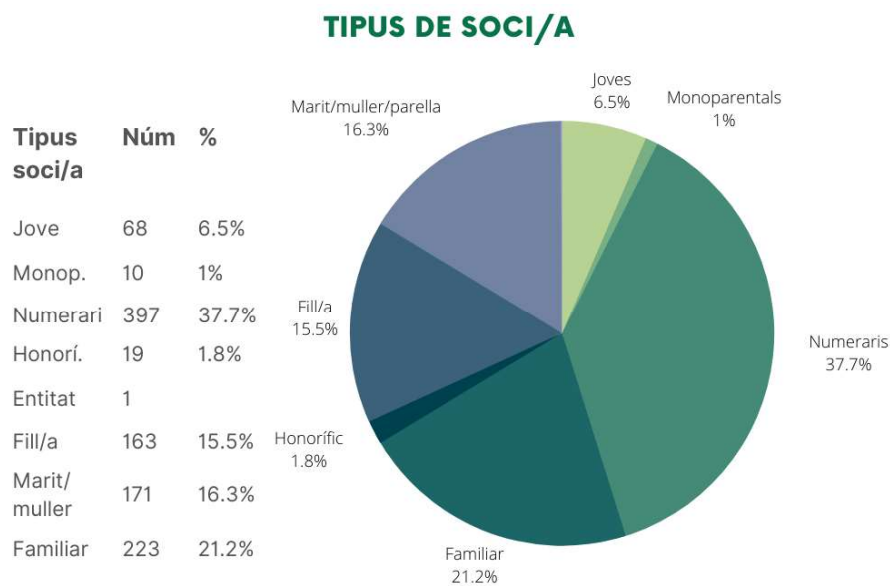
*Font: El punt avui, 28/08/2021*

Tenint en compte que per tenir la llicència federativa que cobreix els rescats cal estar associat/da a una entitat afiliada a la *Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya FEEC* o a la *Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada FEDME*, un gruix important de gent va considerar oportú associar-se al CEP.

## Segons tipus d'associats

El el següent punt es fa una distinció segons el tipus de soci, *Imatge 29*, per aquest motiu es fa un aclariment dels grups dividits.

- Soci/a jove: Persones associades al CEP que comprenen la franja d'edat d'entre 16 i 30 anys.
- Soci/a Monoparental: Persones associades al CEP amb un sol membre de la família a càrrec (Pare o mare + fills fins als 18 anys).
- Numerari/a: Persones associades al CEP majors de 30 anys.
- Honorífic: Persones associades al CEP des de fa més de 40 anys (abans del 1982) i amb més de 70 anys (no paguen cap quota com a reconeixement).
- Entitat: Entitats associades al CEP.
- Fill/a: Persona associada al CEP menor de 16 anys.
- Marit/muller: Persones associades al CEP que tenen la seva parella sentimental, marit o muller associat/da al centre.
- Familiar: Persones associades al CEP en mode familiar (parella+ fills fins als 18 anys).



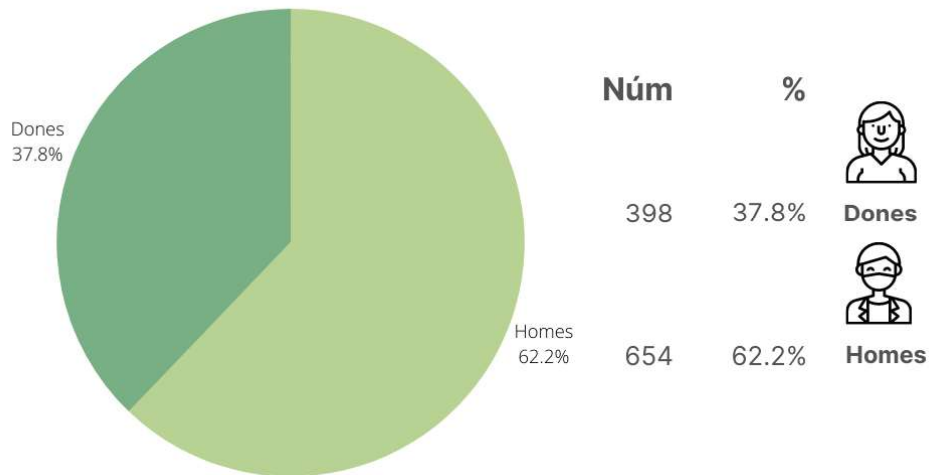
*Imatge 31. Percentatge segons tipus d'associats (2022)*

*Font: Centre Excursionista del Penedès a partir de Playoff*

Tal com s'indica a la *Imatge 31*, la major part de persones associades són numeraris (un 37.7%), és a dir persones individuals majors de 30 anys. Tanmateix, més d'una cinquena part dels associats són un públic familiar, amb fills i parella. Tan sols un 1% (deu persones) són monoparentals, i només un 6.5% del total són joves entre 16 i 30 anys.

## Més de la meitat dels associats són homes

### PERCENTATGE PER GÈNERE



Imatge 32. Percentatge per gènere d'associats/des actuals (2022)

Font: Centre Excursionista del Penedès a partir de Playoff

Les dades representades a la Imatge 32, demostren que més del 60% de persones associades al Centre Excursionista del Penedès són homes.

D'un total de 1.052 socis/es, 654 són homes i només 398 són dones. La xifra demostra que cal incidir en què col·lectiu femení s'associï al CEP per aconseguir tenir paritat dins el Centre, i que aquest reflecteixi la realitat de la societat.

### 2.1.9. Entitats col·laboradores i botigues amigues

El Centre Excursionista del Penedès és una entitat arrelada a Vilafranca del Penedès que ha col·laborat en diverses ocasions amb organitzacions de la comarca, ja sigui deixant l'arc inflable pel punt de sortida i arribada de curses, tal com es pot veure a la *Imatge 33* o organitzant actes conjuntament.



*Imatge 33. Bicicletada en record a Jordi Figueres Roma (24/10/2021)*

*El CEP va col·laborar deixant l'arc inflable*

*Font: Blai Verge*

En el següent punt es focalitza en les entitats que han anat de la ma del Centre Excursionista en els últims cinc anys per poder fer un panorama de la implicació del CEP amb altres organitzacions vilafranquines. Tanmateix, s'adjunta el llistat de les botigues amigues al Centre Excursionista del Penedès.

### 2.1.9.1. Entitats col·laboradores

#### 2.1.9.1.1. Vinseum

El Vinseum és el museu de les cultures del vi de Catalunya, es tracta del primer museu de vi d'Espanya (des de 1945). Ubicat al centre de Vilafranca del Penedès, dins un antic palau medieval del segle XII el Vinseum ofereix als visitants un recorregut des dels orígens a la vinya fins la degustació final amb una copa de vi. A la *Imatge 34* es mostra el Vinseum.



*Imatge 34. Vinseum, museu de les cultures del vi de Catalunya.*

*Font: turismevilafranca.com*

Amb més de vuitanta anys de trajectòria, el Vinseum ha estat en diverses ocasions vinculat amb el Centre Excursionista del Penedès. Tal com s'ha exposat al punt d'orígens i història del CEP, l'any 1944 l'edifici històric va aixoplugar el CEP i va ser la seva seu social.

Tanmateix, actualment des del CEP s'organitzen activitats com projeccions, presentacions o rodes de premsa dins l'edifici del Vinseum. Tal com podem veure al twit publicat pel Vinseum a la *Imatge 35*, a sala d'actes del museu és un espai ampli al centre de Vilafranca que fa la funció que farà en un futur la nova seu social.



*Imatge 35. Captura de pantalla del twit de @vinseum sobre la 2a sessió del XXVII Cicle d'Audiovisuals de Muntanya organitzat pel Centre Excursionista del Penedès.*

*Font: <https://twitter.com/vinseum>*



### 2.1.9.2. Creu Roja Alt Penedès

L'organització no governamental (ONG) Creu Roja és un moviment humanitari mundial que actua per ajudar a les persones a nivell de socors, inclusió social, ocupació, salut, educació, medi ambient, activitat internacional, però també a nivell local. En diverses ocasions el CEP a col·laborat amb l'entitat amb un objectiu comú: ajudar a partir del voluntariat.

Creu Roja Alt Penedès organitza una recollida de joguines a Vilafranca del Penedès, i el CEP hi dona suport fent difusió a través de les xarxes socials i col·laborant en la mateixa recollida. Tanmateix, tal com es pot percebre a la *imatge 36*, el CEP ha estat en diverses ocasions el punt de venda de butlletes per destinar recursos a projectes d'educació, ocupació, medi ambient, activitat internacional, socors, inclusió social, etc.



*Imatge 36. Captura de pantalla: col·laboració del CEP en una activitat de la Creu Roja Alt Penedès*

*Font: Facebook Creu Roja Alt Penedès*

La intenció, amb l'obertura del nou local del Centre Excursionista del Penedès, és poder fer cursos i formacions en col·laboració amb la Creu Roja Alt Penedès.

### 2.1.9.3. Penedès Verd

Penedès Verd és un projecte altruista que neix arran la iniciativa de tres joves esportistes vilafranquins per netejar els entorns de la comarca de l'Alt Penedès, l'objectiu és preservar la flora i la fauna del paisatge retirant les deixalles que l'embruten i l'amenacen.

El Centre Excursionista del Penedès dona suport a les trobades del moviment, que organitza convocatòries entre la ciutadania per netejar els espais naturals, ho justifica la notícia de l'Ajuntament d'Olièrdola, *Imatge 37*.



AJUNTAMENT ▾

TRANSPARÈNCIA

SEU ELECTRÒNICA

TURISME ▾

SERVEIS MUNICIPALS ▾

GUIA



## LA TERCERA TROBADA DE "PENEDÈS VERD" NETEJARÀ DE DEIXALLES LA MUNTANYETA AQUEST DIUMENGE

L'acció és oberta a tothom i es preveu fer entre les 9.00 i les 13.00h

dijous 08 abril 2021

El moviment mediambiental "Penedès Verd" convoca aquest diumenge la seva tercera "Trobada verda" amb l'objectiu de netejar un espai natural de la comarca. L'indret triat és la finca municipal de la Muntanyeta d'Olièrdola, entre les 9 del matí i la una del migdia. Tal i com exposava un dels tres promotors de Penedès Verd, Eduard Rovira, es segueix la línia de les altres dues trobades i es fa una crida per recollir brossa en un espai natural. En el cas de diumenge, es preveuen dos punts de recepció de les deixalles que es recullin: a l'aparcament de la Muntanyeta i prop de la deixalleria.(àudio)

En la primera trobada, al Pi de la Serreta, van ser una cinquantena els participants. En la segona, els voluntaris que van netejar de brossa la muntanya de Sant Pau ja van ser 120. Tenint en compte aquests precedents, s'espera que aquest diumenge hi hagi una gran assistència. Per a fer-ho possible, Penedès Verd ha comptat amb el suport del **Centre Excursionista del Penedès**, dels ajuntaments d'Olièrdola i Vilafranca, així com d'entitats com les ADF Rossend Montané d'Olièrdola i La Carrerada o de l'Ateneu Mogenc Fem Poble.

A més de recollir brossa i netejar un espai natural, Penedès Verd té el propòsit principal de fomentar consciència mediambiental.(àudio)

Per participar en la recollida de brossa, es recomana portar guants de roba i anar



**DIUMENGE 11 ABRIL**  
**LA MUNTANYETA**  
(Sant Miquel d'Olièrdola)



**III TROBADA VERDA**  
**DE 9 A 13H - VINE QUAN VULGUIS**  
SOM UN MOVIMENT, SOM LLUM.

Segueix-nos a  
@penedesverd f  
penedesverd@gmail.com

Col·laboradors:  


*Imatge 37. Notícia Penedès Verd amb el suport del Centre Excursionista del Penedès*

*Font: Ajuntament d'Olièrdola*



#### 2.1.9.4. Bosc Verd

Bosc verd (CEBV) és un col·lectiu ecologista de la comarca de l'Alt Penedès. Associat amb Ecologistes de Catalunya (EdC) és una entitat independent sensibilitzada pel medi ambient.

Els objectius del col·lectiu coincideixen amb els del Centre Excursionista del Penedès: protecció i millora del medi ambient, la salut dels boscos, gestió de residus o la conscienciació ciutadana. Pretenen canviar les estructures socials i econòmiques actuals i 'crear una societat igualitària i ecològicament sostenible'.

En diverses ocasions s'han organitzat caminades conjuntes, sota l'objectiu de preservar l'entorn de la comarca penedesenca. Es pot veure exemplificat en la *Imatge 38* de la caminada solidària amb la Marató de TV3 organitzada pel Centre Excursionista del Penedès, el Centre d'Estudis Penedesencs i el Col·lectiu Bosc Verd amb la participació de 80 caminadors.



*Imatge 38. Caminada solidària amb la Marató de TV3 organitzada pel Centre Excursionista del Penedès, el Centre d'Estudis Penedesencs i el Col·lectiu Bosc Verd amb la participació de 80 caminadors.*

Font: [boscvverd.org](http://boscvverd.org)

### 2.1.9.5. Institut d'estudis Penedesencs

L'Institut d'estudis Penedesencs és una entitat amb més de quaranta anys d'història que treballa en la investigació, estudi i divulgació del patrimoni cultural, històric i científic del Penedès històric (Comarques de l'Alt Penedès, Baix Penedès i Garraf).

El Govern de Catalunya li va atorgar la Creu de Sant Jordi l'any 2014, "per l'interès de la tasca que du a terme aquest centre, dedicat a l'estudi, la promoció i la difusió del patrimoni cultural, històric i científic de les comarques de l'Alt Penedès, el Baix Penedès i el Garraf. A partir del 1977 ha projectat amb eficàcia aquest espai al conjunt del país, des del suport de la societat i la col·laboració amb les administracions" (Generalitat de Catalunya, 1 d'abril de 2014).

La secció de pedra seca del Centre Excursionista del Penedès col·labora constantment amb l'IEP (Institut d'estudis Penedesencs), ja que l'objectiu d'ambdues organitzacions és preservar el territori de la comarca en l'àmbit de patrimoni cultural i històric a la natura. El desembre de 2021 es va realitzar una exposició al Vinseum sobre les construccions fetes amb pedra seca a Catalunya en col·laboració entre el CEP i l'IEP. Ràdio Televisió Vilafranca i el canal de *Youtube* de l'Institut d'Estudis Penedesencs mostren la col·laboració entre entitats a les *Imatges 38 i 39*.

