

EIBARTEGIKOA2017

PLAN ESTRATEGIKOA 2015-17 PLAN ESTRATÉGICO



SDEIBAR
fundazioa

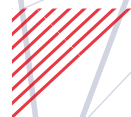
El Plan Estratégico 2015-17 de SD Eibar se presentaba el pasado mes de octubre de 2015 bajo la marca "Eibartegikoa2017": el Eibar llegaba a este proceso con la experiencia acumulada en los 75 años de historia del Club pero con la mentalidad abierta para escuchar a nuestra base social y convertirnos en un Club más moderno, abierto y transparente, sin dejar de lado nuestra historia, esencia ni valores.

Una metodología participativa con más de 100 participantes -provenientes de todas las áreas que representan a la masa social del Club- han estado implicados directamente en la elaboración del Plan que se ha realizado con el objetivo de maximizar el beneficio tanto social como económico que puede generar el Eibar para la Comarca y la Ciudad.

Tras dos temporadas en Primera División, el Club se encuentra en un momento clave para consolidarse en la élite implantando nuevas políticas y cambios de cara a fortalecerse para la tercera temporada en la Máxima Categoría. Por ello, SD Eibar ha liderado un proceso de posicionamiento estratégico en el que aspiramos a un modelo empresarial basado en los valores que nos han traído hasta aquí, pero a la vez más abierto e innovador, caracterizado por la participación democrática y la transparencia. A los valores tradicionales del Club, como son la humildad, el trabajo, el esfuerzo, el espíritu de equipo, la solidaridad, el sacrificio y el espíritu de superación, se suman otros que se han puesto de manifiesto en la construcción de este Plan Estratégico: liderazgo-ambición, excelencia, imagen de marca, transparencia, participación democrática, integridad y diversidad.

Las líneas de trabajo en las que se estructura el Plan Estratégico son las siguientes:

1. ----- Modelo Deportivo
2. ----- Motor de Desarrollo Económico y Social
3. ----- Modelo de Gestión Avanzada
4. ----- Marca Eibar
5. ----- Ipurua Tallarra



Plan de comunicación y socialización del Plan Estratégico

Una vez establecidas las principales líneas de trabajo del Eibar hasta 2017, se ha desarrollado un proceso de presentación a la masa social (que arrancó en la temporada 2014/2015), y las principales líneas del Plan se han debatido en numerosos grupos de interés. En este momento, todas las ideas de mejora, sugerencias y correcciones surgidas en esos grupos se han incorporado al plan e introducido en los Planes de Gestión de cada departamento para la temporada 2016, enriqueciendo el propio Plan Estratégico con aportaciones directas desde los principales grupos de interés que componen la masa social del Eibar (abonados, accionistas, instituciones, partidos políticos, patrocinadores, aficionados, peñistas, medios de comunicación, jugadores, padres de jugadores/as de Fútbol Base, asociaciones de comerciantes y hosteleros, empresas de la comarca, agencias de desarrollo...).

Este plan de comunicación y socialización del Plan Estratégico dirigido desde la Fundación del Club ha contado con los siguientes hitos principales :

1. Proceso para recabar feedback desde los grupos de interés

01/10/2014 a 30/06/2015
(Estadio de Ipurua)

Mediante 16 grupos de trabajo que han incluido a todo tipo de personas que componen los grupos de interés para el Club (Primer Equipo, exjugadores y exconsejeros, Fútbol Base, Patrocinadores, Instituciones, Medios de Comunicación u Organizaciones sociales) se han desarrollado dinámicas de captación de sus impresiones sobre el estado actual del propio Club y sobre los retos de futuro. Ese feedback se ha estructurado e incluido en la base del Plan Estratégico.

2. Presentación de conclusiones a los participantes

15/10/2015 (Tribuna Norte, Ipurua)
Presentamos el Plan Estratégico y sus principales líneas de trabajo a las más de 200 personas de nuestra base social que han tomado parte en la elaboración del mismo.

3. Constitución del Foro Estratégico

10/11/2015 (Sala de reuniones, El Corte Inglés)
Se constituyó el Foro Estratégico, un órgano formado por 30 personas en cinco sub grupos, uno por línea de trabajo del Plan Estratégico, cuya misión es ampliar, someter a debate y desarrollar las líneas de acción.



4. Proceso de Participación Ciudadana I

14/11/2015 (Hall del Ayuntamiento)

Mediante un Work&Coffee Open Session celebrado en el hall del Ayuntamiento, el Plan Estratégico se abrió a la ciudadanía en general, donde todas las personas que acudieron pudieron tomar parte en el debate y enriquecimiento del plan.

5. Proceso de Participación Ciudadana II

10/12/2015 (Hall del Ayuntamiento)

A través de un Pintxopote Open Session, el Plan Estratégico se abrió por segunda vez a la ciudadanía, que pudo aportar todas sus ideas y conocer de primera mano a los responsables de cada departamento del Club.

