

2014-2015

Grado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte

Universidad Miguel Hernández



TRABAJO FIN DE GRADO

Propuesta de innovación y mejora

PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO EVENTUAL EN ALBACETE

Alumno: Daniel Cacicedo Honrubia

Tutor académico: José Francisco Aldeguer Valenzuela

ÍNDICE

	Pág.
1. Contextualización	3
2. Intervención	7
3. Cronograma	15
4. Conclusiones	18
5. Bibliografía	18
6. Anexos	19



1. CONTEXTUALIZACIÓN.

1.1. Ubicación del centro y análisis del contexto socio-cultural donde se encuentra (entorno rural-urbano, clase baja-media-alta, etc.).

Promoción Deportiva Avanzada (de ahora en adelante Prodepor), creada en 2008, es una empresa de servicios deportivos especializada en la gestión integral de piscinas, organización de eventos deportivos, formación y consultoría. Es la empresa de Albacete con mayor volumen de actividades deportivas organizadas.

La filosofía de la empresa se centra en la promoción del deporte, contribuyendo al desarrollo de una cultura deportiva que haga especial énfasis en acercar la actividad física a todos los ciudadanos, a través de un equipo de trabajo altamente cualificado.

En la actualidad, Prodepor se encarga del servicio de secretaría de los Juegos Deportivos Municipales de Albacete, competición que congrega cada semana a más de siete mil participantes. Desde 2009, es la empresa gestora del servicio de inscripciones del Circuito Provincial BTT Diputación de Albacete, que reúne cada fin de semanas a medio millar de corredores y que tienen un volumen anual de participación superior a las veinte mil personas.

Además se dedica a la organización y gestión de escuelas de verano en diferentes municipios y urbanizaciones, destacando las escuelas de verano “Verano de Colores” del Ayuntamiento de Albacete.

Pero sin lugar a dudas uno de los puntos fuertes es la gestión del circuito provincial BTT y la gestión integral de piscinas de verano gestionando un número de piscina que ronda la treintena a lo largo de la provincia de Albacete.

1.2. Finalidades del centro y actividades que desarrolla. Organigrama del centro (órganos colegiados y unipersonales, y sus respectivas funciones).

La misión de la empresa se centra en la promoción del deporte, contribuyendo al desarrollo de una cultura deportiva que haga especial énfasis en acercar la actividad física a todos los ciudadanos, a través de un equipo de trabajo altamente cualificado.

La visión de Prodepor se centra en conseguir ser la empresa de servicios deportivos y gestión de piscina líder en la provincia de Albacete así como expandir su campo de actuación a dos provincias más.

Los valores de la empresa se centran en un eje central que es dar un servicio de calidad a través de profesionales debidamente formados. De este objetivo central se desprende la profesionalidad como es el valor esencial de la empresa así como la promoción de la actividad física para todas las poblaciones.

El tipo de gestión que se realiza es una gestión privada, ya que estamos ante una empresa de servicios de índole privado. La forma jurídica de esta empresa es Sociedad Limitada Unipersonal ya que el gerente es el único accionista (Ignacio Díaz Parra).

A lo largo de los últimos años ha aumentado la concesión de servicios por parte de las entidades públicas a empresas privadas, este es el campo de trabajo de esta empresa que se encarga de dar un servicio que ha sido concedido por un entidad pública normalmente por suponerle un coste demasiado alto o por no contar con personal para su realización normalmente.

Esta empresa no ha aplicado ningún sistema de calidad. Aunque en algunos programas aplica herramientas de valoración de satisfacción, de la actividad y de los monitores pero esto no puede definirse como una herramienta de gestión de la calidad ya que es un hecho puntual.

Recursos humanos.

Los recursos humanos son uno de los principales activos de las empresas. En una empresa de servicios tener una amplia y sólida base es primordial, ya que para llevar a cabo cualquier servicio se debe disponer de un numeroso grupo de profesionales.



Además de lo explicado se debe de tener una estructura organizativa que gestione todo este personal. Este equipo administrativo es el punto fuerte de esta empresa y el que hace que todo salga lo mejor posible. A continuación desglosaremos a este equipo y al numeroso grupo de personas que trabajan en esta empresa.

Tres licenciados en ciencias del deporte, con amplia experiencia y formación en la gestión deportiva y en la labor docente.

<p>Ignacio Díaz Parra</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Ciencias de La Actividad Física y del Deporte. • Máster en Organización, Gestión y Administración de Entidades y Organizaciones Deportivas • Máster Universitario en Alto Rendimiento Deportivo
<p>David García Sánchez</p>	<p>Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte</p>
<p>Javier González Culebras</p>	<p>Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte</p>

Una licenciada en ciencias económicas, con una dilatada trayectoria en la gestión de inscripciones para eventos deportivos y contabilidad.

Dos administrativos con amplia experiencia y formación a nivel técnico-deportivo.