#### El Vinseum acull una exposició sobre les construccions fetes amb pedra seca a Catalunya

Fins el proper 9 de gener, el Vinseum acull l'exposició titulada «Tota pedra fa paret», un recull fotogràfic i divulgatiu sobre la tècnica arquitectònica tradicional de la pedra seca.

A través de panells i de diferents elements, l'exposició documenta algunes de les principals construccions que hi ha repartides pel país fetes amb aquesta tècnica que ha aconseguit sobreviure al pas del temps. La mostra ofereix una àmplia panoràmica sobre el llegat de la pedra seca i posa èmfasi també en les variants tipològiques més habituals i en la diversitat territorial.

L'exposició repassa la realitat del conjunt del país, però també s'hi pot veure informació específica sobre la pedra seca al Penedès. Aiximateix, s'hi poden veure diferents tipus de pedra amb les quals s'han construït la major part dels elements arquitectònics detallats en les fotografies.

La inauguració de l'exposició va reunir una cinquantena de persones al Vinseum amb la presència del regidor de Cultura de l'Ajuntament, Ricard Rafecas.



Institut d'Estudis Penedesencs  
127 subscriptores

Reportatge sobre la pedra seca al Penedès, amb motiu de l'exposició sobre construccions fetes amb pedra seca a Catalunya, oberta al Vinseum de Vilafranca del Penedès entre els dies 26 de novembre de 2021 i el 9 de gener de 2022.

MOSTRAR MÁS

*Imatges 39 i 40. Notícia exposició pedra seca- col·laboració CEP i IEP*

Font: [RtvVilafranca](#) i canal de [Youtube](#) de l'Institut d'Estudis Penedesencs

### 2.1.9.2. Botigues amigues

Al llarg dels anys el Centre Excursionista del Penedès ha anat teixint xarxa en l'àmbit local i ha aconseguit tenir un llistat complet d'establiments i comerços de la comarca que ofereixen descomptes i avantatges per col·laborar amb l'entitat.

A continuació, a la *Taula 4*, es mostra un recull d'aquests avantatges.

ESTABLIMENT	DESCOMPTE
<b>Casals</b>	<b>Calçat - Vilafranca del Penedès</b>
	10% Botiga Adults i 5% Botiga Nens
<b>Fisioteràpia Monica Guilera</b>	<b>Centre de fisioteràpia - Vilafranca del Penedès</b>
	33 € sessió
<b>Dr. Adolf Descalzi (Fisioteràpia Monica Guilera)</b>	<b>Cardiologia - Vilafranca del Penedès</b>
	30% en revisió cardiològica
	30% proves d'esforç
<b>Cicles Catalunya</b>	<b>Botiga de bicicletes - Vilafranca del Penedès</b>
	10% components bicicleta, 10% accessoris i tèxtil
<b>CAV</b>	<b>Club Atletisme de Vilafranca</b>
	Matrícula gratuïta
<b>La Balança</b>	<b>Botiga d'aliments naturals - Vilafranca del Penedès</b>
	5% de descompte en compres superiors a 10€
<b>Miostaff</b>	<b>Clínica de fisioteràpia - Vilafranca del Penedès</b>
	10% Fisioteràpia, 10% Indiba, 10% Osteopatia, 20% suplementació esportiva
<b>Optica Roig</b>	<b>Óptica - Vilafranca del Penedès</b>
	15% ulleres de sol esportives, 40% progressius, fins 50% muntures, primera adaptació Ortok de 850€, lents monofocals 55€
<b>Albet i Noya</b>	<b>Celler</b>
	2x1 visites entre setmana, 15% en vins al celler, 10% botiga online
<b>Fisioteràpia El Centre</b>	<b>Fisioterapeuta - Vilafranca del Penedès</b>
	20% descompte en sessió de fisioteràpia

<b>Cal Vicentó</b>	<b>Performeries i adrogueria - Vilafranca Pdès, Vilanova i la Geltrú, Sant Sadurní d'Anoia</b>
	5% descompte
<b>Joguines de fusta, Cistelleria Mestres</b>	<b>Joguines de fusta i cistelleria - Vilafranca del Penedès</b>
	10% en tots els productes que no estiguin en promoció o oferta
<b>Foto Penedès</b>	<b>Botiga de material fotogràfic - Vilafranca del Penedès</b>
	10% descompte en impressió digital, ampliacions, foto csarnet, estudi i xarxes
<b>Impremta Esteva</b>	<b>Impremta - Vilafranca del Penedès</b>
	10% descompte compres superiors a 15€ en articles de papereria o regal.
<b>Làmpares Vilafranca</b>	<b>Botiga d'il·luminació - Vilafranca del Penedès</b>
	Descompte 10% amb compres superiors a 100€
<b>La Cultural Llibreria</b>	<b>Llibreria - Vilafranca del Penedès</b>
	Descompte 5% en llibres
<b>Xerigots</b>	<b>Formatgeria - Vilafranca del Penedès</b>
	Descompte de 5€ en 1 visita i 1 tast a l'Obrador (tast 5 vins i 20 formatges)
<b>Torrans Garcia Sirvent</b>	<b>Torrans artesans - Vilafranca del Penedès</b>
	10% de descompte de tots els nostres productes de torrons i dolços Nadal
<b>Snow Fun</b>	<b>Botiga d'esquí - Vilafranca del Penedès</b>
	15% descompte roba, calçat i complements
<b>Carnisseria J. Codorniu</b>	<b>Carnisseria - Santa Margarida i els Monjos</b>
	5% de descompte en compres superiors a 25€
<b>Entrem Outlet</b>	<b>Botiga roba, calçat i complements - Vilafranca del Penedès</b>
	10% compres superiors a 25€
<b>Giro Ribot</b>	<b>Celler</b>
	5% compres celler + ampolla de vi de regal si es fa visita guiada 2 persones

<b>Canals &amp; Munné</b>	<b>Celler</b>
	Visita caves gratis + 3 tastos + copa regal per quedar-se a dinar al restaurant.
<b>Caves Hill</b>	<b>Celler</b>
	15% descompte en caixes 6 unitats
<b>Planas Albareda</b>	<b>Celler</b>
	10% de descompte compres superiors 20€
<b>Colet</b>	<b>Celler</b>
	10% de descompte
<b>Eudald Massana Noya</b>	<b>Celler</b>
	10 % de descompte en vi, 20% de descompte en cava i 5% Enoturisme
<b>Muscàndia</b>	<b>Celler</b>
	visita completa a vinyes + celler + degustació totalment gratuïta i lliure
<b>Ros Marina Viticultors</b>	<b>Celler</b>
	visita al Celler + tast de 2 vins per persona + descompte 5% en compres
<b>Sumarroca</b>	<b>Celler</b>
	15% de descompte a la botiga online amb el codi <b>CEP15</b> 15% per a les activitats enoturístiques i compra a la botigs del celler
<b>Resolargrip</b>	<b>Taller reparació botes - Terrassa (enviament a domicili)</b>
	10% en botes trekking i alpines i 15% sabatilles trail running i peus de gat
<b>Covides</b>	<b>Celler</b>
	5% descompte en vins i caves

Taula 4. Botigues amigues del CEP













Font: interna Centre Excursionista del Penedès, elaboració pròpia.

A partir de la taula podem extreure que un total de 32 comerços col·laboren amb el Centre Excursionista del Penedès. La major part d'establiments són cellers de la comarca, tot i que també hi ha comerços diversos com servei de fisioteràpia, botigues de roba o calçat, d'alimentació, llibreries, impremtes o fins i tot un club d'atletisme.

Destacar que tots els establiments col·laboradors connecten amb els principis del Centre Excursionista del Penedès; en primer lloc, la voluntat de promoure el comerç de proximitat, l'ecologisme, l'esport i el territori.

Tanmateix, elaborant el present treball s'ha detectat que a la web del CEP no està actualitzat el llistat de botigues amigues, només es mostren 12 dels 32 establiments col·laboradors, tal com es pot veure a la *Imatge 41*.

Per ser soci també gaudiràs de descomptes en botigues, centres esportius i de salut de la Vila. **IMPORTANT:** Per gaudir d'aquets decompdes t'has d'identificar com a soci del CEP.

		
	15% Dte ulleres de sol esportives (Rudyproject, Nike, Cobé, Botlé). Dte en ulleres (40% progressius, muntures fins a un 50%. Adaptacions Ortok (850€ la primera adaptació) 55€ Lents monofocals. Lents de contacte diaries(Caixa de 30LC esferiques 19,00€	10% Dte fisioteràpia. 10% Dte en Indibal(Fisioteràpia) 10% Dte osteopatia 10% Dte en Indibal(Fisioestètica). 20% Dte suplementació esportiva.
		
5% Dte compres superiors a 10€		Sessió fisioteràpia 30€
		
	10% Dte components bicicleta 10% Dte.accessoris i textil. Dte.Cursos(organitzats al CEP)	MATRICULA GRATUÏTA
		
		30% Revisió Cardiològica. 30% Proves d'esforç.

Imatge 41. Captura de pantalla de l'apartat Botigues amigues del CEP

Font: [cep.cat/botigues-amigues](http://cep.cat/botigues-amigues)



### 2.1.10. Anàlisi de serveis i activitats

El següent apartat pretén analitzar els serveis i activitats que realitza el Centre Excursionista del Penedès anualment, amb l'objectiu de tenir una memòria de tot el que s'ofereix als clients cada any.

Els serveis que s'ofereixen s'han classificat en: lloguer de material, merchandising, biblioteca i servei d'atenció personalitzada per part de secretaria. Pel que fa a les activitats, s'ha realitzat un document excel amb el llistat d'activitats que es realitzen mensualment.

#### 2.10.1. Anàlisi de serveis CEP

##### - Lloguer de material

Els socis/es del CEP poden llogar material de l'entitat a uns preus simbòlics que s'indiquen a la web del Centre excursionista del Penedès i a la *Imatge 42*.

Els preus pretenen ser accessibles per a tothom, tot i que s'ha de pagar una fiança de 20 € a més de la tarifa corresponent per garantir el bon manteniment del material. Destacar que només els socis del CEP poden gaudir del material de l'organització, i que aquests només poden llogar dues unitats de cada material al cap de setmana.

##### Lloguer de material

Material (Cap de setmana)	Preu	Fiança
Pals	5,00€	20,00€
Grampons	8,00€	20,00€
Piolet	5,00€	20,00€
Raquetes de neu (infantils)	5,00€	20,00€
Raquetes de neu	8,00€	20,00€
Raquetes de neu + Pals	10,00€	30,00€
Pala + sonda + Arva	15,00€	50,00€
Piolet + Grampons	10,00€	30,00€

- El material del CEP és d'ús exclusiu pels socis.
- El lliurament del material llogat suposa l'abonament de la fiança i tarifa corresponent.
- La fiança serà retornada un cop revisat el material. Ha d'estar net i en bon estat.
- El material s'ha de tornar sec i net, si no, no es tornarà la fiança.
- Cada soci podrà llogar un màxim de dues unitats de cada tipus de material.

*Imatge 42: Preus del lloguer de material*

Font: [cep.cat/espai-del-soci](http://cep.cat/espai-del-soci)

## - Marxandatge

Des del CEP es venen algunes peces de roba de l'entitat, com a Merxandatge. Tot i això mai s'ha fet una memòria dels diferents materials que estan a la venda. Per aquest motiu en el present apartat s'engloba tot el marxandatge del CEP, a les *Imatges 43, 44 i 45*.

### **Samarreta tècnica: 20€**



*Imatges 43 i 44: Samarreta tècnica CEP*

*Font: elaboració pròpia*

### **Buff: 5€**



*Imatge 45: Buff del CEP*

*Font: elaboració pròpia*

## - Biblioteca

El CEP compta amb una biblioteca a la seu social més de 1500 exemplars: entre revistes, ressenyes, mapes, i llibres de muntanya que els socis poden demanar en préstec.



*Imatges 46 i 47: Biblioteca del CEP*

*Font: elaboració pròpia*

- **Servei d'atenció personalitzada**

Un dels altres serveis que s'ofereixen al Centre Excursionista del Penedès és l'atenció als socis d'una manera personalitzada. Els dilluns, dimecres i divendres (de 19:30 h a 21:00 h) dues persones encarregades de secretaria atenen els dubtes, comptabilitzen altes d'associats i coordinen els correus i la base de dades de socis/es.

És essencial oferir un contacte humà en una associació com el Centre Excursionista del Penedès, ja que és una entitat a nivell local/comarcal que organitza un centenar d'activitats. La comunicació no és només el *mailing*, les xarxes socials o la imatge gràfica.

Comuniquem des del moment que entrem al local del Centre, i des que intercanviem les primeres paraules amb les persones de secretaria. Es valora positivament el servei d'atenció a socis per part de secretaria però s'ha detectat una manca de suports informatius que cal cobrir. Tríptics sobre què és el CEP, quines seccions hi ha i quins són els avantatges per a futurs socis.

### 2.1.10.2. Activitats que realitza el CEP

Després de classificar les activitats que realitza el Centre Excursionista del Penedès anualment en la *Taula 5*, s'ha pogut comptabilitzar que pel 2022 hi ha programades 84 activitats a més de les sortides que duen a terme les seccions setmanalment. Així doncs, es pot confirmar que el CEP organitza un centenar d'actes, sortides, formacions i activitats en general anualment. Aquest fet suposa que el Centre Excursionista del Penedès sigui una de les entitats amb més oferta d'activitats a la comarca per a públic divers.

A la *Taula 5* s'ha fet una diferenciació per colors per tal de diferenciar la temàtica de les activitats (per ordre); color salmó: excursionisme, blau cel: activitats familiars i populars, lila: dona alpina del Penedès (DAP), gris fosc: esquí de muntanya, gris clar: raquetes de neu, taronja fosc: joves, verd: btt, blau clar: projeccions, groc: curses de muntanya, taronja: infantil, vermell: Sant Jordi, marró: +2000, groc fosc: caminades esportives.

