



Universidad
Francisco de Vitoria
UFV Madrid



Análisis de una experiencia deportiva original



Álvaro Santos Peralta

Profesor: Gema Sáez

4º CAFYD

Universidad Francisco de Vitoria

13 de junio de 2016

ÍNDICE

1.- Resumen	4
2.- Justificación	5
3.- Objetivos del TFG	7
4.- Fases del proyecto	9
4.1.- Creación de la empresa.....	9
4.1.1.- Misión, visión y valores de la empresa	11
4.1.2.- Imagen corporativa	13
4.1.3.- Objetivos de la empresa	15
4.1.4.- Políticas de la empresa	17
4.1.5.- DAFO	18
4.1.6.- Ejes estratégicos	20
4.1.7.- RSC	24
4.2.- Organización de un evento	26
4.2.1.- Objetivos del evento	26
4.2.2.- ¿A quién va dirigido?	28
4.2.3.- Análisis de competencia	28
4.2.4.- DAFO	33
4.2.5.- Comités.....	34
4.2.6.- Formalidades administrativas.....	37
4.2.7.- Recursos humanos y materiales	48
4.2.8.- Espacios y ubicación	50
4.2.9.- Actividades	55
4.2.10.- Accesibilidad.....	58
4.2.11.- Precio / Promocion / Producto / Punto de venta.....	59

4.2.11.1.- Precio	59
4.2.11.2.- Promoción	59
4.2.11.3.- Producto	64
4.2.11.4.- Punto de venta	68
4.2.12.- Seguro de amplia cobertura	70
4.2.13.- Seguridad	71
4.2.13.1.- Plan de autoprotección.....	73
4.2.13.2.- Plan de actuación.....	75
4.2.14.- Presupuesto	79
5.- Evaluación	81
6.- Aplicabilidad	87
7.- Conclusiones	89
8.- Bibliografía	92
9.- Anexos	94

1.- RESUMEN

A lo largo de este proyecto se va a crear una empresa deportiva que se dedica exclusivamente a la realización de eventos deportivos, dentro de la cual se van a ver los pasos que hay que realizar para registrarla, y los elementos que debe tener una empresa como son la misión, visión, valores y las políticas que tiene la empresa entre otras.

Una vez creada la empresa se pasa a la organización de un evento deportivo, que va a recibir el nombre de *Pop Up Sport Experience* en el cual se va a mezclar un ámbito nuevo como es el Pop Up, que trata de que una serie de marcas promocionen sus nuevos productos en unos stands que se les deja a su disponibilidad durante el evento, con el deporte, la naturaleza y la alimentación, con la intención de que los participantes al acabar el día hayan adquirido unos hábitos deportivos y saludables. En el evento se van a unir diferentes disciplinas deportivas y clases de gimnasio, entre las que se encontrarán Aquagym, fitboxing, tenis, fútbol...etc. Todo esto se realizará en un entorno deportivo y al aire libre.

La localización escogida para llevar a cabo el evento es el Polideportivo Municipal Mundial 82 de Boadilla del Monte, ya que dispone de unas instalaciones perfectas para desarrollar las actividades elegidas.

El evento durará prácticamente todo el día y a lo largo del mismo es cuando se podrá acudir a las diferentes clases y charlas de deportistas famosos que habrá.

Al finalizar se les entregará un cuestionario a los participantes para de este modo obtener el grado de satisfacción que ha provocado el evento en los participantes, en los patrocinadores, colaboradores y en los propios empleados. De este modo se obtendrá información muy útil para futuros eventos.

2.- JUSTIFICACIÓN

Cuando se empezó a plantear este proyecto para el Trabajo de Fin de Grado¹ se tenían tres ideas claras en las que se quería basar:

- Deporte - que es mi vocación
- Innovación – tenía que tener parte de mi espíritu joven, moderno y activo
- Naturaleza – vivo en Boadilla del Monte y me parecía el marco ideal.

Por esta razón, se ideó crear una empresa deportiva y a raíz de la misma un evento deportivo en el que se pudiese transmitir los tres valores mencionados anteriormente y que a la vez, sirviese de entrenamiento para poner en práctica todos los conocimientos que estaba adquiriendo en esta carrera.

Cada vez se ven más eventos en todos los ámbitos en los que las experiencias *pop up* tienen más éxito, sobre todo entre la juventud, que es potencialmente el sector al que se quiere dirigir el evento desde el principio. Esta filosofía emergente y efímera ha sido utilizada por grandes marcas como Apple o Nike, lo que también daba garantía de éxito.

Como dijo el Comité de organización de los Juegos Olímpicos de Atlanta, en 1996, la programación de eventos es «el arte de crear, de innovar, para que se expresen la fuerza y la belleza del movimiento», (Desbordes y Falgoux 2006).

Y por supuesto, era imprescindible que este evento fuese en contacto con la naturaleza. Según un estudio reciente, elaborado por investigadores de la Universidad de Essex (Barton y Pretty 2010), durante los primeros cinco minutos de ejercicio al aire libre, sea cual sea la actividad realizada, es cuando se produce el mayor aumento de autoestima y mejora del ánimo. Todo se multiplica a nuestro favor, porque a los beneficios del deporte en nuestro organismo, se le añade el impacto positivo de realizar estas actividades al aire libre, en espacios verdes y rodeados de naturaleza que nuestra mente y cuerpo disfrutan en mayor medida que si se hiciesen esos mismos ejercicios en un gimnasio cerrado.

¹ En lo sucesivo TFG

Tenemos muchas facilidades para practicar deporte al aire libre. Andar, correr o ir en bicicleta son actividades gratuitas y al alcance de cualquiera y yo quería ampliar esta lista, incluyendo otras disciplinas que podían ser igualmente económicas, divertidas y muchas de ellas, incluso que se pudiesen realizar en grupo, lo que ayuda a que nos relacionemos y nos dan un placer extra al realizar esa actividad deportiva en compañía.

En esta línea, Desbordes y Falgoux (2006) manifiestan que «los actos deportivos nos permiten vivir y tener experiencias en una mezcla de actividad y hedonismo propios de la cultura posmoderna. Hay un deseo de destacar, de implicarse, de ser parte activa, de poner en alerta los sentidos; en resumen, de gozar de ese instante privilegiado que es el evento.» Y es así mismo, con esa competitividad y ganas de participar como espero que se sientan todos los participantes de mi evento.



3.- OBJETIVOS DEL TFG

Los objetivos de este trabajo se basan en simular la puesta en práctica de algunos de los conocimientos adquiridos en la carrera en concreto con La creación de una empresa que organiza eventos deportivos en un entorno natural.

En esta línea, esta simulación está muy de actualidad puesto que cada vez más, las empresas destinan parte de sus presupuestos a organizar actos y eventos originales y también de calidad donde sus marcas tengan un papel destacado. La gestión unida al deporte es fundamental, así como lo es para los graduados en Ciencias del deporte tener conocimientos sobre economía ya que «en muchos casos se les asigna un presupuesto que gestionan directa o indirectamente» tanto para la organización de eventos o si se diese el caso, fichajes de jugadores (Año 2003).

Los objetivos se dividen en dos categorías, generales y específicos.

Objetivos generales:

- 1.- Crear una empresa deportiva.
- 2.- Crear un evento deportivo a partir de la empresa creada anteriormente.
- 3.- Analizar la posibilidad de repetir el evento en distintas localizaciones.
- 4.- Ver aspectos de mejora para futuros eventos.

Objetivos específicos:

- 1.- Contactar con empresas afines al proyecto.
- 2.- Elegir distintas disciplinas deportivas al aire libre.
- 3.- Elegir la localización del evento.

4.- Realizar un estudio de mercado para ver la viabilidad del proyecto.

5.- Hacer cuestionarios para detectar el grado de satisfacción de todos los implicados en el evento (participantes, patrocinadores y colaboradores, y trabajadores).

4.- FASES DEL PROYECTO

4.1.- CREACIÓN DE LA EMPRESA

La primera gestión fue la creación e inscripción de la empresa, necesaria para los posteriores acuerdos de patrocinio y colaboración con los sponsors.

Se decidió crear una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) ya que es la sociedad mercantil más utilizada por pequeños empresarios que limitan su responsabilidad al capital aportado, y no tienen que responder con el patrimonio personal en caso de que se produzcan deudas.

Según el Centro de Información y Red de Creación de Empresas del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2016), las ventajas de esta sociedad son las que más se ajustaban al proyecto. Aparte de lo nombrado anteriormente, es la sociedad que «permite mayor libertad de pactos y acuerdos entre los socios», «no existe porcentaje mínimo ni máximo de capital por socio», «no es necesaria la valoración de las aportaciones no dinerarias por un experto independiente, tampoco su intervención o la de un auditor en ampliaciones de capital», «no hay límite mínimo ni máximo de socios», entre otras.

Entre los inconvenientes que marcaba el mismo organismo, se encuentran «obligatoriedad de llevar contabilidad formal», «los socios siempre son identificables» y que «no puede cotizar en Bolsa», entre otros. Pero en ningún caso afectaban a la creación de esta empresa.

Aquí se reproduce el documento y los pasos que hay que seguir para su creación.

Yo, Álvaro Santos, con DNI “53658673-H”, acredito por medio del presente escrito que se han seguido los trámites oportunos legalmente establecidos para crear la sociedad limitada “POP UP SPORT EXPERIENCE”, que se expresan a continuación:

1. Que se ha solicitado el **Certificado de Denominación Social ante el Registro Mercantil Central**, con sede en Madrid, en donde se acredita que no existe ninguna otra sociedad ya constituida con el nombre de “POP UP SPORT EXPERIENCE”.

Que dicho Certificado ha sido solicitado y obtenido por Álvaro Santos, socio fundador de la sociedad, de manera presencial, habiendo rellenado el impreso oficial, y presentado éste ante dicho Registro.

2. Que se ha obtenido la **firma de la Escritura Pública de Constitución**, otorgada ante notario. Que dicha escritura contiene los siguientes apartados:

- Identidad de los socios: Álvaro Santos.
- Voluntad de constituir la Sociedad Limitada.
- La aportación del socio y las participaciones asignadas en pago de su aportación.
- Los estatutos de la sociedad.
- Sistema de administración que inicialmente se establezca para la sociedad.
- Identidad de la persona que inicialmente se encargue de la administración y representación de la sociedad.

Los **ESTATUTOS** contienen las siguientes cuestiones:

- Denominación de la sociedad: “POP UP SPORT EXPERIENCE S.L.”.
- Objeto social: Organizaciones de eventos deportivos, culturales, científicos y artísticos.
- Fecha de cierre de cada ejercicio social: 31 de Diciembre de cada año.
- Domicilio social: Santillana del Mar 3.
- Capital social, participaciones, valor nominal de cada participación y numeración de las mismas
- Sistema de administración de la sociedad

3. Que se ha procedido a efectuar el **pago del Impuestos de Operaciones Societarias**.
4. Que se ha procedido a la **solicitud del N.I.F. provisional**, donde el mismo día en que se firmó la escritura, el notario solicitó, vía telemática, un número de identificación (N.I.F.) provisional para la sociedad en cuestión, el cual se convirtió en definitivo en el momento en el que, como veremos en el siguiente paso, se dio lugar a la inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil correspondiente.
5. Que se ha procedido a la **inscripción en el Registro Mercantil** de la sociedad “POP UP SPORT EXPERIENCE”.

Esta es una obligación impuesta para toda persona que pretenda dar de alta cualquier empresa o sociedad, sea del tipo que sea. Se inscribió la Escritura de Constitución otorgada ante notario, con carácter constitutivo en el Registro Mercantil de Madrid, provincia correspondiente al domicilio de la sociedad.

El notario remitió telemáticamente una copia de la escritura de constitución al Registro de Madrid, dentro del plazo máximo legalmente establecido de 15 días para inscribir la sociedad, por lo que se cumplieron todos los requisitos exigidos por la ley.

Que la sociedad, como consecuencia de la inscripción de la misma en el Registro Mercantil, ha adquirido personalidad jurídica como sociedad de responsabilidad limitada, la cual le compete a ser titular de derechos y obligaciones.

Destacar, también, que se ha cumplido con otro de los requisitos exigidos por el ordenamiento jurídico en esta materia, que es el de haber publicado en el BORME la inscripción de la sociedad en el Registro.

6. Que se han cumplido con otros trámites:

- Que se ha cumplido con el trámite ante la Hacienda Pública de dar de alta a la sociedad en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).
 - Que se ha solicitado y obtenido la preceptiva licencia de apertura del establecimiento de la empresa.
 - Que se ha tramitado el alta de la empresa en la Seguridad Social, a efectos de cotización, así como haber comunicado la apertura del centro de trabajo, el cual se realiza en el Ministerio de Trabajo.
-

4.1.1.- MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA

En toda empresa debe haber unas estrategias corporativas, es decir, unos parámetros de la misma que sean la médula espinal del proyecto. Estas tienen que estar relacionadas con el desempeño de la empresa, son particulares en cada caso e independientes del mercado en el que se encuentren. Son: misión, visión y valores.

Para llegar a conocer la importancia de estos puntos, es curioso comprobar que casi todas las empresas, y más aún las relacionadas con el deporte, exponen de manera pública los dos primeros parámetros en sus páginas web. Desde empresas como Adidas hasta escuelas de fútbol.

La misión es la esencia, la razón de ser de la empresa, es una referencia interna de la organización y deben conocerla todos los empleados.

La visión define lo que quiere ser la empresa en los próximos años, la guía hacia el objetivo deseado. Necesita motivar al personal y tiene que ser estable en el tiempo, ya que si está experimentando continuamente cambios no sería creíble.

Los valores son el conjunto de principios, creencias y reglas que marcan la gestión de la organización, es aquello que una empresa nunca se saltaría.

Estos son la misión, visión y valores de *Pop up sport experience*:

Misión

En este punto, es inspirador el ejemplo de NIKE, como lo cuenta en su ensayo *No logo*, Klein (2001), «Nike es una empresa deportiva; su misión no consiste en vender zapatillas, sino en mejorar la vida de la gente y su estado físico y mantener viva la magia del deporte».

Con estas palabras, se consigue, de una forma abrumadora, proyectar una imagen sólida y completa de marca y a su vez es sencillo poderla transmitir a sus trabajadores y usuarios y que ellos sigan compartiéndola con éxito.

Así, la misión de la empresa es crear multitud de eventos deportivos de cualquier modalidad con una calidad óptima, mejorar la vida de los participantes e intentar ser una empresa referente en el mundo de los eventos.

Visión

Ser de las empresas líderes en cuanto a organización de eventos deportivos y ser reconocidos internacionalmente inculcando a los participantes los valores del deporte y la variedad de disciplinas deportivas.

Valores

Pop up sport experience y sus usuarios tienen en común la pasión por el deporte y la satisfacción de un trabajo bien hecho. La filosofía de la empresa se basa en inculcar en los clientes la capacidad de superación y la base de una vida saludable.

La transmisión de valores es fundamental, y en esta línea, es interesantísimo conocer la experiencia personal del dueño de Onitsuka, quien enfermó gravemente justo cuando la empresa estaba en crecimiento. El empresario «siempre se mostró muy agradecido por la manera en que sus empleados mantuvieron a flote e hicieron prosperar el negocio durante su enfermedad, y estaba convencido de que aquello había sido posible porque absolutamente todos los integrantes de la Corporación aceptaban y compartían los valores propuestos desde la conducción». Tanto es así que creó un edificio solo para que sus empleados conviviesen «como una gran familia» y aprendiesen el trabajo y la cultura corporativa de la firma, tal y como cuenta Palopoli (2014).