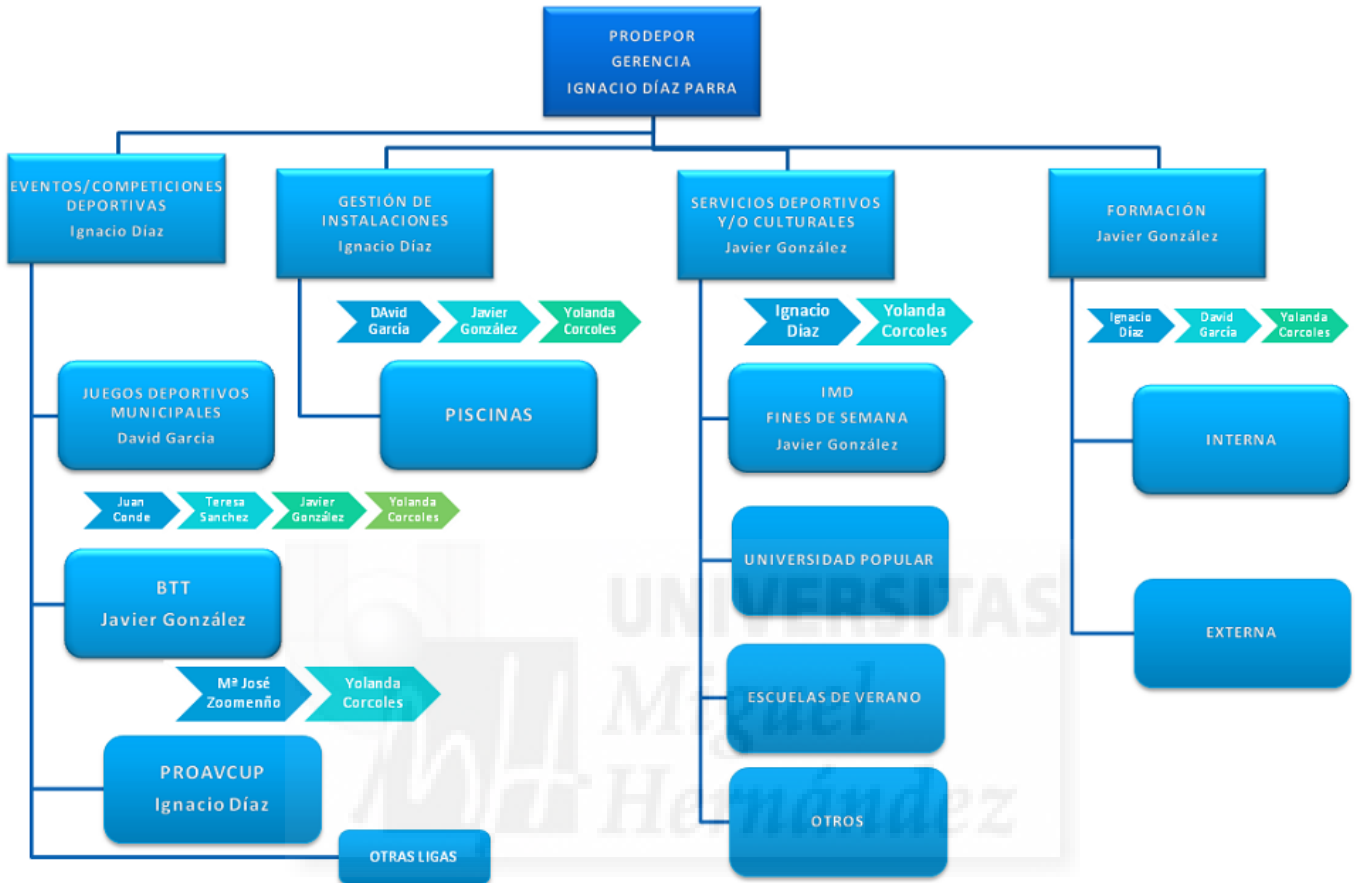
Un director de campamentos, encargado de organizar, coordinar y desarrollar el área de Actividades culturales y de animación.

Más de cuarenta socorristas, monitores deportivos y animadores socioculturales que han trabajado para la empresa los últimos años y lo seguirán haciendo, contribuyendo a que puedan dar un servicio profesional y de calidad.

Expertos formadores, licenciados en Ciencias del Deporte con el Curso de Adaptación Psicopedagógica, que colaboran como profesores en los diferentes cursos que se imparten.

Todos estos recursos humanos hacen de Prodepor una empresa sólida, capaz de dar respuesta a las necesidades de la población, además de innovar y seguir a la vanguardia en un mundo tan cambiante y dinámico como el de la actividad física y el deporte.

Organigrama



1.3. Instalaciones y recursos materiales disponibles en la actualidad.

Prodepor cuenta con una oficina de 45 m2 en régimen de alquiler situada en pleno centro de Albacete, concretamente en la Calle Rosario 29. Aquí se puede dotar de un fundamental apoyo logístico a toda la estructura organizativa de los proyectos. También se puede ofrecer servicio de almacenaje de todos los materiales utilizados.



Además también dispone de las Oficinas del Pabellón del Parque, donde se gestiona todo lo relativo a los Juegos Deportivos Municipales. Aunque estas instalaciones están habilitadas a tal fin, la empresa puede utilizarlas para otros fines que esta crea necesarios, como pueden ser reuniones informativas de sus trabajadores, jornadas de formación, etc.



1.4. Características de los deportistas/usuarios que asisten al centro.

Los usuarios que acuden a la oficina de Promoción Deportiva Avanzada, principalmente son personas que quieren inscribirse al Circuito Provincial BTT, en un rango de edad entre 17-60 años; personas que trabajan en la empresa como son monitores y socorristas, ya que una de sus principales obligaciones es llevar una hoja de registro cada mes para poder actualizar la base de datos de la empresa. También acuden responsables de otras empresas para dialogar con el gerente, personas para dejar su curriculum vitae, etc.

1.5. Otros datos de interés.

Herramientas de gestión.

Esta empresa está en constante cambio y gestiona varios y diferentes servicios por lo que cuenta con software específico para la gestión de diferentes competiciones y para su gestión interna. Dividiremos estos software dependiendo de la función que desarrollan.

- Tanto para el control de los clientes como para la gestión de facturas, ventas y presupuestos se usa el ClassicGes5. Este programa permite gestionar archivos, clientes, ventas, compras, informes y efectos financieros, llevar el control económico de tu empresa, ver la cuenta de explotación para analizar los resultados, generar listados en diferentes formatos y gráficos muy completos.
- Para la gestión de la página web de la empresa utilizar Wordpress con una plantilla creada por una empresa local Pyramid Solutions. Además esta misma empresa ha creado un programa para la gestión de las inscripciones del Circuito Provincial de Mountain Bike (BTT) ya que se encargan del área administrativa.
- También cuentan con un programa para la gestión de e-mailing (Customer Relation Management) creado por la empresa antes mencionada, aunque se debe decir que no se le da demasiado uso.
- Por último, se usa el paquete ofimático de Windows Office 2007 para actividades variadas.

2. INTERVENCIÓN.

2.1. Introducción.

El IX Circuito Provincial de BTT organizado por la Diputación Provincial de Albacete celebró su cuarta prueba de la presente edición. En esta ocasión fue en la localidad de Casas de Juan Nuñez, que por tercer año consecutivo organizó una nueva jornada de BTT en nuestra Provincia, que como las anteriores, congregó a numerosos participantes, en concreto, seiscientos sesenta y tres ciclistas tomaron la salida. En categoría femenina fueron cuarenta corredoras las que tomaron la salida.

