

MANUAL PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS SOSTENIBLES EN LA ZONA EUROACE

“MANUAL PARA A ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DESPORTIVOS SUSTENTÁVEIS NA ZONA EUROACE”



Vicente Luis del Campo

(Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Extremadura.)

Tomás García Calvo

(Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Extremadura.)

José Alberto Parraça

(Dptº. de Desporto e Saúde. Universidade de Évora. Portugal.)

2020

Título

Manual para a Organização de Eventos Desportivos
Sustentáveis na Zona Euroace

Edição

Universidade de Évora

Autores

Vicente L. del Campo

José Alberto Parraça

Tomás G. Calvo

ISBN

978-972-778-162-1

Évora, Setembro de 2020

Colaboraciones

-David Cerro Herrero. Facultad de Formación del Profesorado. Universidad de Extremadura.

-Dora Sampaio. Clube de Ténis de Montemor o Novo. Portugal.

-Héctor Valentín Jiménez Naranjo. Facultad de Empresa, Finanzas, y Turismo. Universidad de Extremadura.

-Fernando Manzano Esteban. Coordinador Área de Carreras por Montaña de la Federación extremeña de montaña y escalada.

-Francisco León Guzmán. Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Extremadura.

-Gonçalo Simões. Clube de Ténis de Montemor o Novo. Portugal.

-Jesús Morenas Martín. Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Extremadura.

-Jesús Muñoz Jiménez. Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Extremadura.

-José Carmelo Adsuar Sala. Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Extremadura.

-Manuel Nuñez Vivas. Dinamizador Deportivo Sierra de San Pedro. Extremadura.

-Maria Dolores Apolo Arenas. Facultad de Medicina. Universidad de Extremadura.

-Tiago de Matos Almedia e Sousa. Escola Superior de Desporto de Rio Maior.

CAPÍTULO 1

La calidad en la gestión de eventos deportivos

Vicente Luis del Campo.

Facultad de Ciencias del Deporte.

Universidad de Extremadura.

Concepto de calidad en el deporte

El término calidad ha tenido un origen vinculado al control e inspección en los procesos de montaje industrial a fin de asegurar el normal funcionamiento de sus productos finales. Este concepto de calidad ha ido evolucionando a lo largo del tiempo hasta convertirse en una filosofía de empresa con la que se asegura una calidad total del producto resultante. La familia de normas ISO 9000 y el modelo europeo de excelencia (EFQM) tratan de evaluar y consolidar esta cultura de calidad en torno a la fabricación de un producto.

Pero, ¿qué pasa en el ámbito deportivo donde no se crean productos, sino que se prestan servicios, y además éstos tienen una naturaleza intangible?

La investigación ha sugerido que un servicio deportivo se presta con calidad cuando existen: i) buenas instalaciones deportivas, ii) un número suficiente de espacios deportivos, iii) aseos y vestuarios limpios, y iv) buena relación monitor-cliente. Específicamente, la escala Q-Sport 10 establece una serie de ítems agrupados en torno a dos dimensiones (personal e instalaciones) relacionadas con la calidad de un servicio deportivo (e.g., amabilidad, trato, profesionalidad y eficacia de los monitores; así como iluminación, amplitud, higiene y limpieza en los espacios deportivos utilizados).

Pero, ¿cómo conseguir que la gestión de un evento deportivo sea percibida con calidad? Aquí la respuesta no está tan clara y requiere la inclusión de diferentes aspectos que abordaremos a continuación.

El evento deportivo: Una oportunidad para hacer deporte, pero también turismo

Los eventos deportivos se pueden convertir en un excelente reclamo para visitar las diferentes ciudades y pueblos. Específicamente, la región transfronteriza entre España-Portugal llamada EUROACE cuenta con magníficos paisajes naturales y culturales que brindan a los participantes de estos eventos y sus acompañantes no sólo experiencias deportivas sino también experiencias turísticas donde poder descansar, comer, y conocer sus costumbres locales. En concreto, esta eुरorregión cuenta con unas 90 áreas naturales protegidas, 30 museos y 20 espacios Patrimonio Mundial de la UNESCO. Por tanto, los gestores deportivos deberían procurar coordinarse junto con Administraciones públicas y privadas competentes para ofertar un evento deportivo atractivo ligado a una rica y variada oferta de actividades complementarias (e.g., gastronómicas, visitas guiadas a patrimonio natural, cultural y paisajístico, etc.) que enriqueciese la estancia de participantes y acompañantes. Es decir, el evento deportivo se

debería concebir como una oportunidad para hacer deporte y turismo, visitando diferentes localidades pertenecientes a la región EUROACE.

Gestionar los eventos deportivos desde la sinergia deporte-turismo podría fidelizar la presencia de participantes en futuras ediciones de este tipo de eventos. Específicamente, nos referimos no sólo a los que participan del evento (i.e., participantes activos) sino también a aquellas personas que acompañan a los propios participantes en calidad de espectadores/observadores del evento (i.e., participantes pasivos). Con todo ello, los organizadores deberían procurar una gestión técnica adecuada del evento deportivo, pero también ofrecer una oferta adicional de actividades no deportivas (previas y posteriores al evento) para potenciar la presencia de los acompañantes al evento. Se trata en definitiva de pensar no sólo en el participante activo sino también en el participante pasivo.

En nuestra opinión, un evento deportivo podría convertirse en la razón o motivo principal por el cual una persona decide irse a un destino vacacional. La literatura recoge ya un tipo de turismo en el que las personas se organizan sus vacaciones atendiendo a diferentes acontecimientos deportivos de su interés. La región EUROACE posee ciudades y pueblos muy atractivos y competitivos a nivel turístico, sobresaliendo en atributos culturales y paisajísticos.

Por tanto, esta región transfronteriza podría posicionarse de manera diferencial como un destino vacacional que ofreciese participación/observación de algún evento deportivo relevante al tiempo que posibilita la contemplación y admiración de su riqueza histórica y natural. Gestionar la estancia del turista deportivo desde esa doble perspectiva (deportiva y turística) podría contribuir al anhelo objetivo de organizaciones turísticas y administraciones públicas alargar la estancia de los visitantes en la región EUROACE.

Específicamente, esta región transfronteriza cuenta con el proyecto *Euroace Sport* (2017-2019) para tratar de posicionarse como un destino internacional para la práctica deportiva en el medio natural. Aquella modalidad de turismo que fusiona a la perfección el binomio turismo y deporte sería el turismo activo. Este turismo forma parte de un tipo de turismo más amplio llamado turismo de naturaleza. El turismo activo tiene como rasgos singulares: i) se practica al aire libre y en la naturaleza, ii) existe la necesidad de viajar a un sitio diferente al lugar de residencia, iii) tiene un componente motriz no competitivo y sí lúdico, y iv) contiene cierta incertidumbre y adaptación al medio natural donde se realiza. Pensamos que la región EUROACE tiene grandes posibilidades de desarrollo con el turismo activo al tratarse de un tipo

de turismo que integra deporte y contacto con la naturaleza. Sería conveniente promocionar específicamente este tipo de turismo entre los habitantes de ciudades como Lisboa, Oporto, Madrid y Sevilla ya que según indican diferentes estudios, el perfil de practicante es una persona de mediana edad, que vive en núcleos poblacionales grandes, y que hace pequeñas escapadas para acercarse a entornos más tranquilos como pequeños pueblos o entornos naturales.

El evento deportivo: Una oportunidad para movilizar la economía verde y circular

Aproximadamente el 40% de la superficie de la región EUROACE contiene zonas forestales y naturales. Esta eurorregión tiene una apuesta decidida por aprovechar racionalmente sus recursos naturales, prestando especial atención por ejemplo a sus energías renovables, recursos hídricos, bosque y el corcho. Específicamente, la Comunidad Autónoma de Extremadura cuenta con una estrategia global conocida como *Extremadura 2030*. Esta estrategia, dada a conocer en el año 2016, pretende caminar hacia un nuevo modelo productivo de economía verde y circular, basado en la creación de riqueza y empleo. Trata de respetar las tradiciones, pero también la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio a través de la innovación, todo ello

siendo compatible con el uso responsable de sus recursos naturales existentes. Una estrategia regional a la que fueron llamados a participar todos los agentes sociales, económicos y políticos de la sociedad extremeña (e.g., jóvenes, mujeres, nuevos emprendedores, empresas ya constituidas, entidades públicas y privadas, etc). Esta estrategia contiene 7 ejes temáticos entre los que se encuentra la economía verde y circular, y 24 líneas estrategias de actuación entre las que se encuentra el ocio, el turismo verde y el deporte de naturaleza.

Como ejemplos de actuación en materia de deporte de naturaleza encontramos el circuito deporte y naturaleza al tratarse de un conjunto de pruebas deportivas que utilizan los recursos naturales de Extremadura y en el que participan diferentes administraciones públicas, clubes y asociaciones deportivas, empresas de servicios deportivos, empresas de ocio y turismo activo. También, el Centro Internacional de Innovación Deportiva en el Medio Natural “El Anillo” se constituye como un centro de referencia en España para la formación, innovación e investigación en torno a las actividades físicas y el deporte en el medio natural. También, como lugar de celebración de eventos deportivos de carácter nacional e internacional. Estos son dos ejemplos de buenas prácticas de economía verde puestos en marcha por parte de la Fundación Jóvenes

y Deporte de la Junta de Extremadura ya que involucran a gran cantidad de agentes sociales, utilizan los recursos naturales de manera eficaz para realizar sus actividades, y son respetuosos con el medio ambiente sin apenas generar residuos.

Pero, ¿qué podría hacer específicamente un evento deportivo para incentivar la economía verde en la región EUROACE (i.e., producción baja de emisiones de carbono, uso eficiente de los recursos y reducción de los riesgos ambientales)?

- Potenciar la interconexión de pequeñas empresas locales turísticas y deportivas a fin prestar servicios deportivos y/o turísticos en entornos naturales.

- Atraer la llegada de nuevos visitantes a entornos rurales, ayudando a sectores económicos como el turismo verde y el deporte de naturaleza.

- Promover la capacitación de personas en estos sectores productivos, contribuyendo a la inserción laboral posterior de profesionales cualificados en materia de turismo y deporte.

- Convertir el evento deportivo en un escaparate donde participantes y público asistente puedan visualizar, e incluso experimentar, innovaciones tecnológicas a nivel deportivo y de actividad física.

Es decir, utilizar el evento para visualizar avances en materia de I+D+I en el deporte, tanto en la gestión de instalaciones y espacios deportivos como durante la realización de eventos deportivos. Una buena

estrategia sería contar en cada evento deportivo con un “espacio ecológico” a modo de *stand* donde los participantes y acompañantes pudieran escuchar a especialistas qué programas, proyectos y actuaciones concretas se vienen realizando en materia de innovación deportiva y economía verde (e.g., evolución de los pavimentos de césped artificial e híbridos para campos de fútbol y pádel que reduzcan el consumo de agua y el riesgo de lesiones, nuevos sistemas de cerramientos de un pabellón deportivo para ahorrar energía, etc.). También, sería interesante convertir a los eventos deportivos en un espacio donde los participantes tuvieran ocasión de formarse en alimentación saludable y consumo verde responsable (e.g., compra de productos ecológicos; donde comprarlos; ventajas para la salud, etc.) a través de charlas didácticas con un punto de degustación de productos ecológicos de la zona local en el que técnicos, por ejemplo, del Centro de Agricultura Ecológica y de Montaña o del Instituto Tecnológico Agroalimentario de Extremadura del del CICYTEX (Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de Extremadura) pudieran informar de las bondades de este tipo de alimentos. También, se podría aprovechar la estancia en aquellos entornos rurales donde tenga lugar el evento deportivo para conocer ejemplos de urbanización sostenible y

construcción verde de la mano de técnicos del Instituto Tecnológico de Rocas Ornamentales y Materiales de Construcción (e.g., rehabilitación de viviendas dedicadas al turismo rural, y modernización energética de hoteles y casas rurales).