Nº mes	Mes	Dia/es	Activitat
<a href="#">SORTIDA VETERANS. Cada dimecres. (Més info a <a href="http://www.cep.cat">www.cep.cat</a>)</a>			
<a href="#">EQUIP DE CURSES. Entrenillus cada dijous del 16-09-2021 al 26-05-2021 i del 15-09-2021 al 30-12-2022 a les 19:30h. Sortides des de Vilafranca. (Més info a <a href="http://www.cep.cat">www.cep.cat</a>)</a>			
<a href="#">EQUIP DE CURSES. Entrenillus d'estiu del 02-06-2022 al 29-07-2021, cada dijous a les 19:30h. Sortides pel Penedès (Més info a <a href="http://www.cep.cat">www.cep.cat</a>)</a>			
<a href="#">CAMINADES ESPORTIVES. Cada dimarts i dijous de 19:00h. a 21:00h. (Més info a <a href="http://www.cep.cat">www.cep.cat</a>)</a>			
Nº mes	Mes	Dia/es	Activitat
1	GENER	30	EXCURSIONISME - Ruta del riu Llobregat GR-270 - Etapa 2
1	GENER	9	CAMINADA, PEDALADA I CURSA AMB ESMORZAR POPULAR PER PAIR ELS TORRONS - Cim de la Creueta 526 m. a la serra d'Ordal
1	GENER	28-30	DAP - Esquí de muntanya a la Cerdanya
1	GENER	15-16	ESQUÍ DE MUNTANYA - Andorra
1	GENER	22-23	JOVE - Formació Alpinisme
1	GENER	23	RAQUETES DE NEU - Puig d'Estela 2013m. (Ripollès)
2	FEBRER	13	BTT - Matinal segon diumenge de mes
2	FEBRER	19	EXCURSIONISME - Ruta del riu Llobregat GR-270 - Etapa 3
2	FEBRER	11-13	DAP - Formació Alpinisme II
2	FEBRER	05-06	ESQUÍ DE MUNTANYA - Vall d'Aran
2	FEBRER	19-20	JOVE - Formació Esquí de Muntanya
2	FEBRER	4	PROJECCIONS I RESSOPÓ
2	FEBRER	20	RAQUETES DE NEU - Comabona 2548m. (Berguedà)
2	FEBRER	6	CURSES DE MUNTANYA - Cursa Papiol Extrem
3	MARÇ	13	BTT - Matinal segon diumenge de mes
3	MARÇ	13	EXCURSIONISME - Ruta del riu Llobregat GR-270 - Etapa 4
3	MARÇ	27	EXCURSIONISME - Excursió temàtica matinal
3	MARÇ	11-13	DAP - Formació Alpinisme III
3	MARÇ	05-06	ESQUÍ DE MUNTANYA - Travessa Pallars
3	MARÇ	12-13	JOVE - Esquí de muntanya
3	MARÇ	4	PROJECCIONS I RESSOPÓ -
3	MARÇ	27	RAQUETES DE NEU - Monturull 2760m. (Alt Urgell)
3	MARÇ	8	CURSES DE MUNTANYA - Entrenillu del dia de la Dona
4	ABRIL	10	BTT - Matinal segon diumenge de mes
4	ABRIL	10	EXCURSIONISME - Caminada de Rams - Penedès de Nord a Sud
4	ABRIL	24	EXCURSIONISME - Ruta del riu Llobregat GR-270 - Etapa 5
4	ABRIL	14-18	COLÒNIES SETMANA SANTA 2021
4	ABRIL	24	INFANTIL - Miravinyes del Penedès
4	ABRIL	08-10	DAP - Formació esquí de muntanya i descens neus no tractades
4	ABRIL	09-10	ESQUÍ DE MUNTANYA - Pica d'Estats
4	ABRIL	09-10	JOVE - Esquí de muntanya
4	ABRIL	23	SANT JORDI-Parada del líbre de muntanya



5	MAIG	8	BTT - Matinal segon diumenge de mes
5	MAIG	1	7 CIMS
5	MAIG	29	EXCURSIONISME - Ruta del riu Llobregat GR-270 - Etapa 6
5	MAIG	29	INFANTIL - Miravinyes del Penedès
5	MAIG	7	DAP - Via ferrada
5	MAIG	21-22	JOVE - Formació via llarga
5	MAIG	19	ASSEMBLEA GENERAL DE SOCIS
5	MAIG	22	BTT-BTT-O Penedès 2022
6	JUNY	12	BTT - Matinal segon diumenge de mes
6	JUNY	18-19	BTT de cap de setmana
6	JUNY	25-26	EXCURSIONISME - Travessa del Montseny
6	JUNY	11-12	DAP - Formació crestes
6	JUNY	25-26	JOVE - Cotiella 2912m.
6	JUNY	11-12	+2000 - Vall d'Aran
6	JUNY	7	28è CICLE DE PROJECCIONS-1a projecció
6	JUNY	14	28è CICLE DE PROJECCIONS-2a projecció
6	JUNY	21	28è CICLE DE PROJECCIONS-3a projecció
6	JUNY	28	28è CICLE DE PROJECCIONS-4a projecció
6	JUNY	11	CURSES DE MUNTANYA - Entrenillu d'alçada.
7	JULIOL	10	BTT - Matinal segon diumenge de mes
7	JULIOL	24	EXCURSIONISME - Pic de Certascan
7	JULIOL	02-03	CAMINADES ESPORTIVES-Ruta circular Pic d'Amitges i Pic Bassiero a la Vall d'Aran.
7	JULIOL	01-03	DAP - Cresta Pirineus
7	JULIOL	16-17	JOVE - Travessa al Mont Valier (2.838m)
7	JULIOL	09-10	+2000 - Pirineu Aragonés
7	JULIOL	29	CURSES DE MUNTANYA - Entrenillu Vilafranca-Vilanova (Mià i Fontanals)
8	AGOST	30	MATINADES DE FESTA MAJOR
8	AGOST	6-7	+2000 - Pallars Sobirà
9	SETEMBRE	25	ECO-FIRA Sant Cugat Sesgarrigues-Pedalada infantil
9	SETEMBRE	18	EXCURSIONISME - Ruta del riu Llobregat GR-270 - Etapa 7
9	SETEMBRE	17-18	JOVE - Eistes (3.025m, 3.053m, 3.045m)
9	SETEMBRE	3-4	+2000 - Pirineu Aragonés
10	OCTUBRE	15	BTT - Romeria A Montserrat en bicicleta
10	OCTUBRE	08-09	BTT de cap de setmana
10	OCTUBRE	15	EXCURSIONISME - Romeria de Montserrat
10	OCTUBRE	23	EXCURSIONISME - Ruta del riu Llobregat GR-270 - Etapa 8
10	OCTUBRE	8-9	EXCURSIONISME - Travessa de Tardor
10	OCTUBRE	01-02	CAMINADES ESPORTIVES-Pic de Certascan - Pic de Guerosos
10	OCTUBRE	08-09	DAP - Via llarga Montserrat
10	OCTUBRE	15-16	JOVE - Garmo Negro (3.051m) - Argualas (3.046m)
10	OCTUBRE	7	PROJECCIONS I RESSOPÓ -
10	OCTUBRE	22	VILABLOC
10	OCTUBRE	08-09	CURSES DE MUNTANYA - Sortida familiar
11	NOVEMBRE	13	BTT Cellers
11	DESEMBRE	11	EXCURSIONISME - Caminada per col·locar el Pessebre de Muntanya
11	NOVEMBRE	27	EXCURSIONISME - Ruta del riu Llobregat GR-270 - Etapa 9
11	NOVEMBRE	04-06	DAP - Trobada DAP
11	NOVEMBRE	19-20	JOVE - Via llarga a Montserrat
11	NOVEMBRE	5-6	+2000 - Andorra
11	NOVEMBRE	4	PROJECCIONS I RESSOPÓ -
12	DESEMBRE	11	BTT - Matinal segon diumenge de mes-Nadal + esmorzar
12	DESEMBRE	18	DAP - Turronada a Montserrat

Taula 5. Activitats Centre Excursionista del Penedès 2022

Font: seccions del CEP, elaboració pròpia



### 2.1.11. Anàlisi projecte nova seu social

El següent punt pretén analitzar el projecte de la nova seu social del Centre Excursionista del Penedès. Conèixer els precedents, objectius, què serà i què s'hi farà.

#### Precedents

L'any 2018 la junta directiva del Centre Excursionista del Penedès va percebre que tot i l'elevat nombre de persones socies, hi havia hagut un estancament d'associats a l'entitat, i a més aquests eren d'una edat avançada.

Per aquest motiu, a l'Assemblea General Ordinària de l'any 2018 es va decidir que es faria una inversió per llogar un nou local social amb el propòsit de dinamitzar l'activitat social i poder oferir un espai esportiu amb una zona de *boulder* per a escaladors, així com un espai d'activitat física general (gimnàs), amb equipament per atenció als socis, secretaria, biblioteca, sala polivalent per reunions, projeccions, lloguer material, assaig coral, espai de trobada dels socis/es.

Cal tenir en compte que per tal de tirar endavant el projecte s'hi han implicat molts actors. La nova seu està avalada per 120 socis repartint 240.000 €, fet que suposa una implicació emocional per molta gent. Des del 2018 s'estan fent obres, que es preveuen acabar a principis d'aquest mes d'octubre. A les *Imatges 48, 49 i 50*, estat de la nova seu social.



*Imatges 48, 49 i 50. Estat de les obres nova seu social*

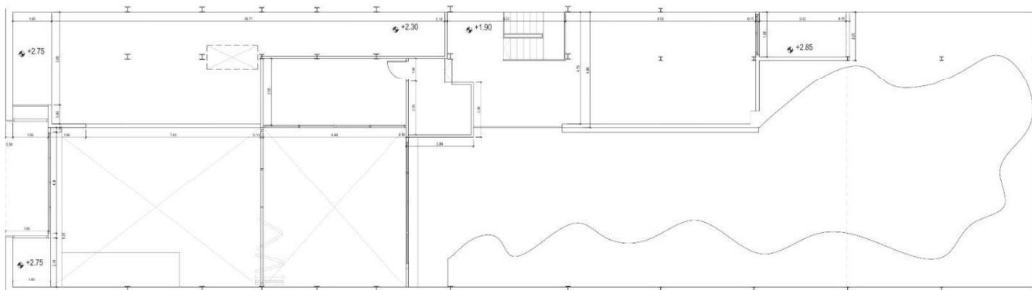
*Font: pròpia*

## Objectius

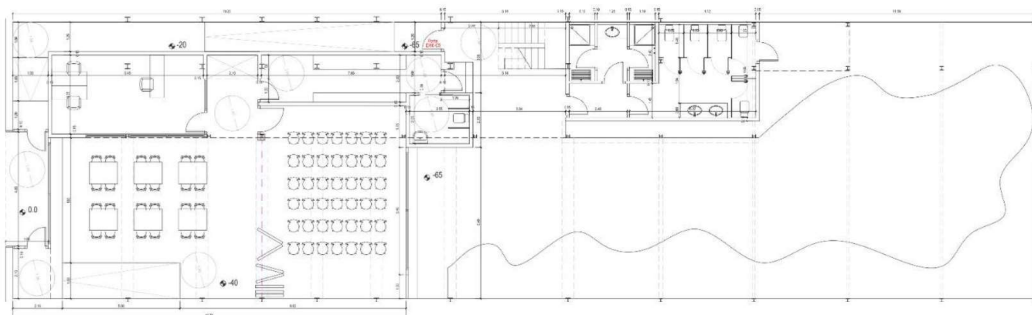
- Cohesionar l'entitat.
- Atraure a un públic jove.
- Tenir un espai de trobada.
- Incrementar el nombre activitats esportives i culturals.
- Ampliar l'espai d'emmagatzematge de material de muntanya.
- Projectar la imatge del cep, millorar comunicació cap al soci.

## El CEP serà...

- Un punt de trobada de tots els socis.
- El nexa entre totes les seccions.
- Un espai de culte i activitats a la muntanya.
- Un lloc sostenible.
- Un espai polivalent, així com es podrà practicar esport, es podrà fer formació o



PLANTA AITELL



PLANTA BAIXA

### Al CEP s'hi farà...

- Esport
  - Escalada a la zona rocòdrom.
  - Gimnàs a la zona esportiva.
  - Jornada d'estiraments dilluns a la tarda.
  - Yoga a la sala polivalent.
- Culte
  - Xerrades.
  - Formacions.
  - Projeccions.

### Pes de les seccions

- Es demanarà a les seccions organitzar **tres activitats a l'any dins el local** (a més de les sortides): formacions, projeccions de socis o persones vinculades al CEP que expliquin aventures/projectes, àpats, celebracions, presentacions, etc. De manera que s'organitzaran com a mínim quaranta-cinc activitats dins el local anualment (tres activitats per cadascuna de les quinze seccions).

### 2.1.12. Avantatges de fer-se soci/a

Ser soci del Centre Excursionista del Penedès té molts avantatges, però en cap moment al llarg de la història de l'entitat s'han enumerat ni comunicat a possibles nous socis. Per aquest motiu es creu convenient seleccionar-los per poder comunicar per atraure a noves persones associades.

- Anualment s'organitzen un centenar d'activitats relacionades amb la natura.

- Avantatges econòmics en les activitats, cursos d'iniciació i perfeccionament en diferents modalitats relacionades amb la muntanya, l'excursionisme, la natura i la cultura.



Captura de pantalla del preu d'una activitat  
Font: cep.cat

- Assessorament en directe per a qualsevol activitat (Horaris secretaria: Dilluns, dimecres i divendres: de 19:30 h a 21:00 h).

**CENTRE EXCURSIONISTA  
PENEDÈS**

Adreça: Pare Martí Grivé, 11  
Telèfon: 93 817 22 41

**Horari del Centre:**

Dilluns, dimecres i divendres  
de 19:30 a 21:00h

Horaris Centre Excursionista del Penedès

Font: cep.cat

- Gaudir d'un local social i coneix gent amb una passió en comú: l'esport, la cultura i la muntanya.



- **Lloguer de material propi del CEP per a fer activitats de muntanya. Raquetes, grampons, piolets, pals...**

#### Lloguer de material

Material (Cap de setmana)	Preu	Fiança
Pals	5,00€	20,00€
Grampons	8,00€	20,00€
Piolet	5,00€	20,00€
Raquetes de neu (infantils)	5,00€	20,00€
Raquetes de neu	8,00€	20,00€
Raquetes de neu + Pals	10,00€	30,00€
Pala + sonda + Arva	15,00€	50,00€
Piolet + Grampons	10,00€	30,00€

- El material del CEP és d'ús exclusiu pels socis.
- El lliurament del material llogat suposa l'abonament de la fiança i tarifa corresponent.
- La fiança serà retornada un cop revisat el material. Ha d'estar net i en bon estat.
- El material s'ha de tornar sec i net, si no, no es tornarà la fiança.
- Cada soci podrà llogar un màxim de dues unitats de cada tipus de material.

Preus lloguer de material

Font: cep.cat



Llicència federativa  
Font: Feec.cat/federat

- **Federació amb la llicència de la FECC i assegurança d'accident.**

- **Avantatges de compra de material esportiu, forfets d'esquí... i responsabilitat civil i la cobertura en rescat i assistència sanitària en cas d'accidents.**

## 2.2. Anàlisi extern

Després d'analitzar internament el Centre Excursionista del Penedès, és necessari entendre l'entorn en el qual s'engloba. El macroentorn empresarial engloba les variables externes que afecten l'activitat empresarial com la situació demogràfica, econòmica, política o cultural.

