

## Propuesta de intervención para la mejora de la organización y gestión de la "Marcha BTT Montes de Requena"

GRADO EN CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL  
DEPORTE



UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

**Alumno**

*Álvaro Iranzo Hernández*

**Tutor académico:**

*Manuel Javier González Piñera*

**Curso académico 2016/2017**

**Club en el que se ha planteado la  
propuesta:**

Club BTT Requena (Requena)

## **ÍNDICE**

<b>1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL EVENTO.....</b>	<b>Pág. 2</b>
<b>1.1 DESCRIPCIÓN DEL EVENTO.....</b>	<b>Pág. 2</b>
<b>1.1.2 Ubicación del evento y análisis del contexto sociocultural             donde se encuentra.....</b>	<b>Pág.2</b>
<b>1.2 BREVE REPASO A LA HISTORIA DEL CLUB Y DEL EVENTO.....</b>	<b>Pág.2</b>
<b>1.2.1 Objetivos del club.....</b>	<b>Pág.2</b>
<b>1.2.2 Actividades que desarrolla el club.....</b>	<b>Pág. 2</b>
<b>1.3 RECURSOS HUMANOS.....</b>	<b>Pág.3</b>
<b>1.4 ACERCA DE LOS SOCIOS.....</b>	<b>Pág.3</b>
<b>1.4.1 Número de socios.....</b>	<b>Pág.3</b>
<b>1.4.2 Requisitos para ser socio.....</b>	<b>Pág.4</b>
<b>2 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>Pág.4</b>
<b>3 OBSERVACIÓN E INTERVENCIÓN.....</b>	<b>Pág.4</b>
<b>3.1 OBSERVACIÓN.....</b>	<b>Pág.4</b>
<b>3.2 INTERVENCIÓN.....</b>	<b>Pág.5</b>
<b>3.2.1 BREVE ANÁLISIS DE LOS GRÁFICOS.....</b>	<b>Pág.5</b>
<b>3.2.2 ANÁLISIS DAFO.....</b>	<b>Pág.7</b>
<b>3.2.3 ANÁLISIS ECONÓMICO.....</b>	<b>Pág.12</b>
<b>3.3 ELECCIÓN DE ESTRATEGIA.....</b>	<b>Pág.12</b>
<b>3.4 ACCIONES DE INTERVENCIÓN.....</b>	<b>Pág.13</b>
<b>4 CONCLUSIONES.....</b>	<b>Pág.16</b>
<b>5 BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>Pág.17</b>
<b>6 ANEXOS.....</b>	<b>Pág.18</b>

## **1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL EVENTO**

El siguiente Trabajo fin de Grado, es una propuesta de intervención y mejora para la organización de eventos deportivos, relacionados con el mundo de la bicicleta de montaña, interviniendo directamente en la organización del evento "Marcha BTT Montes de Requena".

Se pretende analizar las diferentes variables a tener en cuenta en la organización de este evento y presentar a posteriori alternativas y acciones de mejora. Este año fue el primero que formé parte de la organización de dicho evento, ya que era mi primer año en el club, y observé deficiencias que me llevaron a pensar que, a la vez que realizaba este TFG, hacerlo una herramienta útil para la mejora de este evento.

### **1.1 DESCRIPCIÓN DEL EVENTO**

Nombre del evento "Marcha Montes de Requena" (Cartel Anexo 1)

- Lugar de celebración: Requena, localidad valenciana a 60km de Valencia con un entorno idóneo para la celebración de eventos deportivos en la naturaleza.
- Club organizador: Club BTT Requena
- Fecha: Primer fin de semana de marzo
- Web: [www.bttrequena.es](http://www.bttrequena.es)



1.1.2 Ubicación del evento y análisis del contexto socio-cultural donde se encuentra. (Anexo A)

### **1.2 BREVE REPASO A LA HISTORIA DEL CLUB Y EL EVENTO**

El club BTT Requena nació de la iniciativa de unos amigos practicantes de bicicleta de montaña allá por el año 1993, tres años más tarde decidieron poner en marcha la primera "Marcha cicloturista Montes de Requena".

El evento cumplía este año su vigésima edición, es decir desde 1996 (a excepción de un año que no se pudo realizar), siendo uno de los primeros eventos de estas características que se realizaban por la zona, lo que le confiere un plus de confianza por parte de los participantes, que año tras año copan las inscripciones. A pesar de tener competencia en distintos lugares de la comarca como pueden ser la "Marcha Sierra de Utiel" o "Marcha BTT Cofrentes, este evento sigue siendo por diversos motivos uno de los favoritos de los "bikers".

#### **1.2.1 Objetivos del club**

El principal objetivo del club es la promoción de la bicicleta de montaña en la ciudad. Todos los domingos el club hace una salida oficial desde la "fuente de los patos" situada en el corazón de Requena. Estas rutas están definidas al principio de la temporada en un calendario que se encuentra en la web del club y que cuentan para el premio a la regularidad.

El club también cuenta con una escuela deportiva dentro de la oferta de actividades deportivas del municipio. Por tanto uno de los grandes objetivos es el de formar deportistas y crear cantera de bikers inculcando los valores del deporte y en concreto los valores de la bicicleta de montaña, que a pesar de ser un deporte individual es muy rico en valores como el compañerismo, el espíritu de superación...