En cuanto al perfil del recorrido (**Anexo I**), los participantes se encontraron con un perfil rompe piernas (subidas y bajadas) compuesto de cuarenta y dos kilómetros que no dejó indiferente a nadie y en el cual disfrutaron de sendas tan conocidas como la mítica “Senda de La Estufa” en el último tramo de carrera. Además de otros parajes habituales como los pinares de “Perico El Loco”. En definitiva, carrera entretenida que pudieron disfrutar todos los participantes indiferentemente del nivel.

No nos debemos olvidar del recorrido alternativo, algo más corto que el habitual y apto para todos aquellos que están comenzando en este deporte, además de estar reservado para los corredores Junior, y que en esta edición está teniendo gran aceptación como demuestran los más de 60 inscritos para esta prueba.

En cuanto a la organización destacar, que todos los participantes que asistieron pudieron disfrutar de multitud de servicios diferentes a otras pruebas (**Anexo II**), como, sorteo de maillot y paletilla, servicio de fisioterapia al acabar la prueba, trofeos para clubs más numerosos y así un largo etcétera que hizo de esta, una nueva fiesta de la bicicleta todo terreno en nuestra provincia.

Con esto, todo preparado para que una semana más se diera el pistoletazo de salida de una nueva prueba de BTT.

2.2. Objetivos.

Según los intereses de cada grupo o sector se persiguieron una serie de objetivos. A continuación se muestran algunos de los más comunes y/o más interesantes.

ORGANIZADORES	PARTICIPANTES	PATROCINADORES Y COLABORADORES
Dar a conocer el deporte BTT	Entretenido y divertido	Asociar la empresa con actividades de carácter deportivo
Fomentar la práctica de actividad física en el medio natural	Conocer nuevos entornos	Relaciones publicas
Fomentar la sociabilidad a través del deporte	Buscar nuevas relaciones interpersonales	Aumentar clientela de la empresa

Fomentar la relación deporte-salud	Practicar deporte de forma accesible, buscando la salud	Obtener publicidad
Obtener beneficio económico	Obtener reconocimiento social	Obtener beneficio económico indirecto
Obtener reconocimiento social	Aprender a trabajar en equipo	Obtener reconocimiento social

2.3. Análisis DAFO.

Para realizar el análisis estratégico del evento, hemos seguido el esquema clásico de realización de un Análisis Externo y un Análisis Interno.

El Análisis Externo se ha dividido en el estudio del Entorno General y del Entorno Específico. Para el Estudio del Entorno General hemos utilizado el análisis PEST (entorno político, económico, social y tecnológico), y para el Entorno Específico hemos basado nuestro estudio en las cinco fuerzas de Porter (amenazas de entrada, rivalidad entre competidores, poder negociador de clientes, de proveedores, y amenaza de productos sustitutos).

Para el Análisis Interno hemos realizado un diagnóstico interno de la empresa y una investigación sobre los competidores. Realizadas ambas fases, hemos realizado el análisis DAFO, donde la primera de las fases nos ha aportado las Amenazas y Oportunidades de la empresa, y la segunda las Debilidades y Fortalezas.

2.3.1. Análisis externo.

La finalidad del análisis externo es conocer que problemas y posibles oportunidades pueden surgir dependiendo del ambiente empresarial. Con este análisis podremos conseguir la información necesaria para identificar cuáles son las estrategias más adecuadas que debemos utilizar para conseguir los objetivos que nos planteamos. Estos objetivos a tratar se obtendrán de la consecución de todas las variables que nos pueden afectar y que están fuera de nuestro alcance.

De este análisis externo que realizaremos y que estará formado por el análisis del entorno general y del entorno específico conseguiremos las Amenazas y Oportunidades que afronta la empresa.

2.3.1.1 Entorno general.

El objetivo del análisis del entorno general trata de identificar los factores que afectan a la actuación de la empresa. Debido a la extensión de variables que se pueden tratar en este apartado deberemos de delimitar las que pueden ser importantes para nuestra empresa.

El análisis de este entorno general lo realizaremos a través del llamado análisis PEST que engloba 4 dimensiones, como son las dimensiones Política, Económica, Socio-Cultural y Tecnológica. Para el estudio de cada una de las áreas PEST utilizamos un conjunto de variables que sean relevantes para nuestra empresa.

2.3.1.1. Análisis socio-cultural.

- Demografía: en la última década, los nacimientos están disminuyendo y la población cada vez se está volviendo más anciana, esto es un factor desfavorable para la empresa.
- Hábitos de consumo (Imagen Personal): han ocurrido cambios en los hábitos de consumo, donde se realiza cada vez más actividad física y deporte, por lo que es una ventaja para la empresa, ya que puede ofrecer una oferta deportiva más amplia, para satisfacer a un mayor conjunto de la población.
- Tipo predominante en la oferta de trabajo: debido a la situación de crisis actual y a la precariedad en los trabajos y de las ofertas disponibles, se encuentran afectadas todas las empresas de la misma índole.
- Cambios en los estilos de vida, valores, actitudes y creencias: debido a la modernización de la sociedad, los cambios culturales y la flexibilización de la jornada laboral (aun en momentos de crisis haya descendido un poco estos derechos) se ha creado unos hábitos de ocio recreativo y deportivo que está fomentando la práctica de actividades que ofrece la empresa.
- Grupos Sociales: debido al abaratamiento de las actividades físicas y a las actuaciones de estamentos públicos para el fomento del deporte, cualquier persona puede realizar actividad física, esto puede influir de manera tanto positiva como negativa, ya que podría ser un punto en contra por el coste más barato en estamentos públicos, pero también positiva, ya que se podrían gestionar algunas actividades a través de licitación y gestión privada.

2.3.1.2. Análisis económico.

- Tasa de crecimiento de la economía: este factor, aun habiendo mejorado después de la grave crisis económica por la que pasa el país, el crecimiento continúa siendo bastante negativo para la empresa.
- Tasa de crecimiento del sector: este sector en la actualidad está en auge, por lo que es un factor bastante positivo para la empresa.
- Evolución de la tasa de paro: aunque está bajando esta tasa de paro aún es muy grande y esto puede afectar positivamente ya que se pueden encontrar personas con grandes actitudes para su contratación.
- Nivel medio de salarios por sectores: el sector de la actividad física es un sector que además de no contar con una regulación profesional está infravalorado a nuestro parecer, ya que los salarios son muy bajos. Esto nos podría ayudar ya que contrataríamos personas con un bajo coste, aunque no es nuestra opción, pero otras empresas se lucran por ello.
- Evolución de las empresas: está mejorando y evolucionando este sector debido a la demanda creciente que tiene este deporte.