Los valores que *Pop up sport experience* quiere transmitir son:

Rendimiento: Es necesario que se obtenga el máximo provecho de los eventos que se realizan para que sean de mayor calidad, y que los trabajadores mientras estén en horario de trabajo rindan al 100%.

Pasión: Los trabajadores tienen que tener pasión por el deporte, que lo practiquen habitualmente y les entusiasme.

Sinceridad: Es fundamental tener transparencia entre todos los que rodeen a la empresa y los que estén dentro de ella (usuarios empleados, dueños, proveedores).

Innovación: La empresa está abierta a progresos e ideas innovadoras que sirvan para evolucionar.

4.1.2.- IMAGEN CORPORATIVA

¿Qué tiene que tener una buena imagen corporativa? En la actualidad, vivimos muy influidos por la imagen. Ya pensamos en imágenes gracias al cine, la televisión y todos los últimos dispositivos digitales. Por estas razones, la imagen corporativa tiene que integrar tres requisitos fundamentales (Ayora y García, 2004):

- Que tenga fuerza propia
- Que penetre rápidamente

- Que el mensaje del mismo llegue inmediatamente al público
- Que identifique sin ningún género de duda lo que estamos ofreciendo: El evento



Es fundamental tener una imagen corporativa que transmita en un primer vistazo toda la filosofía de la marca. Por esta razón, era importante trabajar dos logos con los que ilustrar todas las creatividades del evento y de la empresa.

Así, se creó uno con el nombre completo. El diseño era limpio, claro, llamativo y que destaque la importancia del deporte. Por esta razón, la palabra SPORT va en rojo y destacada.

También se creó un logo más inspiracional de hábitos saludables. Sin texto y que reforzaba la idea de salud + deporte, y que también se incluye en alguna de las creatividades del evento.



Mientras se realizaba este análisis de la empresa, muchos artículos y libros especializados alertaban de que no se daba la importancia necesaria al tema del logo o de la imagen corporativa.

La imagen corporativa es imprescindible, porque incluso cada persona se acerca a ella de una forma distinta y basada en sus experiencias. Así, sirve el ejemplo de Coca-Cola que es posible «que un adulto crea que Coca-Cola es una marca clásica de toda la vida, y la asocie a su refresco y botella habitual; sin embargo, un joven que acaba de darse de alta en la comunidad virtual de la compañía, es posible que la asocie a una marca joven, ligada a la diversión, que ofrece productos novedosos, y que además, permite el contacto con otros jóvenes a través de su plataforma web.» (Sánchez y Pintado, 2009)

4.1.3.- OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Toda empresa debe plantearse, desde su inicio, aquellos objetivos que desea cumplir, y que nos indican lo que quiere llegar a ser la empresa en los próximos años.

Estos objetivos sirven a la empresa para guiarla hacia el objetivo deseado, necesita incluir una idea de triunfo, con la que se consiga motivar al personal. Tienen que ser estables en el tiempo, ya que no se considerarían creíbles si estos están experimentando cambios continuamente.

Es fundamental marcar estos objetivos desde el inicio, ya que según París (1994), que lo cuenta después de estar trabajando muchos años dentro de empresas deportivas, «muchas organizaciones deportivas no saben cuáles son sus objetivos ni sus líneas de actuación: no las conocen porque no las tienen.»

Por esta razón, él marca cuatro puntos fundamentales que se resumen en:

- a) Reflexionar sobre los objetivos a medio y largo plazo de la organización y sobre las estrategias más adecuadas para alcanzarlos.
- b) Establecer y fijar, para toda la organización esos objetivos y estrategias de tal manera que su la planificación es “formal”, esta constituye una guía para la gestión diaria del conjunto de personas que colaboran o trabajan en la entidad.
- c) Estar preparado para el futuro, para cuando las épocas son difíciles, minimizar riesgos y reaccionar a tiempo.
- d) Implicar y motivar a los trabajadores en relación a las metas a alcanzar por la organización.

La fijación de unos objetivos en el inicio tiene una serie de ventajas:

- Se produce un aprovechamiento máximo tanto de los recursos humanos como materiales de los que disponemos previamente.

- Se realiza una ejecución ordenada y racional del plan.
- Se suprimen aquellos esfuerzos que son innecesarios debido a una mayor coordinación entre los miembros que forman la empresa.
- Hay un control total de la actividad, existiendo la posibilidad de modificación si surge algún imprevisto.

Todos los objetivos deben tener una serie de características:

- Deben ser flexibles y susceptibles de cambio.
- Se debe fomentar la participación de todos los integrantes de la empresa.
- Se debe buscar la idoneidad, teniendo en cuenta las posibilidades reales que tiene la empresa.
- Hay que intentar llegar a la mayor parte posible de la población.

En concreto, los objetivos de las empresas deportivas pueden ser de varios tipos, sociales, económicos, políticos, y deportivos.

a) Objetivos sociales:

- Impulsar el desarrollo del deporte en la localidad de Boadilla del Monte
- Dar a conocer la práctica de diversas modalidades deportivas.
- Fomentar las relaciones sociales entre los participantes.
- Propagar los valores del deporte.
- Fomentar la cohesión social en Boadilla ligada al deporte.

b) Objetivos económicos:

- Aprovechar las infraestructuras deportivas de la Localidad.
- Crear empleo con los diferentes puestos de entrenadores y monitores disponibles.
- Aumentar en un futuro las subvenciones públicas a través de una buena imagen.
- Aumentar los contratos de patrocinios.

c) Objetivos políticos:

- Difundir el nombre del municipio por los alrededores.
- Demostrar que la empresa es capaz de hacer un gran evento.
- Obtener para la empresa una buena publicidad.

d) Objetivos deportivos:

- Promocionar la práctica del deporte a nivel popular.

4.1.4.- POLÍTICAS DE LA EMPRESA

Las políticas de la empresa son unas declaraciones o ideas muy generales que representan la posición oficial de la compañía ante determinadas cuestiones y que ayudan a tomar decisiones conformes a la cultura de la empresa.

Es importante para el buen funcionamiento de la empresa determinar y tener en cuenta las políticas de ésta en los diferentes ámbitos.

Política de empleo: *Pop Up Sport Experience* conoce qué tipo de empleados deben trabajar en la empresa. Profesionales con carrera universitaria y con una serie de valores que dentro de la empresa son imprescindibles. Deben tener compromiso con la empresa, rendir al 100% (rendimiento), ser apasionados del deporte, saber trabajar en equipo ya que es algo dentro de la filosofía de la empresa y ser generosos a la hora de apoyar a un compañero que necesite ayuda, y por último sinceridad, ya que se busca total transparencia tanto dentro de la empresa como con los clientes.

Se contratarán trabajadores para dos ámbitos diferentes:

- En el ámbito deportivo, se requerirá personal cualificado que tenga el título en Grado de la Actividad Física y el Deporte o Técnicos superiores en Actividades Físico Deportivas, o título de entrenador personal o monitor de gimnasio.
- En el ámbito de la gestión, personal que estén o hayan estudiado Administración y Dirección de Empresas.

Es complicado encontrar dentro de Boadilla del Monte, un municipio pequeño, el personal requerido. Pero, por ahora, la gran mayoría de entrenadores que integran el club, (a excepción de algunos de los fundadores del club, que no tienen relación académica con el deporte), cumplen este requisito.

a) Política de promoción: Lo primero a la hora de realizar la promoción para un puesto de trabajo en la empresa, será una promoción interna para que los miembros de la empresa tengan la oportunidad de ascender. En caso de que dentro de la empresa no se pudiese cubrir un puesto se realizaría promoción externa. En caso de igualdad de condiciones para una promoción se optará por el empleado más antiguo.

b) Política de formación: Nada más entrar en la compañía, los nuevos integrantes recibirán un curso de formación para que aprendan la manera en la que la empresa tiene diseñado ese puesto. Además, a lo largo del año se les facilitará cursos de todo tipo, desde entrenamiento hasta *coaching* para que sigan creciendo y no se estancuen, y puedan desempeñar su trabajo de la mejor forma posible.

c) Política de contratación: A la hora de contratar a las personas se valorarán los currículos y se desestimarán aquellos con más de tres años de experiencia, ya que idealmente es preferible formar a los trabajadores desde el principio. Se valorará la zona de residencia, en caso de igualdad se optará por contratar a aquella persona que resida más cerca de la empresa.

4.1.5.- DAFO DE LA EMPRESA

El análisis DAFO es una herramienta imprescindible a la hora de crear una empresa ya que da a conocer la situación real en la que se encuentra y ayuda a tener «un análisis estratégico probado y real» como manifiestan Martínez y Milla (2005).

Esta metodología consiste en analizar una serie de parámetros que nos darán información fundamental: Fortalezas, Oportunidades, Amenazas y Debilidades. Además, su objetivo es conseguir cambiar la balanza, es decir, transformar las amenazas y debilidades en fortalezas y oportunidades para la empresa analizada.

El DAFO de la empresa es el siguiente:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
-Precios asequibles para aquellas personas que quieren participar en eventos deportivos. -Buena calidad con relación al precio al de ventas de entradas para eventos. -Gran variedad de productos y de disciplinas deportivas.	-Aumento de la preocupación de la población por su aspecto físico. -El aumento de la población que practica deporte. -Estudios de los materiales con los que impartimos las clases para evolucionar.
DEBILIDADES	AMENAZAS
-Empresa nueva con poca experiencia en el sector. -Querer abarcar demasiadas disciplinas deportivas en todos nuestros eventos.	-Alta competencia debido a la gran cantidad de eventos deportivos que se llevan a cabo en la localidad. -La evolución gracias a la tecnología puede hacer que nuestros eventos se queden obsoletos.

Con este análisis, se consigue detectar las características internas de la empresa, tanto las buenas, (fortalezas), en las que destaca la gran variedad de disciplinas deportivas que se practican en los eventos propuestos, como las malas o a mejorar (debilidades), dónde la más importante es la inexperiencia como una empresa de nueva creación.

Dentro de las oportunidades sobresale el creciente interés de la población por seguir a diario hábitos saludables o introducir en su día a día una dosis de ejercicio y actividad. Y dentro de las amenazas, destaca la gran cantidad de eventos que se organizan dentro de la localidad madrileña (este punto es justo el que primero se podría convertir en una oportunidad, ya que hay un interés creciente en el municipio por el deporte y por las actividades al aire libre.

4.1.6.- EJES ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Dirección y organización	Conseguir una dirección participativa para facilitar el desempeño responsable y coordinado. Cumplir los objetivos a medio plazo.
Infraestructuras y servicios	Realizar un plan integral de seguimiento de las instalaciones, asegurando el mantenimiento, limpieza y vigilancia de estas.
Componente humano	Desarrollar profesional y personalmente a los empleados ya que el factor humano es clave. Asegurarnos de la formación interna de nuestros trabajadores. Evaluar a los trabajadores para saber las condiciones en las que trabajan y si saben desempeñar todas las funciones que requiere el puesto.
Tecnología	Implantar las nuevas tecnologías para facilitar el trabajo a los empleados, y la participación a los clientes. Grabar los eventos para posteriormente subirlos a la página web de la empresa y los participantes puedan verse en las diferentes disciplinas que hayan participado
Económico-financiero	Gestionar correctamente la fuente de recursos que disponemos para nuestro material deportivo, acorde con nuestro presupuesto.

Información, comunicación y promoción	Fomentar la comunicación entre todos los miembros de la empresa, de manera vertical y horizontal.

OBJETIVOS DE CALIDAD

EJES ESTRATÉGICOS	CALIDAD
Dirección y organización	Obtener un resultado de 3 sobre 5 en encuestas en cuanto a participación e innovación.
Infraestructuras y servicios	1. Que el 100% vaya uniformado a los eventos. 2. 100% de atención al cliente, cuando este la demande. 3. Que las instalaciones estén siempre en perfectas condiciones. 4. Que el 80% de nuestros empleados resuelva los problemas que tengan los clientes.
Componente humano	1. Obtener un 4 de 5 en encuestas de bienestar y satisfacción personal en el trabajo. 2. Que el 100% de nuestros trabajadores realice los cursos de formación interna.
Tecnología	1. Que al menos un 20% de las compras de las entradas para los eventos se realicen por internet. 2. Que los estudios realizados a los clientes sean correctos. 3. Guardar el 100% de las fichas realizadas a los clientes para futuras

	compras.
Económico-financiero	1. Aprobar el presupuesto antes de comenzar el año.
Información, comunicación y promoción	1. Atender al 100% de los clientes en un periodo máximo de 30' de espera. 2. Organizar un 60% de los eventos deportivos organizados en Boadilla del Monte. 3. Obtener un 4 de 5 en encuestas de comunicación entre los trabajadores.

ACCIONES DE MEJORA

EJES ESTRATÉGICOS	ACCIONES DE MEJORA
Dirección y organización	Elaborar un plan general, donde se encuentren nuestros objetivos y estrategias a medio plazo.
Infraestructuras y servicios	1. Elaborar un plan de mantenimiento y limpieza de las instalaciones. 2. Elaborar un plan de vigilancia continua de las instalaciones. 3. Regalar a nuestros trabajadores uniformes, para que acudan con ella al trabajo. 4. Realizar encuestas a los clientes acerca del trato recibido y la resolución de sus problemas.
	1. Ofertar cursos de formación a todos los empleados. 2. Realizar exámenes acerca de los cursos

Componente humano	de formación para asegurarnos de que lo han aprendido. 3. Dar descansos y vacaciones de manera flexible a los trabajadores.
Tecnología	1. Facilitar la compra por internet a los clientes por medio de descuentos y promociones. 2. Perfeccionar las nuevas tecnologías con las que se van a impartir clases a los clientes. 3. Tener una base de datos guardados a todos los clientes, para futuros eventos. 4. Crear una aplicación de móvil en la que aparezcan futuros eventos y en qué consistirán y puedan comprar la entrada desde aquí.
Económico-financiero	Elaborar un balance equilibrado anualmente de ingresos y gastos.
Información, comunicación y promoción	1. Crear grupo de whatsapp para crear “grupo” y fomentar la comunicación. 2. Rapidez de los trabajadores a la hora de atender por medio de un busca. 3. Ofertar pruebas de uso del material para que los clientes vean que el material escogido es el que más le conviene.

4.1.7.- RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

No es cuestión de conseguir solo una buena imagen para la empresa, crear las bases de responsabilidad social es fundamental para mantener una filosofía coherente y respetuosa con el entorno tanto personal como social.

«La responsabilidad social de la empresa (RSE), también denominada responsabilidad social corporativa (RSC) es esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social de la sociedad en que se integra.

Pretende buscar la excelencia en la empresa. Atendiendo con especial atención a las personas y sus condiciones de trabajo, así como a la calidad de sus procesos productivos con la incorporación de las tres facetas del desarrollo sostenible: la económica, la social, y la medioambiental, lo cual favorece la consolidación de la empresa, promueve su éxito económico y afianza su proyección de futuro» manifiesta Fernández (2009).

«Nos cuenta Carlos que estuvo en un foro en el que el ponente sostenía que “Las empresas han de participar en acciones sociales, aun cuando no tengan un impacto directo en la cuenta de resultados”. Y entre los oyentes parecía existir la convicción de que el capitalismo sin adornos no sirve al interés público. Que conformarse con obtener beneficios sólo para los accionistas no contribuye al bien común. Que las empresas deben asumir y ejercer una responsabilidad social corporativa mucho más amplia.» Córdoba (2007) con ejemplos reales expresa su convicción de que la responsabilidad social de una empresa tiene que llegar más allá de lo básico y no quedarse en los beneficios económicos que pueda tener.