Y ¿qué podría hacer particularmente un evento deportivo para incentivar la economía circular (i.e., la reutilización, reparación y reciclaje de los materiales y productos deportivos utilizados previamente)? Por ejemplo, el evento deportivo podría mejorar la visibilidad de propuestas que permitieran un segundo uso a productos naturales (e.g., el corcho como elemento granulado de amortiguación en superficies deportivas) o sintéticos (e.g., el caucho de las ruedas desgastadas de los coches para pavimento de patios de recreos en colegios e institutos o el plástico reciclado para fabricar camisetas deportivas) ofreciendo charlas divulgativas realizadas por especialistas en la materia (e.g., personal técnico del Instituto del Corcho, la Madera y el Carbón Vegetal del CICYTEX. También, el evento deportivo podría incluir algún taller para niños orientado a aprender las posibilidades de reparación de diferente material y equipamiento deportivo (e.g, un pinchazo en la rueda de una bicicleta) o para mayores sobre como reutilizar residuos de otras industrias para usarlas en

la construcción de nuevas instalaciones deportivas (e.g., las baldosas exteriores de hormigón prefabricado con áridos procedentes de demoliciones o puertas de tablero conglomerado).

El evento deportivo: Una oportunidad para conocer y cuidar el medio ambiente

Según la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1987), desarrollo sostenible es aquel que “aquél que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”. La Cumbre del Clima de Río de Janeiro (1992) consiguió que gran parte de los países desarrollados tuvieran un modelo de crecimiento más sostenible (i.e., que sus sectores productivos generaran riqueza, pero siendo respetuosos con el medio ambiente). El deporte como fenómeno social específico de estas sociedades avanzadas no escapó a este influjo de cuidado y respeto por el medio ambiente. En España, el Ministerio de Educación (a través del Consejo Superior de Deportes), el Ministerio de Medio Ambiente (a través de la Fundación Biodiversidad), y el Comité Olímpico Español (con la colaboración de la Organización No Gubernamental Green Cross España) diseñaron la Estrategia Nacional sobre Deporte y Sostenibilidad (2007).

Según una encuesta del Consejo Superior de Investigaciones Sociológicas (CIS, 2012), aproximadamente el 60% de los españoles cree que los problemas medioambientales afectan a su vida y un casi un 50% opina que dedicaría más recursos para proteger el medio ambiente. ¿Qué podría, por tanto, hacer un evento deportivo en favor del medio ambiente? Sin entrar de lleno en propuestas prácticas concretas al ser objeto de desarrollo en un capítulo posterior, podríamos decir que este tipo de eventos debería de respetar los principios de eficiencia energética a través de la utilización de energías limpias, ahorro de agua, y reducción de los residuos generados con la actividad deportiva. Sin embargo, podemos avanzar que sería positivo contar con cuestionarios específicos que cuantificaran el impacto medioambiental de un evento deportivo. El Consejo Superior de Deportes certifica con una carta verde a aquellos centros deportivos que siguen una serie de pautas y recomendaciones en defensa y cuidado del medio ambiente. En esta línea, se podría otorgar una certificación específica a modo de “etiqueta ecológica” (como la que nos encontramos en los aparatos electrónicos corrientes de una vivienda familiar) para aquellos eventos deportivos respetuosos con el entorno natural donde tienen lugar. La idea sería similar al pasaporte verde y circular otorgado por la Dirección General de Medio

Ambiente de la Junta de Extremadura para el uso responsable de 15 áreas protegidas de Extremadura. Por último, la gestión de un evento deportivo sería una buena oportunidad para aplicar la responsabilidad social corporativa de las organizaciones/empresas gestoras del evento deportivo. Por ejemplo, destinando un pequeño porcentaje del dinero obtenido con la organización del evento deportivo a causas medioambientales (e.g., donar una cantidad económica a una ONG no gubernamental, sin ánimo de lucro, que realice una actividad de cuidado del medio ambiente en la zona EUROACE).

El evento deportivo: Una oportunidad para acercar el deporte a toda la población

Consideramos que un evento deportivo debería incluir también un análisis de su impacto social (i.e., cuantas personas han participado y qué grupos de participantes han sido los más y menos numerosos). Esta información podría ser útil para diseñar futuras ediciones del evento tratando de conseguir mayores cuotas de participación, específicamente en aquellos colectivos con una menor presencia. Consideramos que un evento deportivo debe ser en primer lugar una actividad inclusiva, en la que todos tengan la oportunidad de participar. No se trata de eliminar el posible matiz competitivo que los eventos

deportivos puedan incluir sino asegurar categorías adaptadas a todas las edades y niveles de condición física. Aquí cobra gran importancia el concepto de accesibilidad universal. Nos referimos a que el diseño de las actividades y/o pruebas debería estar pensado para el conjunto de la población (i.e., niños, jóvenes, adultos, mayores, personas con algún tipo de discapacidad y/o movilidad reducida).

Otro aspecto a considerar en la gestión de eventos deportivos a fin mejorar las cifras de participación en los mismos sería tener en cuenta los datos sociológicos existentes en la literatura científica sobre los hábitos de práctica deportiva en la población española y portuguesa. Estas tendencias podrían ayudar a diseñar eventos deportivos que recogiesen aquellos aspectos que más valoran los participantes y que están relacionados con la motivación real que les empuja a participar en los mismos. En esta línea, para fidelizar la presencia de los participantes en futuras ediciones del evento (o bien para que un evento deportivo sirviera de herramienta de enganche a otros programas de actividades deportivas más continuados en el tiempo) resultaría fundamental conocer el grado de satisfacción del participante en el evento. Para ello, una estrategia acertada sería conocer su opinión una vez finalizado el evento a través de algún tipo de cuestionario breve, anónimo y en forma digital para

una cómoda y rápida respuesta. Estos cuestionarios podrían preguntar sobre aspectos relacionados con la planificación y organización del evento, pero también sobre datos socio-demográficos concretos del participante a fin de trazar diferentes perfiles de participantes en el evento (e.g., género, edad, nivel de estudios, procedencia, cómo se enteró del evento deportivo, etc). De forma similar, sería interesante que los otros grupos asistentes al evento deportivo en calidad de observadores (e.g., familiares, entrenadores, público en general, y los propios organizadores) pudieran responder a estos cuestionarios a fin de conocer sus intereses en ocupar su tiempo libre antes o después del evento deportivo (e.g., descanso y esparcimiento en la naturaleza, o bien un conocimiento más activo del entorno natural).

CAPÍTULO 2

Innovaciones en la gestión de eventos deportivos

Francisco León Guzmán y Jesús Muñoz

Jiménez.

Facultad de Ciencias del Deporte.

Universidad de Extremadura.

Introducción

Proveniente del latín *Innovatio*, cuyo significado es crear algo nuevo. Está formado por el prefijo *in* (estar en) y el concepto *novus* (nuevo), de manera básica y esquemática. La innovación vendría a reflejar un cambio a partir de la introducción de novedades que aspiran a mejorar la situación donde se implantan. Partiendo de esta premisa, y considerando los avances de la tecnología como referente de la innovación, la incorporación de recursos tecnológicos viene facilitando, en los últimos años, la innovación en la gestión de eventos deportivos. En concreto se puede destacar:

-Los logros en la gestión de ingentes cantidades de datos, conocido como datos masivos, datos a gran escala o más popularmente por su terminología en inglés “*Big Data*”. Este avance en la computación estadística ha demostrado su utilidad para facilitar y mejorar los procesos de organización, previsión, predicción y evaluación de cada uno de los elementos que confluyen en la organización de eventos. De igual modo, la posibilidad de obtener información determinante en tiempo real que permita implementar ajustes sobre la marcha que mejoren el desarrollo del evento, es algo hasta hace muy poco impensable.

-Las aplicaciones *on line* empleadas en la gestión colaborativa del trabajo en equipo. Permite a los

miembros de los comités de organización, la modificación y el ajuste de las acciones a desarrollar de manera simultánea e inmediata.

-Las redes sociales facilitan el contacto personalizado con participantes, seguidores, aficionados, etc., posibilitando una interacción más cercana durante el desarrollo del evento, los que da una nueva dimensión al concepto de participación, potenciando las posibilidades de los usuarios. De igual modo, permite el *feedback* inmediato sobre el desarrollo del evento a todos y cada uno de los agentes implicados.

Pero no solo los avances tecnológicos permiten la introducción de novedades. Los organizadores de eventos incluyen constantemente novedades e innovaciones con el fin de obtener datos de su desarrollo y mejorar su gestión. Por tanto, es casi imposible que las novedades que se puedan aportar sean de carácter disruptivo.

Sin embargo, pequeñas modificaciones de situaciones habituales, ligeras adaptaciones de contextos afines (o no tan afines), sutiles aportaciones en el enfoque el ambiente, etc. y, sobre todo, innovadoras combinaciones de lo existente, pueden generar esos cambios que, finalmente, logren la mejora en cualquier aspecto posible dentro de la organización de un evento deportivo.

En este sentido también hay que tener en cuenta que las innovaciones no tienen por qué estar definidas desde una visión general. Es importante que las sucesivas ediciones de un mismo evento tengan cada año innovaciones que las diferencien y lo conviertan en eventos únicos que atraigan el interés de público y participantes. En concreto, y por la experiencia propia adquirida en la organización de la Gimnastrada de Extremadura de Cáceres (España), que es un evento no competitivo y de participación multitudinaria, con más de 20 ediciones y 3000 participantes, algunos de los aspectos que pueden contribuir a esta individualización de las diferentes ediciones serían:

- La imagen de cartelería.
- La creación de un logotipo personalizado para cada edición, que defina también los trofeos que se entregan por la participación del evento.
- Selección de color de la ropa del equipo de organización, acorde con la imagen, que sea fácil de identificar y propia de cada año.
- La definición de un lema, a modo de hilo conductor del evento.
- La personalización de la emisión de las imágenes de la mediante “streaming”.
- La caracterización de los presentadores del evento.
- La decoración de la instalación.

Tras reflexionar acerca del hecho de la innovación en la organización y gestión de eventos deportivos, y habiendo identificado el “por qué” y el “para qué” de esta innovación, habría que avanzar en el “cómo”.

Debemos atrevernos a hacer cosas diferentes asumiendo la posibilidad y el riesgo de que las acciones no sean efectivas o no generen los resultados esperados. No hay mejor aprendizaje que un fracaso. En el mundo del *coaching* es frecuente afirmar que el camino del éxito está plagado de fracasos. Es mucho más seguro y probable acabar haciendo algo bien por descarte de lo que no funciona, que acertar en la elección de la novedad incorporada. Innovar es en definitiva un ejercicio de valentía, en el que la crítica va a estar presente en muchas ocasiones. Así pues, cuando se pretende que la gente innove, se le está pidiendo que “salten a los leones”; algo que no muchos están dispuestos a probar.

CAPÍTULO 3

Impacto y retorno económico en la organización de eventos deportivos

Héctor Valentín Jiménez Naranjo.

Facultad de Empresa, Finanzas, y Turismo.

Universidad de Extremadura.

Actualmente los aspectos relacionados con la gestión de los eventos deportivos generan una gran demanda de información tanto por los propios gestores como por otros grupos de interés. De esta manera surge la necesidad de encontrar repuestas que cuantifiquen la generación de recursos en el entorno donde se desarrollan los eventos deportivos. La complejidad para ofrecer soluciones la encontramos en la diversidad de efectos que los eventos deportivos tienen sobre la sociedad, ya que éstos pueden producir consecuencias desde diferentes perspectivas, tales como impacto económico, social, medioambiental, seguridad, etc... Desde el ámbito académico se alude también a la complejidad en la definición de los conceptos que conformarán todos los actores que van a generar efectos a partir de un evento deportivo; en este caso, pueden identificarse los eventos deportivos dentro del turismo deportivo para señalar los resultados producidos por quienes deben ser considerados como participantes en el evento, en referencia a los asistentes.

Este capítulo pretende aportar algunas ideas que puedan ser un punto de partida para arrojar datos sobre el impacto y retorno económico en la organización de eventos deportivos. Para ello, en primer lugar, ofreceremos algunos conceptos relacionados con los eventos deportivos para

delimitar cada uno de los análisis que puedan llevarse a cabo; y en segundo lugar profundizaremos sobre un método de cálculo concreto, el análisis coste beneficio.