2.3.1.3. Análisis tecnológico.

- Presupuesto y Política de I+D+i: en estos momentos de crisis no hay gran inversión en investigación y desarrollo por lo que esto influye negativamente en este sector.
- Existencia y apoyo en Nuevas tecnología: en la última década el acceso a nuevas tecnologías ha aumentado aunque en el ámbito deportivo aún está a la cola, se cuenta ya con instrumentos que pueden ayudarnos a mejorar la empresa.
- Conocimientos científicos y tecnológicos-Gestión del Conocimiento: con el avance de las nuevas tecnologías, el conocimiento llega a un número mayor de personas y esto se hace eco en nuestro sector.

2.3.1.4 Análisis político-legal.

- Situación política: nos encontramos un periodo de crisis económica que está afectando gravemente a la sociedad y al sector.
- Programa político de los principales partidos y coaliciones: los programas políticos vigentes no influyen en la realización de nuestro ámbito de actuación.
- Legislación económico-administrativa: no afecta a la empresa directamente.
- Relaciones laborales: hay una estabilidad respecto a los problemas laborables.
- Regulación de subvenciones: no existe cuantías en relación a subvenciones que se deban señalar.
- Fiscalidad: como señalamos en el tema de Legislación económico-administrativa no afecta directamente últimamente, solo se cumple las exigencias para tener todo en regla.

2.3.1.5. Gráfico resumen del análisis del entorno general.

El siguiente gráfico resume el análisis del entorno general descrito en las páginas anteriores. Se ha puntuado, en una escala de 1 a 5, la forma en que cada variable afecta a Prodepor, siendo 1 un efecto muy negativo y 5 un efecto muy positivo. **(Anexo III)**

2.3.2. Entorno específico.

Para realizar el análisis del entorno específico nos hemos centrado en el análisis de las 5 fuerzas de Potter que analiza las amenazas de entrada, rivalidad entre competidores, poder de los clientes, el poder de los proveedores y los posibles productos sustitutivos.

2.3.2.1. Amenazas de entrada.

- Economías de escala: esta economía es positiva gracias a la expansión de la empresa y a la compra a gran escala de materiales.
- Coste de cambio para el cliente: la empresa para mantener su posición y rentabilidad en el mercado debido a la intensa competencia de este sector debe conseguir la fidelidad de los clientes y evitar su pérdida a través de prácticas de marketing.
- Necesidades de capital: no necesita inventar grandes recursos financiero ya que al estar consolidada tiene suficiente autofinanciación para todo tipo de gastos.
- Protección gubernamental: no la limitan debido a que tienen una experiencia consolidada y disponen de todos los requisitos que suelen requerir.

2.3.2.2. Rivalidad entre competidores.

- Número y diversidad de competidores: el sector está bastante fragmentado, donde existen varias empresas y en si se podría decir que la mayor importancia en el mercado es la nuestra.
- Crecimiento del sector: el sector de esta actividad deportiva, está en auge creciente, debido a la gran demanda que tiene.

- Diferenciación del producto: puede darse una gran diferenciación si en un momento determinado se tuviera que hacer, ya que la industria de la actividad física y el deporte es muy amplia.
- Rentabilidad de sector: el sector cada vez es menos rentable debido a que las empresas intentan conseguir contratos a cualquier precio, por lo que la rentabilidad que debería de tener está cayendo.

2.3.2.3. Poder negociador de los clientes.

- Poder negociador general: en estas actividades los clientes no tienen gran poder. Los que tendrán un poder mayor serán las instituciones que podrán negociar bastante las condiciones de contratación.
- Diferenciación del producto: como se ha dicho anteriormente este es un factor favorable debido a lo cambiante del sector y los bajos costes para asumir las actividades.
- Costes cambiantes: Las curvas de cambio de costes suelen ser suaves aunque permanentes en el tiempo.

2.3.2.4. Poder de los proveedores.

- Poder negociador en general: los proveedores no tienen un gran poder de negociación ya que es fácil encontrar otras empresas suministradoras tanto de productos como de material deportivo.
- Número de proveedores importantes: hay numerosos proveedores que venden similares productos además de estar equilibrados en lo relacionado a precio y calidad.
- Diferenciación de productos del proveedor: como hemos comentado arriba no hay una diferenciación muy grande lo que permite seleccionar rápidamente otro proveedor.
- Coste del cambio de los productos del proveedor: el coste es muy bajo.

2.3.2.5. Productos sustitutivos.

En este análisis no se tendrán en cuenta a las administraciones públicas y privadas ya que al realizar contratos con ellos con una determinada duración no tiene sentido contar con ellos.

- Probabilidad de abstinencia: los clientes pueden decidir no practicar actividad deportiva que suele ocurrir, debido al sedentarismo que domina en los hábitos de los españoles.
- Probabilidad de aparición de productos sustitutivos: los clientes pueden elegir otras actividades sustitutivas por diferentes motivos como el precio, calidad del servicio, etc... por lo que hay que tenerlo muy en cuenta.
- Agresividad del productor del sustitutivo: existe cierta agresividad en el mercado debido a la variedad de productos sustitutivos que se pueden elegir y que están en función de la relación precio/rendimiento del producto.

2.3.2.6. Gráfico resumen del análisis del entorno general.

El siguiente gráfico resume el análisis del entorno específico. Se ha puntuado, en una escala de 1 a 5, la forma en que cada variable afecta a Prodepor, siendo 1 un efecto muy negativo y 5 un efecto muy positivo. **(Anexo IV)**

2.3. Análisis interno.

Para el análisis interno de la empresa, pasaremos a desarrollar una caracterización de la empresa, seguido de un análisis funcional de todas las áreas de la empresa y por último realizaremos un gráfico de diagnósticos propio y de las principales empresas competidoras en general.

2.3.1. Caracterización de la empresa.

La empresa se fundó en 2008 creada y gestionada por un socio fundador con la estructura jurídica de Sociedad Limitada Unipersonal (SLU). Es una empresa mediana ya que contando con solamente 6 personas fijas durante todo el año, mueve un volumen anual muy grande de trabajadores parciales muy grande donde puede llegar momentos puntuales que puede tener en plantilla más de cincuenta personas.