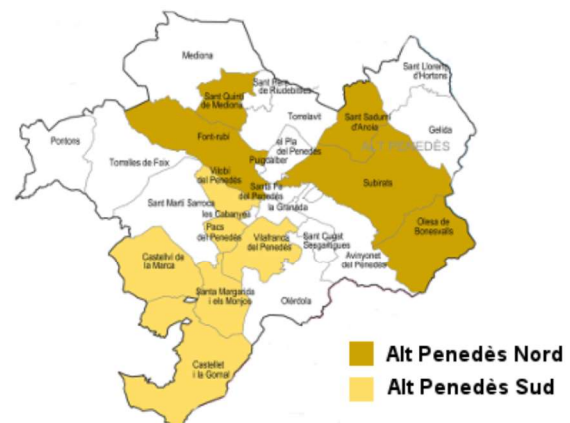
Tanmateix, cal conèixer les tendències del sector, en aquest cas els centres excursionistes amb més trajectòria de Catalunya, valorar els aspectes positius i negatius (comunicativament parlant) de quatre centres amb renom.

Finalment, en el present apartat s'analitza la competència del CEP, ja que és essencial tenir un panorama de la situació de la qual es parteix.

### 2.2.1. Anàlisi de l'entorn

#### Demografia. Situació estratègica de Vilafranca

**Vilafranca del Penedès** és la capital de la comarca de l'Alt Penedès, i es troba a 40 km de Barcelona i a 45 km de Tarragona. El seu terme municipal limita amb els dels municipis de les Cabanyes i la Granada al nord, a l'est Sant Cugat Sesgarrigues i Olèrdola, Santa Margarida i els Monjos al sud i a l'oest Sant Martí Sarroca i Pacs del Penedès, tal com es pot observar a la *Imatge 52*.



*Imatge 52. Mapa Alt Penedès*  
Font:

La capital de l'Alt Penedès és una de les ciutats mitjanes més importants de Catalunya per la seva situació clau; tal com s'ha esmentat anteriorment està ubicada entre Barcelona i Tarragona. Compta amb un centre econòmic i comercial dotat de serveis i infraestructures que el comuniquen amb les principals ciutats catalanes i de l'Estat.

Vilafranca és un punt estratègic respecte de les comunicacions que s'adrecen cap al sud des del pla de Barcelona i el Baix Llobregat, a més a més d'estar ben comunicat amb la Catalunya central. La vila compta amb grans xarxes viàries de comunicació, com l'autopista AP-7 de la Jonquera a Alacant, amb sortides al nord i al sud de la vila.



### **Habitants. Creixement continu**

El nombre d'habitants empadronats al municipi és creixent des dels anys 2000. Segons dades publicades a l'INE l'1 de gener de 2021, les dades d'habitants de Vilafranca han disminuït respecte a l'any anterior (menys 185 habitants), i s'allunya de la màxima de l'any 2018 (40.479 habitants). Entre aquests, 19.516 són homes i 20.638 dones. A la comarca hi viuen 106.168 habitants agrupats en 27 municipis que disposen d'una renda per capita mitjana de 27.165 €, uns mil euros inferior a la mitjana catalana.

ANY	POBLACIÓ	CREIXEMENT
2012	39.516	-0,66
2013	39.777	-0,7
2014	39.568	0,84
2015	39.531	-0,09
2016	39.727	0,5
2017	39.779	0,13
2018	40.479	1,76
2019	40.101	-0,93
2020	40.456	0,89
2021	40.410	-0,11

*Taula 6. Creixement de la població de Vilafranca del Penedès*

*Font: INE*

Tal com s'observa a la Taula x, el creixement continu de Vilafranca del Penedès, encara que amb una intensitat variable al llarg dels anys, es deu als fenòmens migratoris intercomarcals, i a l'augment de l'esperança de vida. La taxa de creixement de la vila té una dinàmica molt similar a la comarcal.

El Penedès, juntament amb altres vegueries, com la Catalunya Central i les Terres de l'Ebre, té una distribució de la població per edats en què el jovent té menys presència i se situa per sota de la mitjana de Catalunya segons l'Informe de l'Associacionisme i el voluntariat al Penedès de l'any 2021.

### **Socioconvergència predominant a l'Ajuntament**

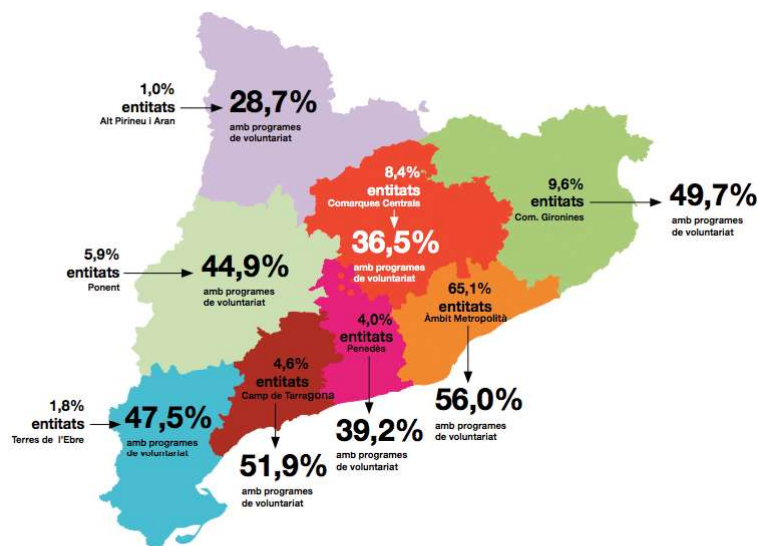
El paper de l'Ajuntament de Vilafranca és clau pel Centre Excursionista. Tal com s'ha esmentat a l'apartat 2.1.7, *Públic objectiu*, és essencial conèixer l'estat de l'Ajuntament, ja que la majoria de les subvencions les proporciona aquest.

L'Ajuntament de Vilafranca és governat per JuntsxCat (actual PdeCat) i el PSC des de l'any 2013. L'alcalde Pere Regull (PdeCat) està al capdavant de l'ajuntament des de l'any 2009 i el tinent d'alcalde i regidor d'urbanisme Francisco Romero (PSC) és el principal contacte amb el Centre Excursionista del Penedès pel que fa a l'estat de les obres de la nova seu social i les subvencions.

### **Associacionisme, terra de vi, castells i cultura popular: tradicions centenàries**

Vilafranca del Penedès és una terra en la qual predomina des de fa centenars d'anys la capacitat autoorganitzativa i associativa. El teixit associatiu, sense ànim de lucre ha cohesionat la societat catalana i penedesenca. A l'informe *Les organitzacions sense ànim de lucre al Penedès* es fa esment al dinamisme del món no lucratiu, així com a la dificultat de comptabilitzar les organitzacions actives al territori a causa de la creació constant i abandonament de noves entitats.

Tanmateix, tal com s'indica a la *Imatge 53* extreta de l'informe de *El Panoràmic* de l'any 2019, un 39.2% de les activitats que realitzen entitats sense afany de lucre del Penedès són amb programes de voluntariat.



*Imatge 53. Mapa de les entitats sense afany de lucre amb programes de voluntariat.*

Font: "El Panoràmic 2019"

La producció de vins, caves i aiguardents es manté com un dels pilars econòmics que s'exporta com a atracció turística. Un dels atractius del territori és el museu de les Cultures del Vi, el *Vinseum* o el festival *Vijazz*, que acull anualment al centre històric de la ciutat a milers de persones per gaudir i conèixer els vins de la regió, mentre escolta de forma gratuïta i a l'aire lliure els millors artistes del jazz mundial.

A més del món vitivinícola i el turisme a cellers, els museus, rutes modernistes, senderisme i espais culturals formen part de l'oferta de Vilafranca del Penedès i la trentena de municipis que integren la comarca.

Segons l'informe *Impacte econòmic d'esdeveniments de cultura popular i tradicional a Catalunya: Festa Major de Vilafranca del Penedès*, publicat per la Generalitat de Catalunya, de Marta Llatcha, més del 30 % de les 400 entitats sense finalitat lucrativa registrades a Vilafranca del Penedès tenen com a objecte principal d'actuació algun àmbit de la cultura. Algunes, fins i tot, han assolit un nivell de transcendència remarcable més enllà de l'àmbit local, com ara les colles castelleres.



*Imatge 54. Entrada de Sant Fèlix de Vilafranca del Penedès.  
Font: Ignasi Blanca.*


















Els castells (declarats patrimoni de la humanitat) i la cultura popular s'arrelen al territori des del segle XVII, i la Festa Major de Vilafranca del Penedès, declarada festa patrimonial d'interès nacional per la seva riquesa cultural atrau milers de persones a finals d'agost. Denominada com "la més típica" combina elements festius de la cultura popular i tradicional catalana com ara balls folklòrics i cercaviles amb bestiar i foc, que casen a la perfecció amb les processons i els goigs dedicats a Sant Fèlix, patró de la vila.



*Imatge 55. Diada de Sant Fèlix. Vilafranca del Penedès.  
Font: Ajuntament de Vilafranca del Penedès.*

## 2.2.2. Mapa del posicionament comunicatiu global

En el present apartat s'analitza el nombre de seguidors que tenen els centres excursionistes de Catalunya (*Taula 7*) per tal de crear un panorama general del posicionament comunicatiu i per veure en quina posició es troba el Centre Excursionista del Penedès.

				
 Centre Excursionista de Catalunya	14.164	14.400	4.242	207
 GEIEG	4.674	4.244	3.266	125
 Centre Excursionista de Terrassa	3.281	3.434	2.509	183
	3.092	618	703	14
 CENTRE EXCURSIONISTA DEL PENEDÈS	2.822	2.227	368	29
 UES   50 Unió Excursionista de Sabadell 1970 - 2020	2.617	2.418	1.378	77
 MADTEAM CLUB EXCURSIONISTA	2.078	5.500	-	59
	2.008	2.370	1.157	14
	1.851	1.456	550	148
	1.693	377	577	10
	1.254	839	363	7
	1.170	1.318	506	31
	548	297	354	8

Taula 7. Nombre de seguidors de les xarxes socials dels Centres Excursionistes

Font: elaboració pròpia

El centre excursionista capdavanter en nombre de seguidors en totes les xarxes socials és el CEC. El Centre Excursionista del Penedès se situa en cinquè lloc pel que fa a seguidors a *Facebook*, i en setena posició respecte als seguidors d'*Instagram*.

Destacar que a nivell de *Twitter*, el CEP té pocs seguidors, en comparació amb la resta de xarxes, i que a escala general no es dona gaire importància al perfil de *Youtube*, perquè tots els centres tenen pocs seguidors.



### 2.2.3. Tendències del sector

Un dels últims passos abans de definir les accions per millorar la comunicació al Centre Excursionista del Penedès és analitzar quines són les tendències del sector, en aquest cas els Centres Excursionistes.

Per aquest motiu s'ha fet una taula (*Taula 8*) amb els aspectes positius i negatius sobre la web i xarxes socials de Centres potents comunicativament. Aquests centres són el Club Excursionista Madteam, la Unió Excursionista de Sabadell i el Centre Excursionista de Catalunya.

CENTRES EXC.	WEB		XXSS	
	POSITIU	NAGATIU	POSITIU	NAGATIU
<b>CLUB EXCTA. MADTEAM</b>	1- Apartat Qui som? Complet 2- Entra a les seccions del nostre club (en primera persona) 3- Accés a zona privada (exclusivitat) 4- Publicacions recents (xat- socis particeps/ informació no és unidireccional)	NO S'HAN DETECTAT ASPECTES A MILLORAR	1- Canal de Telegram 2- A Instagram els socis/es etiqueten el club (es reposteja) 3- Sortejos (destacats) 4- Madfoto 5- Apartat destacat de la secció jove	1- Última publicació Facebook: desembre 2020 // Última publicació Instagram: desembre 2021 2- Disseny no homogeni
<b>UNIÓ EXCTA. DE SABADELL</b>	1- Activitats per a tots els públics (gent gran, famílies, esplai, casal d'estiu...) 2- Apartat Qui som/ Què t'oferim/ Contacta'ns 3- Apartat seccions- Explicació de la secció/ Normes de participació / Properes activitats 4- Informació i newsletter	1- Earned media: comentaris negatius Google, a causa del cas d'Helena Jubany (secta, vergonya, justícia...) Resposta - Silenci?	1- Presència a moltes xarxes socials: Fb, flickr, lg, Tw i Yb 2- Bona rebuda de les publicacions 3- Activitats- stories destacades actualitzat	1- Disseny no homogeni 2- No es mostren avantatges de fer-se soci/a a xxss
<b>CENTRE EXCTA. DE CATALUNYA</b>	1- Racó del voluntariat (amb formacions i espai on col·laborar) 2- Apartat comunicació 3- Fes-te soci- primer- principals avantatges 4- Tens algun dubte- Escriu-nos! 5- Cròniques de les sortides 6- MOTXILLA (lligat amb excursionisme)	NO S'HAN DETECTAT ASPECTES A MILLORAR	1- Imatge homogènia 2- Registrar-se (pestanya sota) 3- Directes: Anècdotes i curiositats 4- Swipe up 5- Publicitat	NO S'HAN DETECTAT ASPECTES A MILLORAR

Taula 8. Anàlisi de web i xarxes socials de centres referents.

Font: Elaboració pròpia.

El present apartat analitza més concretament els canals de comunicació dels tres centres seleccionats, centrant-se en la web i xarxes socials (sobretot Instagram) i els seus beneficis per a poder fer una proposta basant-se la praxi de bons en exemples reals.

### Club Excursionista Madteam

Pel que fa a la web del Club Excursionista Madteam, aquest té un apartat de *Qui Som* molt complet en el qual es podria inspirar el CEP. S'hi mostren els objectius, les seccions... amb enllaços a la mateixa web o a webs externes afiliades a l'entitat.

“Madteam som un club de muntanya obert a tothom, afiliat a la Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya, la Federació Catalana d'Espeleologia i la Federació Catalana d'Esports d'Hivern. Avui dia, amb més de quatre mil socis i sòcies, som un dels clubs excursionistes més grans de Catalunya.”

Pel que fa al disseny, segueix una línia estètica homogènia, amb la cronologia del color verd clar però amb tocs de tots els colors. Té un aire divertit, juvenil i familiar i és molt visual, tal com es pot veure a la *imatge 56*.