Es importante seguir dos líneas para la concienciación social:

a) A nivel interno:

- Los trabajadores tendrán jornada continua durante todo el año.

- Incluiré medidas que garanticen la igualdad de oportunidades y la no discriminación por razones de sexo. Así, incrementaré los puestos de trabajo para mujeres en todos los niveles.

b) A nivel externo:

- Las entradas para los eventos se harán con papel reciclado.
- El dinero recaudado por las entradas se donará a UNICEF.
- Y a la entrada de nuestros establecimientos dispondremos de contenedores para depositar las pilas usadas, y que estas no acaben en cualquier basura o tiradas por la calle.

4.2- ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

4.2.1.- OBJETIVOS DEL EVENTO

El evento es un lugar donde se van a reunir hombres y mujeres en una especie de celebración colectiva, en este caso, en concreto, para asistir a un espectáculo deportivo original y al aire libre. Gracias a la organización de eventos, se favorece la sociabilización de los participantes mediante relaciones con otras personas que no se conocen pero con las que se comparten la afición por el deporte, además de ayudarte a salir de la rutina. (Desbordes y Falgoux, 2006)

Cada vez está más de moda la organización de eventos deportivos, sobre todo porque es una forma útil, rápida y con muy buena rentabilidad en imagen para que una marca se dé a conocer o incremente su presencia en los medios.

Los objetivos generales del evento son los siguientes:

1. Promover las diferentes actividades físicas y deportivas tanto individuales como colectivas con un fin lúdico, criterios pedagógicos, nutricionales y médicos deportivos.
2. Ofrecer a las marcas patrocinadoras y colaboradoras enseñar sus nuevos productos mediante la actividad física.
3. Proporcionar el acceso a las actividades físicas ofrecidas a todos los habitantes de Boadilla del Monte y alrededores, con instalaciones asesoramiento técnico, nutricional y médico.

Los objetivos de los participantes en el evento son:

- 1.- Participar en las distintas disciplinas que se imparten en el evento.
- 2.- Experimentar la sociabilización en un grupo grande de personas de diferentes edades y sexo en relación con el deporte.
- 3.- Ejecutar las diferentes habilidades motrices necesarias para cualquier deporte del evento.

4.- Respetar las normas de comportamiento y las propias reglas de los deportes dentro del recinto del evento.

5.- Concienciarse de la importancia que tiene la actividad física y la alimentación para llevar una vida saludable.

6.- Experimentar los diferentes valores que tiene el deporte.

7.- Dar feedback a los monitores de todas las actividades para ayudar a la mejora del evento.

Los objetivos de los monitores dentro del evento son:

1. Impartir correctamente las diferentes disciplinas que va a haber en el evento.
2. Corregir los posibles errores que tengan los participantes.
3. Encargarse de que los participantes realizan la actividad de una forma adecuada y segura, tanto para ellos como para el resto.
4. Hacer pasar un día agradable y divertido a los participantes.
5. Comportarse de manera correcta y saludable delante de los participantes, ya que muchos serán niños y jóvenes y puede ser un modelo de conducta a seguir.
6. Enseñar los valores del deporte a los participantes.
7. Velar por la seguridad de los participantes y por el estado físico del material e instalaciones en las que nos encontramos.

Los objetivos de los organizadores son los siguientes:

1. Velar por la seguridad de todos los que acuden al evento, tanto participantes, invitados, como propios empleados.
2. Organizar correctamente el evento.
3. Informar a los participantes de las conferencias que se van a realizar en el evento.
4. Encargarse de que está todo correctamente colocado para poder dar las conferencias sin ningún problema.
5. Informar a las marcas patrocinadoras en qué lugar deben colocar su stand.

4.2.2.- ¿A QUIÉN VA DIRIGIDO POP UP SPORT EXPERIENCE?

- Deportistas de muchas disciplinas e interesados por el deporte en general y la vida sana
- Edades: desde 5 años en adelante (hay actividades para todas las edades, pero los monitores aconsejarán lo que sea conveniente para cada participante según su edad)
- Ambos sexos

La empresa está especialmente interesada en llegar a la población más joven del municipio (16 a 25 años) por ser una franja de edad ideal para adquirir buenos hábitos e introducirse en el deporte y conseguir que estos hábitos les acompañen el resto de su vida.

Además, según los responsables de NIKE es la franja de edad que también más le interesa porque los jóvenes en la actualidad se mueven y se informan por cauces completamente distintos a los convencionales y su marketing ya no es tan útil como en otras edades. Es una forma de conocer a su público potencial de una forma cercana y directa.

El día a día cada vez es más estresante por lo que se necesita mostrar que existen disciplinas que se pueden ejercitar desde pequeño y que acabarán siendo necesarias a lo largo de todas las etapas de crecimiento del niño. La mejor etapa para inculcar a los niños el amor por el deporte y en general buenos hábitos de vida, en su alimentación y en su conducta es la edad escolar. « Si el niño adquiere un hábito que le produce bienestar difícilmente lo abandonará» (Timón y Hormigo, 2010)

4.2.3.- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Boadilla del Monte es un municipio que cuenta con 47.852 habitantes y fue en 2014, además considerado como el más rico de España: «Boadilla del Monte (Madrid) es el municipio con la media de ingresos familiares más elevada de España: 34.965 € anuales.» según el estudio de sobre tipología de habitantes por perfiles de consumo hecho por la empresa AIS dedicada a la Inteligencia de Negocio. (El confidencial, 2014)

Los datos pueden apreciarse en el siguiente cuadro:

Boadilla del Monte (Madrid)	2.913,9
Las Rozas (Madrid)	2.875,0
Pozuelo de Alarcón (Madrid)	2.855,3
Tres Cantos (Madrid)	2.845,7
Getxo (Bizkaia)	2.786,5
Villaviciosa de Odón (Madrid)	2.785,1
Rivas-Vaciamadrid (Madrid)	2.765,5
Sant Quirze del Vallès (Barcelona)	2.730,8
Majadahonda (Madrid)	2.718,1
Torreldones (Madrid)	2.666,3

Para probar la viabilidad del proyecto se ha realizado un estudio de los competidores. Se han tenido en cuenta aquellos clubes o empresas que organizan algún tipo de evento deportivo en la localidad de Boadilla del Monte. Después del análisis, se aprecia que ninguno se ajusta al proyecto que se va a realizar esta empresa, ya que se centran en una disciplina deportiva en concreto de la cual se realiza una carrera.

Cada año, en Boadilla del Monte, se realizan varias carreras y distintas actividades con el fin de animar a la población a practicar deporte y se reparten a lo largo de todo el año.

Por ejemplo, en el mes de febrero, se puede encontrar la Milla Urbana. Se trata de una carrera por las carreteras de Boadilla y la Carrera Popular Solidaria organizada por el colegio Quercus.



En marzo, un campeonato de gimnasia rítmica organizado por el Club Rítmica Boadilla.



En abril, se encuentra un evento en el cual se ofrece una *master class* de ciclo, y en el mismo lugar, un torneo de pádel femenino.



En mayo, el Circuito llamado “Actívate” por las diferentes rutas del monte de la localidad. Son principalmente en mountain bike debido al trazado de los caminos por los que se desarrolla.



En junio, es el mes ideal para los eventos al aire libre. Por temperatura y escasa lluvia es el mes más solicitado deportivamente hablando. Hay muchos y variados eventos, pero siguen sin ajustarse a la idea del proyecto de esta empresa.

Están programados, una *master class* de zumba y torneos de fútbol en ambos clubes de la localidad, pero *Pop Up Sports Experience* lo que busca es juntar varias disciplinas y poder disfrutar un rato de cada una sin tener que elegir, no solo tienes zumba, o fútbol sino que podrás practicar las dos modalidades en el mismo día y en el mismo recinto cuando quieras, además de poder conocer otras actividades e incluso escuchar conferencias muy interesantes sobre un estilo de vida activo y vinculado al deporte.



Después de realizar un estudio de los eventos más cercanos y posibles competidores, se decide continuar con la organización del evento debido a que ninguno de los existentes es competidor directo, ya que son de una única modalidad, mientras que *Pop Up* reúne todas las disciplinas y clases posibles en un entorno al aire libre dónde se podrá disfrutar de un agradable día en familia y disfrutar del deporte. Además de poder asistir a las diferentes conferencias que se impartirán a lo largo del día por deportistas conocidos.

«El estudio del mercado competidor tiene la doble finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto de ayudarlo a definir una estrategia comercial competitiva con ellas.» (Sapag, N. 2007)
Y además también le puede ayudar a captar más consumidores o en este caso participantes, ya que al conocer los puntos fuertes y débiles de esa competencia permite que se pueda cambiar la balanza y corregir los posibles errores y mejorar para la organización de este evento.

Hacer este tipo de mediciones también es tiene su dificultad. Desbordes y Falgoux (2006) afirman que «el análisis de la competencia resulta muy complejo pero también muy útil si se utiliza en el momento oportuno» y que las mediciones más efectivas y también más seguras es analizar la competencia directa, sobre todo referido a la situación geográfica en la que se desarrolle el evento.

Por esta razón, se analizaron el amplio y variado calendario deportivo de Boadilla del Monte para comprobar si este evento tenía cabida o si, por el contrario, la población ya estaba saturada de este tipo de eventos.

En casi todos ellos, el número de participantes es muy alto e incluso, como ocurre en las carreras se cierra el plazo de inscripción antes de tiempo porque las plazas están cubiertas. Por lo que es otro indicador de que el interés creciente en el municipio por las actividades deportivas lo convierte en el marco ideal para el desarrollo de *Pop up sport experience*.

«Una vez concretada y definida la actividad que se va a realizar, el siguiente paso consiste lógicamente en definir cuáles son los clientes potenciales a los que se va a dirigir y cuáles son los competidores directos e indirectos que estarán definidos y localizados» (Párraga, Nieto, Carreño, López y Madrid, 2004).

4.2.4.- DAFO

OPORTUNIDADES	FORTALEZAS
Interés por conocer nuevas disciplinas deportivas Hacer deporte en familia y al aire libre Convertirlo en un evento anual y extenderlo a otros municipios	¡A priori, muchísimas! Deportistas mundialmente conocidos que se unen para hablar de los estilos de vida saludables Especialistas bien formados al servicio de los interesados en multidisciplinas Unión con grandes marcas
AMENAZAS	DEBILIDADES
Querer abarcar mucho y pasarnos con la creatividad Climatología adversa	Falta de experiencia en organización de este tipo de eventos

Lo importante de este análisis es intentar minimizar las debilidades y amenazas del sector, para ello, además de contar con plantilla con experiencia y preparación apropiada, contamos con el punto estratégico de nuestra localización.

El evento estará ubicado en la localidad madrileña de Boadilla del Monte. Es un municipio joven y en expansión.

Como ha quedado demostrado en el apartado del análisis de los competidores, es un ayuntamiento que está muy concienciado con el deporte y su motivación y además de tener estupendas instalaciones en el municipio, Boadilla del Monte está rodeado por amplios espacios naturales donde se pueden practicar sinfín de actividades.

Además, para la creación de este evento puse en valor mi vocación, gracias a la licenciatura de CAFyD podría volcar mis conocimientos en los clientes potenciales y sobre todo mi pasión por el deporte.

4.2.5.- CREACIÓN DE LOS DISTINTOS COMITÉS

«Para realizar y desarrollar cualquier actividad u organización es fundamental contar con un equipo de trabajo que se encargará de llevar a cabo dicha actividad. Estos grupos o equipos de trabajo están organizados por comités y serán coordinados por un profesional (coordinador) que será el responsable de resolver los problemas en el menor tiempo posible y de forma satisfactoria.

Los comités encargados de organizar un eventos son:

- Comité de honor
- Comité organizador
- Comité ejecutivo
- Comité técnico deportivo»

COORDINADOR E IDEADOR DEL PROYECTO

Álvaro Santos Peralta

COMITÉ DE HONOR

«El comité de honor lo componen máximas autoridades que no tienen una participación expresa en el evento en sí, pero que figuran en el citado Comité para dar una imagen y relace al acontecimiento, por razón de su elevada consideración o representación social.» (Fernández, 2005).

Para el evento, se ha contactado con Rafael Nadal para que forme parte de nuestro Comité de honor, para dar un mayor prestigio al proyecto, así como a otros deportistas de Boadilla del Monte, que actualmente no compiten.

Rafael Nadal – tenista profesional en el top ten mundial (patrocinado por Nike)

Y también integrado por varios deportistas de la localidad:

Eleuterio Anguita – ex ciclista profesional

Alberto Juzgado – ex corredor de maratón, participó en dos olimpiadas

COMITÉ ORGANIZADOR

«El comité organizador es el responsable de la preparación y ejecución de todos los aspectos del evento (campeonato).

Se encarga de la organización de personas por equipos de trabajo, de las funciones a realizar y del proceso correcto.

Lo componen:

- Un presidente de la institución que organiza
- Un Vicepresidente (o más) de la institución organizadora
- Vocales de la Institución que organiza
- Un Secretario General de la misma institución
- Varias comisiones/secciones/departamentos»

Basandose en esta cita el comité organizativo está formado por los siguientes empleados de la empresa organizadora del evento.

Comité organizativo de *Pop up Sport Experience*:

Presidente: Álvaro Santos

Vicepresidente: Laura García Cuervo, directora de Comunicación de Nike Sur de Europa

Secretaría: Isabel Santos, Jefa de Comunicación de Editorial Planeta

Asesor creativo: Germán Carrillo, Jefe de diseño de Planeta

Vocales:

Jorge Prieto Robledo, graduado en CAFyD y monitor de Tenis.

Alejandro Dávila Tellez, TAFAD y jugador profesional de Hockey hierba

José Zahínos, graduado en CAFyD y Fisioterapia y ex jugador de fútbol profesional

COMITÉ EJECUTIVO

Don Adolfo Manuel Arias Javaloyes – Concejal del Área de Juventud, Deportes, Sanidad y Empleo

Don Marcos Garza – Director General de Nike Iberia

Don Miguel Mira – Director de Comunicación Coca-Cola Iberia

COMITÉ TÉCNICO DEPORTIVO

DIRECTOR TÉCNICO: Álvaro Santos

ENTRENADORES: Pedro Gascón Gascón, Graduado en CAFyD y nivel 1 de entrenador de fútbol.

Jaime Monroy Zamith, Graduado en CAFyD, nivel UEFA PRO de entrenador de fútbol.

Daniel Gaspar Millán, Graduado en CAFyD, nivel 2 de entrenador de fútbol.

Alejandro Vicente Hernando, Graduado en ingeniería de Telecomunicaciones, nivel 1 de entrenador de fútbol.

Pablo Gómez Sánchez, Graduado en ADE en inglés, nivel 1 de entrenador de fútbol.

Carlos Díaz Tejedor, Graduado en CAFyD, nivel 2 de entrenador de fútbol.

Oihana García Ibaibarriaga, Graduada en Derecho Español y Francés, monitora nacional de natación, monitora de aquagym y socorrista.

Laura Rollan Peña, Graduada en Medicina, monitora nacional de natación y monitora de aquagym.

Alejandro Dávila Tellez, TAFAD y socorrista.

Miguel López Vergara, Graduado en ingeniería en Telecomunicaciones, socorrista.

Jorge Prieto Robledo, Graduado en CAFyD y monitor de tenis.