Su campo de actuación es la gestión de instalaciones y servicios deportivos y su ámbito de geo-actuación se centra en la provincia de Albacete y pueblos muy cercanos de la provincia de Cuenca. Respecto a las propiedades, todo el material deportivo es propio mientras que las instalaciones son alquiladas o cedidas por estamentos públicos.

2.3.2. Análisis funcional de la empresa.

En este análisis funcional pasaremos a describir en general las diferentes áreas con las que cuenta la empresa.

- Área comercial: tiene la mayor cuenta de mercado respecto a servicios deportivos, con un producto (servicio) bastante bien estructurado. La Imagen de marca es valorada positivamente pero aún hay un desconocimiento en el público general. Debido a la tira de precios por parte de la competencia tiene una fuerza de ventas disminuida y debe mejorar en el tema de la promoción y publicidad.

- Área financiera: respecto al tema financiero tiene una estructura buena sin realizar grandes derroches gracias a un control exhaustivo de los gastos, con una rentabilidad de la inversión cada vez más bajo pero que se mantiene y una solvencia financiera buena.

- Recursos humanos: es la pieza clave de la empresa con un equipo humano con alta cualificación académica y con amplia experiencia en el sector además de motivada para la participación en cualquier actividad. Hay un clima social muy bueno y se utiliza un sistema de incentivos centrado en la formación y el reciclaje.

- Área tecnológica: en el ámbito de actuación de esta empresa la tecnología no está muy desarrollada pero aun así se intenta conseguir las tecnologías más nuevas para el desarrollo de la actividad. Además está a la vanguardia en su mercado en la asimilación de los nuevos avances científicos.

- Dirección y organización: el mando de la empresa está muy bien cualificado con licenciados en Ciencias del Deporte y Económicas, además de un estilo de dirección que se centra en escuchar a los trabajadores y una decisión entre todos. El único problema es el personal disponible, ya que se debería de contratar un par de trabajadores más, para el trabajo administrativo y así el trabajo estaría un poco más organizado.

Se puntúa, en una escala de 1 a 5, la forma en que cada variable afecta a Prodepor, siendo 1 un efecto muy negativo y 5 un efecto muy positivo. **(Anexo V)**

2.3.3. Comportamiento de los competidores.

Usando las áreas y los puntos de cada área del análisis de nuestra propia empresa hemos realizado un gráfico en general del punto en el que se encuentran nuestro competidores para poder extraer unas fortalezas y debilidades a mejorar y suplir.

Se puntúa, en una escala de 1 a 5, la forma en que cada variable afecta a la competencia en general, siendo 1 un efecto muy negativo y 5 un efecto muy positivo. **(Anexo VI)**

2.4. Matriz DAFO.

Fortalezas	Debilidades
<p>Imagen</p> <p>Bien Valorada <-----</p> <p>Mayor cuota de mercado</p> <p>Buena estructura/solvencia económica</p> <p>Recursos Humanos muy cualificados y motivados</p> <p>Empresa que cree en los avances científicos</p> <p>Mando de dirección involucrado y cualificado</p>	<p>de marca</p> <p>-----> Poco Conocida</p> <p>Inscripciones disminuidas respecto al año anterior.</p> <p>Rentabilidad de inversión menor(invertir menos para tener menos riesgos de pérdidas)</p> <p>Necesidad de mayor número de trabajadores para trabajos de gestión</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Hábitos de consumo/estilos de vida más saludables</p> <p>Apertura del deporte y actividad física para todos</p> <p>Sector creciente</p> <p>Posibilidad de apertura de nuevos mercados</p> <p>Acceso a Nuevas Tecnologías</p> <p>Economía de escala favorable</p> <p>Poca Necesidad de Capital</p> <p>Competencia fragmentada y débil</p> <p>Diferenciación grande del servicio</p> <p>Bajo poder de negociación de proveedores</p>	<p>Crisis económica actual</p> <p>Tasa de paro alto</p> <p>Intrusismo laboral y falta de regulación del sector(menor calidad en el servicio, menor precio)</p> <p>Problemas políticos y corrupción.</p> <p>Menor Rentabilidad del servicio</p> <p>Poder de negociación de los clientes (estamentos públicos).</p>

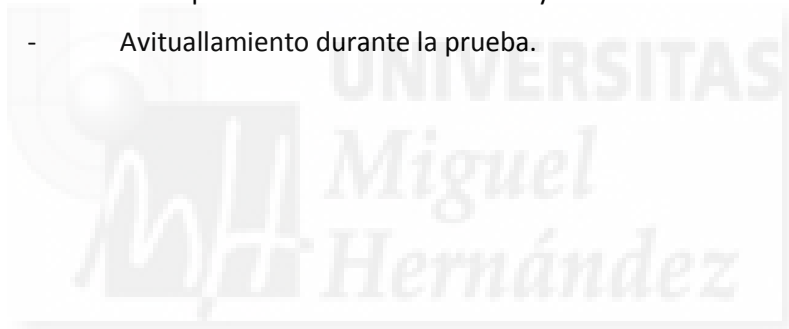
2.4. Intervención realizada.

Las tareas que he realizado en la organización de la prueba BTT Casas de Juan Nuñez han sido las siguientes:

- **Servicio de secretaria:** documentación de inscritos y gestión de dorsales y chips.
- **Servicio multimedia y publicidad:** cartelería y notas de prensa, vídeos promocionales y resúmenes, difusión en redes sociales.
- **Instalaciones:** reuniones para coordinar con el Ayuntamiento las instalaciones a utilizar y su preparación para el evento.
- **Trámites administrativos:** solicitud de autorización de la prueba deportiva.

El día del evento las tareas que realice fueron las siguientes:

- Ayuda en la colocación de material para el inicio de la prueba.
- Apoyo en recogida de dorsales.
- Ayuda para preparar los cajones y observar que todos estén en sus respectivos cajones para el inicio de la prueba.
- Fotos para redes sociales en salida y en carrera.
- Avituallamiento durante la prueba.