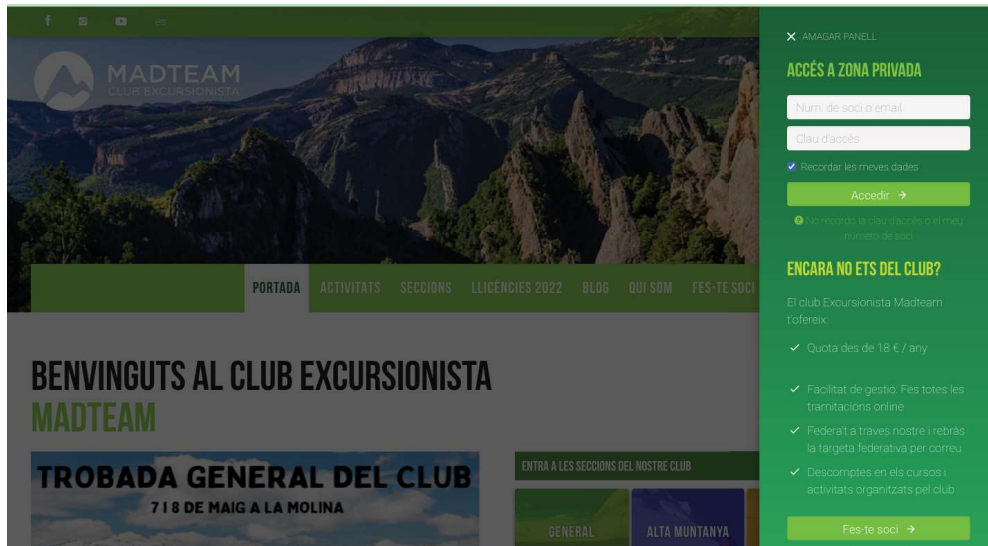
*Imatge 56. portada del portal web del club excursionista Madteam*

Font: <https://www.madteam.org/>

A la *imatge 56* es pot percebre un altre aspecte positiu: només entrar a la web es convida a l'usuari a entrar a les seccions en primera persona i a visitar les seccions via Telegram.



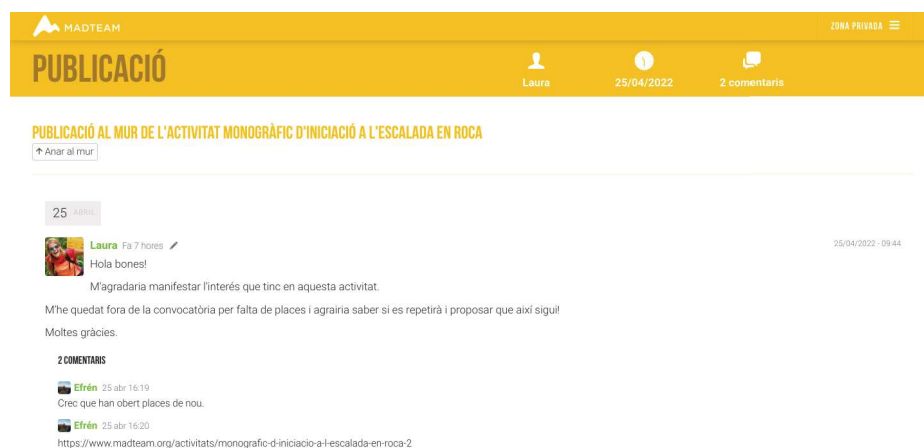
A la *imatge 57* es pot percebre el panell d'accés a la zona privada. Aquest, a part de donar accés a una zona privada per associats, recorda als qui no són socis els avantatges, que ofereix el Club, i dona la opció a fer-se soci/a.



*Imatge 57. Panell- Zona privada del portal web del club excursionista Madteam*

Font: <https://www.madteam.org/>

Des de Madteam s'aposta per la multidireccionalitat dels missatges. Els associats poden publicar al mur de Madteam i aquests responen ràpidament. Aquest fet denota interès en els socis/es per part del Club i permet resoldre dubtes comuns i teixir xarxa entre els associats. A la *imatge 58* es mostra un exemple.



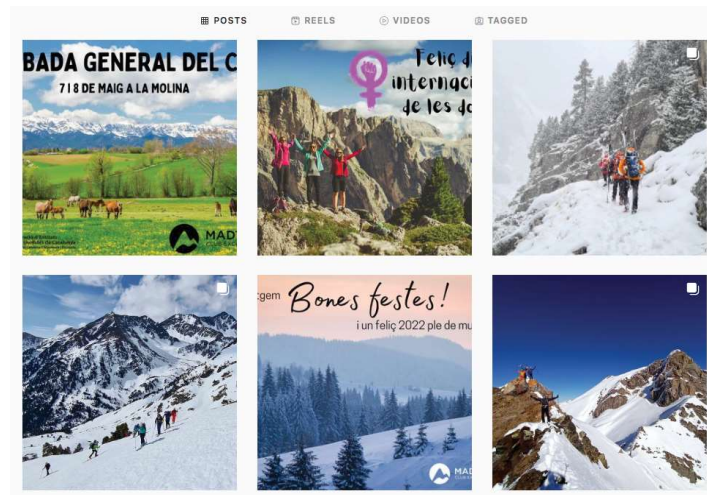
*Imatge 58. Publicació al mur de Madteam per part d'associats.*

Font: <https://www.madteam.org/>

## Xarxes socials

Pel que fa a les xarxes socials de Madteam, a Facebook hi va haver un temps que no es van realitzar publicacions. Des del desembre de 2020 fins al febrer de 2022 la plataforma va estar inactiva.

Tanmateix, a Instagram es realitzen pocs *post* (només se n'han publicat quatre en tot el 2022), a la *Imatge 59* es pot veure com no hi ha un estil de disseny homogeni, la tipologia de la lletra varia a cada publicació i no hi ha plantilles base.

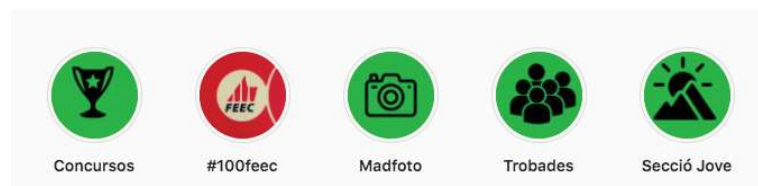


*Imatge 59. Feed d'Instagram de Madteam*

Font: <https://www.instagram.com/cemadteam/>

Tanmateix, es valora positivament que hi hagi un canal de Telegram de cada secció i que els associats comparteixin històries, etiquetin al compte, i des d'aquest es comparteixi la *story*.

En aquesta mateixa línia, es veu com aspecte positiu que es facin sortejos a Instagram en col·laboració amb entitats diverses, i que a les històries destacades es facin concursos com *Madfoto* (concurs de fotografia de Madteam), i un apartat de la secció jove com a destacat (ja que el públic jove és qui més utilitza aquesta xarxa social).



*Imatge 60. Stories destacades d'Instagram de Madteam*

Font: <https://www.instagram.com/cemadteam/>

## Unió Excursionista de Sabadell

La Unió Excursionista de Sabadell és una entitat que darrerament s'ha vist condicionada per un fet noticiós: el cas d'Helena Jubany. Que la UES (Unió Excursionista de Sabadell) estigués immersa en el cas (ja que el presumpte autor i l'assassinada van compartir espais dins l'entitat) ha provocat comentaris negatius.

Tal com hem pogut veure anteriorment, la comunicació que una entitat es guanya, és a dir l'*Earned Media* és essencial pel bon posicionament d'aquesta, i els comentaris negatius que ha rebut la Unió des que es va destapar el cas són molts. A la *Imatge 61*, un exemple.



**Unió Excursionista de Sabadell**  
Carrer de la Salut, Sabadell

3,3 ★★★★★ 67 comentaris

**Sofia Pérez perez**  
1 comentari  
★★★★★ fa 1 mes

Si si...molt bona entitat...portan amagant alguns dels seus membres, un horrible asasinat,el de la pobre Helena Jubany,Us hauria de caura la cara de vergonya!  
Espero que s'aclareixi ara que han citat a declarar a un dels seus membres més antics,com el autor del anònims que va rebre la Helena poc abans del seu asasinat.  
JUSTICIA!!

18

**salozinp**  
7 comentaris  
★★★★★ fa 3 setmanes **NOVETAT**

Molta hipocresia,alguns membres van amb un llaçet groc donant lliçons i encobreixen un asasinat desde fa 20 anys.

19

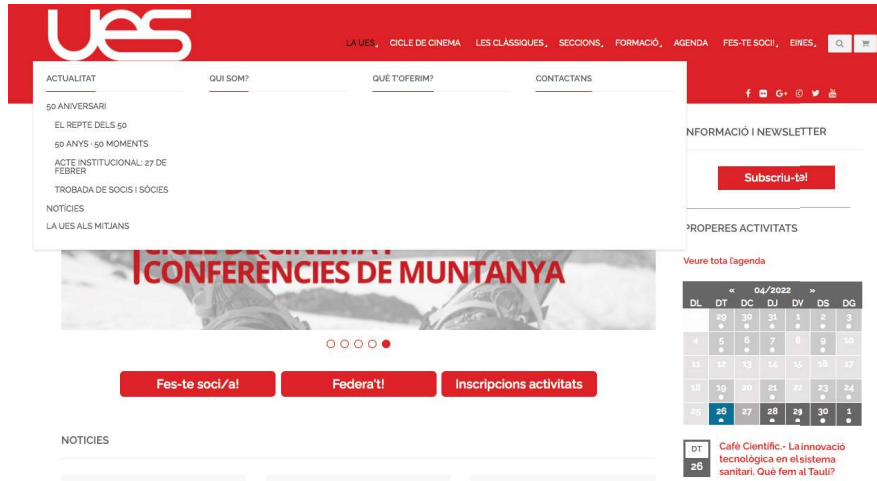
*Imatge 61. Comentaris a la Unió Excursionista de Sabadell*

*Font: Google*

La Unió Excursionista de Sabadell no ha emès comunicats, sinó que ha optat pel silenci envers aquest fet.

Tot i això, un dels punts forts de la UES és que les activitats que s'organitzen estan dirigides a un públic molt divers; adults, joves, gent gran, famílies (hi ha un esplai, un casal d'estiu...).

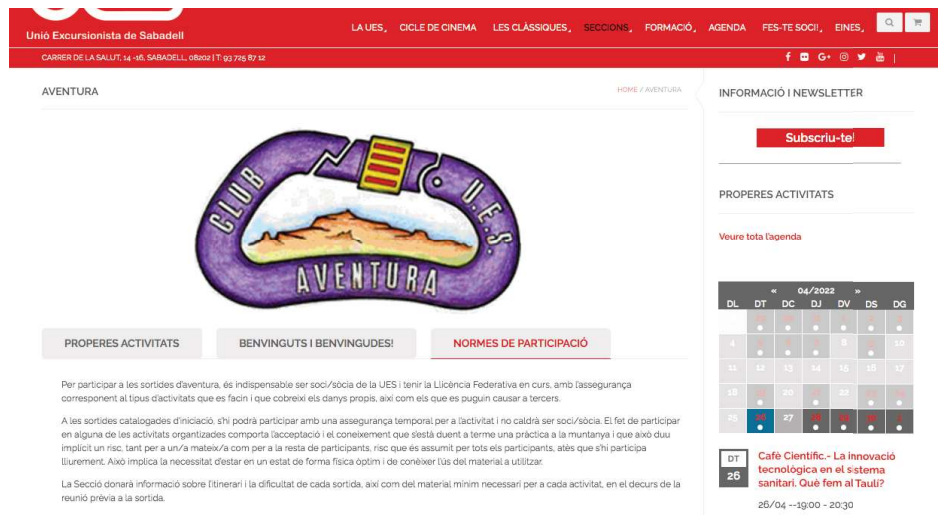
Referent a la web de l'entitat, es valora positivament que dins l'apartat "La UES" s'inclouï l'Actualitat, un subapartat de *Qui som?*, *Què t'ofereim?* i *Contacta'ns*, tal com s'indica a la *Imatge 62*.



Imatge 62. Panell principal del portal web de l'UES

Font: [ues.cat](http://ues.cat)

Tanmateix, un dels aspectes positius és com s'indiquen les seccions de l'organització. A més de fer una explicació d'aquesta, s'indiquen les properes activitats i les normes generals de participació, indicat a la *Imatge 63*.



Imatge 63. Panell principal del portal web de l'UES

Font: [ues.cat](http://ues.cat)

Finalment es destaca el fet que hi hagi un destacat a la barra lateral esquerra amb "Informació i newsletter", perquè totes les persones que ho desitgin estiguin al dia de l'actualitat de l'entitat.

## Xarxes socials

La Unió Excursionista de Sabadell és present a diverses xarxes socials, fet que es valora positivament. Tenen usuari a *Facebook*, *Flickr*, *Instagram*, *Twitter* i *Youtube*.

Pel que fa a l'abast de les publicacions és elevat, hi ha una bona rebuda dels posts, fet que es demostra en els *likes* dels seguidors/es que oscil·la entre els 100 i 220 "m'agrada" i el *feedback* en comentaris a les publicacions, tal com es demostra a la *Imatge 64*.



*Imatge 64. Captura de pantalla del perfil d'Instagram de la UES*

Font: <https://www.instagram.com/uesabadell/>

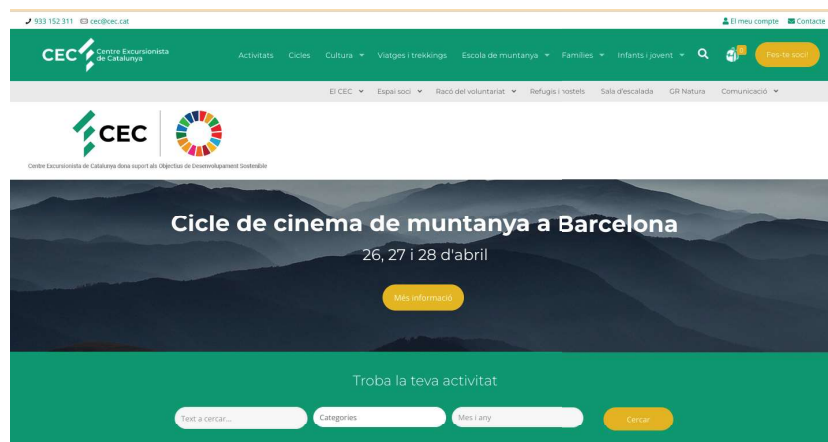
Respecte a les històries d'*Instagram*, es destaquen les properes activitats al mur, i aquestes es van actualitzant. Tanmateix, no hi ha un disseny professionalitzat i a les xarxes no es mostren els avantatges de fer-se soci, de manera que si algun usuari topa amb les xarxes de la UES no té a l'abast els beneficis d'associar-se.