En relación al análisis del impacto generado por grandes eventos deportivos en las ciudades que los acogen, pueden encontrarse muchos ejemplos que estudian fundamentalmente el aspecto económico. En contraposición a los grandes eventos, también se han aportado distintos trabajos que abordan los eventos de menor dimensión y que reflejan la creación de riqueza que generan justificándola en la afluencia de asistentes y participantes. Estos estudios muestran una cuestión que deberá tenerse en cuenta para cualquier análisis, y es que los eventos deportivos no sólo engloban a aquellas personas que realizan una actividad deportiva sino también a aquellas que participan como espectadores de una actividad deportiva o de un evento deportivo. Esta perspectiva, ya comentada anteriormente, es la que posiciona a los eventos deportivos en el ámbito del turismo deportivo, y queda justificada a través del impacto que generan aquellos que se ven atraídos por el evento.

Por ello, resulta de gran interés cuantificar en profundidad los beneficios económicos que surgen por la celebración de eventos, y en mayor medida cuando en éstos se emplean fondos públicos. Parece

que existe un acuerdo en que la realización de una inversión en forma de evento deportivo proporcionará de algún modo rentabilidad para la zona y sus habitantes, de manera que encontramos autores que afirman que la organización de competiciones deportivas constituye una fuente de beneficios para los lugares donde éstas se celebran. Básicamente estos beneficios se concretan en términos de realce de la imagen de la ciudad y/o su entorno, en términos económicos (ingresos directos) y también de dinamización y desarrollo del tejido socio-económico general del territorio.

Ante esta situación nos enfrentamos a dos preguntas: ¿qué es lo que queremos cuantificar?, y ¿cómo realizarlo?

Dejando de un lado aspectos sociales, medioambientales, o de imagen, podremos centrarnos en la cuantificación económica del evento. Para ello utilizaremos un método que permita relacionar por una parte los beneficios que se generan, y por otra los costes producidos por el evento deportivo. Esta metodología se conoce como análisis Coste-Beneficio (ACB), y tiene como principal propósito la obtención de una ratio beneficio-coste. Se trata de una técnica amplia y flexible, que permite evaluar las repercusiones socioeconómicas de grandes proyectos públicos.

Podría simplificarse en las tres etapas que muestra la siguiente figura 1:



Figura 1: Etapas de cálculo ACB

Aunque puede parecer sencillo realizar las estimaciones, surge la dificultad en el momento que debemos tener en cuenta a los diferentes grupos de interés que participan en el evento deportivo. En este caso diferentes autores aportan modelos que detallan algunos de los grupos de interés que provocan efectos directos, y además tienen en cuenta los efectos indirectos calculados a partir de multiplicadores del efecto. A continuación, presentamos una aproximación a través de la figura 2:



Figura 2: Metodología de análisis del impacto económico

Si llevamos a cabo el análisis en eventos de menor dimensión podría existir controversia en cuanto a la elección de los multiplicadores para el cálculo de los efectos indirectos, por ello consideramos que la aproximación al efecto directo ya permitirá obtener un valor suficiente para evaluar el evento y conseguir nuestro propósito. Además, resultará de gran interés conocer quiénes y en qué medida han contribuido a generar tanto gastos como ingresos. Para poder obtener datos suficientes deberemos realizar encuestas que permitan cuantificar el gasto medio tanto de los participantes como de los asistentes al evento. Estas magnitudes deben ser

consideradas como beneficios del evento debido a que incrementan el consumo producido en la población local.

Los costes deben ser identificados como aquellos factores de producción que son necesarios para la organización del evento. Una vez que se han estimado tanto beneficios como costes, puede realizarse un sencillo cálculo en el que pondremos en relación ambos términos obteniendo así la ratio que ha supuesto el evento. Esto nos aportará un dato muy significativo, ya que muestra la cuantía económica que se genera por cada euro que se ha invertido.

CAPÍTULO 4

Buenas prácticas en el desarrollo de eventos deportivos en la naturaleza

**Jesús Morenas Martín y José Carmelo Adsuar
Sala.
Facultad de Ciencias del Deporte.
Universidad de Extremadura.**

Consideraciones generales

La organización de eventos deportivos conlleva una gran planificación en cuanto a todos los aspectos que conforman la prueba (e.g., logística, personal, servicios, infraestructuras, etc.). Cuando uno de estos eventos tiene lugar en el medio natural esta planificación se complica más si cabe, ya que además tendremos que tener en cuenta muchos aspectos organizativos relacionados con el cuidado del medio ambiente y el entorno en el que se desarrolla el mismo. Si además nos preocupamos, como sería deseable, de hacer un evento lo más sostenible posible, tendremos que llevar a cabo actuaciones concretas que permitan minimizar el impacto de la celebración.

Elementos Clave

Los elementos claves son los que van a determinar las características de nuestra prueba y en los que deberemos centrarnos y tener en cuenta a la hora de planificar nuestro evento:

Organización

La entidad organizadora será la responsable de prácticamente todas las actuaciones relacionadas con el evento. Es por ello clave hacer una gran tarea de planificación, coordinación y reparto de funciones dentro del personal de la entidad.

Deberá elaborar un informe con las medidas medioambientales a realizar y las actuaciones que se van a llevar a cabo antes, durante y después del evento.

Deberá promover también entre sus filas actitudes sostenibles con el medio ambiente, ya que son los que van a llevar de primera mano las acciones necesarias. Sería deseable que exigieran a las otras empresas contratadas de que adopten las medidas medioambientales pertinentes.

Al finalizar el evento la organización elaborará una memoria final donde se recojan todas las actuaciones llevadas cabo, así como las dificultades encontradas y la manera en que se solucionaron.

Lugar de celebración

Las características de la sede de celebración serán determinantes en el impacto ambiental que generemos. Hay que tener en cuenta aspectos como accesibilidad, fragilidad del ecosistema, acceso a agua y red eléctrica, etc. que determinarán la logística del evento. Debemos consultar si la zona disfruta de servicios de gestión de residuos o será la organización la encargada de su gestión. La existencia de infraestructuras en la zona podrá facilitar las labores de gestión del evento, y deberemos adaptarnos a la disponibilidad de las mismas. Es por esto que la elección del

emplazamiento determinará en gran medida la preparación y desarrollo del evento.

Participantes

El público al que va dirigido el evento será también un factor clave en la organización. No es lo mismo una prueba popular, donde los participantes serán muy heterogéneos a una competición de alto nivel, donde el sesgo de participantes es muy concreto.

En función también del número de participantes podremos prever problemas de acceso y circulación, así como de desarrollo de la prueba. Tendremos que tener en cuenta también con cuantas categorías contamos en nuestro evento, y programar con antelación las diferentes pruebas para optimizar el desarrollo de la prueba.

Comunicación

En todos los procesos comunicativos se debería incluir algún mensaje sobre sostenibilidad en nuestro evento, o promocionar de alguna manera los hábitos de cuidado del medio natural.

Una buena comunicación propiciará que tanto nuestros trabajadores, como los participantes lleven a cabo actuaciones que faciliten de alguna manera la sostenibilidad del evento.

Ámbitos de actuación

Para facilitar la planificación de nuestro evento y programar las medidas que tendremos que implantar, hemos dividido éstas en ámbitos de actuación:

Compras y contratación

Un evento, lógicamente, lleva consigo la compra de artículos y la contratación de servicios. En este ámbito, podemos tener en cuenta varios aspectos que pueden ayudar a la sostenibilidad de nuestro evento.

1. Debemos planificar con perspectiva de futuro y realista, de tal manera que no generemos un excedente de artículos.
2. La compra de productos en empresas locales, además de repercutir directamente en la economía de la zona de celebración del evento, puede tener un impacto directo en el medio ambiente. Comprar en grandes empresas deslocalizadas o portales de internet puede reducir el gasto económico, pero aumentará la huella de carbono, debido al transporte y embalaje de los bienes.
3. Si hemos de comprar algún artículo electrónico para la celebración del evento (e.g., ordenador, impresora, fotocopiadora, nevera, etc.) intentaremos que tengan etiqueta energética A+++ prioritariamente. Además del uso de *toners* y cartuchos de tita reciclados.

4. Reducir el reparto de *merchandising* y publicidad a los participantes, y si se desea, distribuir, asegurarse que estos elementos tengan una utilidad real para los participantes, y no acaben en la basura. Estos productos deberán además ser lo más ecológicos posible (e.g., camisetas de algodón ecológico).
5. Si buscamos un patrocinador, asegurarse de que cumple con criterios de consumo responsable e implementa políticas de protección del medio ambiente.
6. La compra de artículos de comercio justo, ecológicos o productores locales para los participantes ayudará al desarrollo sostenible y consumo responsable.

Publicidad y Comunicación

1. Utilizar en medida de lo posible los medios digitales para la publicitación del evento (e.g., redes sociales, radio y televisión), evitando así la utilización de carteles y panfletos publicitarios.
2. Si necesitamos imprimir documentos, reducir el tamaño del papel y resumir y priorizar muy bien la información que queremos dar, para reducir la cantidad de papel y tinta utilizados.
3. Podemos utilizar los medios virtuales también para dar información relevante del evento mediante páginas web o utilización de códigos QR (e.g.,

programa del evento, clasificación, horarios, etc.) ya que casi todos los participantes contarán con un dispositivo móvil para poder consultar esta información.

4. Si nos vemos obligados a imprimir folletos, buscar empresas locales que cumplan certificación FSC o con sistema de gestión medioambiental (e.g., papel reciclado, no blanqueado con cloro, tintas vegetales).

5. Podemos aprovechar pancartas del evento (e.g., de patrocinadores) para incluir mensajes de concienciación ambiental en los mismos. También existen empresas que se encargan de la reutilización de estas pancartas para la realización de artículos como bolsos, bolsas de compra, monederos, etc.

6. Puede que la zona de celebración tenga una ordenanza municipal específica que regule la publicidad exterior. Evitaremos fijar carteles y pancartas en elementos naturales, y si lo hacemos, utilizar elementos de quita y pon (e.g., cuerdas, alambre, etc.) Revisar la zona una vez acabo el evento para asegurarnos de que no dejamos nada en el entorno.

Movilidad y accesibilidad

1. Fomentar el uso de transporte público para asistir al evento, ya que reduciremos las emisiones de CO₂. Se puede usar una plataforma en el evento para

poner en contacto a participantes para que compartan vehículo hasta el lugar del evento.

2. También facilitar el acceso a pie o en bicicleta al evento. Dotar a las instalaciones de un aparcamiento de bicicletas, a ser posible, vigilado.

3. En macro-eventos, podremos plantar la posibilidad de incluir, junto con la inscripción, un servicio de transporte hasta el lugar de celebración del evento.

4. Si necesitamos vehículos para la organización de la prueba (e.g., autocares, furgonetas, coche escoba) asegurarnos de que sean vehículos energéticamente eficientes (bajas emisiones, eléctricos, gas).

5. Deberemos habilitar zonas de aparcamiento temporal en espacios adecuados, cuando la zona de celebración esté lejos de una zona urbana con zonas de aparcamiento apropiado. Evitar áreas de vegetación y sensibles ruido y emisiones. Considerar la posibilidad de utilizar vehículos lanzadera des una zona de aparcamiento habilitada.

Gestión del ruido

1. Reducir o limitar el volumen de los equipos de megafonía. Ajustar el número, posición y direccionado para optimizar el alcance de los mismos sin necesidad de aumentar el volumen.

2. Concienciar a los participantes para que reduzcan la contaminación acústica, sobre todo en zonas

sensibles o de especial protección, para evitar molestar a la fauna del lugar.

3. Evitar la utilización de música en la celebración de eventos deportivos en el medio natural.

4. Planificar las horas de montaje y desmontaje del evento, utilizando un horario reducido diurno o nocturno, adecuándonos a las características faunísticas de la zona.

Gestión del agua

1. En la medida de lo posible reduciremos el uso de las botellas de plástico, en puntos de avituallamiento podemos sustituirlos por vasos de papel o, como se está viendo ya en algunos eventos, burbujas de agua con envoltorio biodegradable o comestible.

2. En aledaños de la salida o la meta, para reducir el número de botellas, podremos colocar varias fuentes o puntos de agua, para que los participantes beban o rellenen sus sistemas de hidratación para el evento (e.g., botellines, camel-backs, etc.).