3. CRONOGRAMA.

CRONOGRAMA	DICIEMBRE			ENERO				FEBRERO			
	15-20	21-26	27-31	1-11	12-18	19-25	26-01	02-08	09-15	16-22	22-28
Fecha del evento											
Tareas a realizar	ÁREA RECURSOS HUMANOS Y LOGÍSTICA			ÁREA ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA			ÁREA PUBLICIDAD Y MARKETING		ASPECTOS TÉCNICOS		
SECRETARIA											
Elaboración proyecto inicial											
Contrato ayuntamiento											
Diseñar logotipo evento											
Propuesta alternativas y variantes											
Repartir presupuesto											
Inicio y fin de inscripción											
Gestión dorsales y chips											
Cartelería y notas de prensa											
Documentación inscritos											
Acordar y negociar precios											
Demandar personal voluntario											
Reuniones con los grupos de trabajo											

Trámites administrativos												
Colocar material día evento												
Permisos obligatorios												
Informar voluntarios de su labor												
SEGURIDAD GENERAL												
Unidad móvil sanitaria												
Unidad guardia civil												
PROMOCIÓN												
Conseguir financiación												
Gestión patrocinio												
Realizar cartel prueba												
Videos promocionales y resúmenes												
Gestión de stands y patrocinadores												
Difusión redes sociales												
RECORRIDO												
Supervisar recorrido												
Decidir zona avituallamiento												

4. CONCLUSIONES.

Este trabajo ha contemplado como objetivo abordar la planificación de un evento de bicicleta mountain bike en la provincia de Albacete, tanto para dar a conocer este deporte, como para fomentar la práctica de actividad física en el medio natural y para la obtención de beneficio económico y reconocimiento social por parte de la empresa. En esta propuesta hemos intentado ver de una manera muy útil la dirección estratégica que tiene que seguir la empresa a través de la realización de un análisis DAFO ya que este análisis nos permite determinar cuáles son las acciones que se deben poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas y así preparar a la empresa contra las amenazas teniendo conciencia de las debilidades y fortalezas.

El reto personal y profesional de las personas que participan en la planificación de eventos de actividad física es mejorar la calidad de sus intervenciones y desarrollar de forma satisfactoria los objetivos planteados.

En resumen, podemos afirmar que por mucho esfuerzo que se realice para organizar una prueba BTT de una manera diferente respecto a las demás localidades, no tiene ningún efecto, ya que en esta prueba en concreto hubo menos participación que el año anterior. En otras pruebas del circuito BTT, en localidades con mayor número de habitantes y con una mala organización, este año han obtenido mayor número de inscritos respecto a años anteriores. Por lo que la conclusión decisiva es que habrá mayor número de participantes en localidades con mayor número de habitantes, ya se realice una mala o buena organización de la prueba o incluya novedades que no se han hecho anteriormente en ninguna localidad.

5. BIBLIOGRAFÍA

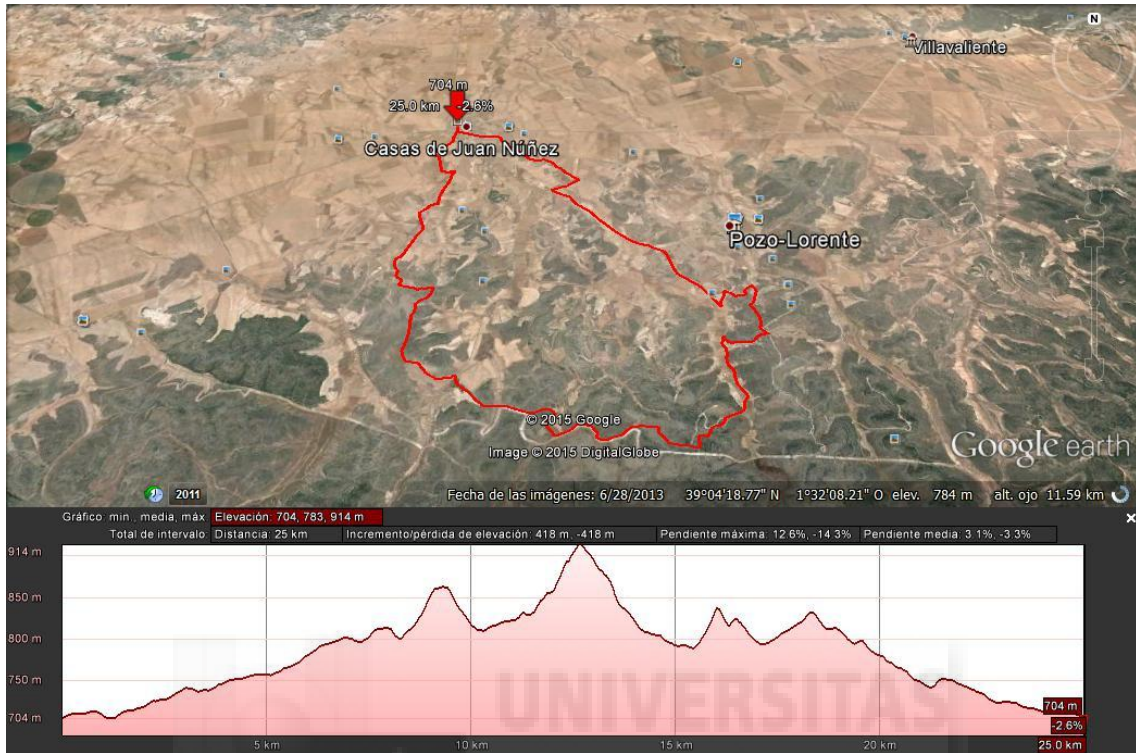
Promove consultoria e formación SLN, “Cómo elaborar el análisis DAFO”, Publicación: 2011, Editorial: Xunta de Galicia. Recuperado: (http://www.igape.es/images/crear-unha-empresa/Recursos/ManuaisEmprendedores/6ComoelaborarAnalisisDAFO_cas.pdf)

José Francisco Aldeguer (2014), Apuntes asignatura “Planificación y gestión del deporte”