## Centre Excursionista de Catalunya

El Centre Excursionista de Catalunya, com el seu nom indica, és pioner a tota la Comunitat Autònoma. El seu nivell comunicatiu està a l'altura de la seva envergadura (més de 4.500 persones associades), fet que suposa que esdevingui un referent a seguir pel CEP.

Tal com s'indica a la Taula X, no es detecten aspectes a millorar ni en la web ni a les xarxes socials. En primer lloc, ressaltar que a la web es prioritzen les properes activitats, així com la cerca avançada d'activitats per categories i any, ja que és el primer que apareix en entrar-hi. Això es veu exemplificat a la *Imatge 65*.



*Imatge 65. Captura de pantalla de la pàgina principal del CEC*

Font: [cec.cat](http://cec.cat)

Tanmateix, es considera rellevant destacar l'apartat del racó del voluntariat, un espai per les persones que col·laboren amb l'entitat, amb formacions, activitats i espais en els quals col·laborar i les comissions de voluntariat del CEC.



*Imatge 66. Captura de pantalla dels apartats de la web del CEC*

Font: [cec.cat](http://cec.cat)



A més, un dels apartats té en compte la comunicació, en el qual s'incorporen el [Butlletí del CEC](#), la [Revista Muntanya](#), [Notícies](#), [Premsa](#), [Identitat corporativa](#) (es poden extreure els logotips en diversos formats) i [memòries i estats financers](#). A més de la comunicació, un dels apartats pels quals s'aposta des de la web del CEC és l'espai per a futurs socis/es. Si un nou usuari pitja el botó "[Fes-te soci](#)", indicat a la dreta de la barra superior a la web, topa amb els principals avantatges d'associar-se, tal com s'indica a la *Imatge 67*. A més, es dona una atenció personalitzada per a resoldre dubtes amb la barra lateral dreta.



*Imatge 67. Captura de pantalla de la pàgina Fes-te soci/a del CEC*

Font: [cec.cat/](http://cec.cat/)

Un altre punt a favor de la comunicació a la web del CEC és que constantment s'actualitzen cròniques de les sortides i activitats, fet que demostra que hi ha un equip potent darrere.

Finalment, s'ha valorat com a positiu i enginyós el fet que s'indiqui amb la icona d'una motxilla aquelles activitats que s'afegeixen a "la bossa", és a dir que es volen adquirir. La motxilla està relacionada amb el món de la muntanya i l'excursionisme.

## Xarxes socials

Referent a les xarxes socials del Centre Excursionista de Catalunya, aquest està present a *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Wikiloc* i *Instagram*. Si ens centrem en la darrera plataforma, el perfil del CEC té un nombre molt elevat de seguidors (14.400, a data de 20 d'abril), indicat a la *Imatge 68*.



*Imatge 68. Nombre de persones seguidores del CEC.*

Font: [Instagram](#)

El perfil manté una coherència visual, les publicacions segueixen una línia estètica, amb plantilles que fan que sigui més senzill pel *community manager* el fet de crear publicacions. A les *Imatges 69 i 70* es mostren exemple de les plantilles de comunicació de publicacions.



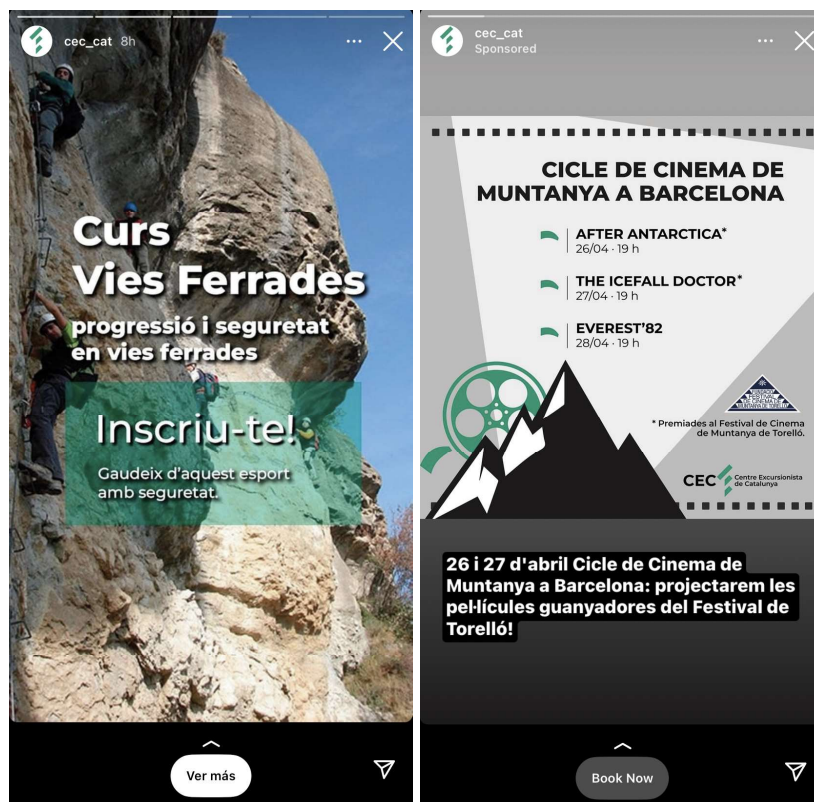
*Imatges 69 i 70. Exemples de publicacions a Instagram del CEC.*

Font: [Instagram](#)

Un dels altres plats forts de l'Instagram del CEC és que s'organitzen directes d'entrevistes amb esportistes de renom, que superen el miler de visualitzacions al perfil. Tanmateix, als directes d'Instagram es mostren curiositats i anècdotes del Centre.

Un dels altres aspectes positius és que al tenir més de deu mil seguidors, el CEC compta amb l'opció de lliscar amunt, *veure més* o fer *swipe up* per a conèixer més informació sobre les activitats que es promouen, tal com es mostra a la *Imatge 71*.

A la *Imatge 72* també es pot veure com el CEC ha optat per promocionar les publicacions i històries i que aquestes apareguin com a publicitat a persones que no són seguidores del perfil, fet que suposa un abast molt gran, que s'arribi més enllà dels 14.400 seguidors que té el compte.



Imatges 71 i 72. Captures de pantalla d'històries d'Instagram del CEC.

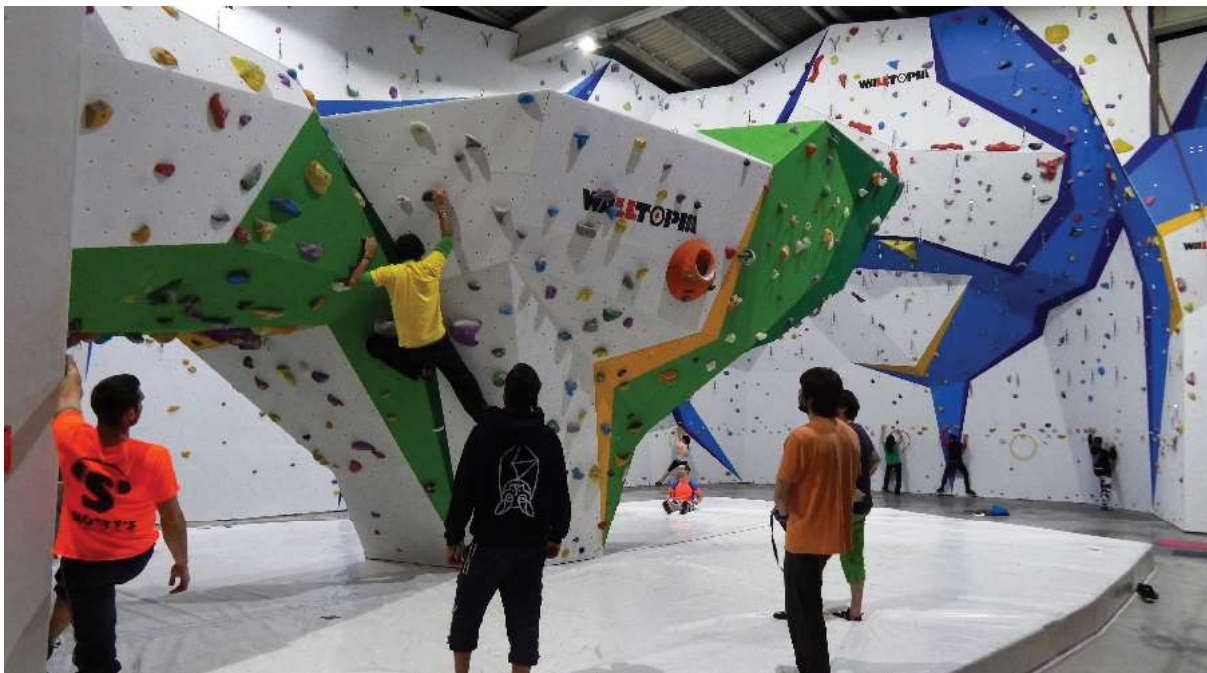
Font: [Instagram](#)



#### 2.2.4. Competència

No hi ha una competència directa al CEP en tot el Penedès, ja que cap entitat ofereix els mateixos serveis ni productes que el Centre Excursionista. Tanmateix, cal destacar que en obrir la nova seu social, un dels punts que atraurà a més públic serà l'obertura d'un nou Boulder a Vilafranca del Penedès.

Actualment, el monopoli en rocòdrom i sala esportiva per a escaladors el té l'escola d'escalada [La Bauma](#). Com el seu nom indica, és una escola d'escalada, però que ofereix activitats per a tots els públics; des d'extraescolars o festes d'aniversari fins entrada lliure al rocòdrom o entrenaments personalitzats. Es defineix a si mateix com “un punt de trobada, social i de proximitat, que acull tots els amants de les activitats en el medi natural”.



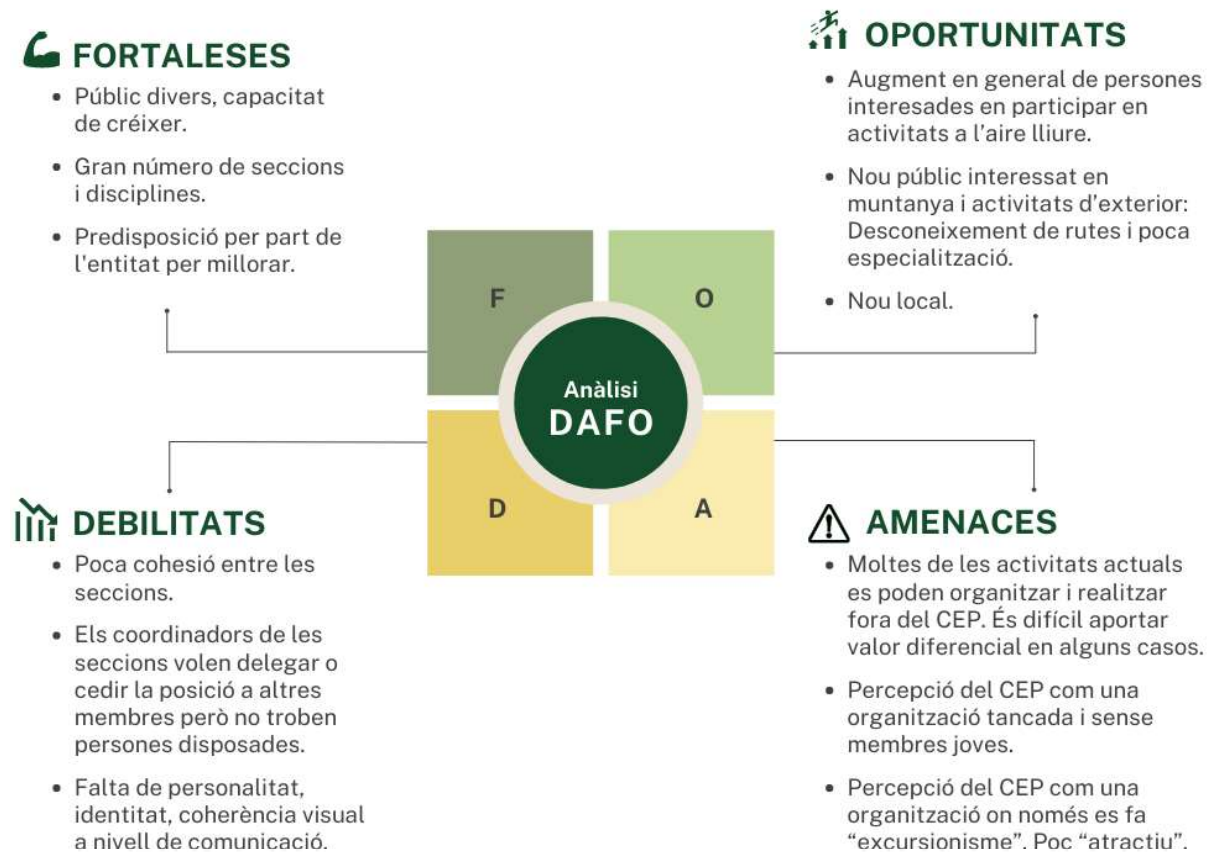
Imatge 73. Escola d'escalada La Bauma

Font: [labauma.com](http://labauma.com)

Les quotes mensuals de La Bauma per a adults són de 42 € per a accés il·limitat i de 34 € per accés restringit als matins. Les quotes d'accés al futur rocòdrom del CEP encara no estan definides, però oscil·laran entre els 15 € i 20 € mensuals per accés il·limitat a la zona esportiva, ja que l'objectiu no és lucrar-se amb els beneficis, sinó assumir els costos de les obres del local.

### 3. Diagnòstic i DAFO

Després de realitzar una anàlisi extens de l'entitat i l'entorn que l'envolta s'han desenvolupat unes conclusions internes i externes, a partir de les quals s'han detectat oportunitats, amenaces, fortaleSES i debilitats del Centre Excursionista de Catalunya, que s'exposen en el punt en qüestió, a la *Imatge 74*.



*Imatge 74. Anàlisi DAFO del CEP.*

*Font: Elaboració pròpia.*

## 4. Estratègies i accions

### 4.1. Definició d'estratègies

Per tal d'assolir els objectius proposats a l'inici del treball i després d'haver analitzat exhaustivament l'entitat i el seu entorn amb enquestes als associats (enquesta nous socis i enquesta socis generals, veure a Annex) i entrevistes i reunions amb les diferents seccions implicades al CEP, es plantegen quatre estratègies per millorar la comunicació del Centre Excursionista del Penedès.