3. Si la prueba requiere sistemas hídricos para refrescar a los deportistas, podremos instalar cortinas de agua que se activen al pasar los corredores, evitando que los deportistas utilicen botellas con este fin.

4. Los aseos y puntos de agua podrán utilizar grifos con temporizador, para evitar pérdidas de agua por descuido.

5. Deberemos tener especial cuidado en los eventos para la gestión de aguas residuales, para garantizar su recogida o canalización hace depuradoras o estaciones de tratamiento, evitando su vertido al medio natural.

Gestión de residuos

1. Como norma general, deberemos seguir la norma de las 3 erres: **Reducir**, **Reutilizar** y **Reciclar**. Deberemos planificar adecuadamente la organización del evento para reducir la producción de residuos.

2. Podemos sustituir la típica bolsa del corredor por puntos habilitados en los que se ofrezcan los productos, a ser posible con el menor envase posible.

3. Eliminar o reducir toda la información impresa no imprescindible. Sustituir por información digital cuando se pueda, o por pantallas informativas.

4. Intentar utilizar productos biodegradables, o mejor aún, compostables. Incluso en las propias bolsas donde vamos a recogerla basura. Por supuesto, los residuos serán separados y depositados en sus correspondientes contenedores.

5. Toda la cartelería impresa en lonas o pancartas se puede reutilizar fácilmente en posteriores ediciones si no ponemos el año o el número de la edición.

6. Apostar por vasos y platos reutilizables en eventos donde se den servicios de catering, o contratar

empresas que no utilicen cubertería de un solo uso. En empresas que contratemos podemos exigir la utilización de cubertería reutilizable y el uso de un lavavajillas.

7. Un problema recurrente es la falta de la programación en la recogida de los residuos, lo que hace que los contenedores se llenen por encima de su capacidad, quedando la basura repartida por sus alrededores. Tendremos que prever y calcular el volumen de residuos que se va a generar, y en consecuencia, programar el vaciado de los contenedores para poder absorber las necesidades del evento.

8. Si la localización de nuestro evento no está dotada con servicios básicos como aseos y sanitarios, debemos prever un número suficiente de aseos portátiles (1 por cada 150 participantes).

9. Sería esencial promover prácticas y actitudes de reducción en la generación de residuos, así como la separación de residuos en los diferentes contenedores habilitados.

Consumo energético

1. Los dispositivos eléctricos o electrónicos deberán ser de bajo consumo (A+++), para asegurar la eficiencia energética y reducir el gasto.

2. Intentar, en medida de lo posible, utilizar energías que provengan de fuentes renovables y limpias (e.g., solar, eólica, etc.).
3. Intentaremos utilizar franjas horarias preferiblemente de día, para utilizar luz natural, tanto para el desarrollo del evento, como para su organización (reuniones organizativas, briefings, entrega de premios...).
4. Si nos vemos obligados a utilizar iluminación artificial, ésta deberá ser de bajo consumo (fluorescente, leds).
5. Evitaremos en medida de lo posible la utilización de generadores eléctricos, ya que, aparte de ser menos eficientes energéticamente, libreamos al medio ambiente tóxicos de combustión, además de generar ruido. En la medida de lo posible instalaremos una acometida de electricidad temporal.
6. Para las duchas, son mucho más eficientes y respetuosos con el medio ambiente los sistemas de calentado de agua solares que los eléctricos o de combustión, siempre que la climatología lo permita.

Protección de zonas sensibles y entorno natural

1. En muchos eventos en el medio natural, tras la celebración del mismo es habitual encontrar residuos en campo abierto de los participantes (botellas, pañuelos, envoltorios de suplementos). Es

necesario recordar a los participantes que respeten el medio ambiente, e incluso, como se está haciendo ya en algunas pruebas, penalizar a los participantes que realicen estas prácticas.

2. Será la entidad organizadora del evento la encargada de velar por la conservación del medio durante y después de la prueba, haciendo batidas para recoger cualquier residuo generado y abandonado en el itinerario de la prueba.

3. Si nuestro evento se realiza en una zona de especial protección (e.g., parque natural, reserva, ZEPA...) deberemos solicitar los permisos pertinentes, así como extremar las precauciones durante la realización de la prueba.

4. El diseño de los itinerarios para las diferentes pruebas del evento será clave para evitar masificaciones en diferentes puntos, la compactación del terreno, molestar a fauna protegida o la contaminación acústica.

5. Si compiten diferentes categorías, diversificar los itinerarios y espaciar las competiciones puede ayudar a evitar masificaciones en ciertos puntos de especial sensibilidad.

6. Deberemos contar con un seguro que responda ante cualquier daño provocado por el evento en el entorno.

7. Cuando necesitemos la instalación de diferentes estructuras (e.g., aparcamientos, aseos, duchas,

escenarios...), escogeremos emplazamientos en zonas adecuadas y las restauraremos a su condición original una vez acabado el evento.

8. Deberemos señalar y adecuadamente las zonas del itinerario de la prueba, así como de las zonas comunes para evitar que los participantes o espectadores accedan a zonas sensibles.

9. Debemos tener especial cuidado al escoger la fecha de celebración de nuestro evento, evitando temporadas de reproducción o anidación de aves.

CAPÍTULO 5

Organización de eventos deportivos en zonas transfronterizas

David Cerro Herrero.

Facultad de Formación del Profesorado.

Universidad de Extremadura.

D. Manuel Nuñez Vivas.

Dinamizador Deportivo Sierra de San Pedro.

Extremadura.

Extremadura es un territorio extenso y que comparte frontera con Portugal. La frontera terrestre entre España y Portugal, se extiende en 1.214 kilómetros, de los cuales 428 son extremeños, y es conocida coloquialmente como “La Raya” o *A Raia*. Con el concepto de la raya nos referimos no solo a la frontera, también a los territorios tanto españoles como portugueses que comparten elementos culturales, históricos y económicos. Con esta definición de la Raya son muchos los eventos que han sido identificados como transfronterizos, algunos de los más destacados en Extremadura son:

-Rallye Todoterreno Baja TT Dehesa de Extremadura. Prueba de automovilismo con salida en Badajoz, que discurre por la zona de Alqueva y que llegó a su tercera edición en el año 2019.

-Transfrontera Marcha Aire libre. Ruta de senderismo organizada en Valencia de Alcántara que cumplió veintiuna ediciones en el año 2019.

-Media Maratón Elvas Badajoz y Media Maratón Badajoz Elvas. Fruto del acuerdo entre los ayuntamientos de Badajoz y de Elvas se organizan dos eventos anuales, uno con salida en España y meta en Portugal y el otro con salida en Portugal y meta en España. El evento que finaliza en España es organizado por el Ayuntamiento de Badajoz y cuenta ya con 32 ediciones y la carrera

inversa es organizada por el Club Elvense de Natacao y el Ayuntamiento de Elvas ha llegado en 2019 a su edición número 31.

-Non Stop Madrid Lisboa. Es una prueba de ultraresistencia en bicicleta de montaña, en el año 2019 ha llegado a su séptima edición y se ha convertido en un gran referente en cuanto a eventos con alto impacto en medios de comunicación y captación de patrocinadores.

Ventajas de organizar eventos en zonas transfronterizas

La situación transfronteriza nos puede ayudar en la organización de eventos deportivos, así algunas de las principales ventajas que podemos encontrar son:

1. Puesta en marcha de la euroregión: Alentejo-Centro-Extremadura

La Euroregión EUROACE surge por efecto de la firma del Tratado de Valencia (3 de octubre de 2002) entre el Reino de España y la República de Portugal para la regulación jurídica de los Programas de Cooperación (INTERREG IIIA 2000-2006) y POCTEP (2007-2013), ya que las tres regiones forman parte de la Asociación de Regiones Fronterizas de Europa (ARFE). Integrada por las regiones de Alentejo-Centro-Extremadura, se alumbra el 21 de septiembre de 2009 mediante la

firma del convenio constitutivo, derogando los extintos Protocolos de 1992 y 1994 y articulando el proceso de Cooperación Transfronteriza de Segunda Generación.

El 18 de febrero de 2010 se creó la Comunidad de Trabajo de la EUROACE Alentejo-Centro-Extremadura (MINISTERIO DE POLÍTICA TERRITORIAL, 2010), conformando la primera Euroregión tripartita en la Raya hispano-portuguesa. Es una estructura sin personalidad jurídica que sirve de plataforma para que entidades públicas y privadas de las tres regiones desarrollen programas de cohesión socioeconómica y cooperación territorial transfronteriza, a través del Consejo Plenario, el Consejo Ejecutivo y las Comisiones Técnicas Sectoriales, en distintos ámbitos de actuación. Los Gabinetes de Iniciativas Transfronterizas (GIT), con sedes en Évora, Coimbra y Mérida, ejercen las funciones de Secretariados de la EUROACE.

La puesta en marcha de la Euro-región ha supuesto un incremento de fondos para cooperación que son en muchas ocasiones destinados a actividades y eventos relacionados con el deporte.

2. Entorno atractivo a nivel turístico.

La Raya cuenta con un gran atractivo turístico, tanto por el entorno natural como por aspectos históricos

que hacen que los eventos en la zona puedan atraer participantes para conocer este territorio. Específicamente, en eventos competitivos se puede involucrar a federaciones españolas y portuguesas con el consiguiente incremento de la difusión entre deportistas federados.

Desventajas de organizar eventos deportivos en zonas transfronterizas

No todo son ventajas en la organización de eventos deportivos, cuando trabajamos en entornos transfronterizos y existen algunas dificultades que deberemos solventar:

1. Ubicación periférica

Las zonas transfronterizas no suelen contar con buenas comunicaciones. En Extremadura salvo la ciudad de Badajoz que cuenta con una amplia población y buena comunicación mediante autovía y con aeropuerto, el resto de La Raya, tiene grandes déficits de comunicación y una densidad de población muy baja, por lo cual los eventos deben tener un alto atractivo para que el participante esté dispuesto a desplazarse hasta la zona.

2. Trámites administrativos

En eventos en vías públicas (e.g., carreras, marchas, rallies, etc.) la solicitud de permisos es mucho más

compleja al tener que recabar autorizaciones de dos países.

3. Promoción en diferentes idiomas

La promoción de un evento debe ser siempre en varios idiomas si queremos tener participantes de diversas nacionalidades, pero en el caso de eventos transfronterizos se hace obligatorio al menos duplicar la cartelería, web y folletos con contenidos en español y portugués.

Perspectivas de futuro de los eventos transfronterizos

Los eventos deportivos transfronterizos van a seguir creciendo ya que ofrecen la posibilidad de generar un turismo deportivo de calidad y diferenciado de los grandes eventos de las ciudades. Pero para ello es importante enfocar de forma adecuada la oferta y generar valor en estos eventos. Para ello algunas recomendaciones básicas para el futuro son:

1. Potenciar actividades paralelas de carácter familiar y cultural. El deportista cada vez aprecia más poder desplazarse en familia y que sus acompañantes también disfruten, más cuando el desplazamiento hasta nuestros eventos suele ser largo y requerirá de pasar más de un día en la zona.

2. Colaborar con alojamientos turísticos. Es fundamental empezar a “paquetizar” los eventos deportivos y lanzar ofertas donde se integre el alojamiento, comidas, actividades y el evento.

3. Viajes organizados. La falta de buenas comunicaciones de transporte hasta nuestra zona, hace necesario ofertar viajes organizados desde las grandes ciudades.

4. Promoción conjunta. Los eventos deportivos que se organizan actualmente en la zona de la Raya son de tamaño pequeño y mediano y tienen complicado ir a captar participantes fuera de la región. Es por ello que se hace fundamental la cooperación público privada, para realizar grandes promociones en ciudades como Madrid, Sevilla, Lisboa, y Oporto llevando nuestra información a otros eventos de modalidades similares a las que ofertamos y donde podemos llegar de forma rápida a un gran número de clientes potenciales.