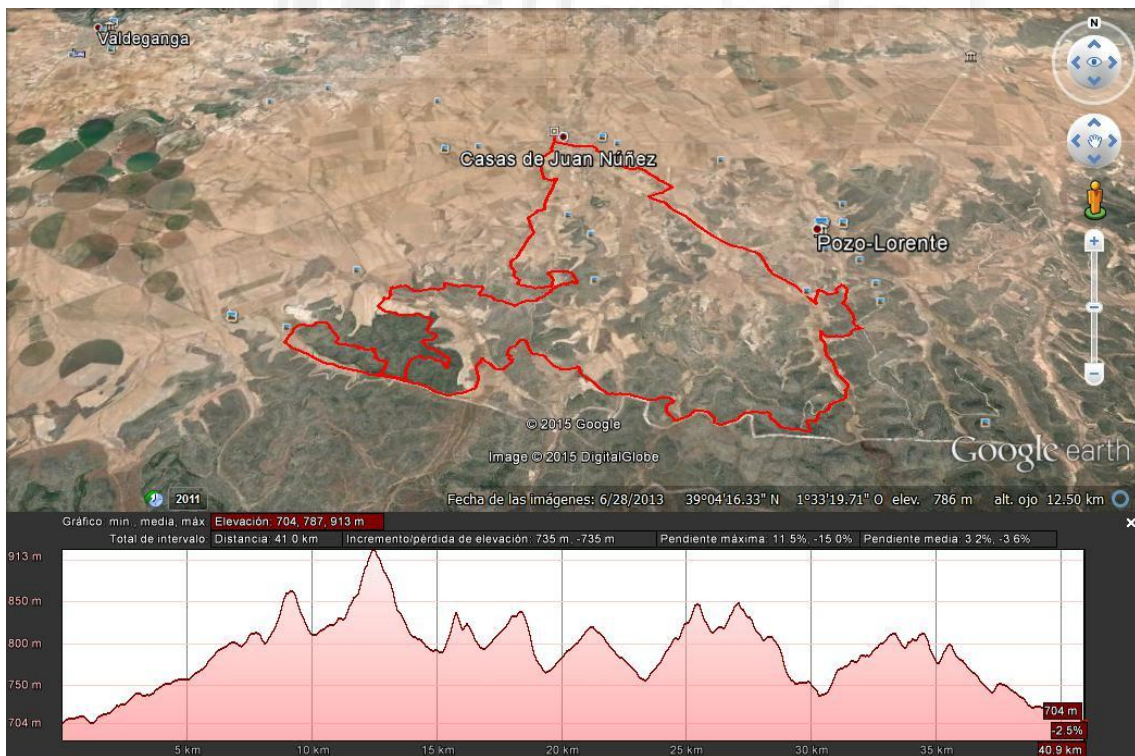
Ignacio Díaz Parra (2015), Base de datos “Promoción Deportiva Avanzada”

ANEXO I

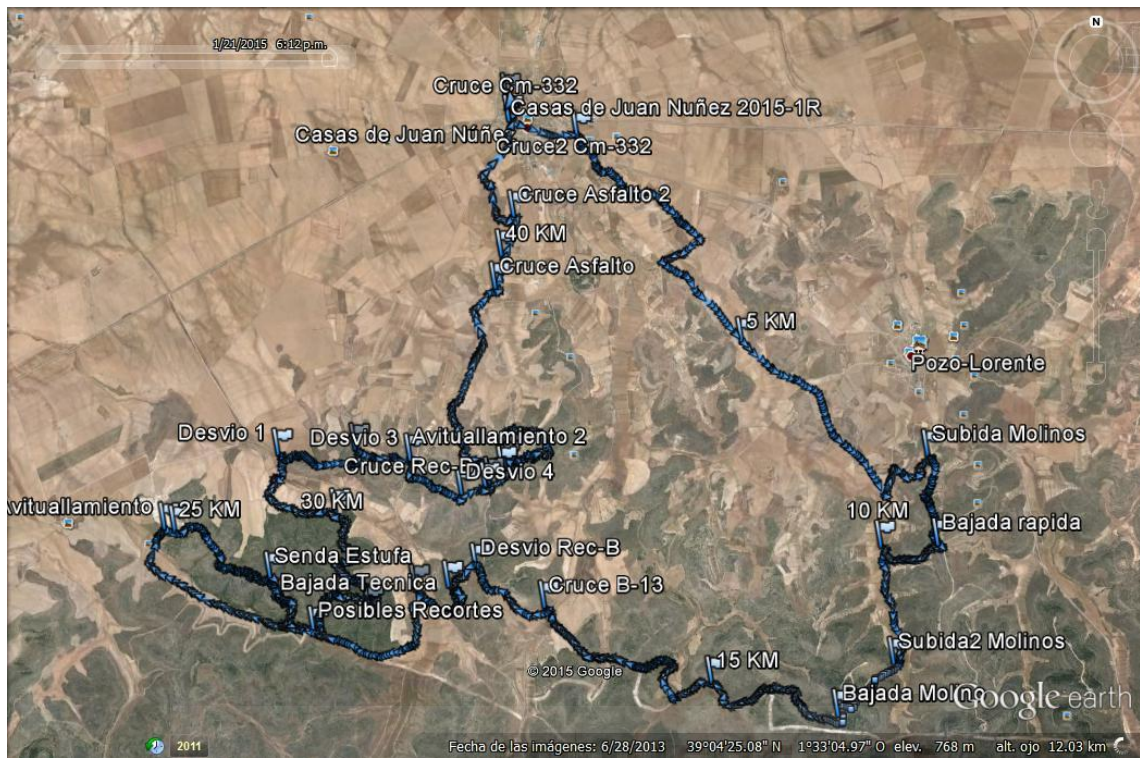
Perfil recorrido corto



Perfil recorrido largo



Recorrido con puntos kilométricos



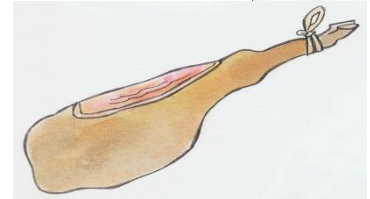
ANEXO II

¿Por qué apuntarse a BTT Casas Juan Núñez?

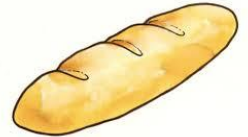
- Bolsa de regalo (calcetín técnico más botella de vino).



- Sorteo de maillot y paletilla.



- Trofeos para los 3 clubs más numerosos.



- Aperitivo final.



- Premios para todas las categorías.



- Tiempo apacible.

Viernes 20 Feb	Sábado 21 Feb	Domingo 22 Feb
Max 10° Min 1°	Max 13° Min 0°	Max 10° Min 1°
7 km/h	32 km/h	25 km/h
0 mm	0.6 mm	0 mm
07:00 1°	07:00 3°	07:00 1°
13:00 7°	13:00 10°	13:00 7°

- Colaborar con el banco de alimentos.



- Gran ambiente.