Ignacio Blanco Sánchez, Graduado en magisterio y monitor de tenis.

Ignacio Martín-SonsecaBarrajón, TAFAD y monitor de tenis.

Alejandro Acosta León, entrenador nacional de tenis.

Marta López San Martín, Graduada en enfermería y monitora de yoga.

María Gómez Sánchez, Graduada en enfermería y en turismo, alto conocimiento de idiomas.

Sergio López Hernando, Graduado en CAFyD y monitor de Fitboxing.

Pablo Cañas Zaragoza, TAFAD y monitor de pádel.

Alejandro Gallego Reina, Graduado en CAFyD y monitor de pádel.

Además contaremos con fisioterapeutas y azafatas:

Mónica García Rodríguez, Graduada en Turismo.

Marta Ranz González, Graduada en magisterio y en turismo.

Ana Gago Cortina, Graduada en turismo y gran conocimiento de idiomas.

Marta Prieto Robledo, Graduada en magisterio y CAFyD y alto nivel de inglés.

Lara Cañas González, Graduada en turismo.

Carolina Romero Zamarriego, Graduada en turismo y magisterio, alto conocimiento de idiomas.

José Zahínos, Graduado en CAFyD y fisioterapia.

Ángel Martínez Silván, Graduado en fisioterapia.

4.2.6.- FORMALIDADES ADMINISTRATIVAS

Para todas las gestiones con los patrocinadores se elaboró un documento en PowerPoint para explicar en qué consistía el evento. (Anexo 1). Este documento explicativo era muy importante para que pudiesen conocer la filosofía del evento y que pudiesen decidir si querían o no participar.

Es un documento sencillo en el que se explican todas las líneas a seguir y sobre todo los posibles beneficios para las posibles marcas y organismos asociados al proyecto.

Se contactó con marcas importantes para conseguir ayudas económicas y poder hacer crecer el evento. Así, la marca reina de la felicidad es Coca-Cola, ellos podrían suministrar bebidas de todas sus variedades, incluida su agua mineral y aportar patrocinio económico.

El resto de marcas están relacionadas directamente con la alimentación sana. Lo más importante que tenían que cumplir es tener un producto novedoso que mostrar, por ejemplo, la nueva bebida con aloe vera.

Como patrocinadores:



Como colaboradores:

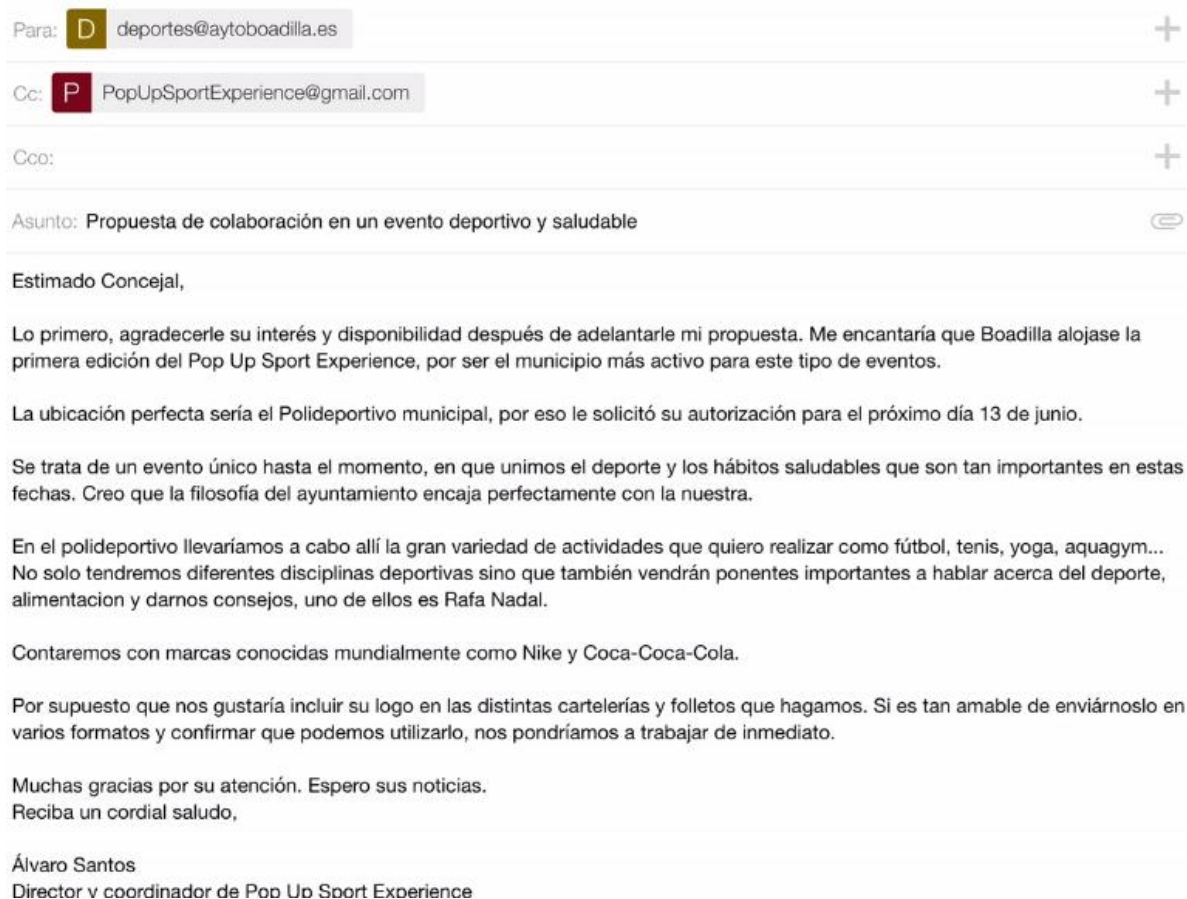


a) Gestiones con el Ayuntamiento de Boadilla del Monte

El interlocutor es el concejal de Deportes de Boadilla del Monte, Don Adolfo Manuel Arias Javaloyes – Concejal del Área de Juventud, Deportes, Sanidad y Empleo. Dentro de la zona este de la Comunidad de Madrid, Boadilla del Monte es el municipio más abierto a este tipo de actividades y es de las pocas localidades que tienen superávit en sus cuentas, lo que ayudaba a que fuese la ubicación perfecta para el evento.

Después de varias reuniones y correos electrónicos, se acordó la cesión de las instalaciones del Polideportivo municipal, junto con los materiales que ya cuentan y el personal habitual en un día normal.

Aparte, el Ayuntamiento aporta al proyecto 5.000 euros



b) Gestiones con los patrocinadores

Se contactó con las empresas que por su filosofía o por sus objetivos podían encajar con el evento. Idealmente se comenzó por Nike y Coca-cola, porque su filosofía encajaba a la perfección con la empresa y porque ya había lazos personales que facilitarían sobre todo una entrada directa para poder defender el proyecto ante las personas responsables directamente. Muchas veces, y sobre todo en empresas tan grandes es muy complicado acceder a determinados cargos y complica poder explicar el proyecto a terceros y no directamente a los encargados en tomar las decisiones de participación, como en este caso.

Se les solicitó una ayuda económica y material y se les ofrecía un evento distinto, original y una ventana para exponer sus nuevos productos y en el caso concreto de Coca-cola su nueva imagen (justo en ese momento la compañía estaba inmersa en un cambio de imagen bastante radical).

 **Garcia, Laura** 20:07 (hace 45 minutos) ☆  

para mí ▾

Estimado Álvaro,
Gracias de nuevo por pensar en Nike para formar parte de este proyecto.

Como indica, el planteamiento es totalmente afín a la marca así que estaremos encantados de estudiar distintas fórmulas de colaboración.

Espero poder concretarlas en una reunión en las próximas semanas.

Gracias y un saludo cordial,

Laura García Cuervo | Nike | [+34 620 328 236](tel:+34620328236)

...

Para:  Pinvarato@cola-cola.com



Cc/Cco:

Asunto:



Estimada Pilar,

Lo primero, agradecerle su interés y disponibilidad después de adelantarme mi propuesta. Me encantaría que su marca patrocinase la primera edición del Pop Up Sport Experience, por ser la marca más activa para este tipo de eventos.

La ubicación perfecta sería el Polideportivo municipal de Boadilla del Monte el próximo día 13 de junio.

Se trata de un evento único hasta el momento, en que unimos el deporte y los hábitos saludables que son tan importantes en estas fechas. Creo que su filosofía encaja perfectamente con la nuestra.

En el polideportivo llevaríamos a cabo allí la gran variedad de actividades que quiero realizar como fútbol, tenis, yoga, aquagym...

No solo tendremos diferentes disciplinas deportivas sino que también vendrán ponentes importantes a hablar acerca del deporte, alimentación y damos consejos, uno de ellos es Rafa Nadal.

La ayuda económica que hemos solicitado a los otros dos patrocinadores (Ayuntamiento de Boadilla y Nike) es de 5.000 euros y la cesión de bebidas incluida su agua y regalos para dar en el evento.

Les facilitaríamos un lugar muy visible para que puedan mostrar sus productos y enseñar su nueva imagen.

Por supuesto, su logo tendría un tratamiento especial en todas las creatividades del evento. Si es tan amable de enviarnoslo en varios formatos y confirmar que podemos utilizarlo, nos pondríamos a trabajar de inmediato.

Muchas gracias por su atención. Espero sus noticias.
Reciba un cordial saludo,

Álvaro Santos
Director y coordinador de Pop Up Sport Experience

Este es el modelo de contrato que se firmará con los patrocinadores a los que se les pide la donación de material y aportación económica.

CONTRATO DE PATROCINIO

En Madrid, a 16 de mayo de 2015.

REUNIDOS

De una parte, D. XXXXXXXXXX, mayor de edad, con DNI número 12345678A, y domicilio en Calle La Moraleja, 5 C.P. 28020 Madrid,

Y de otra parte, D. XXXXXXXXXX, mayor de edad, con DNI número 25874963B, y domicilio en Calle Bernabeu, 10 C.P. 28952 Madrid,

INTERVIENEN

D. XXXXXXXXXX, mayor de edad, con DNI número 12345678B, en nombre y representación de la mercantil "XXXXXXXX", constituida por Escritura Pública de fecha XXXXX, otorgada ante el Ilustre Notario de Madrid, Don Jaime Recarte Casanova, con número de protocolo 258.

Y D. XXXXXXXXXX, mayor de edad, con DNI número 25874963B, en nombre y representación de la mercantil "AAAAAAAAAAAA", constituida por Escritura Pública de fecha XXXXX, otorgada ante el Ilustre Notario de Madrid, Don Jaime Recarte Casanova, con número de protocolo 964.

EXPONEN

- I.- Que la mercantil "XXXXXXXX" es la organizadora del (EVENTO) _____ a celebrar el día _____ en la ciudad de _____.
- II.- Que la empresa "AAAAAAAA" está interesada en ayudar económicamente a la mercantil "XXXXXXX" para la realización del citado evento a cambio de una colaboración publicitaria de la organizadora del mismo.
- III.- Como consecuencia del mutuo consentimiento en este sentido, los firmantes quieren celebrar el contrato de Patrocinio bajo las siguientes:

CLAUSULAS

PRIMERA.- La empresa "AAAAAAAA" se obliga a ayudar económicamente a la mercantil "XXXXXXX" para la realización del (EVENTO) a celebrar los días _____ en la ciudad de _____. Dicha ayuda económica consistirá en la entrega de:

1. La Empresa Patrocinadora entregará la suma de DOS MILLONES TRESCIENTOS SETENTA Y CINCO Y MIL EUROS (2.375.000.-€), al momento de la firma del presente contrato.
2. La Empresa Patrocinadora entregará los siguientes artículos deportivos consistentes en:

- () Maletas Deportivas con el Logo de la Empresa Patrocinadora
- () Sudaderas con el Logo de la Empresa Patrocinadora
- () Carpetas con el Logo de la Empresa Patrocinadora
- () Esferos con el Logo de la Empresa Patrocinadora
- () Programas impresos del Evento... ETC.

SEGUNDA.- La empresa "XXXXXXXX", organizadora del (Evento) de _____, se obliga a colaborar publicitariamente con la firma patrocinadora en los términos siguientes:

1. La Empresa Patrocinadora aparecerá en dicha calidad en toda la documentación relativa al (EVENTO), tales como folletos divulgativos, carteles, anuncios en revistas, etc. En tal documentación la firma patrocinadora ocupará un lugar distinguido.

2. La Empresa Patrocinadora se compromete a ubicar una valla publicitaria en la parte centro del (LUGAR DONDE SE CELEBRE EL EVENTO) en que se llevará a cabo (EVENTO) y en la sala en que se atenderá la rueda de prensa del evento. Para efectos de calidad, tamaño y otras especificaciones del soporte se acordará de común acuerdo en cláusula adicional.

TERCERA.- Los costes fiscales en que se incurra con ocasión de la celebración del presente contrato de Patrocinio serán cancelados por la empresa organizadora del evento.

CUARTA.- El presente contrato tiene una vigencia de (DURACION DEL EVENTO) entrando en vigor y surgiendo efectos entre las partes desde el día XXXXX y finalizando el día XXXXX.

QUINTA.- La mercantil "XXXXXXX" se obliga a no suscribir contratos de patrocinio publicitario con empresas comercializadoras o productoras de productos de similar o iguales características que los producidos y comercializados por la empresa que ahora firma en calidad de contratante, estos son:

-
-
-
-
-

SEXTA.- La mercantil "XXXXXXX" se obliga a suscribir un contrato de seguro de responsabilidad civil para garantizar la devolución del importe económico abonado si por alguna causa ajena a la voluntad de la Empresa Patrocinadora no se pudiera celebrar en su integridad el evento.

SÉPTIMA.- Los soportes publicitarios a colocar por la mercantil "XXXXXXXX", como organizadora del evento, en beneficio del patrocinador serán adquiridos e impresos con cargo a los fondos destinados a la organización del evento..

OCTAVA.- El patrocinador no podrá explotar publicitariamente su ayuda a la realización del (EVENTO) a pesar de que las fotografías y filmaciones del Evento se hayan realizado con ocasión del acá patrocinado.

NOVENA.- El presente contrato de patrocinio que se registró en lo no dispuesto en este documento por los dispuesto en la legislación vigente, quedará prorrogado por el plazo de XXXXX DIAS/MESES, siempre y cuando no lo denunciare ninguna de las partes con una antelación mínima de 2 DIAS/MESES a la finalización del contrato.

En caso de prórroga, la cantidad se verá incrementada por el Índice de Precios al Consumo.

DÉCIMA.- El incumplimiento del presente contrato de patrocinio conllevará la correspondiente indemnización a cargo de la parte incumplidora en cantidad igual a la mitad de la cantidad entregada en concepto de patrocinio.

UNDÉCIMA.- El presente contrato se rige por lo dispuesto en el clausulado del mismo y por la regulación general contemplada en el Código Civil.

DUODÉCIMA.- Las partes acuerdan someterse a los Tribunales Jurisdiccionales de la ciudad de Madrid para cualquier discrepancia o incumplimiento que pueda surgir como consecuencia de la celebración del presente contrato.

En consecuencia y como prueba, los contratantes firman por duplicado el presente documento en el día y lugar arriba indicados.

Patrocinador

Patrocinado

c) Gestiones con los colaboradores

Hay varias marcas que tenían nuevos productos que también eran afines a la idea de nuestro evento. Marcas con una reconocida carrera dentro de la alimentación deportiva y saludable.