6. Reunión del Foro Estratégico con el Grupo de Ipurua Tallarra

14/01/2016 (Centro de Formación, Ipurua)

El primero de los cinco grupos que componen el Foro Estratégico se reunió para debatir los puntos en torno a la remodelación del Estadio de Ipurua, la generación de nuevos espacios y nuevas líneas de negocio, así como la inserción del Estadio de Ipurua en el barrio y en la ciudad.

7. Reunión del Foro Estratégico con el Grupo de Marca Eibar

21/01/2016 (Sala de Prensa, Ipurua)

Esta reunión de subgrupo trató los aspectos relativos al posicionamiento de marca del Eibar, ligado a la estrategia de marca de la ciudad y de la comarca, así como la potenciación conjunta de los productos y servicios que definen la filosofía eibarresa.

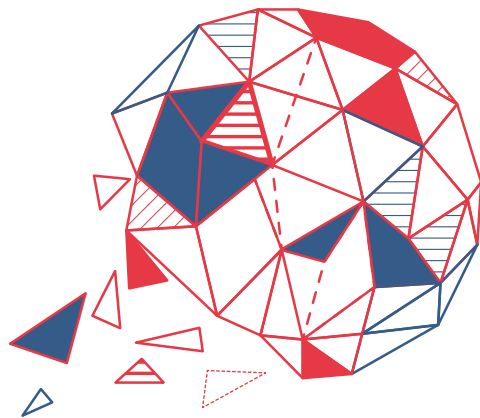
8. Reunión del Foro Estratégico con el Grupo de Modelo Deportivo

25/01/2016 (Sala de Prensa, Ipurua)

La reflexión sobre el cambio de modelo deportivo se realizó en el marco de este grupo: cómo modernizar los aspectos clave manteniendo la esencia que nos ha traído hasta Primera División, el paso del gasto a la inversión en los fichajes, la revalorización de jugadores o el reto pendiente del Fútbol Base fueron debatidos a fondo.

9. Reunión del Foro Estratégico con el Grupo de Motor de Desarrollo Económico y Social

10/02/2016 (Sala de Prensa, Ipurua)
La concepción del Eibar como una empresa que genera desarrollo económico y social fue debatida profusamente en el marco de esta reunión de grupo, incluyendo el impacto positivo en el pago de impuestos, el desarrollo del tejido empresarial local, así como la incidencia en el turismo, el comercio o la hostelería.



10. Reunión del Foro Estratégico con el Grupo de Modelo de Gestión

10/03/2016 (Sala de Prensa, Ipurua)
El quinto de los subgrupos que componen el Foro Estratégico tomó en consideración el modelo de gestión empresarial del Club, tratando aspectos clave como la profesionalización de departamentos, la estructura y organigrama, las relaciones entre el Consejo de Administración y las diferentes áreas, así como los cambios necesarios para continuar siendo una organización ágil en la toma de decisiones, con especial interés en la transparencia como valor empresarial de gran importancia.

11. Reuniones interdepartamentales y Consejo de Administración para toma en consideración y aprobación de conclusiones y ampliación de líneas de trabajo

15/03/2016 (Sala de Juntas, Ipurua)
Como último paso, el organigrama directivo junto con el Consejo de Administración desarrollaron una serie de reuniones para tomar en consideración las principales conclusiones emanadas del plan de comunicación y socialización del Plan Estratégico, ampliar las líneas de trabajo existentes con el nuevo contenido e implantar la aplicación de las nuevas áreas de trabajo en los planes de gestión departamentales.

Principales adiciones al Plan Estratégico emanadas del plan de comunicación y socialización

Estas son las principales adiciones al Plan Estratégico surgidas como respuesta a las inquietudes:

1. Procesos de participación ciudadana I y II

- + Se ha tomado en consideración la mejora de la comunicación exterior ante la constatación del déficit comunicativo percibido por la masa social, incluyendo publicidad pagada en redes sociales y prensa.
- + Ante las quejas de la dificultad de compra de entradas y liberación de abonos en las oficinas y taquillas, se ha perfeccionado y simplificado el proceso de venta online de entradas, así como la liberación de asientos que ya es realizable 100% de manera online.
- + Es numerosa la reflexión de que el Club tiene que acercarse a los más pequeños e influir positivamente en la propagación de modelos sociales, se ha implantado un programa de visitas a Ipurua desde los colegios de la ciudad y comarca.
- + Al planteamiento de utilizar Ipurua como un recurso turístico y social al que se pueda tener acceso, se ha decidido trabajar en la apertura del Tour a Ipurua para el público en general al comienzo de la temporada 2016-17.