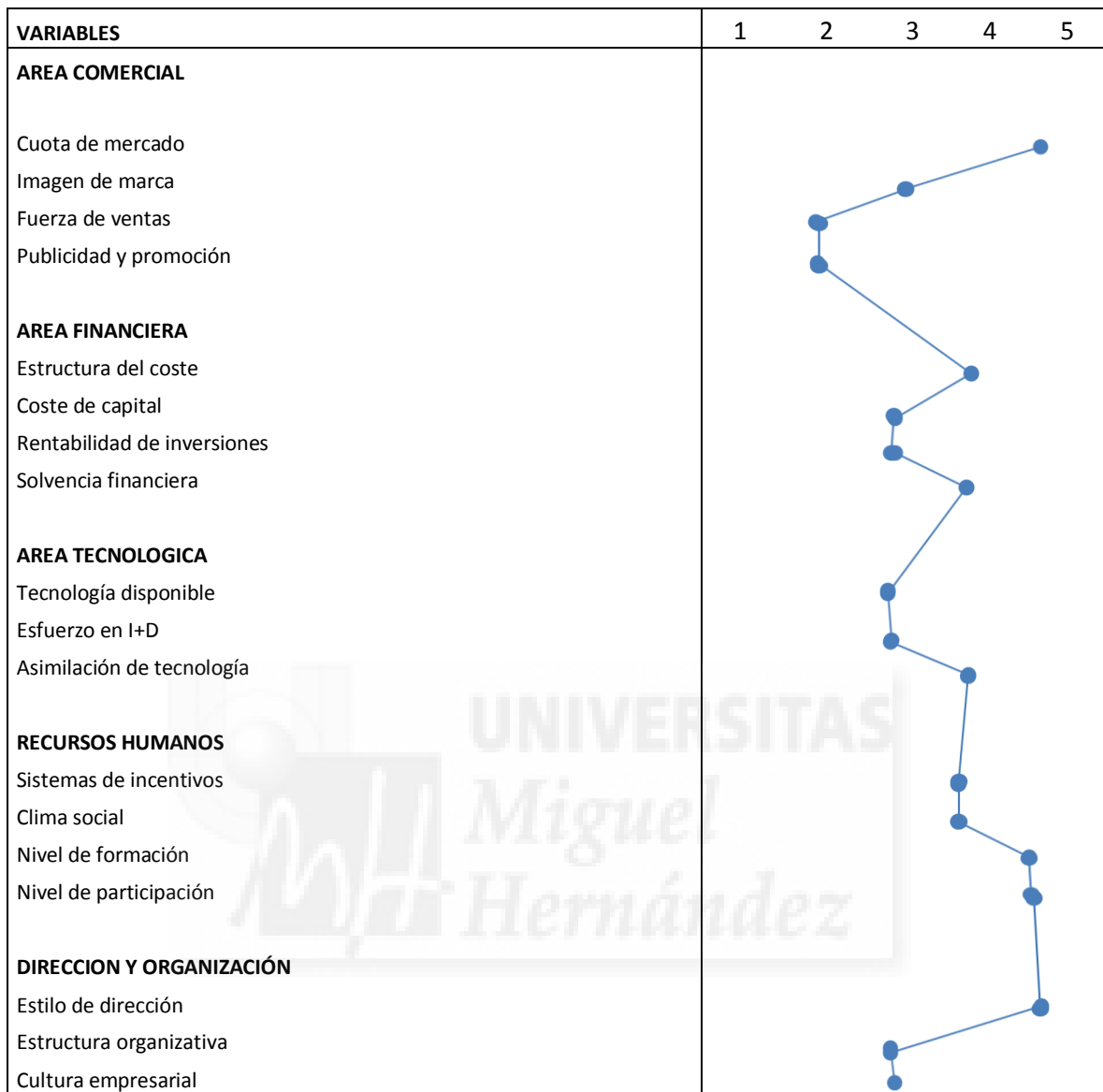
ANEXO III

VARIABLES	1	2	3	4	5
ANALISIS SOCIO-CULTURAL					
Demografía					
Hábitos de consumo (imagen personal)					
Tipo predominante en la oferta de trabajo					
Cambio en los estilos de vida, valores, actitudes y creencias					
Grupos sociales					
ANALISIS ECONOMICO					
Tasa de crecimiento de la economía					
Tasa de crecimiento del sector					
Evolución de la tasa de paro					
Nivel medio de salarios por sectores					
Evolución de las empresas					
ANALISIS TECNOLOGICO					
Presupuesto y política de I+D+I					
Existencia y apoyo en nuevas tecnologías					
Conocimientos científicos y tecnológicos-Gestión del Conocimiento					
ANALISIS POLÍTICO-LEGAL					
Situación política					
Programa político de los principales partidos y coaliciones					
Legislación económico-administrativa					
Relaciones laborales					
Regulación de subvenciones					
Fiscalidad					

ANEXO IV

VARIABLES	1	2	3	4	5
AMENAZAS DE ENTRADA					
Economías de escala					
Coste de cambio para el cliente					
Necesidades de capital					
Protección gubernamental					
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES					
Número y diversidad de competidores					
Crecimiento del sector					
Diferenciación del producto					
Rentabilidad de sector					
PODER NEGOCIADOR DE LOS CLIENTES					
Poder negociador general					
Diferenciación del producto					
Costes cambiantes					
PODER DE LOS PROVEEDORES					
Poder negociador en general					
Número de proveedores importantes					
Diferenciación de productos del proveedor					
Coste del cambio de los productos del proveedor					
PRODUCTOS SUSTITUTIVOS					
Probabilidad de abstinencia					
Probabilidad de aparición de productos sustitutivos					
Agresividad del productor del sustitutivo					

ANEXO V



ANEXO VI

VARIABLES	1	2	3	4	5
AREA COMERCIAL					
Cuota de mercado		●			
Imagen de marca		●			
Fuerza de ventas		●			
Publicidad y promoción		●			
AREA FINANCIERA					
Estructura del coste			●		
Coste de capital			●		
Rentabilidad de inversiones			●		
Solvencia financiera		●			
AREA TECNOLOGICA					
Tecnología disponible		●			
Esfuerzo en I+D		●			
Asimilación de tecnología		●			
RECURSOS HUMANOS					
Sistemas de incentivos	●				
Clima social		●			
Nivel de formación		●			
Nivel de participación		●			
DIRECCION Y ORGANIZACIÓN					
Estilo de dirección		●			
Estructura organizativa		●			
Cultura empresarial		●			