Las marcas seleccionadas fueron:

- Támesis – por su nueva bebida con Aloe Vera
- LOADING GROUP – por ser especialistas en nutrición deportiva
- ADES – por su variedad en productos saludables

Para:  Eventos@bebidastamesis.com 

Cc:  PopUpSportExperience@gmail.com 

Cco: 

Asunto: Propuesta de colaboración en un evento deportivo y saludable 

Estimada Ana,

Después de nuestra conversación telefónica le detallo mi petición por escrito, como habíamos acordado.

Tendrá lugar el próximo 13 de junio, en el municipio de Boadilla del Monte, único hasta la fecha, en el que el deporte y los hábitos saludables están unidos. Creo que esta filosofía encaja perfectamente con la de su empresa.

Mi propuesta para su empresa consistiría en donar sus productos, concretamente nos encantaría contar con los que sean más novedosos para que los participantes puedan probarlos, como su agua con aloe vera y demás productos similares.

Entiendo que ustedes prefieren traer los stands y expositores suyos porque mostrarán mejor sus productos, pero cuente con toda nuestra colaboración y facilidades para sus necesidades.

Por supuesto que nos gustaría incluir su logo en las distintas cartelerías y folletos que hagamos. Si es tan amable de enviarnoslo en varios formatos y confirmar que podemos utilizarlo, nos pondríamos a trabajar de inmediato.

Muchas gracias por su interés. Seguiremos en contacto.
Reciba un cordial saludo,

Álvaro Santos
Director y coordinador de Pop Up Sport Experience

Para:  ades@sac-unilever.cl +

Cc:  PopUpSportExperience@gmail.com +

Cco: +

Asunto: Propuesta de colaboración en un evento deportivo y saludable 

Estimado José Antonio,

Después de nuestra charla telefónica le transmito mi petición por escrito.

El próximo 13 de junio, en el municipio de Boadilla del Monte, habrá un evento, único hasta la fecha, en el que el deporte y los hábitos saludables están unidos. Creo que esta filosofía encaja perfectamente con la de su empresa.

Mi propuesta para su empresa consistiría en donar sus productos, concretamente nos encantaría contar con los que sean más novedosos para que los participantes puedan probarlos.

Entiendo que ustedes prefieren traer los stands y expositores suyos porque mostrarán mejor sus productos, pero cuente con toda nuestra colaboración y facilidades para sus necesidades.

Por supuesto que nos gustaría incluir su logo en las distintas cartelerías y folletos que hagamos. Si es tan amable de enviárnoslo en varios formatos y confirmar que podemos utilizarlo, nos pondríamos a trabajar de inmediato.

Muchas gracias por su interés. Seguiremos en contacto.
Reciba un cordial saludo,

Álvaro Santos
Director y coordinador de Pop Up Sport Experience

Para:  Marketing@loadingroup.com +

Cc:  PopUpSportExperience@gmail.com +

Cco: +

Asunto: Propuesta de colaboración en un evento deportivo y saludable 

Estimado Raúl,

Me gustaría transmitirle mi petición de colaboración en mi evento. Le detallo a continuación los datos del evento.

Tendrá lugar el próximo 13 de junio, de 11 h a 20 h, en el municipio de Boadilla del Monte, único hasta la fecha, en el que el deporte y los hábitos saludables están unidos. Creo que esta filosofía encaja perfectamente con la de su empresa. Además contaremos con la participación de Rafa Nadal, que hará una ponencia, así como de más deportistas de la zona.

Mi propuesta para su empresa consistiría en donar sus productos, concretamente nos encantaría contar con los que sean más novedosos para que los participantes puedan probarlos.

Entiendo que ustedes prefieren traer los stands y expositores suyos porque mostrarán mejor sus productos, pero cuente con toda nuestra colaboración y facilidades para sus necesidades.

Por supuesto que nos gustaría incluir su logo en las distintas cartelerías y folletos que hagamos. Si es tan amable de enviárnoslo en varios formatos y confirmar que podemos utilizarlo, nos pondríamos a trabajar de inmediato.

Muchas gracias por su interés. Seguiremos en contacto. Espero sus noticias.
Reciba un cordial saludo,

Álvaro Santos
Director y coordinador de Pop Up Sport Experience

Este es el modelo de contrato que se firmará con los colaboradores a los que solo se les pide la donación de productos, pero no cuantía económica a cambio de una gran visibilidad y lugares destacados dentro del evento.

CONTRATO DE COLABORACIÓN

En a XX de xxxxx de 200X

De una parte, Don/Doña , con D.N.I. , en calidad de representante de , con C.I.F. A-XXXXXXX y domicilio en , en adelante LA EMPRESA.

De otra, D. xxxxx, con D.N.I. XXXXXX-XX-A, con domicilio en xxx en adelante, EL COLABORADOR. EXPONEN Que es una empresa legalmente constituida dedicada a (en adelante LA EMPRESA) y que desea contratar mediante este documento los servicios que se detallan en el anexo UNO.

Que el colaborador conoce las características del trabajo para el que se le solicita colaboración y que tiene la titulación y el conocimiento necesario para ello, y en función de esto manifiesta su capacidad y formación necesaria para la realización de la colaboración objeto del presente documento. ACUERDAN Que ambas partes se reconocen capacidad legal para otorgar y firmar el presente CONTRATO MERCANTIL DE COLABORACION sujeto a las siguientes:

ESTIPULACIONES

- 1º.- Que el colaborador pondrá a disposición de LA EMPRESA los trabajos, estudios, textos, gráficos y artículos en general o cualquier otro tipo de material que sea necesario con destino al trabajo señalado, del cual conoce su contenido y extensión y que se reflejarán en los sucesivos anexos UNO.
- 2º.- Que LA EMPRESA podrá hacer uso de ese material puesto a su disposición para llevar a cabo la publicación en cualquier formato o canal, sin limitación alguna, del trabajo objeto del presente contrato, formando parte de una obra en colaboración en la que participan diferentes profesionales.
- 3º.- Que las condiciones concretas económicas, de planificación, plazos de ejecución y contenidos de esta colaboración vendrán reflejados en los sucesivos anexos DOS al presente documento.
- 4º.- Que LA EMPRESA liquidará el precio pactado para esta colaboración en los plazos y forma que se señalen en los sucesivos anexos DOS.
- 5º.- El colaborador y LA EMPRESA se obligan a actuar con toda la discreción y reserva necesarias para mantener el secreto y confidencialidad de los trabajos realizados por y para LA EMPRESA o cualquiera de sus empresas colaboradoras o marcas comerciales. El colaborador manifiesta conocer los graves perjuicios que podría ocasionar a LA EMPRESA la falta de discreción en su trabajo y se compromete a no revelar, bajo ningún concepto, a ninguna persona o entidad del

tipo que fuere, la totalidad o parte de información relativa a los trabajos realizados por o para LA EMPRESA. El colaborador será responsable de los perjuicios que la falta de cumplimiento de esta estipulación pudiese acarrear a LA EMPRESA y sabe que LA EMPRESA perseguirá legalmente este incumplimiento exigiendo las responsabilidades de todo tipo a que en derecho hubiese lugar.

6º.- El colaborador manifiesta que la totalidad de la documentación cedida a LA EMPRESA en el marco de este contrato es de autoría propia, habiéndose apoyado en otros trabajos, estudios, o archivos propios, y que no es copia o plagio, ni total ni parcial de otros trabajos o documentaciones similares ajenas. Por esta razón, exime a LA EMPRESA o a sus clientes o colaboradores de cualquier tipo de responsabilidad, por cualquier reclamación que por este concepto pudiesen realizar terceros. El colaborador se hace siempre responsable, sin excepción alguna, de esta circunstancia. En cualquier caso, y de forma general, LA EMPRESA declina en el colaborador cualquier responsabilidad frente a terceros derivada de la dudosa procedencia, propiedad, o mala realización de todo el material cedido a LA EMPRESA para su publicación.

7º.- El colaborador cede a LA EMPRESA, sin limitación alguna, todos los derechos sobre el trabajo realizado para llevar a cabo la publicación, en cualquier formato, o utilización del trabajo que el colaborador desarrolla en el ámbito de este acuerdo siendo la propiedad intelectual del trabajo propiedad de LA EMPRESA. La cesión de los derechos, a LA EMPRESA tendrá el carácter de exclusiva e ilimitada.

8º.- Este contrato es un acuerdo global y la empresa y el colaborador podrán llegar a sucesivos acuerdos de colaboración que vendrán reflejados en los sucesivos anexos UNO y DOS.

9º.- El colaborador no podrá utilizar en beneficio propio o de terceros los conocimientos adquiridos sobre la clientela, proyectos, trabajos en ejecución y funcionamiento en general de LA EMPRESA, haciéndose responsable de cualquier perjuicio que el incumplimiento de esta estipulación acarree a LA EMPRESA.

10º.- El colaborador se compromete a realizar su trabajo con la mayor calidad posible, acudiendo a las fuentes necesarias de reconocido rigor y seriedad, y aplicando los métodos y conocimientos adecuados para que su trabajo de colaboración resulte del mayor rigor, exactitud y veracidad cotejada según los cánones éticos profesionales más extendidos.

11º.- La duración de este contrato queda circunscrita al período de tiempo en que se realicen los trabajos objeto del mismo y que quedan reflejados en los sucesivos anexos. A la finalización del mismo, expirará el presente contrato. Así mismo finalizará el presente contrato si por razones de mercado, comerciales o técnicas, LA EMPRESA se viera obligada a suspender definitivamente o temporalmente el contrato. Para ello bastaría la comunicación escrita de LA EMPRESA al colaborador con al menos un plazo de tiempo de diez días. Este es un contrato mercantil y las partes reconocen que en ningún caso, ni bajo ningún concepto, este contrato y la relación que regula, podrá entenderse como relación laboral.

En caso de falta de acuerdo por cualquier causa dimanante de este documento, cualquiera de las partes podrá convocar de forma fehaciente y por escrito una reunión en las oficinas de LA EMPRESA con el fin de resolver las diferencias, estando la otra parte obligada a asistir a dicha reunión en un plazo máximo de un mes desde la notificación a dicha reunión. En cualquiera de los casos, ambas partes se otorgarán un plazo de dos meses desde la citada convocatoria de reunión para resolver de forma amistosa cualquier diferencia que, por motivo de la interpretación de este acuerdo, surgiese entre las mismas.

Y para que así conste, las partes lo suscriben en prueba de conformidad y por duplicado en el lugar y fecha del encabezamiento.

Fdo. XXXXXXXXX

Fdo. XXXXXXXX

(Firmar por duplicado)

d) Gestiones para las conferencias

Las charlas que están vinculadas a un libro se hicieron directamente con el Departamento de Prensa de la Editorial Planeta.



Y cuando se trataba de deportistas, con ellos directamente.

Era fundamental contar con la presencia de Rafa Nadal por todo lo que implica su figura para el deporte. Implicarle en el proyecto era una garantía de éxito. Pero también era importante de cara a la imagen del Ayuntamiento donde se iba a desarrollar el evento, que conocidos y reputados deportistas vecinos de la localidad pudiesen participar, para además de hacerles un reconocimiento en su municipio, pudiesen explicar su experiencia con el deporte de competición y de alto rendimiento.

Con Rafa Nadal:

Era el pilar fundamental de los ponentes en el evento. Su apertura daría al evento la difusión mediática necesaria y también la seguridad de que era un evento importante, ya que Nadal no se prodiga en actos que no sean estrictamente relacionados con el tenis o con sus marcas patrocinadoras.

Para:  Info@rafanadal.com +

Cc:  PopUpSportExperience@gmail.com +

Cco: +

Asunto: Participación en un evento deportivo y saludable 

Estimado Rafael,

Estoy organizando la primera edición de Pop Up Sport Experience, que tendrá lugar en la localidad de Boadilla del Monte, el día sábado 13 de junio.

En esta primera edición, sería para mi un honor contar contigo como ponente de la conferencia estrella, te adjunto toda la documentación relativa al encuentro, seguro de que despertara tu interés.

Quedo a la espera de tus noticias en la confianza de contar con tu presencia. Mientras, te envío un afectuoso saludo.

Álvaro Santos,
Director y coordinador de Pop Up Sport Experience

Con Eleuterio Anguita:

Eleuterio Anguita es uno de los deportistas más importantes ubicado en Boadilla del Monte. Siempre vinculado al mundo de la bicicleta y con gran experiencia en el mundo de la organización de eventos, puesto que desde su retirada del mundo deportivo, siempre ha estado implicado en las actividades relacionadas con la bicicleta que se han realizado en la localidad de Boadilla del Monte.

Para:  Lute.anguitahinojosas@gmail.com +

Cc:  PopUpSportExperience@gmail.com +

Cco: +

Asunto: Participación en un evento deportivo y saludable 

Estimado Eleuterio,

Estoy organizando la primera edición de Pop Up Sport Experience en tu localidad, Boadilla del Monte, el día sábado 13 de junio.

Me gustaría contar contigo en tu calidad de ex ciclista profesional de Boadilla del Monte, para que puedas dirigirte a los jóvenes sobre tu experiencia deportiva. Te adjunto la documentación relativa al encuentro para que puedas hacerte una idea de nuestro compromiso.

Quedo pendiente de tu respuesta, en la confianza de poder contar contigo, mientras recibe un cordial saludo,

Álvaro Santos,
Director y Coordinador de Pop Up Sport Experience.

Con Alberto Juzgado:

Otro vecino de Boadilla del Monte, en este caso su especialidad era el maratón. También retirado, pero a su vez muy vinculado a las actividades de su localidad.

Para:  Cab.albertojuzdado@gmail.com +

Cc:  PopUpSportExperience@gmail.com +

Cc: +

Asunto: Participación en un evento deportivo y saludable 

Estimado Alberto,

Estoy organizando la primera edición de Pop Up Sport Experience en Boadilla del Monte, el día sábado 13 de junio.

Me gustaría contar contigo en tu calidad de ex maratoniano profesional de Boadilla del Monte, para que puedas dirigirte a los jóvenes sobre tu experiencia deportiva. Te adjunto la documentación relativa al encuentro para que puedas hacerte una idea de nuestro compromiso.

Quedo pendiente de tu respuesta, en la confianza de poder contar contigo, mientras recibe un cordial saludo,

Álvaro Santos,
Director y Coordinador de Pop Up Sport Experience.

4.2.7.- RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES

a) Recursos humanos

Para realizar este evento es necesario un gran despliegue a nivel profesional ya es fundamental para el éxito de esta experiencia deportiva que sean expertos de alto nivel y que sepan conectar con los participantes.

Son necesarios:

- 6 entrenadores de fútbol
- 4 profesores de tenis
- 2 monitores de pádel
- 2 monitores de natación /AquaGym
- 2 socorristas
- 1 monitores de yoga
- 1 monitores de fitboxing
- 2 fisioterapeutas
- 2 azafatas en la entrada para dar la bienvenida
- 5 azafatas que estén en movimiento por el recinto.

Todos nuestros monitores tienen un perfil claro, buscamos personal con creatividad e iniciativa, que sean dinámicos y con espíritu de trabajo tanto individual como colectivo, son personas con carisma y con buena presencia física ya que van a estar de cara al público durante todo el evento. Buscamos grandes profesionales que estén formados en las disciplinas que van a impartir, y que tengan ganas de transmitir y enseñar a los participantes todo lo que saben.

Además es necesario que sea gente atenta y sea capaz de resolver cualquier adversidad que se puedan encontrar.