2. Foro Estratégico – Grupo Ipurua Tallarra

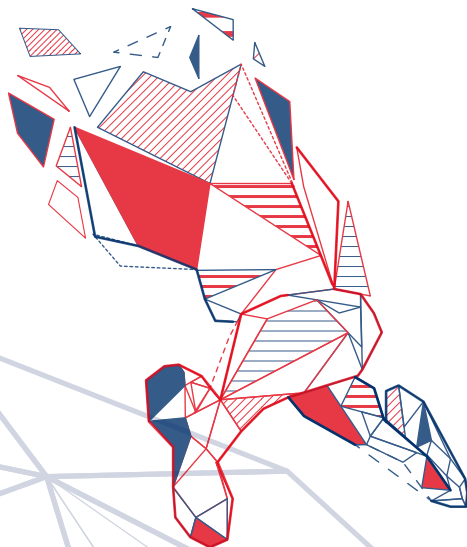
- + La remodelación del estadio de Ipurua se percibe como un proyecto que modificará severamente el aspecto del barrio, por ello se ha decidido generar un proceso de participación ciudadana con información escrita a los vecinos y reuniones informativas.
- + Se pone de manifiesto que los partidos políticos creen que se debería intentar lograr el consenso, por ello se despliega un plan especial de reuniones con partidos e instituciones para facilitar la obtención de un consenso en la remodelación de Ipurua.
- + Ante las voces que reclaman que los vecinos y sus opiniones sean tenidos en cuenta, dentro del proceso de participación ciudadana se dará la oportunidad a estos de proponer modificaciones al proyecto que puedan ser tenidas en cuenta.
- + Las solicitudes de trabajar en la mejora del tráfico y del problema de aparcamiento en el barrio, el Club modifica el proyecto para incluir un parking bajo la nueva Tribuna Este que permita descongestionar la ocupación de plazas de aparcamiento públicas.

3. Foro Estratégico – Grupo Marca Eibar

- + Desde ciertos colectivos se sugiere que el Club es poco cercano, para cambiar esa percepción se incrementa la presencia de Consejeros o jugadores en actos públicos, fiestas de barrios o eventos ciudadanos.
- + Una de las ideas recurrentes es la importancia del Eibar como posible aglutinador de otros recursos de la ciudad, para ello, se han iniciado conversaciones con esos otros recursos y organizaciones como Basquetour para generar una estrategia turística de ciudad y comarca.
- + Ante la identificación de países clave en los que se pueden tener prescriptores de primera mano que hagan de embajadores del Club, se activa un plan para el fomento de peñas en esos países clave, así como un proceso de internacionalización a través de diferentes iniciativas que se están poniendo en marcha.

4. Foro Estratégico – Grupo Modelo Deportivo

- + Hay una constatación generalizada de que para que el Fútbol Base pueda ser realmente competitivo al máximo nivel es necesario tener mejores infraestructuras, por ello se inician un plan a medio plazo para la creación de una eventual ciudad deportiva propia.
- + La eliminación del Eibar B se percibe como un error histórico cuyas consecuencias negativas se extienden a hoy en día, de la reflexión se desprenden líneas de trabajo para fomentar el sentimiento de identificación como propio del actual filial CD Vitoria, y la integración del Urko Mendi como alternativa a suplir el hueco entre el filial y el Juvenil División de Honor.
- + Los aportes en la línea de la necesidad del paso del gasto a la inversión en jugadores que puedan revalorizarse con el paso del tiempo son compartidas por el Club y vienen a reforzar los planes de futuro de este.
- + Asimismo, hay unanimidad en los comentarios de la necesidad de ahondar en el aumento de duración contractual para nuevos jugadores, idea compartida por la Dirección Deportiva que viene a reforzar el actual plan y convertirse así en una línea de ingresos adicional.



5. Foro Estratégico – Grupo Motor de Desarrollo Económico y Social

- + La percepción generalizada de que no se conoce el impacto real positivo del Eibar en la economía local pone de relieve la necesidad de realizar un informe económico sobre ese impacto y divulgarlo.
- + Las asociaciones de comercio y hostelería ponen de manifiesto que es importante avanzar en el incremento del aforo para poder posibilitar la llegada de personas de otros pueblos de la comarca, por ello la línea de trabajo del Club en este sentido se ve reforzada.
- + Las asociaciones de comerciantes y hosteleros plantean la creación de dinámicas conjuntas con el Club para la promoción mutua, decidiéndose crear reuniones entre ambos con regularidad.

6. Foro Estratégico – Grupo Modelo de Gestión Avanzada

- + La percepción exterior de la política de transparencia del Club es muy positiva, este mensaje lleva a reforzar el fomento de las líneas de trabajo que llevan a las políticas de transparencia.
- + Se valora también positivamente el fomento de la participación de la masa social en las decisiones del Club más allá de la Junta de Accionistas, esta idea lleva a profundizar en la forma de continuar haciendo partícipes a los grupos de interés en la toma de decisiones canalizándolo a través de SD EIBAR FUNDAZIOA.
- + Se plantea la necesidad de realizar una reflexión sobre el modelo de organización del Eibar como empresa.
- + Hay un consenso en la necesidad de evolucionar hacia un nuevo modelo empresarial más ágil, con un empoderamiento del equipo directivo que gane en autonomía y proactividad, para ello el Club trabajará en modernizar la estructura de forma en que cada cabeza de departamento tenga más autonomía y poder de decisión.

MUCHAS GRACIAS

Tu participación en el Plan Estratégico ha sido clave.
Tus opiniones nos han ayudado a enriquecer nuestro plan.
Eres un importante protagonista que ha modelado el futuro de **SD Eibar**.