En els següents requadres (*Imatge 75*) es mostren les quatre estratègies, amb els seus objectius i públic al qual incidir.



#### Posada al dia i activació owned media



**Objectiu:** Millorar la comunicació amb mitjans de comunicació locals i activar els owned media.

**Públic:** Ciutadania del Penedès, futurs associats.



#### Estratègia de renovació d'imatge

**Objectiu:** Canviar la percepció i imatge "carca" del CEP.

**Públic:** Joves d'entre 16 i 30 anys del Penedès no associats al CEP.



#### Estratègia digital

**Objectiu:** Arribar al públic jove i aconseguir mostrar-los els avantatges d'associar-se.

**Públic:** Joves d'entre 16 i 30 anys del Penedès no associats al CEP.



#### Estratègia de fidelització

**Objectiu:** Obtenir un balanç positiu entre altes i baixes d'associats.

**Públic:** Associats al CEP.

*Imatge 75. Definició d'estratègies del pla de comunicació del CEP*

*Font: Elaboració propia*



En primer lloc, es considera essencial millorar la comunicació amb mitjans de comunicació locals i activar els *owned media* (que estan en fase embrionària) de cara a que futurs associats s'assabentin que el CEP es mou i organitza activitats.

Per aquest motiu s'ha pres la decisió tàctica de combinar el voluntariat (que és un dels valors que representa el CEP) amb la professionalitat. Es planteja crear una comissió de comunicació amb persones sòcies al CEP, és a dir una pota més a la junta directiva. Aquesta comissió seria l'encarregada d'establir el camí i ser un nexa amb la persona professional.

Així doncs, es comptarà amb un *Community Manager* que desenvolupi algunes de les estratègies especificades com per exemple replantejar el contingut que es publica a les xarxes socials, amb l'objectiu de crear nou contingut que interessi i capti als associats i futurs socis.

Sota l'objectiu d'augmentar el nombre de socis/es i explicar els avantatges d'associar-se al CEP s'ha pres la decisió de crear un vídeo promocional per part d'una productora audiovisual de la comarca.

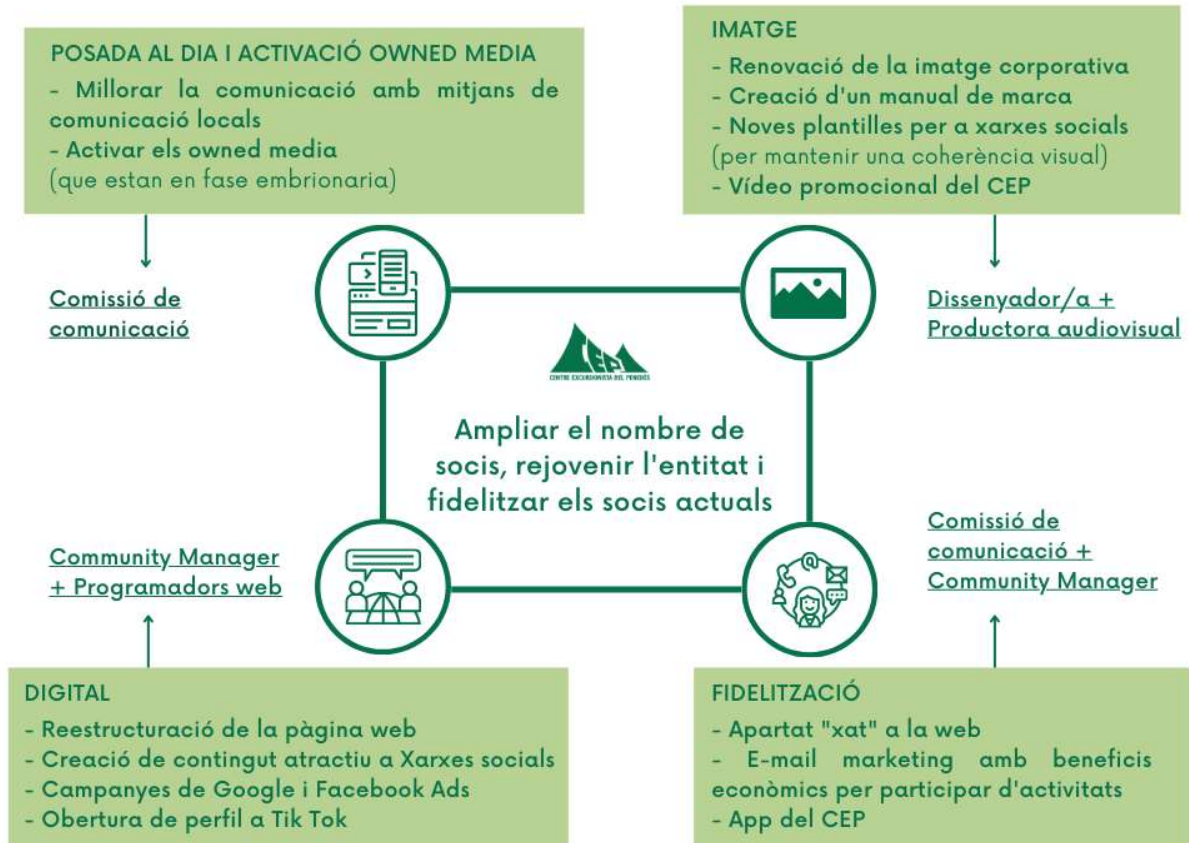
A més, aprofitant l'oportunitat que suposa obrir un nou local, es creu necessari renovar la imatge, crear una nova perspectiva del CEP més moderna i atractiva, per arribar a un públic més jove, per aquest motiu també es comptarà amb professionals del disseny.

A l'anàlisi dels associats al CEP (Imatge 29) s'ha pogut veure que la mitjana d'edat dels socis i sòcies és alta. Només un 6.5% (68 persones) dels associats al CEP son joves d'entre 16 i 30 anys. Així doncs, seguint amb el mateix objectiu d'arribar a gent jove, es creu necessari incidir en fer una estratègia de comunicació digital i posar el focus en les xarxes i la web (per part dels programadors web actuals).

Finalment, es creu convenient invertir en comunicació interna i fidelitzar els socis perquè disminueixi el percentatge de churn rate i la dinàmica d'altres i baixes (Imatge 27) segueixi en bona ratxa, igual que a l'any 2021, i que el balanç entre altres i baixes sigui positiu.

## 4.2. Mapa visual de les estratègies i accions respectives

El present apartat recull les estratègies, les respectives accions comunicatives i els nous agents implicats en el projecte, sota el propòsit de plasmar el panorama general comunicatiu que es pretén dur a terme.



Imatge 76. Mapa visual de les estratègies i accions

Font: Elaboració pròpia

### 4.3. Accions

#### 4.3.1. Accions de l'estratègia de posada al dia i activació d'owned media



##### Acció 1- Millora amb els mitjans de comunicació locals



**Objectiu:** Tenir un bon posicionament i renom a la comarca.

**Pressupost:** Voluntariat.

Sota l'objectiu d'augmentar els owned media i la reputació del CEP a la comarca, així com arribar a més gent amb la mostra d'activitats realitzades, es creu convenient que una comissió de comunicació amb persones sòcies desenvolupi notes de premsa, comunicats i convoqui rodes de premsa amb els mitjans locals i comarcals.

Es vol reprendre el contacte amb el setmanari 3d8 i recuperar la secció del "Racó de l'excursionista" (especificat anteriorment) i a més comptar amb una secció a Ràdio Vilafranca amb les activitats del cap de setmana (Veure annex).

Aquesta comissió actuarà voluntàriament i formarà part de la junta directiva. Serà l'encarregada de prendre les decisions relacionades amb la comunicació del CEP.



##### Acció 2- Activació dels owned media



**Objectiu:** Tenir un bon posicionament digital.

**Pressupost:** Voluntariat.

La mateixa comissió vetllarà per aconseguir un millor posicionament digital i augmentar els comentaris a les publicacions i a la cerca de Google.

### 4.3.2. Accions de l'estratègia de renovació d'imatge

#### Acció 1- Renovació de la imatge corporativa



**Objectiu:** Arribar a associats més joves, així doncs trencar amb l'etiqueta de xirucaire i entitat carca.

**Pressupost:** 2.500€ per disseny

Una de les clares conclusions a les quals s'ha arribat a partir de l'anàlisi de la imatge del Centre Excursionista del Penedès i les altres entitats d'aquest món d'arreu del territori, s'ha cregut oportú renovar la imatge corporativa.

Després de diverses reunions amb la junta del CEP s'ha apostat per fugir de l'única etiqueta d'"excursionisme i xirucaire". El CEP ha de créixer cap a franges de població joves, així doncs la imatge també ha d'adaptar-se.

La finalitat és que el CEP faci un upgrade visual com podem veure que moltes marques "outdoor" ho han fet: Patagonia, The North Face, etc i a la vegada intentar mantenir-se propers i mantenir la fidelitat dels associats.

Per un motiu de recursos, el CEP no pot disposar d'un perfil de dissenyador full-time. És per aquest motiu que un cop desenvolupada la identitat, s'haurien de treballar una sèrie de materials que poguessin replicar-se fàcilment per la persona que gestiona la comunicació.

Veure a **Annex** la renovació de la Imatge Corporativa creada per l'estudi de disseny vilafraquí Ladyssenyadora.



### Acció 2- Creació d'un manual de marca



**Objectiu:** Que totes les seccions tinguin una plantilla sobre la qual treballar i uns estàndards de disseny establerts.

**Pressupost:** Dins els 2.500€ del disseny

A dia d'avui no hi ha uns estàndards coherents establerts (tipologia de lletra, colors...), amb la creació d'un manual de marca es facilitarà la cohesió visual dels materials.

El manual es crearà per part d'un dissenyador professional, dins el mateix pressupost que el manual de marca. D'aquesta manera es podran replicar els materials que es dissenyin.

### Acció 3- Noves plantilles per a xarxes socials



**Objectiu:** Crear una coherència visual que atregui a nous associats.

**Pressupost:** Dins els 2.500€ del disseny

Seguint amb la línia de la coherència visual i després d'analitzar diversos centres excursionistes, els perfils de xarxes socials que tenen plantilles per a publicacions denoten professionalitat.

### Acció 4- Vídeo promocional del CEP



**Objectiu:** Donar a conèixer l'entitat i avantatges d'associar-se.

**Pressupost:** 800 €

Actualment no hi ha cap vídeo promocional del CEP, per tant, per donar visibilitat a l'entitat així com els beneficis de ser-ne soci/a, s'ha optat per crear un vídeo promocional de la mà de la productora audiovisual vilafranquina especialitzada en videomarketing PuntTV.

Aquest vídeo es promocionarà a través de xarxes socials.

### 4.3.3. Accions de l'estratègia digital



#### Acció 1- Reestructuració de la pàgina web



**Objectiu:** Incrementar les visualitzacions a la pàgina web.

**Pressupost:** 1.500 €

Un dels objectius és que més gent visualitzi la web del CEP. Així doncs s'ha optat per reestructurar-la i incloure nous apartats que dinamitzin la comunicació amb els usuaris. Les tasques es dirigiran des de la comissió de comunicació conjuntament amb els programadors web actuals (empresa Vilafrankina Laukatu).



#### Acció 2- Creació de contingut atractiu a Xarxes socials



**Objectiu:** Incrementar un 10% els seguidors a les xarxes socials aquest any.

**Pressupost:** 6.000 €

De la ma de la figura d'un Community Manager ve la creació de contingut atractiu com sortejos, directes amb esportistes, vídeos a xarxes socials... Per aquest motiu es destinaran 6.000 € (500 € al mes) per aquesta creació de contingut.





### Acció 3- Campanyes de Google i Facebook Ads



**Objectiu:** Incrementar un 10% els seguidors a les xarxes socials aquest any.

**Pressupost:** 50 €

Es tracta d'accions a un cost molt baix, que permeten segmentar perfectament els públics per edat, gènere o interessos, mostrar-li continguts diferents, i fer-ho en diferents formats.

La seva efectivitat, especialment a l'hora de promocionar vídeos o esdeveniments, es considera molt més alta que la publicitat a mitjans tradicionals i a un cost menor. A banda, la inversió de temps per dissenyar-les és mínima. Posteriorment, amb un breu control diari respecte a la inversió i els resultats serà suficient.

Mitjançant aquesta plataforma es podran aconseguir nous seguidors, arribar a més persones i generar més converses, recopilar informació sobre persones que puguin ser de l'interès de la comunitat, entre altres.



### Acció 4- Obertura de perfil a Tik Tok



**Objectiu:** Obrir el target a nou públic més jove.

**Pressupost:** 0 €

Tot i que el CEP estigui present en moltes xarxes socials, una de les xarxes per excel·lència entre els més joves és Tik Tok.

Es creu oportú crear un perfil i vídeos mostrant les activitats per atraure a possibles associats joves.

#### 4.3.4. Accions de l'estratègia de fidelització



##### Acció 1- Apartat xat a la web



**Objectiu:** Que els associats percebin la web com un nou espai multidireccional.

**Pressupost:** Dins els 1.500 € de renovació de la web

A més de reestructurar la web, per tal de fidelitzar als socis es creu necessari crear un espai on aquests puguin teixir xarxa, un xat per resoldre dubtes.



##### Acció 2- E-mail marketing



**Objectiu:** Que els associats s'assabentin del que passa al CEP cada setmana.

**Pressupost:** 0 €

És igual d'important saber explicar a nous associats què es fa al CEP com que els propis socis estiguin informats de totes les activitats que tenen a l'avast.

És recomanable que a la web del CEP hi hagi un suport amb un formulari, on qualsevol usuari es pugui subscriure a aquest servei de mails. Hauria de tractar-se d'un quadre visible a la home page. El mètode de subscripció ideal és el de double opt-in, mitjançant el qual els usuaris omplen un qüestionari breu i immediatament reben un correu de confirmació. Amb això, ens evitem els correus falsos i ens assegurem que els qui completen el formulari volen seguir-nos.

Per aquest motiu la comissió de comunicació s'encarregarà d'aquesta creació de contingut setmanal.



### Acció 3- App del CEP



**Objectiu:** Que els associats s'assabentin del que passa al CEP cada setmana.

**Pressupost:** 1.500 €

Per tal d'accedir al nou nocal i mantenir un control de les entrades a la zona esportiva s'està treballant per crear una APP del CEP. Aquesta serà descarregable per a smartphones (Android i Apple) i ordinadors amb sistema operatiu Windows i Mac amb l'objectiu de millorar l'eficiència de la comunicació interna.