El propio Polideportivo municipal cuenta con personal que utilizaremos de apoyo:

2 socorristas

2 conserjes

2 monitores de tiempo libre

b) Recursos materiales

NIKE NOS CEDE:

60 petos de colores azules naranjas y verdes

30 balones de fútbol

20 uniformes para los monitores – en azul marino (serigrafiaremos los logos en la manga de la camiseta y en el pantalón corto)

3 uniformes para los organizadores – en color rojo (serigrafiaremos el logo en la espalda de la camiseta y del pantalón largo)

7 uniformes para las azafatas – en color azul (serigrafiaremos el logo en la manga de la camiseta y en la falda).

LAS INSTALACIONES MUNICIPALES NOS CEDEN:

4 porterías pequeñas

4 juegos de conos

5 balones de baloncesto

5 carros de pelotas de tenis

2 carros de pelotas de pádel

15 esterillas

15 steps

10 sacos de boxeo

15 churros de juego para el AquaGym

El polideportivo cuenta con el resto de material necesario para la realización de todas las actividades, como porterías, canastas, redes...

4.2.8 .-ESPACIOS Y UBICACIÓN

Se ha elegido el polideportivo municipal de Boadilla del Monte que tiene unas instalaciones perfectas con pistas de tenis y pádel, piscina al aire libre, campos de fútbol, 7 y 11 de césped artificial, cancha de baloncesto, un mini campo de fútbol especial para los más pequeños, pabellón cubierto y espacio libre para las distintas actividades y casetas/exhibición de muestras.

Todas las instalaciones o son nuevas o están recientemente reformadas, por lo que no habría que hacer una inversión extra para adecuar o adecantar los espacios, simplemente sería necesario poner la decoración del evento.

Mapa de ubicación del Polideportivo Municipal de Boadilla del Monte:

Carretera Boadilla-Pozuelo KM. 1,400



El polideportivo cuenta con las siguientes instalaciones:

- 6 pistas de tenis
- 2 pistas de pádel
- 1 piscina olímpica al aire libre
- 1 piscina infantil
- 1 pabellón cubierto de fútbol sala /baloncesto
- 3 campos de fútbol 11
- 1 campo de fútbol 7
- 1 campo infantil
- 2 merenderos
- Espacios verdes
- 4 vestuarios con duchas
- 6 baños
- 4 fuentes



- Explanada para mis actividades de 25 x 50 metros



A) Accesos

El espacio cuenta con muy buenos accesos tanto en transporte público como privado.

Las líneas de autobuses son: 566, 573 y 571 cuya parada se encuentra en la misma puerta del recinto.

También se puede ir caminando desde el pueblo, el polideportivo se encuentra a un kilómetro y medio, y dispone de dos caminos asfaltados y acondicionados con fuentes.

Si se prefiere ir en coche hay 400 plazas de aparcamiento justo en las dos entradas del polideportivo.



B) Restauración y plazas hoteleras

Dentro del recinto hay un restaurante al aire libre con precios asequibles y gran capacidad. También hay máquinas de *vending*.

Y ya en el municipio, la oferta en restauración es amplísima. Hay más de 50 restaurantes de todos los precios y comodidades.

Se destacan 3 restaurantes de distintos tipos de comida:

- El Acebo (Av. Siglo XXI, 16) – Cuenta con amplios salones y su página web dice que su cocina es española de calidad, basada en la mejor materia prima. El precio medio por comensal está entre 35 y 40 euros.
- Mesón Gallego O'Carro (C/ Alberca, 9) – Cuenta con grandes salones y su cocina es tradicional gallega. Su precio medio por comensal está entre los 25-30 euros
- Las tres nueces (Avda. Siglo XXI, 4) – Igualmente de cocina tradicional con especialización de carnes a la brasa. Su precio medio oscila entre los 25-30 euros.

En cuanto a las plazas hoteleras, al ser una actividad de día, no es necesario facilitar a los participantes ningún hotel, de todas formas Madrid capital está a escasos 20 minutos, donde los visitantes podrán encontrar un alojamiento que se ajuste a sus necesidades y presupuesto.

Y también muy cerca del municipio se encuentran los siguientes:

- Hotel Majadahonda (Ctra. Boadilla - Majadahonda, Km 7,300). Un hotel muy cercano que consta de 4 estrellas y su precio es a partir de 75 euros por noche.
- Hotel Eurostars Ciudad de la Imagen (Virgilio, 4). También de 4 estrellas y en torno a 55 euros por habitación
- NH Ciudad de la Imagen (Calle Luis Buñuel, nº 1). 3 estrellas y su precio oscila entre los 59 euros por habitación.

4.2.9.- ACTIVIDADES

A continuación se detallan las diferentes modalidades deportivas y clases que se van a impartir a lo largo del evento, su localización y sus beneficios. Se ha intentado elegir una amplia variedad en función de las instalaciones disponibles y observando cuales tenían mejores beneficios.

- Aquagym

Se realizará en la piscina olímpica al aire libre y las clases serán impartidas por monitores con la cualificación necesaria, se ha elegido esta modalidad por sus numerosos beneficios además de variados, y todos tienen que ver con el bajo impacto con el que el agua te permite realizar ejercicios, ya que dentro del agua se reduce el peso corporal entre un 80 y 90%, debido a esto se reduce el riesgo de lesión.

Dentro del agua el cuerpo tiene una mayor flexibilidad debido a que la fuerza de la gravedad en el agua es menor que en el exterior y las articulaciones se ven favorecidas cuando se practica aquagym. En una clase de una hora de duración se puede llegar a quemar hasta 700 calorías.

- Pádel y Tenis

Para llevar a cabo esta actividad se dispone de 2 pistas de pádel y 6 pistas de tenis, donde se encontrarán monitores con su título correspondiente para impartir las clases para que los participantes mejoren su técnica o se inicien en este deporte a la vez que se divierten. Entre el tenis y el pádel se suman una gran cantidad de beneficios para aquel que lo practica y por eso se escogieron estos dos deportes a realizar en el evento, entre otros los beneficios que se han considerado más importantes de la práctica de estas disciplinas son:

1. La realización de deporte, jugar al pádel o tenis, refuerza el bienestar físico debido a que nuestro cuerpo necesita cierta actividad.
2. Jugar al pádel o al tenis ayuda a mejorar el sistema cardiorespiratorio.
3. Coordinación general, el cuerpo tiene que ajustar el movimiento corporal al de la pelota para realizar un impacto correcto.
4. Quema grasa y optimiza tu capacidad cardiovascular.

5. Mejoras la capacidad anaeróbica debido a los intervalos cortos de alta intensidad que requieren estos deportes.
6. Mejora de flexibilidad y agilidad.
7. Es recomendable para jugadores adultos para reforzar los huesos y prevenir la osteoporosis.

- Fútbol

Se dispone de 3 campos de fútbol 11, 1 campo de fútbol 7 y otro infantil (fútbol 5) en todos ellos se desarrollarán actividades teniendo en cuenta las edades y los diferentes niveles que haya.

La práctica del fútbol es muy beneficiosa, no solo nos ayuda a mejorar físicamente a nivel muscular y cardiovascular, sino que al ser un deporte colectivo ayuda a trabajar en equipo, a relacionarte con los compañeros y al ser un evento al final habrá una pequeña competición por lo que durante el día no hay presión por competir y se puede aprender mejor, y al final se añadirá el componente competitivo.

- Yoga

Esta actividad se realizará en el césped al aire libre para un mayor disfrute de la clase. Habrá clases de distintos niveles: iniciación, intermedios y avanzados. Se ha decidido incorporar esta modalidad por los múltiples beneficios que ofrecía sin importar el nivel en el que el participante se encuentre. Entre otros beneficios la mejora se encuentra la mejora de la flexibilidad, tonificación y fortalecimiento de los músculos, corrige la postura, alivia el dolor de espalda, y ayuda a la mejora de las articulaciones como las rodillas o los hombros. Además de beneficios físicos el yoga también aporta beneficios mentales como la relajación y favorece la concentración.

Ayuda a los más pequeños a mejorar su salud física y mental a la vez que se divierten, y a los adolescentes a mantener la flexibilidad.

- GAP

Es una disciplina en la cual trabajamos tres grupos musculares distintos, glúteos, abdominales y piernas, que son las partes más complicadas de fortalecer por eso se ha decidido incorporar estas clases en el evento, además tiene varios beneficios entre los que destacamos la pérdida de grasa en aquellas zonas en las que estamos trabajando, ayuda a mejorar la postura y evita posibles desviaciones de columna, ya que se fortalecen los músculo estabilizadores de la columna, lo que provoca que se tenga una mejor postura corporal y además para los más mayores previene la incontinencia urinaria.

- Fitboxing

El fitboxing es otra disciplina en auge y muy de moda y, sin duda, es muy efectiva.

Se practicará en el recinto cubierto del polideportivo.

Es una combinación de técnicas de boxeo, kickboxing, muay thai y crossfit orientados a obtener resultados fitness.

Lo bueno de esta técnica es que rápidamente se consigue un aumento del nivel de energía en general, de la agilidad y de la capacidad cardiorespiratoria.

Es una práctica de alta intensidad con la que se pueden llegar a quemar 1.000 calorías en una clase.

- Técnicas de ejercicios hipopresivos

En la actualidad, no hay ninguna práctica que esté más de moda. Muchas modelos y actrices se han unido a la novedad y a la efectividad de estos ejercicios y esta nueva forma de hacer abdominales. En cambio, aunque parecen sencillos son ejercicios que conviene hacerlos bajo supervisión de un especialista.

Los beneficios son sobre todo para las mujeres que acaban de dar a luz y es donde la efectividad es mayor.

Esta disciplina se impartirá dentro del polideportivo.

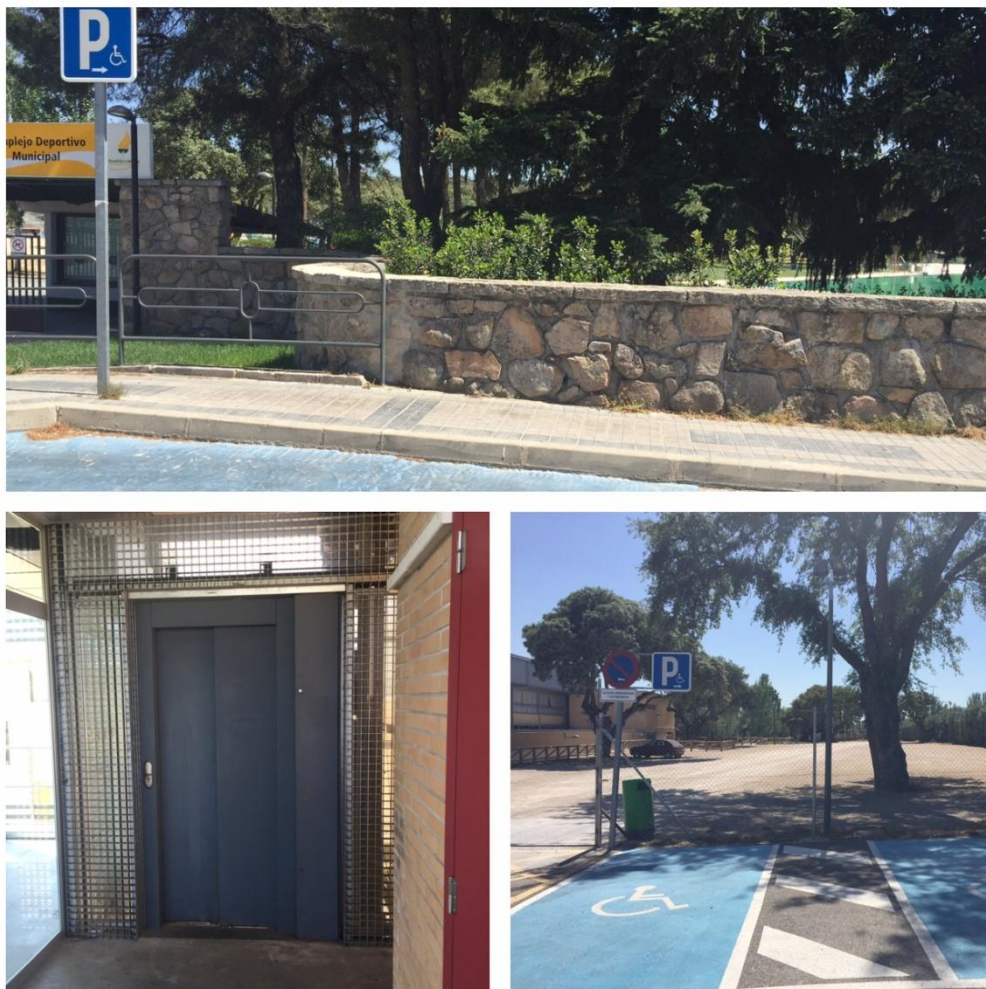
El principal objetivo de estos ejercicios es reducir el perímetro abdominal, pero en cambio, tiene otros beneficios importantes como corregir la postura de la espalda y con ello reducir dolores musculares en la misma.

Y en cuanto a los beneficios del rendimiento deportivo, hay una clara mejora de la capacidad respiratoria y esto hace que mejore la resistencia.

4.2.10.- ACCESIBILIDAD

No hay actividades preparadas para discapacitados, pero sí que pueden disfrutar todas las casetas de muestras y las charlas de los deportistas famosos y demás conferenciantes.

El polideportivo cuenta con buenos accesos para los discapacitados. Hay plazas reservadas y señalizadas en las dos puertas, ascensores y rampas cuando son necesarias y una salida de emergencia especial para ambulancias.



4.2.11.- PRECIO /PROMOCIÓN (planes de MKT + COM) / PRODUCTO
(detalles del evento) / PUNTO DE VENTA

4.2.11.1.- PRECIO

Era indispensable que el evento tuviese un precio asequible para que pudiesen participar muchas personas y que la cantidad, unida a la experiencia original y a los regalos que iban a recibir, sumase participación pero que nunca restase público, sobre todo en esta época delicada de crisis.

Además, según el presupuesto previo y la unión con los patrocinadores con sus aportaciones materiales y económicas, hacía viable que el precio fuese reducido. Por lo que la recaudación total de las entradas se podría destinar a la donación social. Se decidió que el dinero recaudado iría a manos de UNICEF para ayudar a futuras campañas en las que siempre se preocupa por los niños más desfavorecidos.

Así, se decidió que las entradas tuviesen un precio único de 5 euros.

4.2.11.2.- PROMOCIÓN

Es una unión en la que todos los patrocinadores ganan y todos se sienten cómodos uniendo sus esfuerzos a nivel comunicativo, porque apostar por los hábitos saludables siempre gusta.

Las ventajas para los tres grandes colaboradores son claras:

A NIKE este evento le ayudará a reforzar su apuesta por la innovación y la investigación como elemento diferenciador y de valor.

Generar máxima cobertura y visibilidad, llegando a distintos públicos a través de distintos canales.

Cultivar la relación con periodistas VIP.

A COCA-COLA le servirá para seguir afianzando su filosofía sobre la felicidad.

Al ayuntamiento le servirá para reforzar su imagen de localidad interesada en la calidad de vida y el deporte.

Con este evento, y sobre todo con la implicación de Rafa Nadal se conseguirá una amplia cobertura de medios a nivel nacional y también local. Sobre todo, encaja muy bien en las noticias de los informativos de televisión de fin de semana que incluyen informaciones más ligeras y les suele gustar hacer cierres que aconsejen a sus espectadores este tipo de hábitos y si pueden tener recursos suficientes para que la noticia les quede visualmente atractiva mucho mejor.