CAPÍTULO 6
Ejemplos de buenas
prácticas en la
organización de eventos
deportivos

BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DEL EVENTO DEPORTIVO: “LA GIMNASTRADA DE EXTREMADURA”

- *Francisco León Guzmán y Jesús Muñoz Jiménez.*

Facultad de Ciencias del Deporte.

Universidad de Extremadura.

Antecedentes del evento

Como reza en la página web de la organización: “*La Gimnastrada de Extremadura es un espectáculo multitudinario cuyo objetivo es la promoción de la gimnasia y el intercambio cultural, a través de una jornada de exhibición de diferentes modalidades y tendencias gimnásticas*”.

La Gimnastrada de Extremadura surgió casi simultáneamente a la creación de la Facultad de Ciencias del Deporte de la Universidad de Extremadura. Esta facultad arrancó su andadura en octubre de 1994 y la primera edición de la Gimnastrada de Extremadura, que en aquella ocasión fue bautizada como “Iª Gimnastrada Cacerña”, se celebró en la primavera de 1996.

El origen de la misma fue la prueba de evaluación del bloque de gimnasia colectiva de los alumnos de esta facultad de Ciencias del Deporte matriculados en la asignatura “Actividades Gimnásticas y

Acrobáticas". Para aquella ocasión y organizados en grupos de ocho alumnos aproximadamente, debían preparar un montaje coreográfico en el que se incluyeran los contenidos de gimnasia colectiva tratados en clase. Una producción escénica, con un equipo de sonido adecuado, un conductor del evento y algunos grupos conocidos invitados completaron la más que modesta 1ª Edición.

En aquellos tiempos, en España, se estaba produciendo la introducción de este tipo de contenidos gimnásticos a través de encuentros, seminarios y congresos que desarrollábamos los profesores de las materias Gimnástico – acrobáticas de los diferentes INEFs y Facultades de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de España, que estaban interesados.

Estos encuentros se hacían coincidir con las “Gimnastradas Interinef”, que consistían en el encuentro del alumnado en torno a la gimnasia colectiva. Se celebraban cada año en un centro superior organizado por el profesorado y el alumnado de las asignaturas gimnásticas y se hacía coincidir con el encuentro de profesores. Los grupos de los diferentes centros mostraban al resto de compañeros y público sus habilidades técnicas y expresivas.

Este movimiento supuso la expansión del “Acrosport”, denominación con la que se identifica

la práctica de la Gimnasia Colectiva en el ámbito escolar, por todo el territorio nacional puesto que suponía un claro acicate motivacional a los contenidos de carácter gimnástico y acrobático del momento. Simultáneamente y a otra escala, se incorporaba a la Real Federación Española de Gimnasia, RFEG, la modalidad competitiva de “Gimnasia Acrobática”, que es la expresión máxima de la gimnasia colectiva codificada y reglamentada al estilo Federativo. Esta disciplina llevaba varios años trabajándose en varios países de Europa y, sin embargo, en España no se practicaba.

La Gimnastrada de Extremadura es un evento anual reconocido y esperado en la ciudad de Cáceres y en la región extremeña. Se celebraron tres ediciones locales bajo el nombre de “Gimnastrada Cacereña” los años 1996, 1997 y 1998. Haciendo una excepción durante el año 1999, se regresó en el año 2000 incorporando a participantes provenientes del extranjero y evolucionando la que sería la 4ª edición, a la “Iª Gimnastrada Internacional”. Desde ese año no se ha faltado nunca a la cita anual convirtiéndose en un referente nacional y el mayor evento de Deporte para Todos de la región extremeña.

En la edición de 2016 se agruparon todas, incorporando a la denominación, las tres ediciones locales, por lo que la próxima edición del año 2020,

será la vigésimo cuarta Gimnastrada de Extremadura.

La ciudad de celebración ha sido siempre la capital cacereña, pero el lugar de realización ha cambiado a lo largo de estos años. Las tres ediciones locales fueron desarrolladas en el Pabellón Municipal Serrano Macayo. El aumento en el número de participantes y otras necesidades escénicas llevaron a provocar la mudanza durante la cuarta edición del año 2000, primera internacional, al Pabellón Universitario V Centenario, situado en el Campus Universitario y allí permaneció hasta la IX Edición, en el año 2005, que nos trasladamos al Pabellón Multiusos ciudad de Cáceres, la instalación más grande de la ciudad y única capaz de albergar un evento de las dimensiones actuales.

El número de participantes ha ido incrementándose edición a edición. De una pequeña “reunión de alumnos” en la que componíamos el total de los participantes y que no superábamos los 250 participantes; entre los que estaban, los 80 alumnos de la facultad matriculados divididos en grupos de 8 participantes, más un par de grupos invitados que no llegaban a los 150 participantes, pasamos a la 24ª edición del 2019 con un cómputo de 3711 participantes reales.

La Gimnastrada de Extremadura es, por tanto, un típico evento de “Gimnasia para todos”. Esta es una

modalidad contemplada en la Federación Internacional de gimnasia, FIG, muy extendida en muchos países, pero poco apoyada en el nuestro.

Como su nombre indica, se trata de un acontecimiento en el que la participación prima sobre cualquier otra intención. Por lo tanto, el perfil de los participantes es el más variado y variopinto que pueda encontrarse en ningún otro tipo de manifestación cultural.

En un mismo espacio y con la misma consideración, pueden coincidir, y de hecho ya ha sucedido, gimnastas del equipo nacional de alguna de las modalidades oficiales con ancianos de un hogar de mayores, o niños de un centro de educación infantil. El espectro de población que abarca es absoluto. No existe criterio de exclusión y solamente se sugieren unas normas mínimas de convivencia y respeto en las temáticas que van a ser exhibidas. Por lo tanto, cualquier grupo, colectivo o asociación sin necesidad de estar inscritos en registro oficial alguno, puede presentar su montaje coreográfico y mostrarlo a los casi 10.000 espectadores que ese día pasan por el Pabellón Multiusos de Cáceres.

A lo largo de los años han ido incorporándose más y más colectivos diferentes. Todos los años aparece algún grupo nuevo y repiten casi todos los participantes de años anteriores, por eso el

crecimiento ha sido paulatino y constante desde la primera edición.

Se trata de un evento eminentemente cultural. Es un claro ejemplo de la inclusión de la actividad deportiva como experiencia cultural. Durante la Gimnastrada de Extremadura se produce un intercambio de ideas, de expresiones, de interpretaciones sobre una temática motriz. Intercambio entre centros, localidades, regiones y países. El enriquecimiento es evidente y ampliamente contrastado.

La duración del evento ha ido creciendo a la par del número de participantes. Si las primeras ediciones locales se resolvían en unas horas, las últimas dos ediciones se han visto obligadas a aumentar una jornada de mañana más. Así y durante más de veinte años la Gimnastrada de Extremadura se resolvía en un sábado de primavera. Actualmente la Gimnastrada de Extremadura dura todo el sábado de forma ininterrumpida desde las 9:00 h. de la mañana hasta las 22:00 h. de la noche y continúa el Domingo desde las 9:30 h. hasta las 14:30 h.

En la edición del 2016 se hizo una estimación del importe económico que supone la organización de una Gimnastrada de Extremadura. Se encontró que se superaban los 100.000 euros y que había dos partidas fundamentales que acaparaban una parte importante. Una era el transporte, algo habitual en

nuestra región por las grandes distancias, y la otra era el personal implicado ya que hay muchos profesionales ofreciendo su *expertise* y *know how* de forma altruista y que, una vez cuantificada la aportación subía notablemente el total.

La mayor parte de los ingresos vienen de aportaciones personales de los propios participantes y del comité organizador. No obstante, este evento ha contado casi desde su origen con el apoyo de las tres Administraciones públicas del entorno. Ayuntamiento de Cáceres, Diputación Provincial de Cáceres y Junta de Extremadura han apoyado y respaldado a la Gimnastrada en todas y cada una de las ediciones sin importar el color político de cada Administración en cada momento.

A lo largo de los años ha ido evolucionando la forma en la que se ha materializado este apoyo, concursando para las últimas ediciones, en las respectivas órdenes y convocatorias de ayudas a eventos que lanzan las instituciones públicas cada año. Algunas instituciones privadas vienen apareciendo como colaboradoras con ayudas en especies, apoyos en forma de descuentos en sus servicios, o contribuyendo a la difusión y publicidad con mayor o menor asiduidad.

La gran afluencia de participantes y el carácter escénico del mismo genera mucho público que quiere ver a sus familiares actuar y, de paso, ver al

resto o una parte de los demás participantes. De este modo y paralelo al incremento en los participantes, el público ha ido aumentando y llenando las gradas en algunos tramos de la jornada, superando en la última edición las 10.000 personas.

Durante las primeras ediciones se enviaban cartas de invitación a los centros educativos y otros centros deportivos públicos y privados en los que se trabajaban actividades motrices de carácter rítmico o expresivo para animar a la participación. Con el paso de los años y la masiva afluencia de participantes, se dejaron de enviar estas invitaciones, centrando el foco organizativo en la afluencia de espectadores. De este modo se centraron los esfuerzos en el anuncio y difusión mediante cartelera y publicidad en prensa escrita y radio.

En la actualidad las redes sociales han sustituido casi en la totalidad a los otros medios de difusión. Se imprime un número reducido de carteles y se emplean las energías en “calentar las redes sociales” con anuncios previos y noticias sobre las inscripciones, participantes, etc.

Otra de las características de nuestro evento es la composición del Comité Organizador. Desde el principio, la organización de este evento era un contenido más para trabajar dentro de las asignaturas gimnásticas de la Facultad de Ciencias del Deporte. Había que montar la estructura sobre la cual se

desarrollarían las actuaciones. Los mismos alumnos que luego actuaban eran responsables del lugar, los recursos sonoros, los recuerdos, etc.

Muchos de estos primeros estudiantes son ahora profesionales de reconocido prestigio dentro de las Ciencias del Deporte, pero por diferentes razones, han mantenido el vínculo con la organización de las Gimnastradas de Extremadura. Estos profesionales, por su experiencia y trayectoria profesional, forman la primera cascada jerárquica del Comité Organizador.

Inmediatamente después y asumiendo la responsabilidad de diferentes tareas organizativas están los estudiantes de la Facultad de Ciencias del Deporte de la Universidad de Extremadura matriculados en las asignaturas optativas “Especialización en gimnasia Artística” y “Alto Rendimiento en Gimnasia Artística”.

Debajo de ellos y a sus órdenes grupo de entusiastas y apasionados voluntarios hasta alcanzar el total de cien componentes del comité organizador.

En las últimas ediciones nos hemos sumado a algún movimiento o campaña de carácter internacional incluyendo un lema o mensaje en el título de la Gimnastrada. La última edición se hizo “Por los sueños”. La próxima edición del año 2020, la haremos “Por las Ciencias del Deporte” sumándonos a los actos de celebración del 25º aniversario de la

Facultad de Ciencias del Deporte de la UEX, coorganizadora del evento y alma mater del mismo. La concepción inclusiva del evento contempla tanto a participantes como a espectadores, de forma que se tienen previstos accesos a personas con movilidad reducida ya sean participantes o público. También contamos con señalización facilitadora para la circulación de participantes y público. En relación con esto y contemplando los sistemas de evacuación de público y participantes en caso de emergencia, se han ido modificando la circulación de los participantes por dentro de las instalaciones a espaldas del público de forma que en los participantes acceden al escenario como las verdaderas estrellas que son, y luego vuelven a recoger sus pertenencias y finalizar su participación sin que el público sepa cómo, ni se vean interrumpidas las actuaciones del resto de participantes.

Una parte del comité organizador garantiza que esta circulación sea fluida y segura, sin que en ningún momento se vean obstaculizadas salidas de emergencia por personas o materiales. Así mismo se cuenta con la colaboración de entidades sanitarias, que permanecen durante todo el evento con los recursos materiales y humanos apropiados para una intervención de primeros auxilios, en caso de accidente.

Tanto al personal sanitario como a todos los miembros del comité organizador o responsables de los grupos, se les cuida con el máximo mimo y atención. Este evento es posible gracias a la implicación desinteresada de muchas personas y esto hay que saber reconocerlo. Son muchas horas de trabajo duro que los miembros del Comité Organizador y los responsables de los grupos emplean en sus respectivas funciones.

BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DEL EVENTO DEPORTIVO: “CIRCUITO EXTREMEÑO DE CARRERAS POR MONTAÑA”

- ***David Cerro Herrero.***

*Facultad de Formación del Profesorado.
Universidad de Extremadura.*

- ***Fernando Manzano Esteban.***

*Coordinador Área de Carreras por Montaña de la
Federación extremeña de montaña y escalada.*

Las carreras por montaña y/o trail running son modalidades deportivas bastante jóvenes. Encontramos estudios que sugieren que bajo el término *trail running* se encuentran aquellas competiciones de las Federaciones de Atletismo y la Federación de Montaña y Escalada. En sus inicios la diferenciación entre federaciones ha sido muy confuso utilizando la Federación de Atletismo la denominación “carreras de montaña” y la Federación de Montaña y escalada “carreras por montaña”. En los últimos tiempos la Federación de Atletismo ha optado por el término *trail*, manteniendo la Federación de Montaña la terminología “carreras por montaña”. En el caso de Extremadura hasta el año 2019 la gran mayoría de

eventos de este tipo han estado coordinados por la Federación Extremeña de Montaña y Escalada, siendo escasos los eventos dentro del ámbito del atletismo.

Las carreras por montaña han experimentado un enorme crecimiento a nivel nacional, por ejemplo, en España se celebraron, en el año 2015, cerca de 1900 carreras de *trail running*; siendo la media de participantes en estas carreras se acercaría a los 500.

Inicio de las carreras por montaña en Extremadura

Al igual que otras modalidades deportivas Extremadura se tardó en sumarse a la moda que ya se había iniciado unos años antes en otras comunidades. A nivel nacional las carreras por montaña se oficializaron en el año 2001, cuando la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada apadrino la primera Copa de España de Carreras por Montaña, promoviendo un año después el primer Campeonato de España de Carreras por Montaña.

En Extremadura fue en el año 2008 cuando se organizaron las primeras pruebas, siendo el programa de Dinamización Deportiva el impulsor de los primeros eventos. El I Circuito de Carreras por Montaña tuvo lugar entre la primavera y el otoño de 2018, siendo la primera prueba el 11 de mayo la I

Carrera Pencona en Aldeanueva de la Vera (organizada por el Dinamizador Deportivo Enrique Granado), la siguiente cita fue el 2 de junio con la Subida al Cancho de la Silleta (organizada por el Dinamizador Deportivo David Cerro) y para cerrar el 5 de octubre se celebró el I Maratón de Montaña de Torrejoncillo (organizado por Fernando Manzano, Dinamizador deportivo). En todo el proceso de diseño de las primeras pruebas tuvo gran influencia el corredor torrejoncillano Pedro José Hernández que llevaba ya unos años compitiendo a nivel nacional con grandes resultados y ayudo recopilar ideas de eventos deportivos ya consolidados a nivel nacional.

Desde los inicios la Federación Extremeña de Montaña apoyó esta nueva modalidad deportiva y se sumó al circuito creado, siendo un punto de referencia clave en el proceso de crecimiento de esta nueva modalidad deportiva.

Perfil de los participantes

En un primer momento las carreras por montaña en Extremadura fueron un aliciente para corredores que llevaban años compitiendo de forma habitual en campo a través y carreras de asfalto. La novedad en estos eventos atrajo a muchos participantes a cambiar de forma puntual de entorno y conocer

nuevos recorridos, pero en un principio sin preparación específica para este tipo de pruebas. Pero en los últimos años la especialización de los corredores ha sido mayor y en la actualidad se encuentran participantes que han triunfado a nivel nacional en esta disciplina sin haber pasado previamente por el atletismo. Destacar los resultados de Vanesa Ortega, Pedro José Hernández, Álvaro García o David Gil. También algunos pódiums por selecciones autonómicas, en gran medida fruto del gran trabajo de tecnificación que la federación extremeña ha desarrollado en los últimos años. Destacar que existen estudios específicos que han descrito el perfil socio-demográfico de los corredores de raids de aventura en España en general, y en Extremadura en particular. Por ejemplo, en Extremadura se trata de personas de género masculino, de mediana edad (37-38 años), y procedían del casi 75% de las provincias españolas. Al principio eran principalmente corredores amateurs, pero luego debido a la especialización y subida del nivel deportivo de las carreras estos corredores se han ido federando, compitiendo en pequeños equipos de 3-4 personas.

Evolución de las carreras por montaña en Extremadura

El crecimiento de las carreras por montaña ha sido importante, partiendo de apenas tres pruebas en el 2008 a las veinticuatro en el 2017, el año en el que la Comunidad Extremeña ha tenido la mayor oferta de pruebas de esta modalidad con más de 4200 participantes.

Actualmente para 2020 el calendario FEXME de Carreras por Montaña se compone de diecinueve pruebas.

Extremadura es una gran privilegiada para esta práctica y poco a poco de la mano principalmente del programa de Dinamización Deportiva, se han ido sucediendo la creación de iniciativas para la puesta en valor del territorio donde se desarrolla esta modalidad y comarcas punteras de la Comunidad como Valle del Jerte, La Vera, Ambroz, Hurdes o Sierra de Gata han ido creciendo en oferta realizando productos cada vez más atractivos para el corredor. La dureza de algunas pruebas, propio del terreno donde se realizan, ha hecho crecer igualmente la oferta de pruebas paralelas buscando ampliar la oferta y poder atraer igualmente a los deportistas que se inician en la modalidad. Se da la paradoja que en algunos casos las inscripciones de las pruebas paralelas han doblado la de la prueba principal, siendo este producto, la estrella de la oferta.

La tendencia en estos últimos años ha sido la de tender a realizar circuitos más técnicos y duros en la búsqueda de un mejor posicionamiento a nivel nacional. Eso ha venido unido al crecimiento de pruebas en todo el territorio, además de Portugal, donde el fanatismo por estas pruebas ha llegado a límites insospechados.

La realidad ha hecho que poco a poco el público objetivo de las pruebas extremeñas se haya ido reduciendo a la población extremeña, con cada vez menor porcentaje de corredores de otras comunidades o de Portugal por la extensa oferta en sus territorios de eventos similares.

A pesar de ello, pruebas como Jerte que ha sido prueba nacional en dos ocasiones, son un referente fuera de Extremadura por el atractivo de su recorrido, en plena Reserva Natural Garganta de los Infiernos en la cual desde su creación se agotan las inscripciones siendo mayor la demanda que la oferta en todas sus ediciones.

Pero no podemos olvidarnos el crecimiento que han experimentado algunas pruebas a nivel interno, buscando un mayor posicionamiento a nivel nacional y apostando claramente por la globalización de su producto en un mercado feroz.

Las pruebas de Hurdes, Torrejuncillo o Portezuelo apostaron por la visibilidad en redes sociales, vídeos

de la prueba y presencia de corredores mediáticos para dar un salto de calidad.

Y es que la difusión se hace imprescindible para la búsqueda de nuevos nichos de mercado como bien puede ser el madrileño que en los comienzos de las carreras por montaña sí tuvo influencia en Extremadura, pero que se ha ido diluyendo con el paso de los años.

Perspectivas de futuro de las carreras por montaña en Extremadura

El futuro de las carreras por montaña en Extremadura debe tender como bien ha comenzado ya a comprender la Federación Extremeña de Montaña y Escalada a una mejora de la calidad y la seguridad en las pruebas como distinción.

La calidad parte de una mayor exigencia a los organizadores de las pruebas del calendario extremeño. Estamos en un momento de ajuste en la participación puesto que en 2019 se ha roto la tendencia alcista en la misma, salvándose apenas tres pruebas de todo el calendario extremeño.

Las pruebas que trabajen en esta línea aguantarán este duro momento y las que no se preparen, tenderán a desaparecer por su escasa participación.

No obstante, hay que recordar que la mayoría de las pruebas extremeñas tienen un denominador común que se puede considerar una fortaleza importante,

que es que se desarrollan en localidades pequeñas, que hacen que la fuerza de sus voluntarios, los propios lugareños, se identifiquen con la misma y traten el evento como suyo. Ejemplos como el de Portezuelo, una Villa con menos de 250 habitantes y que ha perdido en los últimos años una parte importante de participantes, se reinventa año a año apostando por formatos diferentes en búsqueda de una mayor participación, sin conformarse (nocturna, diurna, invierno, verano, etc.).

Otro aspecto es el de la seguridad y las pruebas deben trabajar en la línea de entornos más seguros para sus participantes, máxime teniendo en cuenta donde se desarrollan algunas de ellas como las de Aldeanueva de la Vera, Hurdes o Jerte. Planes de seguridad más exigentes como el instaurado por la FEXME el pasado año van en la línea de establecer estos entornos.

Por último, la búsqueda de actividades atractivas para crear productos de fin de semana familiares debe ser la línea a seguir, sumando el deporte al turismo para el fomento del consumo y una forma de atraer a familias enteras a las que ofrecer experiencias. Algunas pruebas desde hace años tienden a ofrecer actividades paralelas en esa línea como Hurdes o Torrejoncillo y ese es el secreto para diferenciarse respecto a otras pruebas y ser el elemento de distinción para que el corredor a la hora

de confeccionar su calendario, elija una prueba en detrimento de otra.

BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DEL EVENTO DEPORTIVO TRANSFRONTERA: “MEDIA MARATÓN LOS BARRUECOS”

- *David Cerro Herrero y Miguel Madruga Vicente.*

*Facultad de Formación del Profesorado.
Universidad de Extremadura.*

- *Josué Prieto Prieto.*

Escuela Universitaria de Educación de Ávila.

La Media Maratón Los Barruecos nació en el año 2012, el evento fue promovido desde la empresa Soluciones Wellness S.L. en su primera edición, siendo de este modo uno de los primeros eventos deportivos que son propuestos desde la iniciativa privada en Extremadura. El proyecto tuvo una muy buena acogida desde las instituciones públicas y el Ayuntamiento de Malpartida de Cáceres se unió desde el primer momento al Comité Organizador. También en esta primera edición la prueba contó con el apoyo de la Junta de Extremadura al incluirse dentro del circuito de grandes carreras.

Desde su diseño inicial la prueba busco un carácter turístico deportivo, aprovechando el entorno natural como atractivo para captar la atención de corredores,

para venir a disfrutar de una media maratón natural. Siendo un recorrido de tierra, sin grandes desniveles, pero tampoco un circuito que permita correr a grandes ritmos. Pero por otro lado un circuito que hace disfrutar al participante del paisaje y la naturaleza del Monumento Natural de los Barruecos. Ya en la primera edición se apostó por hacer de la carrera un evento familiar con carreras infantiles, distancias para todos los niveles, ruta de senderismo y un trato familiar y agradable al corredor.

En la primera edición participaron 212 personas en la distancia de media maratón entre individual y relevos y casi otro centenar entre niños y senderistas, con lo cual los inicios de este proyecto fueron esperanzadores.

Evolución de participantes

La Media Maratón de los Barruecos no ha dejado de crecer, un pequeño bache en el año 2014, pero el resto ha sido una progresión tanto en la distancia de 10,5 Km, como en la de 21 Km. No existen datos registrados de la participación en carreras infantiles y en la ruta de senderismo.

Tabla 1. Evolución de los participantes en las diferentes ediciones

AÑO	10,5 KM	21 KM
2012	-	212
2013	71	256

2014	75	165
2015	80	221
2016	156	240
2017	180	283
2018	227	309
2019	302	392

A parte de la buena organización y la satisfacción de los participantes los últimos dos años se ha visto incrementado el interés por la prueba debido al rodaje de la serie Juego de Tronos en la zona por la que discurre el evento. Los organizadores han sabido aprovechar el tirón de la serie para utilizar en sus carteles, redes sociales y difusión eslóganes relacionados con la serie para atraer a un mayor número de participantes.

Perfil de los participantes

Los participantes en su mayoría son aficionados de nivel medio. Desde la organización siempre se ha apostado por un evento orientado al turismo deportivo más que a atletas de alto nivel. En este sentido los premios se han limitado a trofeos y productos de la zona, y tan solo premio económico al record de la prueba.