- Reserva a la zona esportiva i de rocòdrom.
- Intercanvi de comunicacions i missatges (privats, públics, multidireccionals...).
- Creació de grups personalitzats que permetin la comunicació entre seccions, així com per grups de treball.

## 5. Calendarització i planificació del pla de comunicació any 2022

PREPARACIÓ DE L'ACCIÓ

IMPLEMENTACIÓ DE L'ACCIÓ

ACCIÓ ATEMPORAL

ACCIONS	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE
<b>ESTRATÈGIA POSADA AL DIA I ACTIVACIÓ D'OWNED MEDIA</b>									
ACCIÓ 1- Millora mc locals									
ACCIÓ 2- Activació owned media									
<b>ESTRATÈGIA D'IMATGE</b>									
ACCIÓ 1- Renovació imatge corpo			VOTACIÓ ASSEMBLEA					OBERTURA LOCAL	
ACCIÓ 2- Creació manual de marca			VOTACIÓ ASSEMBLEA					OBERTURA LOCAL	
ACCIÓ 3- Noves plantilles per xxss			VOTACIÓ ASSEMBLEA					OBERTURA LOCAL	
ACCIÓ 4- Video promocional								OBERTURA LOCAL	
<b>ESTRATÈGIA DIGITAL</b>									
ACCIÓ 1- Reestructuració de la web									
ACCIÓ 2- Creació de contingut atractiu a xxss								OBERTURA LOCAL	
ACCIÓ 3- Campanyes Google i Fb Ads									
ACCIÓ 4- Obertura Tik Tok									
<b>ESTRATÈGIA DE FIDELITZACIÓ</b>									
ACCIÓ 1- Apartat xat a la web									
ACCIÓ 2- E-mail Marketing									
ACCIÓ 3- App CEP									

Taula 9. Calendari del pla de comunicació 2022

Font: elaboració pròpia



## 6. Pressupost per estratègies

El Centre Excursionista del Penedès ha decidit invertir un 4% dels costos que preveu gastar-se en la nova seu social en comunicació. Tal com s'ha especificat a l'apartat x, el cost de la nova seu social són 240.000 €; per aquest motiu es destinaran 9.600 € en comunicació (s'han pressupostat 9.300 €, tenint en compte la situació actual i les pujades de preus).

El present apartat divideix el pressupost de comunicació per accions, perquè la junta directiva decideixi si dur a terme totes les accions depenent del seu cost i prioritat.

### 6.1. Pressupost estratègia posada al dia i activació d'owned media

ACCIONS	PRIORITAT 1	PRIORITAT 2
ACCIÓ 1- MILLORA MC LOCALS	0 €	
ACCIÓ 2- ACTIVACIÓ OWNED MEDIA		0 €

Taula 10. Pressupost accions estratègia de posada al dia i activació d'owned media.

Font: Elaboració propia

### 6.2. Pressupost estratègia d'imatge

ACCIONS	PRIORITAT 1	PRIORITAT 2	PRIORITAT 3	PRIORITAT 4
ACCIÓ 1- RENOVACIÓ IM. CORPOR.		2.500 €		
ACCIÓ 2- CREACIÓ MANUAL MARCA			0 € DINS ELS 2.500€	
ACCIÓ 3- NOVES PLANTILLES PER XXSS				0 € DINS ELS 2.500€
ACCIÓ 4- VÍDEO PROMOCIONAL	800 €			

Taula 11. Pressupost accions estratègia d'imatge.

Font: Elaboració propia



### 6.3. Pressupost estratègia digital

ACCIONS	PRIORITAT 1	PRIORITAT 2	PRIORITAT 3	PRIORITAT 4
ACCIÓ 1- RESTRUCTURACIÓ WEB				1.500 €
ACCIÓ 2- CREACIÓ CONTINGUT ATRACTIU XXSS	6.000 €			
ACCIÓ 3- CAMPANYES GOOGLE I FACEBOOK ADS		50 €		
ACCIÓ 4- PERFIL TIK TOK			0 €	

Taula 12. Pressupost accions estratègia digital.

Font: Elaboració pròpia

### 6.4. Pressupost estratègia de fidelització

ACCIONS	PRIORITAT 1	PRIORITAT 2	PRIORITAT 3
ACCIÓ 1- APARTAT XAT- WEB		0 € DINS ELS 1.500€	
ACCIÓ 2- E-MAIL MARKETING	0 €		
ACCIÓ 3- APP CEP		1.500 €	

Taula 13. Pressupost accions estratègia fidelització.

Font: Elaboració pròpia

## 7. Conclusions i valoració personal

D'aquest treball n'extrec diverses conclusions: en primer lloc, que ha estat un repte molt gratificant treballar en un cas real, en el qual igual que jo, hi ha un miler de persones implicades. Vull incidir en la predisposició del Centre Excursionista del Penedès per facilitar dades i informació diversa, a partir de la qual s'ha pogut realitzar el present treball. Reunir-me setmanalment amb persones que estimen un projecte ha fet que jo l'acabés estimant també, analitzar-lo a fons i intentant millorar el que més m'apassiona: la comunicació.

En primer lloc, considero indispensable i em sento satisfeta la tasca analítica que s'ha dut a terme; per elaborar un pla de comunicació d'una entitat cal conèixer el seu entorn, la seva història, tots els elements que la conformen i quins són els seus principis, així com quines són les entitats excursionistes del país i de quins recursos de comunicació disposen. També em satisfà haver conegut a fons quines són les persones que estan al darrera, què les mou i per què creuen que l'entitat ha de ser referent a la comarca.

Cal incidir en el fet que no hagi estudiat publicitat m'ha suposat haver-me de documentar més a l'hora de realitzar la part d'elaboració d'estratègies i accions, així com per escriure el marc teòric. Potser, si prèviament hagués tingut coneixement d'aspectes de publicitat podria haver destinat molt més temps a documentar-me d'aspectes teòrics per aplicar a la pràctica del pla de comunicació, o si hagués utilitzat prèviament eines de mesura de l'audiència com pot ser Google Analytics, hauria pogut realitzar un treball molt més professional. Tanmateix, considero que he après molt sobre com realitzar un pla de comunicació, i encara més sobre una temàtica que m'interessa com és la de la comunicació esportiva i sense ànim de lucre. Estic orgullosa d'haver pogut incloure el meu toc personal al projecte, amb aspectes com la creació d'un espai a Ràdio Vilafranca en el qual s'expliquen les activitats del cap de setmana organitzades pel CEP.

Al llarg del treball he anat incidint en la importància del voluntariat per tirar endavant l'entitat, de manera que considero indispensable crear una comissió de comunicació que s'encarregui dels aspectes especificats, però aquesta comissió combinar-la amb una persona professional que pugui ocupar-se de les xarxes socials i de crear contingut de qualitat i interessant per arribar a nous associats. Seguint en la mateixa línia, en tot moment s'ha procurat que les estratègies i accions estipulades compleixin els objectius esmentats a l'inici del treball.

A més, tal com he emfatitzat en diverses ocasions, l'obertura del nou local suposarà un abans i un després per la vida del CEP, i em fa feliç haver format part del projecte en un moment tan important per l'entitat. Em sento molt orgullosa, també, d'haver pres la decisió de rejuvenir la imatge corporativa coincidint amb l'obertura de la seu social, i d'haver treballat amb un equip de disseny professional com és Ladyssenyadora, els quals han seguit en tot moment les indicacions proposades i aprovades a reunions de Junta Directiva del Centre Excursionista del Penedès.

Per finalitzar, em sento orgullosa de l'esforç dipositat en aquest treball, i del coneixement obtingut a l'hora de realitzar-lo i d'haver-lo pogut compaginar amb la vida laboral i personal en un curs tan intens com és quart de carrera universitària. Ara toca deixar enrere una etapa que no dubto que serà essencial a la meua vida, i començar-ne altres que es fonamenten en tot el que he après a la Universitat Autònoma de Barcelona. Ho faig molt feliç i també satisfeta, ja que aquests quatre anys a la universitat han estat molt gratificants.

## 8. Bibliografia i webgrafia

*La Bauma / Escola d'escalada.* (2022). La Bauma Vilafranca. <https://www.labauma.com/>

*Bosc Verd.* (2022, 25 mayo). Bosc Verd. [https://boscverd.org/bv0/index.php?option=com\\_content&view=featured&Itemid=43](https://boscverd.org/bv0/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=43)

Bravo, R. M. (2021, 28 agosto). *Els Bombers fan un 40% més de rescats a la natura.* El Punt Avui. <https://www.elpuntavui.cat/societat/article/2020131-els-bombers-fan-un-40-mes-de-rescats-a-la-natura.html>

*CEC.* (2022, 26 mayo). Centre Excursionista de Catalunya. <https://cec.cat/>

*Com hem de definir els objectius d'un projecte?* (2021, 26 octubre). Xarxanet - Entitats i voluntariat de Catalunya per un món millor. <https://xarxanet.org/projectes/noticies/com-hem-de-definir-els-objectius-d-un-projecte>

*Creu Roja.* (2022). Creu Roja Alt Penedès. <https://www2.cruzroja.es/web/creu-roja/home>  
de Chollet, M., & de Chollet, M. (1983). *El màrketing-mix.* Deusto.

*La dimensió Europea de l'Educació als centres d'ESO del Tarragonès.* (2012). La dimensió Europea de l'Educació als centres d'ESO del Tarragonès. [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8911/3.3\\_Metodologia.pdf?sequence=23](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8911/3.3_Metodologia.pdf?sequence=23)

*Direcció estratègica per a directius/ives públics/ques.* (2018). Diputació de Barcelona. [https://repositori-dsf.diba.cat/public\\_resources/continguts/032DED\\_cas2\\_01/recursos/descargas/ca/cu07\\_ca02\\_004.pdf](https://repositori-dsf.diba.cat/public_resources/continguts/032DED_cas2_01/recursos/descargas/ca/cu07_ca02_004.pdf)

*Estrategias de marketing.* (2008). TESIS FINAL RUBEN GARIBAY. <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19651/Capitulo3.pdf>

Garzón, E. (2022). *Inici.* CatELA. <https://catela.org/>

*Guia per a l'elaboració d'un pla d'empresa d'una cooperativa de treball en el sector de les TIC.* (2019). Cooperativa de treball de Catalunya. <http://www.coopsetania.cat/wp-content/uploads/2018/05/07-femunacooperativa-gtic.pdf>

- Habitantes Vilafranca del Penedés 1900–2021.* (2021). El Español. <https://www.foro-ciudad.com/barcelona/vilafranca-del-penedes/habitantes.html>
- Idescat. El municipi en xifres.* (2022, 26 mayo). Idescat. <https://www.idescat.cat/emex/?id=083054>
- Impacte econòmic d'esdeveniments de cultura popular i tradicional a Catalunya: Festa Major de Vilafranca del Penedès.* (2016). Dades culturals. <https://dadesculturals.gencat.cat/ca/detalls/publicacio/40-impacte-economic-vilafranca>
- Informe de l'Associacionisme i el voluntariat al Penedès.* (2021, abril). Gencat. [https://voluntariat.gencat.cat/wp-content/uploads/2021/04/Associacionisme\\_Penedes.pdf](https://voluntariat.gencat.cat/wp-content/uploads/2021/04/Associacionisme_Penedes.pdf)
- Institut d'Estudis Penedesencs (IEP).* (1977). Institut d'Estudis Penedesencs, IEP. <http://www.iepenedesencs.org/2018/index.php>
- K.B.M. (2004). *CAPITULO II. Marco Teórico. 2.1 Marketing. El marketing es definido por Kotler, Bowen y Makens (2004) como un proceso social - PDF Free Download.* UDLAP. <https://docplayer.es/16204694-Capitulo-ii-marco-teorico-2-1-marketing-el-marketing-es-definido-por-kotler-bowen-y-makens-2004-como-un-proceso-social.html>
- Madteam.org. (2022). *Madteam.* Madteam. <https://www.madteam.org/>
- Penedès Verd.* (2021, 12 septiembre). Linktree. <https://linktr.ee/penedesverd>
- Planificació estratègica per a directius/ives públics i públiques.* (2018). Diputació de Barcelona. [https://repositori-dsf.diba.cat/public\\_resources/continguts/023PE\\_cas2\\_01/recursos/descargas/ca/cu3\\_ca2\\_001.pdf](https://repositori-dsf.diba.cat/public_resources/continguts/023PE_cas2_01/recursos/descargas/ca/cu3_ca2_001.pdf)
- Què és la identitat corporativa i en què es diferencia de la construcció de marca?* (2020, 24 febrero). FP Online. <https://fp.uoc.fje.edu/ca/blog/que-es-la-identitat-corporativa-i-en-que-es-diferencia-de-la-construccio-de-marca/>



Sellas, T. (2010). *La ràdio a les xarxes socials*. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).  
[https://www.cac.cat/sites/default/files/migrate/study/recerca/estudis\\_recerca/Radio\\_a\\_les\\_xarxes\\_socials\\_TSellas.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/migrate/study/recerca/estudis_recerca/Radio_a_les_xarxes_socials_TSellas.pdf)

*Territorials I El panoràmic*. (2020, 17 diciembre). El Panoràmic. <http://www.elpanoramic.org/informes/>

Thompson, I. (2010). *Definición de Marketing*. PORTAL DE MARKETING - Marketing-free.com. <https://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

*UES I Unió Excursionista de Sabadell*. (2022). UES. <https://ues.cat/>

U.I. (2022). *Ladyssenyadora I Estudi creatiu*. Ladyssenyadora. <https://ladyssenyadora.com/>

*Vilafranca del Penedès - Población: inmigrantes, emigrantes y otros datos sobre los habitantes de cada municipio*. (2022). Ep data. <https://www.epdata.es/datos/poblacion-inmigrantes-emigrantes-otros-datos-habitantes-cada-municipio/3/vilafranca-penedes/7842>

*VINSEUM. Museu de les Cultures del Vi de Catalunya*. (2020, 9 abril). Vilafranca del Penedès. <https://www.turismevilafranca.com/ca/llocs-interes/vinseum-museu-de-les-cultures-del-vi-de-catalunya>

*Vista de El Pla de màrqueting i comunicació aplicats a les organitzacions socials I Educació social. Revista d'intervenció socioeducativa*. (2010). Màrqueting i comunicació aplicats a les organitzacions socials. <https://raco.cat/index.php/EducacioSocial/article/view/165579/241151>