En este caso, es claro que el entorno natural es suficientemente atractivo, pero además pueden contar con totales y declaraciones de reconocidos deportistas así como de participantes que puedan contar en primera persona su experiencia en el evento.

Acciones de marketing y comunicación

Se ha diseñado un flyer con poca información para buzonear por el municipio a 20 días del acto e ir informando del evento y llamando la atención. Ya se incluye el nombre de Rafa Nadal para que la gente quiera participar.



13 DE JUNIO DE 11 A 20 HORAS
POLIDEPORTIVO
MUNICIPAL DE
BOADILLA DEL MONTE

Ven a vivir una experiencia excepcional
Descubre los mejores consejos de deportistas profesionales
como Rafa Nadal
Conoce nuevas y divertidas disciplinas para estar en forma

Toda la información en nuestras redes sociales



Las siguientes acciones serán:

-Lanzamiento de nota de prensa (emailing) para la lista amplia de medios consensuada por los 4 departamentos de prensa implicados. Es muy importante contar con esta nota de prensa consensuada por todas la partes, ya que cada departamento tiene unos medios afines y con la unión de los cuatro se unen y se consigue una mayor difusión mediática.

-Evento de presentación a modo de rueda de prensa: se citarán a los medios a las 11 horas para que participen en los deportes que les apetezcan, vean las nuevas colecciones y productos y escuchen la ponencia estrella de Rafa Nadal. También dispondrán de un catering con zumo de frutas y brochetas de frutas, y muestras de los productos en exposición.

-Experiencias especiales a lo largo de todo el día para periodistas e influencers, como: Sesión de yoga o algún entrenamiento más *light* para otras periodistas

Sesiones individuales o de grupo reducido con entrenadores o deportistas de alto nivel + material (gestionar entrevistas).

En el sector de los medios de comunicación la crisis también ha pasado factura. Los departamentos y las secciones de los medios cada vez tienen menos integrantes, por lo que invitar a influencers de las redes sociales o blogueros especializados en deporte también ayudará a que la difusión sea un éxito.

Normalmente estas personas con millones de seguidores, tienen un poder muy importante hacia ellos. Todo lo que recomienden con entusiasmo se convierte en un éxito. Normalmente, y dado el éxito actual de estas acciones, estos influencers cobran por las menciones que realizan. Pero también es verdad, que si les resulta suficientemente atractivo y su contenido es tan positivo, suelen participar sin cobrar caché.

Redes sociales

Además de crear las redes sociales del evento, Nike, Coca-cola y el Ayuntamiento de Boadilla se comprometen a utilizar sus redes sociales por lo que la repercusión solo puede ser un éxito.

Twitter: cobertura de todas las acciones que pongamos en marcha.

Todas las creatividades tendrán impreso el hashtag #sportexperience para ayudar a la difusión.



Facebook: Posts más genéricos, pensados para compartir entre usuarios.

Seguidores:

Coca-Cola: 308.000

Nike – 187.000

Ayuntamiento Boadilla: 3.864

Instagram: Para fotos hechas por los usuarios en los distintos displays que habrá por las actividades.

Coca-Cola Europa: 31.000

Nike: 15 millones

Ayuntamiento de Boadilla – no tiene



4.2.11.3.- PRODUCTO

El evento es una oportunidad única para conocer distintas disciplinas e incluso probarlas en un entorno de naturaleza inigualable. Por lo que se convierte en un evento único y original.

Programa de actividades:

En la carpa del escenario:

11 h Palabras de bienvenida de (ordenados por orden de menor a mayor importancia)

- Miguel Mira – Director de Comunicación Coca-Cola Iberia
- Marcos Garza – Director General de Nike Iberia
- Antonio González Terol – Alcalde de Boadilla

(Idealmente deberían ser intervenciones de 7 minutos cada uno, ya que realmente son discursos de agradecimiento muy oficiales y que no interesan tanto a la audiencia convocada como las posteriores conferencias.)

11.25 h – Zumo de frutas para los asistentes

12 h – Ponencia de Rafael Nadal (20 minutos)

13 h – Eleuterio Anguita - ex ciclista profesional residente en Boadilla – 20 minutos

16 h – Ramón Pérez de Villaamil – presenta su libro *Estar bien para vivir mejor* – posteriormente el autor firmará ejemplares.

17 h – Alberto Juzdado – ex corredor de maratón, participó en dos olimpiadas y vecino de Boadilla.

18 h – Cristina Mitre – directora de Women's Health y autora de *Mujeres que corren* – posteriormente la autora firmará ejemplares

19 h – *Master Class* de Juanjo Rodríguez – Entrenador personal de las famosas - posteriormente el autor firmará ejemplares de *El entrenador en casa*.

Simultáneamente, en las distintas ubicaciones. Se harán clases que están organizadas con cambio de grupo cada media hora para que todo el mundo pueda participar en más de una disciplina.

Las actividades deportivas empezarán a partir de las 12.30 h para que nada compita con la charla de Rafa Nadal.

Actividades que encontrarán:

AquaGym

Pádel / Tenis

Futbol / Fitboxing

Yoga / GAP

Técnicas de ejercicios hipopresivos

Todos los asistentes recibirán regalos y muestras de las marcas participantes si acuden a sus mesas/expositores para recibir información.

Plano de la distribución de las actividades



Tríptico de mano que se entregará en la entrada:

Parte delantera:



UNA EXPERIENCIA DEPORTIVA ORIGINAL EN UN AMBIENTE NATURAL Y ÚNICO

Sábado, 13 de junio

Programa de conferencias

11 h - Bienvenida:
 • Miguel Mira - Director de Comunicación Coca-Cola Iberia
 • Marcos Garza - Director General de Nike Iberia
 • Antonio González Terol - Alcalde de Boadilla

12 h - Ponencia de Rafael Nadal

13 h - Eleuterio Anguita, ex ciclista profesional residente en Boadilla

16 h - Ramón Pérez de Villaamil - presenta su libro *Estar bien para vivir mejor*

17 h - Alberto Juzgado - ex corredor de maratón, participó en dos olimpiadas y vecino de Boadilla

18 h - Cristina Mitre - directora de Women's Health y autora de *Mujeres que corren*

19 h - Master Class de Juanjo Rodríguez - Entrenador personal y autor de *El entrenador en casa*.

Programa de actividades

Prueba distintas disciplinas.

Desde las 12.30 h en cada una de las localizaciones

Cada media hora habrá cambio de grupo



Parte trasera:

MAPA DEL RECINTO



Entidades patrocinadoras






Entidades colaboradoras





4.2.11.4.- PUNTO DE VENTA

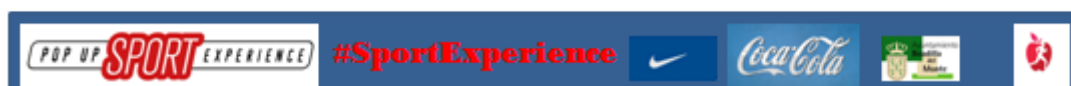
Las entradas se venderán en la puerta de entrada.

Diseño de la entrada:



En el polideportivo municipal hay una caseta en la puerta de entrada y ahí es donde se ubicará la venta de entradas y las azafatas pondrán la pulsera que se ha diseñado para los participantes.

Es una pulsera identificativa, sobre todo para las prácticas deportivas, para evitar aglomeraciones de personas que solo han ido a ver las conferencias.





Y esta acreditación para los organizadores



Y de invitados para que la marcas patrocinadoras puedan cumplir con sus compromisos



4.2.12.- SEGURO DE AMPLIA COBERTURA

Se ha contactado con Allianz para pedirles un seguro de amplia cobertura de Responsabilidad Civil, ya que es fundamental para la realización de este evento deportivo.

Para contratar el seguro se contactó mediante correos electrónicos con Arantxa Velázquez, gestora de seguros Solís S.L.

PERÍODO	
Fecha de inicio:	13/06/2015
Fecha de término:	14/06/2015
Renovable:	No

COSTE DEL SEGURO	
	Única
Prima neta	112,80 €
Impuestos	6,93 €
Prima total	119,73 €

4.2.13.- SEGURIDAD

Todo evento necesita tener muy buena seguridad, ya que es un factor importantísimo para garantizar el desempeño y la presencia de aquellas personas que participen y formen parte del evento. Debe llevar una planificación y formación para estar preparado y poder solventar con éxito cualquier incidencia que se pueda dar.

El principal objetivo de la seguridad en un evento, es garantizar la celebración de la actividad, asegurando lo máximo posible a sus participantes, visitantes y residentes de acuerdo con la normativa que se encuentra en vigor, que actualmente es el Real Decreto 203/2010, de 26 de febrero, y por tanto por la que nos hemos regido para la seguridad del evento.

Para conseguir el objetivo de llevar a cabo las actividades pertinentes, se deben seguir las pautas establecidas:

1. Velar por las condiciones de autoprotección en relación a las personas, los bienes, la información y las actividades.
2. Asegurar las condiciones de autoprotección de las instalaciones de competición, entrenamiento, alojamiento y servicios.
3. Supervisar el control de acceso de personas, vehículos, mercancías y objetos en las instalaciones de competición, entrenamiento, alojamiento y servicios.
4. Garantizar la seguridad de los desplazamientos de los participantes, visitantes y residentes.
5. Proteger los alojamientos de los participantes y visitantes.
6. Maximizar la seguridad en las competiciones, las ceremonias, los congresos, los actos culturales y todos aquellos acontecimientos relacionados con éstos.
7. Dar protección especial a las autoridades, personalidades y delegaciones deportivas.
8. Inspeccionar la seguridad de los servicios de apoyo a las competiciones.
9. Garantizar la seguridad ciudadana en toda el área de influencia afectada.
10. Maximizar la seguridad de los servicios públicos necesarios o esenciales.
11. Proporcionar una respuesta inmediata y coordinada ante cualquier catástrofe o calamidad pública.
12. Disponer de la estructura de apoyo técnico y administrativo indispensable para la consecución de estos objetivos.

4.2.13.1.- PLAN DE AUTOPROTECCION

-Accesibilidad de los vehículos de extinción y entorno.

El Polideportivo Municipal de Boadilla del Monte cuenta con varias salidas de emergencia, y una puerta grande para que puedan acceder fácilmente los vehículos de emergencia si fuese necesaria su entrada.

-Recinto de riesgo.

Dentro del polideportivo, no encontramos zonas de riesgo de incendio, pero aun así al estar al lado del Monte de Boadilla, tenemos extintores, bocas de incendio y mangueras repartidas en todas las zonas posibles de nuestro recinto.



MEDIOS DE PROTECCION

-Medios técnicos.

Los extintores con los que contaba el polideportivo, se encuentran en las zonas de mayor riesgo de incendio, y las bocas de incendio y mangueras estarán en los dos puntos más expuestos a incendios de nuestro recinto.

A parte de estas medidas de seguridad, en todos los sectores dónde se realicen actividades deportivas habrá botiquines por si fuese necesario su uso, además de los botiquines que ya proporciona el propio polideportivo y también cuenta con dos desfibriladores.

Todos los botiquines estarán con todo lo necesario para cubrir cualquier incidencia sanitaria, por lo que el contenido del botiquín es el siguiente:

- Manual de primeros auxilios.
- Jabón neutro, para higienizar las heridas.
- Alcohol en gel, para la desinfección rápida de las manos.
- Termómetro.
- Guantes de látex para que no se contaminen las heridas, y para la seguridad de la persona que está asistiendo al herido.
- Gasas y vendas (de distintos tamaños), para limpiar bien las heridas, y detener las posibles hemorragias.
- Algodón.
- Antisépticos (yodo, agua oxigenada).

- Tijeras.
- Cinta adhesiva, para realizar los vendajes.
- Pinzas.
- Mascarilla.

-Recursos Humanos disponibles.

Todos los monitores cuentan con gran conocimiento en primeros auxilios, ya que se ha realizado una reunión informativa con todos nuestros recursos humanos, y se ha impartido un curso de formación de primeros auxilios, para que además de la numerosa seguridad y ayuda sanitaria que proporciona el Ayuntamiento de Boadilla, los empleados sean capaces de actuar en caso de una emergencia.

Días antes del evento se realizarán simulacros de emergencia, para que todos sepan cual es su función y como deben actuar correctamente.

Durante el evento, también habrá dos fisioterapeutas que estarán a disposición de aquel deportista que lo necesite y dos enfermeras que asistirán los botiquines.

Está previsto contar con una ambulancia durante toda la jornada equipada con desfibrilador y controlada por un sanitario.

Por tanto los recursos materiales disponibles, serán todos los monitores contratados, dos enfermeras, dos fisioterapeutas, sumados a las enfermeras y médicos que cede el ayuntamiento, por lo que habrá un gran abanico de personas disponibles, por si fuese necesario actuar por una incidencia.

4.2.13.2.- PLAN DE ACTUACIÓN

Para solventar la emergencia con éxito hay que seguir un plan de actuación, del que por supuesto estarán informados y tendrán charlas acerca de este tema los monitores. Lo primero que se debe hacer es avisar a los medios de emergencia exteriores, para que el tiempo de espera entre que realizas la llamada y su llegada sea el mínimo posible. Después se debe evacuar el edificio o establecimiento, comenzando primero por aquellas personas están más afectadas, y después por los que se encuentren dañados.

Una vez realizados estos dos pasos, se debe ejecutar una intervención básica, pero esta intervención solo se puede realizar siempre que se cumplan los siguientes requisitos:

- En el evento habrá personal suficiente para poder realizar una intervención básica mientras se espera la llegada de los servicios de emergencia, teniendo también el apoyo de protección civil.

- Que el personal este formado, para ello los empleados reciben un curso de formación de primeros auxilios y hacen pruebas de este tipo.

-Plan de actuación. Fase Previa.

En esta fase tenemos se detecta y comprueba la emergencia, ya que siempre puede haber avisos falsos. Por tanto, hay que seguir estos pasos:

- Detección del siniestro

- Comprobación del carácter de la emergencia

- Veracidad del siniestro.

Una vez que se haya comprobado la veracidad del siniestro, se pasa a la siguiente fase.

Plan de actuación. Fase 1: ALERTA.

Lo primero que se debe hacer es avisar a los servicios de emergencia exteriores al evento.

Es importante determinar el grado del siniestro, y dependiendo de este, si fuese necesario se deben activar los equipos de evacuación.

Dependiendo de cual sea la emergencia los monitores y enfermeros del evento que vean el siniestro tienen que llamar al servicio de emergencia correspondiente, para ello habrá

una lista distribuida para todos con todos los teléfonos móviles de los empleados del evento con los siguientes teléfonos de interés:

POLICÍA

C/José Antonio, 42

Telf. 91 634 93 15

GUARDIA CIVIL

Paseo de Madrid, 1

Telf. 91 633 25 00

AMBULANCIA MUNICIPAL

C/ Isabel II, 26

Tlf. 916330396 – 628 702 987

PROTECCIÓN CIVIL

C/ Isabel II, 26

Tlf. 916330871

CENTRO SALUD CONDES DE BARCELONA

C/Ronda, s/n.

Tfno: 91 632 00 24

Urgencias: 91 632 25 24

CENTRO SALUD INFANTE DON LUIS

C/ Secundino Zuazu, 6:

Tfno: 91 633 53 82

PARQUE DE BOMBEROS

Pozuelo de

Dirección: Pso. del Rio, s/n.

Municipio: Pozuelo de Alarcón

Teléfono: 112

Plan de actuación. Fase 2: EVACUACION.