En las primeras ediciones se contó con mayor participación portuguesa, que poco a poco ha ido bajando. En la actualidad la mayoría de participantes

son de la provincia de Cáceres y en segundo término de Badajoz, además se completa la participación con grupos de Castilla León, Castilla la Mancha, Andalucía y Madrid principalmente. Es de destacar el crecimiento que ha experimentado la carrera de 10,5 Km donde la participación femenina ha sido uno de los grandes puntos fuertes. El atractivo del recorrido y la buena ubicación geográfica, así como la fecha, suele invitar a muchas personas a dar continuidad a su preparación y participación en diferentes San Silvestres para plantearse el reto de terminar sus primeros diez kilómetros, y por ello esta distancia está siendo un referente en cuanto a pruebas deportivas en Extremadura.

Impacto social del evento

A pesar de que en su primera edición el evento fuera una propuesta de una empresa privada, la carrera siempre ha contado con una gran participación de los vecinos de la localidad. En las primeras ediciones un grupo de atletas locales colaboraron enormemente en el diseño y desarrollo del evento. Es de destacar además que el evento dio un impulso al atletismo en la localidad y fruto de ello se constituyó legalmente el Club Atletismo Malpartida Los Barruecos.

Es este un buen ejemplo de cómo los eventos deportivos pueden movilizar a la sociedad tanto para fomentar la iniciación en una práctica deportiva

poco consolidada en un territorio como para promover la organización de la ciudadanía entorno a entidades del tercer sector.

Además, los atletas locales que al principio eran colaboradores del evento poco a poco han ido adquiriendo experiencia y liderando la coordinación del evento, de la mano de los técnicos municipales de deportes del ayuntamiento que desde la primera edición fueron una pieza clave en el organigrama de la carrera. De este modo el evento ha logrado un mayor impacto en la economía local, al permitir que un mayor número de compras se hagan en el municipio.

Desde las primeras ediciones otros colectivos han colaborado en la organización del evento, por ejemplo, destaca la gran implicación de las asociaciones de mujeres en el apoyo al montaje de la zona de post-meta donde es característico el avituallamiento con productos típicos de la zona como el pan con patatera.

Promoción del evento

La apuesta del evento siempre ha sido la promoción a través de redes sociales y cartelería. La prueba no cuenta con un presupuesto específico para esta área, y dado que año tras año ha conseguido seguir creciendo no se han hecho mayores esfuerzos en esta línea.

Medidas de seguridad

Desde las primeras ediciones el evento ha contado con medidas de seguridad por encima de los mínimos establecidos por la ley. Por participación el evento podría ser cubierto por una ambulancia y un médico, pero debido a la extensión del recorrido y los tiempos de desplazamiento de una ambulancia, se ha contado con dos equipos para poder atender en el menor tiempo posible una posible emergencia.

También es de destacar la comunicación desde el equipo de organización con las personas que utilizan habitualmente los caminos por donde discurre el recorrido para evitar situaciones de riesgo y conseguir la máxima compatibilidad de usos del territorio. Por ejemplo, suele ser necesario reuniones de coordinación con pescadores para que estén al aviso de horarios de corte de acceso a las zonas de pesca de Los Barruecos, ya que son un colectivo que habitualmente usa la zona para sus prácticas de ocio.

Análisis económico del evento

El evento busca un equilibrio entre la financiación a través de inscripciones de participantes, patrocinadores y aportaciones de instituciones. Siendo el ayuntamiento la entidad que aporte mayor cantidad económica, y otras instituciones como Junta de Extremadura con aportaciones en especies.

Las inscripciones del evento en los últimos años han sido las siguiente:

PLAZO ORDINARIO:

Media maratón >> 14,00 €

10,5 Km. >> 12,00 €

Infantiles >> 1,00 €

Senderismo >> 5,00 €

PLAZO EXTRA-ORDINARIO: última semana antes del evento:

Media maratón >> 16,00

10,5 Km. >> 14,00 €

Infantiles >> 1,00 €

Senderismo >> 7,00 €

Gracias a las inscripciones se pueden financiar la mayor parte del evento.

Respeto al medio ambiente

El evento discurre por un espacio natural protegido y por ello es muy importante el respeto a la naturaleza. Desde la organización se cuidan estos detalles, estableciendo en los puntos de avituallamiento zonas a partir de las cuales los corredores no pueden tirar sus botellas y los voluntarios son formados para que el entorno quede recogido el mismo día del evento.

Perspectiva de futuro

La competencia entre eventos deportivos asociados al mundo del “running” es cada vez mayor y se hace más difícil captar participantes de zonas lejanas. Pero la Media Maratón de los Barruecos cuenta con atractivo suficiente para convertirse en un referente a nivel nacional de turismo deportivo. Ya que se encuentra en una ubicación privilegiada que puede hacer de ella un paquete de turismo deportivo de éxito. Para ello será necesario la colaboración entre organización a nivel deportivo y agentes turísticos tanto públicos como privados.

BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DEL EVENTO DEPORTIVO: “EMMERGE FEST”

- *Tiago de Matos Almedia e Sousa.*

Escola Superior de Desporto de Rio Maior (Portugal).

Boas práticas por fases do evento:

1. Fase da conceção:

- Elaborar um documento de apresentação do evento (tipo de evento, nome, objetivos, população-alvo, modalidades, layout, data, local, orçamento e organização)
- Definição dos Stakeholders
- Definição do orçamento inicial
- Associação a causas (ambiente, sociedade, ...)
- Conceção do evento com o menor impacto ambiental possível
- A comissão de organização, deve ter uma pessoa com a função comercial (angariação e gestão dos patrocinadores), outra de logística, outra mais administrativa e contabilística, outra por gerir os processos com os clientes e atletas, e uma última com funções de liderança e coordenação.

2. Fase do planeamento:

- Definição de um plano de marketing (objetivos, segmentação, posicionamento e marketing-mix)
- Elaborar um documento de cronograma de tarefas (fase, tarefa, data e responsável)
- Definição de uma estratégia de comunicação (correta seleção dos canais,...) e preparação dos materiais gráficos
- Garantir boas condições das instalações e respetivos serviços de apoio (limpeza, acessibilidades, arrumação, requisição de materiais, ...)
- Documento com o programa e layout do evento
- Angariação de voluntários e definição da função de cada um (nomear um coordenador de voluntários)
- Elaborar um documento de proposta de patrocínio para angariação dos mesmos
- Garantir os recebimentos de dinheiro o mais cedo possível e sempre antes do dia do evento e acordar com as respetivas entidades/pessoas que os pagamentos sejam após o mesmo.
- Assegurar todas as questões legais e de segurança (seguros, licenciamentos, regulamentos, planos de evacuação, sinalética, ...)
- Elaborar um plano de contingência caso algo não ocorra de acordo com o previsto

3. Fase da implementação:

Tear up

- Confirmar no início do dia com todos os parceiros o que vão fazer, onde, como e quando.
- Montar as estruturas do evento
- Assegurar a existência de eletricidade e água, e de um operacional para resolução de imprevistos
- Fazer uma vistoria a todas as montagens

Tear down

- Desmontar e arrumar os materiais/estruturas
- Limpeza do recinto
- Fazer uma vistoria final a todo o recinto

4. Fase da avaliação e relatório:

- Envio de um questionário de satisfação aos stakeholders e respectivo agradecimento
- Reunião de avaliação do evento com os parceiros envolvidos
- Realização de pagamentos às entidades/pessoas
- Avaliação do impacto do evento
- Elaboração de um relatório do evento e partilha com todas as entidades envolvidas.

No dia 22 e 23 de Junho de 2019 realizou-se a primeira edição do festival do desporto “Emmerge Fest”, na cidade de Caldas da Rainha, no Parque Desportivo Domingos Del Rio, a 88km de Lisboa - capital de Portugal. Contou com cerca de 35

modalidades desportivas. estima-se que tiveram presentes cerca de 5000 pessoas.



Como foi um festival do desporto, teve atividades para todas as idades, desde os três aos 80 anos de idade, inclusive um grupo de 20 jovens com deficiência.



O evento teve atividades diversas, umas competitivas e outras mais participativas/sociais.



Este evento teve um custo de 5770 euros, onde 32,93% teve origem em patrocínios (1900 euros), 11,79% de aluguer de espaços para as foodtrucks (680 euros), 3,29% de aluguer de espaço para a venda de artesanato (190 euros), e os restantes 51,99% da administração pública local (3000 euros). A estimativa de número de participantes que observar o evento no local é de 2400 pessoas.



Transmissão em tempo real do evento através do facebook;

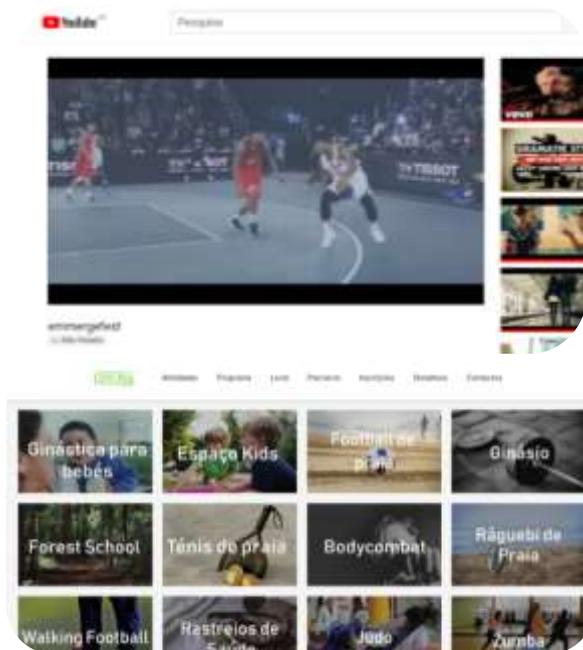
Divulgação do layout e programação do evento.

Criação de um website do evento;

Desenvolvimento de um vídeo promocional;

Envio de convites via whatsapp a influenciadores locais;





Este evento contou com grupos de voluntários e estagiários. De uma escola secundária local, a Escola Secundária Rafael Bordalo Pinheiro, contámos com o apoio de 2 estagiárias de design e comunicação que desenvolveram o material gráfico e que deram apoio à comunicação das redes sociais, 2 estagiários de programação que desenvolveram o website, 4 estagiários de audiovisuais que desenvolveram o vídeo promocional e que cobriram o evento com fotografias e vídeo, e 2 estagiários de desporto que deram apoio operacional nos dias do evento. E de um colégio privado, o Colégio Rainha

Dona Leonor, que angariou cerca de 14 voluntários para dar apoio operacional nos dias do evento.

No que diz respeito à gestão e organização, a maioria dos processos (inscrições, ...) foram realizados online, evitando a impressões em papel desnecessárias. Foram utilizadas instalações já existentes, naturais e artificiais, contribuindo para a melhoria das mesmas e evitando a construção de instalações de raiz. Foram colocados vários depósitos de lixo diferenciado espalhados por diferentes locais do evento e no final do evento procedeu-se à limpeza do espaço. Procedeu-se à limpeza e manutenção de espaços naturais durante o período pré-evento. Substituiu-se a iluminação antiga por iluminação LED que consome menos energia. Esteve presente no evento uma associação desportiva com forte consciencialização ambiental que interveio com ações de sensibilização durante o evento.

O local do evento, que foi todo realizado na rua, é adaptado a pessoas com mobilidade reduzida o que permitiu inclusive, que um grupo de pessoas com deficiência pudesse participar em várias atividades.



Foram várias as questões de segurança que foram tidas em conta: elaboração de um plano de evacuação em caso de emergência juntamente com a proteção civil da Câmara Municipal das Caldas da Rainha; foram realizados seguros desportivos para os atletas, seguros de acidentes pessoais para os colaboradores do evento e um seguro de responsabilidade civil que abrangia os espectadores. É importante incluir uma atividade solidária, no caso do Emmerge Fest, foi feita uma angariação de fundos para a AMI (Assistência Médica Internacional) e convidou-se pessoas com deficiência do CEERDL (Centro de Educação Especial Rainha Dona Leonor) para participarem em atividades.



BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DEL EVENTO DEPORTIVO: “EVENTO MONTEMOR LADIES OPEN 2019. Torneio Internacional de Ténis Feminino W15s”

- ***Dora Reis y Gonçalo Simões.***

Clube de Ténis de Montemor o Novo. Portugal.

- ***José Alberto Frade Martins Parraça.***

Departamento de Desporto e Saúde.

Universidade de Évora. Portugal.

O Torneio Internacional Feminino de Ténis – Montemor Ladies Open, realiza-se no Clube de Ténis de Montemor-o-Novo, em Portugal, desde 2001, tendo sido interrompido de 2013 a 2016, por falta de verbas/ patrocinadores.

Realizada entre 27 de Maio e 2 de Junho de 2019, a 15.^a Edição do Torneio Internacional de Ténis “Montemor Ladies Open”, não só repetiu o sucesso alcançado nas edições anteriores, como superou e atingiu claramente os objectivos que sustentam e justificam a sua realização: integrar e colaborar, de forma explícita e empenhada, no plano de promoção e desenvolvimento da modalidade do Ténis Feminino, em Portugal, dignificando, por outro lado, a sua expressão a nível local e regional.

Para além do reconhecimento unânime quanto à crescente qualidade técnica das sucessivas edições do Torneio “Montemor Ladies Open”, em prol da sensibilização e divulgação do Ténis numa cidade do interior alentejano, torna-se impossível não reconhecer outros méritos que a realização de um evento desta dimensão produz.

As mais-valias que decorrem deste evento, da promoção de um património cultural, local e regional ao investimento nas já muito satisfatórias infra-estruturas hoteleiras e de restauração que a cidade oferece, da dinamização de uma vida social que ganha novo alento à troca de experiências, constituem a expressão maior de que o desporto pode constituir um denominador comum do progresso.

Finalmente, é necessário ainda sublinhar que a 15.^a Edição do Torneio “Montemor Ladies Open”, contou uma vez mais com uma grande adesão do público, que dos primeiros jogos à final do torneio, aplaudiu e contribuiu significativamente para o sucesso alcançado.

TORNEIO

A crescente evolução e o profissionalismo na organização, fez com que o torneio contasse com a presença de 43 atletas de alta competição, provenientes de 16 países. Nesta 15.^a Edição do

Torneio “Montemor Ladies Open”, realçamos ainda a participação de 12 atletas portuguesas presentes no torneio (4 ao nível do Qualifying e 8 no Quadro Principal).

Com efeito, foram 8 as tenistas portuguesas que, este ano, garantiram a entrada direta no quadro principal do torneio.

ORGANIZAÇÃO

Sendo este torneio, um dos mais importantes do Circuito de Ténis Feminino na Europa, rege-se por algumas regras, no que diz respeito à sua organização.

Todas as informações sobre este torneio, foram disponibilizadas e publicadas em documento, 8 semanas antes do início do mesmo, com datas, tamanhos dos quadros, prazos, detalhes de reservas em hotéis oficiais, transportes, locais de treino alternativo, torneios de pré-qualificação, prémios, deduções de impostos, tipos de bola, tipos de piso e métodos de pagamento dos prémios, etc...

De relevar que, todas as inscrições, pagamentos de prémios, relatórios da ITF, relatórios do conselho de arbitragem, etc..., foram efectuados através de plataformas online, reduzindo assim, consideravelmente o número de impressões.



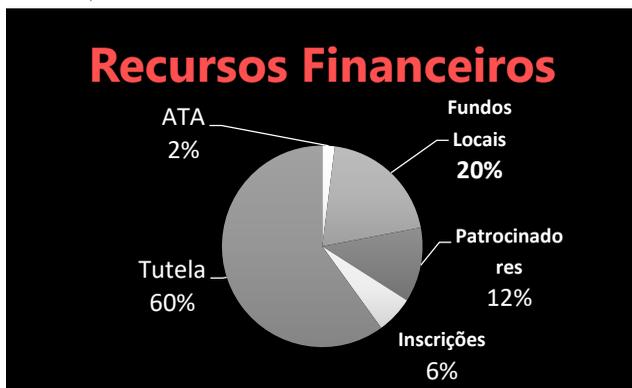
RECURSOS HUMANOS

Estiveram afectos a este evento, em permanência diariamente, cerca de 24 pessoas, e periodicamente mais 19 pessoas, nas seguintes funções: 1 Directora de Prova, 1 Encordoador, 1 Director Técnico, 1 Fisioterapeuta, 1 Médico, 2 Administrativas, 4 Operacionais, 1 Press Officer, 1 Colector de Imagens Aéreas, 1 Fotógrafo, 4 Staff Restaurante, 9 Apanha Bolas, 6 Juízes de Linha , 1 Supervisor, 5 Árbitros e 4 estagiários dos cursos de desporto, da Escola Secundária Local.

RECURSOS FINANCEIROS

Sendo o Clube de Ténis de Montemor, uma instituição sem fins-lucrativos, o objectivo deste torneio não visa a questão do lucro financeiro, mas sim “servir de veículo” para a finalidade a que se destina- **FOMENTAR A MODALIDADE DO TÊNIS**. Este evento tem um custo total de 21.200€, sendo que, 20% são provenientes de fundos locais,

12% de patrocinadores, 6% das inscrições e 60% da Tutela, 2% da ATA.



APOIOS INSTITUCIONAIS E EMPRESARIAIS

A realização deste evento foi possível, uma vez mais, graças aos imprescindíveis e preciosos apoios financeiros prestados pela Câmara Municipal de Montemor-o-Novo, Federação Portuguesa de Ténis, Associação de Ténis do Alentejo, União de Freguesias Vila, Bispo e Silveiras, Lusitânia Seguros, Caixa de Crédito Agrícola Mutuo, Farmácia Nova Alentejo e aos contributos de um número significativo de empresas locais e nacionais, que anualmente contribuem para o desenvolvimento da modalidade, no CTMN. Para além destes apoios, realizou-se, ainda e sobretudo, graças ao esforço, dedicação e persistência de uma equipa de direcção e da equipa técnica, que se empenharam em

engrandecer a actividade desportiva no Alentejo, em particular na cidade de Montemor-o-Novo.

SAÚDE, SEGURANÇA E PROTECÇÃO

A saúde e a protecção de todas as pessoas envolvidas no torneio, incluindo jogadoras oficiais, staff, equipa e espectadores, foi uma prioridade desta organização, pelo que em conjunto com a ITF, foi efectuado um plano de segurança, que garantiu assim a protecção de todas as pessoas envolvidas. Para além desta medida, diariamente a Força de Segurança Local, deslocou –se ao local de forma a controlar o acesso de entradas no recinto, controlando assim, o acesso indesejável, sobretudo dos apostadores.

Foram criadas credenciais, para identificar toda a equipa, arbitragem, comunicação social, fotógrafos, etc...



Para além da existência de um seguro de responsabilidade civil, assim como, todas as jogadores tinham afecto um seguro de acidentes pessoais, com as coberturas exigidas pela ITF.

DIVULGAÇÃO

- Comunicações Internas e convites: aos sócios do clube, colaboradores, alunos e clientes;
- Comunicações Externas e convites: às entidades, patrocinadores, fornecedores, bombeiros e forças de segurança.



- Distribuição de cartazes e folhetos em toda a cidade,
- Artigos em jornais, revistas e na internet, antes e depois do evento;
- Página de facebook, instagram e site do CTMN;
- Sites da ITF e Federação Portuguesa de Ténis;
- Press releasé diário à comunicação social nacional e regional;
- Spots de rádio;
- Boletins Informativos;
- TV – O compacto do Torneio, foi exibido na RTP2, dia 15.06, pelas 16h20, na Bola TV (Modalidades Magazine), encontrando-se disponível online em www.modalidades.net;



PROMOÇÃO/ DIVULGAÇÃO EM ESTABELECIMENTOS DE ENSINO E ASSOCIAÇÕES

Foram enviados ofícios a todas as escolas e associações do concelho de Montemor-o-Novo, para se deslocarem ao recinto, a fim de assistirem a alguns jogos de Ténis, nomeadamente, aos alunos dos cursos de desporto, com módulos de ténis.

O Clube de Ténis de Montemor-o-Novo, é o único clube no Alentejo que se encontra-se inserido numa rede nacional da Federação Portuguesa de Ténis - Clube Inclusivo, que visa, dar resposta a acolher alunos portadores de limitações funcionais e que pretendam aprender a jogar ténis em cadeira de rodas. Como tal, convidámos e estiveram presentes, as associações com utentes portadores de deficiência mental e física, que assistiram a jogos, durante toda a semana.

BIBLIOGRAFÍA

- Ayuntamiento de Madrid (2010). *Guía de buenas prácticas ambientales para la celebración de eventos deportivos*. Dirección General de Sostenibilidad y Dirección General de Deportes de Madrid. Madrid: España.
- Baena-Extremera, A., y Rebollo, S. (2009). Análisis del perfil sociodemográfico y competitivo del practicante de Raids de Aventura de ámbito nacional. *Apunts, Educació Física I Sports*, 98, 68-77.
- Baena-Extremera, A., Gómez-López, M., y Granero-Gallegos, A. (2008). La sostenibilidad del medio ambiente a través de las actividades físico-deportivas en el medio natural y su importancia en la educación ambiental. *Investigación Educativa*, 12(22), 173-193.
- Barajas, A.; Salgado, J., y Sánchez, P. (2012): Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos. *Estudios de Economía Aplicada*, 30(2), 441-462.
- Blanco, E. (2016). Tendencias en gestión deportiva. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, 414, 13-16.
- Consejo Superior de Deportes (2007). *Carta verde del Deporte Español*. Madrid: España.

- Consejo Superior de Deportes (2011). *Guía de buenas prácticas ambientales para eventos deportivos*. Subdirección General de Promoción Deportiva y Deporte Paralímpico. Madrid: España.
- Deery, M., Jago, L., y Fredline, L. (2004). Sport tourism or event tourism: are they one and the same? *Journal of Sport Tourism*, 9 (3), 235-245.
- Europarc-España (2016). *Guía de buenas prácticas para el desarrollo de carrera por montaña en espacios protegidos*. Madrid. Europarc-España.
- Fernández, A. J. C., y Hernández, J. C. S. (2017). Territorio y población en la Raya extremeña de la EUROACE. *Polígonos. Revista de Geografía*, 29, 191-221.
- Getz, D. (2003): *Sport Event Tourism: Planning, Development, and Marketing, in Sport and Adventure Tourism* (pp. 49-85), Hudson, S. (Ed.). Haworth Hospitality Press. New York, (USA).
- Green Cross España y Fundación Biodiversidad (2007a). *Estrategia Nacional sobre Deporte y Sostenibilidad*. www.deportesostenible.es/doc/EstrategiaNacional.pdf (Cons. 10/09/2010).

- Green Cross España y Fundación Biodiversidad (2007b). *Manual de Buenas Prácticas y Métodos de Educación y Concienciación en el Desarrollo Sostenible a través del Deporte*. www.deportesostenible.es/doc/Manual.pdf (Cons. 10/09/2010).
- Green Cross España y Fundación Biodiversidad (2007c). Carta Verde del Deporte Español www.deportesostenible.es/doc/cartaverde.pdf (Cons. 10/09/2010).
- Hurtado, J. M., Ordaz, J. A., y Rueda, J. M. (2007). Evaluación del impacto económico y social de la celebración de grandes eventos deportivos a nivel local: el caso del Campeonato de Tenis femenino de la ITF en Sevilla en 2006. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 3, 20-39.
- Morenas, J., y Luis, V. (2019). Los Raids de Aventura como motor dinamizador de entornos naturales en Extremadura. *Eracle. Journal of Sport and Social Sciences*, 2(1), 78-94.
- Ramírez, J. (2005). Innovación y marketing deportivo: La creatividad. *Revista ICONO14: Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 3(2), 113-122.

- Salgado, J., Barajas, A., Lera, F., y Sánchez-Fernández, P. (2013). Impacto económico de eventos deportivos: Modelo y praxis. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 3(1), 38-50.
- Urbaneja, J. S., y Torbidoni, E. I. F. (2018). El trail running (carreras de o por montaña) en España. Inicios, evolución y (actual) estado de la situación. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 33, 123-128.