En la segunda fase del plan de actuación se debe desalojar totalmente la zona afectada por el siniestro, y posteriormente si procediese habría que desalojar los alrededores.

La evacuación puede ser:

- En función del tiempo del que se disponga para realizar la evacuación de la zona afectada, puede ser evacuación preventiva o evacuación de urgencia.

- En función de la gravedad del siniestro, puede ser parcial, si únicamente se desaloja la zona afectada, o total, si es posible que puedan afectarse los alrededores del siniestro.

- El encargado de tomar la decisión de evacuar el recinto es el Director del Plan de Autoprotección, que tomará su decisión en función de las noticias que le comuniquen el resto del personal que crea conveniente.

En el evento, se contará con dos equipos de evacuación, entrenados para solventar cualquier problema, formado por los empleados.

Plan de actuación. Fase 3. INTERVENCIÓN

Por último, se encuentra la fase de intervención, que es en la cual se debe controlar y contener el siniestro con los medios del efecto, y posteriormente realizar la recepción de los servicios de emergencia, una vez que lleguen, el personal debe informarles de todo lo ocurrido y todo lo que conozcan acerca de lo que ha sucedido.

Una vez que los servicios de emergencia tienen total conocimiento de lo ocurrido se les traspasa el siniestro y se deja que ellos se ocupen de él.

4.2.14.- DISEÑO DE PRESUPUESTO

GASTOS		
Alquiler de carpas		1050 euros por jornada
Seguro amplia cobertura		120 euros
Grabación del acto	Bruto + pieza editada incluido cámara	750 euros
Megafonía		900 euros por jornada e incluye técnico
Cartelería		
	Cartel de entrada	150 euros
	Trasera escenario incluido montaje	1350 euros
	Roll up - 3 unidades	300 euros
	Carteles orientativos	300 euros
Pulseras acreditaciones y entradas		300 euros
Alquiler de sillas y tarima	50 unidades plegables de madera incluido los traslados	650 euros
Azafatas	7 personas	1050 euros
Monitores	20 personas	3000 euros
Enfermeras	2 personas	400 euros
Servicio de limpieza		500 euros
Serigrafía logo en uniformes		500 euros
Catering zumo de frutas		1000 euros
Impresión flyers		550 euros
Buzoneo flyers		300 euros
Impresión tríptico		1500 euros
Buzoneo tríptico		300 euros

TOTAL:

15.000 euros

INGRESOS		
Patrocinio Coca-Cola		5.000 euros
Patrocinio Ayuntamiento		5.000 euros
Patrocinio Nike		5.000 euros
Ingresos aproximado por entrada: 5 euros		2.500 euros *
cálculo con 500 personas	* Esta cantidad se donará a UNICEF	

5.- EVALUACIÓN

Para realizar la evaluación de la empresa se realizará un balance de situación, que es un documento en el cual se ofrece una visión global de la situación económica de la empresa en un momento determinado. Se trata de una información de carácter estático. En este balance se informa de la estructura económica de la empresa y de su estructura financiera.

Las agrupaciones que se encuentran en el balance de situación son: en el lado izquierdo el activo, dividido a su vez en activo corriente, y activo no corriente y en el lado derecho el patrimonio neto y el pasivo, dividido también en pasivo no corriente, y pasivo corriente.

Para su elaboración se han de cumplir una serie de requisitos (Del Campo, 2012):

- Deberán ser redactadas con claridad, de tal forma que la información suministrada sea comprensible y útil para que los usuarios puedan tomar decisiones económicas, debiendo mostrar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa.
- Se tienen que elaborar con una periodicidad de doce meses, excepto cierre del ejercicio o disolución.
- Deberá ser formulada por el empresario o administrador, quienes responderán de su veracidad en el plazo máximo de tres meses.
- Deberá estar identificado, indicándose de forma clara la empresa a la que corresponde y el ejercicio al que se refiere.
- Se expresará su valor en euros.

Esta es una fase muy importante de nuestro evento, sobre todo porque se trata de una herramienta fundamental para ver la posibilidad de continuidad del mismo. Hay que hacer balance y un repaso pormenorizado de la situación financiera, de todos los puntos de la organización (siempre bajo un criterio de mejora) y también es igualmente importante el grado de satisfacción de todos los participantes en el evento.

«Dividiremos este apartado en tres parcelas, la primera corresponderá a la evaluación final del evento de cara al cliente y los posibles patrocinadores que pueda haber, la segunda a la de los proveedores y colaboradores que hayan intervenido, y la tercera, a nivel interno de la propia agencia para la mejora continua de los procesos, ingrediente imprescindible en la búsqueda de la calidad total que debe pretender toda la agencia que se precie. Una vez terminado en su totalidad, lo que se necesita es pedir la opinión de los asistentes siendo aconsejable también extender la consulta a promotores, a los patrocinadores y a los proveedores que hayan intervenido, porque todas las opiniones se complementan.»

Debido a este fragmento, se consideró oportuno a la hora de analizar la evaluación del evento el realizar no sólo un cuestionario para conocer el grado de satisfacción de los participantes sino también contar con la opinión que tengan los patrocinadores, colaboradores y los empleados.

Desde *Pop Up Sport Experience*, se quiere prestar especial atención a todos los resultados de estos test de satisfacción, para conocer verdaderamente si el evento ha ido como se pensaba, si ha habido algún fallo, o si se podría mejorar algún aspecto.

De este modo, si se volviese a organizar se podrá mejorar el evento para los años siguientes, ya que la idea de la empresa es no dejar de avanzar, y atender las peticiones que puedan dar los participantes acerca del evento.

A continuación se detallarán las encuestas entregadas al final del evento.

Cuestionario entregado a los participantes:

Edad del participante

Rellene el siguiente cuestionario indicando de 0 a 10 su nivel de satisfacción con respecto al evento, siendo 0 la puntuación más baja correspondiente a Totalmente Insatisfecho y 10 la puntuación más alta correspondiente a Sumamente Satisfecho.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
Organización del evento												
Variedad de modalidades deportivas												
Espacio para realizar las actividades												
Conferencias												
Ubicación del evento												
Material utilizado en las diferentes disciplinas												
Precio de la entrada												
Facilidad para la adquisición de la entrada												
Rapidez de solución de dudas por parte del personal del evento												
Calidad de las clases impartidas												
Nivel de los monitores												
Calidad de los productos ofrecidos por los patrocinadores												
Ejercicios acorde a la edad y grupo de personas que lo practicaban												
Seguridad del evento												
Grado de satisfacción al finalizar el día												

¿Acudiría usted de nuevo al próximo evento?

SI	
NO	
NS/NC	

Indique a continuación los puntos que usted resaltaría del evento.

Indique a continuación los puntos que usted modificaría del evento.

Por favor si tiene alguna sugerencia, queja o propuesta indíquela a continuación.

Muchas gracias por su información desde *Pop Up Sport Experience* se espera que haya disfrutado de un agradable día deportivo y esperamos que vuelva a disfrutar con nosotros con próximas aventuras.

Si quiere recibir información de futuros eventos, deje su correo electrónico

El cuestionario para los patrocinadores tiene muchas preguntas en común y otras más específicas.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
Organización del evento												
Ubicación del evento												
Localización de los stands												
Cantidad de asistentes												
Comunicación con los empleados del evento												
Facilitación de información acerca del evento												
Resolución de dudas por parte de los empleados												
Grado de satisfacción general al terminar el día												

¿Patrocinaría/colaboraría usted en futuros años?

SI	
NO	
NS/NC	

Por favor si tiene alguna sugerencia, queja o propuesta indíquela a continuación.

--

El cuestionario interno para empleados es una herramienta fundamental dada la filosofía de la empresa.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
Organización del evento												
Ubicación del evento												
Organización interna												
Relación empleados/participantes												
Comunicación interna												
Resolución con éxito de las dudas de los participantes												
Ambiente laboral												
Grado de satisfacción general al terminar el día												

¿Volvería a trabajar usted en futuros años para el evento?

SI	
NO	
NS/NC	

Por favor si tiene alguna sugerencia, queja o propuesta indíquela a continuación.

6.- APLICABILIDAD

Con este evento *Pop Up Sport Experience* pretende crear en los participantes un hábito de vida deportivo y saludable.

Se busca que los habitantes de la localidad practiquen diferentes disciplinas deportivas, y no se centren sólo en los deportes mundialmente más conocidos como pueden ser el fútbol o el baloncesto. En este evento los participantes experimentarán un gran día deportivo al aire libre en el cual se relacionarán con mucha gente unidos por la misma afición, el deporte.

Se pretende que el participante termine el evento queriendo continuar en su vida cotidiana realizando deporte y llevando una buena alimentación.

Además, para las marcas que asistirán les servirá como trampolín para dar a conocer su marca, aquellas que no son tan conocidas, y también para enseñar sus nuevos productos.

En cuanto a los posibles aspectos de mejora hay uno muy importante que se piensa que se incorporará en futuros eventos, y es la inclusión de actividades para discapacitados.

En el proyecto actual pueden acudir al evento sin problema, y se les dan todas las facilidades oportunas el inconveniente está en que las clases impartidas no están adaptadas para estas personas por eso se piensa en la posibilidad de la incorporación de actividades deportivas para ellos, para que disfruten del evento tanto como el resto de participantes. Se harán actividades tanto para discapacitados motrices como psíquicos, ya que en Boadilla del Monte a lo largo del año se realizan muchas actividades para ellos, desde deportes hasta paseos por el monte, y es algo que estaría bien incorporar en el proyecto para que haya deporte para todos.

Además se contará con la incorporación de nuevos productos procedentes de nuestras marcas colaboradoras que irán mejorando a lo largo del año, así como de nuevos materiales deportivos para realizar clases más innovadoras y originales, y que no se quede el material obsoleto.

Otra idea de mejora es ampliar aún más si cabe el amplio abanico de disciplinas deportivas y clases en las que podrán participar a lo largo del día.

Se intentará contactar con gimnasios, ya que en este primer evento no se ha podido conseguir la colaboración de ninguno, y que nos faciliten algún monitor para sumarle a los ya existentes y algunas clases innovadoras que estén impartiendo en ese gimnasio.

Seguramente, después de analizar todos los cuestionarios que se realizarán tanto a los participantes, como a los patrocinadores, como a los empleados, saldrán nuevas ideas de mejora para posteriores convocatorias. Nuevas ideas, que se verán reflejadas en las siguientes ediciones de *Pop up sport Experience*, siempre con la misma filosofía de innovar, de acercar a los participantes nuevas disciplinas deportivas y sobre todo disfrutarlas en plena naturaleza.

7.- CONCLUSIONES

La elaboración de este trabajo ha resultado una experiencia positiva en todos los sentidos. Ha demostrado que una carrera universitaria en este caso Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, cubre y cumple con las expectativas de la persona que la elige.

Cada año, pueden comprobarse los avances que se producen en el estudiante en cada una de sus materias. La especialidad elegida en cuatro curso, gestión deportiva en este caso, ha resultado ser una valiosa ayuda a la hora de preparar, desarrollar y dar forma a esta simulación de un evento deportivo.

La creación de una empresa deportiva ha significado un reto a la hora de poner en práctica todo lo aprendido durante los cuatro años de carrera, que no solo han servido para poner en marcha una idea, sino para ponerla en marcha de forma ordenada, coherente y sobre todo ajustada a la realidad en forma y contenido.

A la hora de poner en marcha un proyecto, son muchos los factores que concurren en el mismo para poder hacerlo efectivo. El conocimiento del lugar y de sus habitantes, además de ayudar a situar la forma y el sentido de la empresa, ayudan a la propia formación de la persona que está ocupándose del desarrollo de dicho proyecto, en definitiva a conocer y entender mejor las necesidades de los habitantes de la localidad elegida.

No debemos dejar a un lado, todos los conocimientos que de la misma manera deben ocupar un importante lugar como es todo lo relativo al medio ambiente y la naturaleza, ya que fue uno de los pilares de la creación de esta empresa, junto con la vocación, las ganas de transmitir hábitos saludables y el amor por el deporte.

Al margen de todo lo anterior, son muy importantes los conocimientos que se adquieren en el terreno administrativo, laboral, jurídico, etc. Conocimientos y experiencias que en cualquier caso y aun teniendo en cuenta que la formación y puesta en marcha de cada proyecto, tiene aspectos diferentes, de alguna manera el contacto con los distintos

organismos te ayuda para hacer frente a actividades futuras, que sin lugar a dudas, serán menos complicadas y podrán realizarse con mucha menos dificultad.

Frente a las dificultades (por tratarse de la primera experiencia), que se dice haber encontrado en el apartado administrativo, se destaca la sencillez encontrada en la promoción, a través de las redes sociales, factor importante para dar a conocer el producto y que este llegue con facilidad al público al que se va a dirigir.

No es fácil crear una empresa desde cero y menos una empresa que se dedique a llevar a cabo un evento deportivo como *Pop Up Sport Experience*, donde para que todo funcione correctamente entran en juego un número importante de factores, sobre todo personales, que harán realidad el éxito de proyecto.

8.- BIBLIOGRAFÍA

Añó, V. (2003). *Organización y gestión de actividades deportivas*. Barcelona: INDE Publicaciones.

Ayora, D. y García, E. (2004). *Organización de eventos deportivos*. Barcelona: INDE Publicaciones

Barton, J. y Pretty, J. (2010). *What is the Best Dose of Nature and Green Exercise for Improving Mental Health? A multi-study Analysis*. University of Essex.

Córdoba, A. (2007). *El corazón de la empresa: la responsabilidad social corporativa*. Madrid: ESIC Editorial

Desbordes, M. y Falgoux, J. (2006). *Gestión y organización de un evento deportivo*. Barcelona: INDE Publicaciones.

El Confidencial (2014). *Boadilla del Monte encabeza la lista de municipios más ricos de España*

URL: http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-03-14/boadilla-del-monte-encabeza-la-lista-de-municipios-mas-ricos-de-espana_101651/ y del INE <http://www.ayuntamientoboadilladelmonte.org/>

Fernández, J. (2005). *Vademecum de protocolo y ceremonial deportivo*. Barcelona: Editorial Paidotribo.

Fernández, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa*. Alicante: Editorial Club Universitario

Klein, N. (2001). *No logo, el poder de las marcas*. Barcelona: Paidós.

Martínez, D. y Milla, A. (2012). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Madrid: Editorial Díaz de Santos

Palopoli, E. (2014). *Los nombres que hicieron la historia de las marcas deportivas*. Buenos Aires: Blatt&Ríos

París, F. (2005). *La planificación estratégica en las organizaciones deportivas*. Badalona: Editorial Paidotribo

Párraga, P., Carreño, F., Nieto, A., López, J.L. y Madrid, M.F. (2004). *Administración de empresas. VOL. IV*. Sevilla: Editorial MAD

Portal CIRCE (Centro de Información y Red de Creación de Empresas)

Ministerio de Industria, Energía y Turismo

URL: <http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/SRL/Paginas/SRLVentajaseInconvenientes.aspx>

Portal de transparencia de la página Web Ayuntamiento de Boadilla del monte.
Recuperado de

URL: <http://www.ayuntamientoboadilladelmonte.org/eventos-deportivos-2016>

Sánchez , J. y Pintado, T. (2009). *Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial*. Madrid: ESIC Editorial

Sapaq, N. (2007) *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México

Timón, L.M. y Hormigo, F. (2010). *El deporte en la escuela*. Sevilla: Wanceulen Editorial deportiva