#### **1.2.2 Actividades que desarrolla el club**

La actividad natural del club es organizar salidas en bici de montaña todos los domingos del año. Durante el horario de verano se realizan a las 8:00 de la mañana y en el horario de invierno a las 8:30; todas ellas desde la "Fuente de los Patos".

En algunas de las salidas programadas por el club se realizan lo que se conoce como "Premios de Montaña", se enmarcan dentro de una salida normal pero al llegar a un puerto los miembros del club que quieren disputan el premio. Consiste en una pequeña carrera por ver

quien corona antes el pico o en ocasiones incluye alguna bajada. Dentro de esta tónica también encontramos el título de "Super Prestigio", se trata de realizar una clasificación con el resultado que obtienen los miembros del club dentro de 10 marchas competitivas consensuadas antes del inicio de la temporada. Entre estas marchas encontramos por ejemplo la "Marcha Sierra de Utiel" o la "Marcha BTT Cofrentes"

Otra de las actividades que el club realiza es un viaje de un fin de semana a un lugar acordado donde se realizan varias rutas o alguna marcha. En este viaje suelen acompañar a los miembros del club las familias, creando así una gran implicación de todos los miembros del club.

Por último el evento principal del club es la "Marcha Montes de Requena", para ello se necesita la máxima implicación de todos los miembros del club, ya que conlleva una gran cantidad de trabajo, tanto previo como el mismo día. Se necesita buscar patrocinadores, contactar con los proveedores de los regalos para los participantes, tareas de acondicionamiento del terreno y marcaje, estas últimas tienen que ser muy cercanas a la fecha de celebración del evento para que no puedan ser saboteadas.

### **1.3.- RECURSOS HUMANOS.**

La junta directiva está formada por 7 personas (Anexo 2). Para el trabajo con la escuela deportiva, el club, cuenta con tres monitores, estos no tienen ninguna titulación. Son miembros del club que desinteresadamente se prestan a hacer rutas con los alumnos los sábados por la tarde a las 16.:30h.

Los recursos humanos con los que se cuenta para la organización de la marcha son todos los disponibles por el club, es decir todos los miembros en total son 95 pero como no es obligatorio, siempre colaboran menos del total. Cada uno tiene una labor dentro de la organización, hay quienes se encargan de buscar patrocinadores y regalos, otros tienen la tarea de gestionar permisos y licencias con el Ayuntamiento, forestales y Policía Local. En las semanas previas a la marcha se hacen grupos de trabajo para acondicionar lugares del recorrido, uno de los problemas que existen es que esto no está regulado, es decir, si se convoca a los socios para marcar, dependiendo los que acudan al lugar donde se les cita se les encarga una labor u otra. Cabe destacar la buena predisposición de los socios del club a la hora de realizar estas tareas, ya que se hacen de manera desinteresada.

Una vez llegado el día de la marcha, cada persona tiene su cometido dentro de la organización. Un grupo se encarga de repartir dorsales, varios miembros dan una vuelta en moto al recorrido para comprobar que todo está en orden y no han sido borradas las marcas. Otros, apoyados por el club de radioaficionados de Requena se encargan de velar por la seguridad de los participantes.

La mayoría de los socios del club se reparten en puntos estratégicos del recorrido (tabla anexo 5) para salvaguardar la seguridad de los participantes. En caso de que haya algún incidente, se atiende al corredor y si es necesario se llama a la central vía móvil. Desde allí vía radio se pone en conocimiento de meta y las ambulancias. Finalmente un coche y una bici escoba va cerrando el recorrido detrás del último participante con el fin de ir cerrando los puntos donde se encuentran los socios y dar una información a tiempo real del transcurso de la carrera. En caso de que un participante abandone se le notifica a un puesto de control donde haya radioaficionados y dan parte a la empresa de cronometraje. Más adelante en el análisis del evento detallaremos el protocolo de este sistema de seguridad.

### **1.4 ACERCA DE LOS SOCIOS**

#### **1.4.1 Número de socios**

El club cuenta con 97 socios. Además de los 29 alumnos de la escuela.

#### 1.4.2 Requisitos para ser socio

Ser mayor de edad, en caso de ser menor es necesario autorización y pagar la cuota anual; 40€ el primer año y 20€ los sucesivos.

## 2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Para llevar a cabo este trabajo, analizamos la literatura en busca de información sobre la organización y gestión de eventos deportivos. Para así poder afrontar en condiciones el diseño del plan de actuación.

En primer lugar es necesario saber que es un **"evento deportivo"**, analizamos la definición de Desbordes y Falgaux (2006) que afirman que un **evento** es un "espacio donde se reúnen hombres y mujeres en una especie de celebración colectiva, para asistir a un espectáculo deportivo o cultural", en cuanto a la especificación de **deportivo** se refieren a él como aquel que favorece la reunión de espectadores para ver cómo se realiza la actuación, animarla y valorarla públicamente mediante aplausos y gritos, donde jugadores y espectadores se funden en una misma configuración y sus acciones y reacciones son interdependientes.

En palabras de Galmés (2010) los eventos deportivos son un tipo de evento de comunicación de **marketing** que utiliza el deporte para compartir experiencias. En esta definición relacionan a la empresa y sus marcas con la práctica de algún deporte, aportando al término evento un **carácter más comercial**, y cuya función principal es comunicar para una marca, una empresa, un producto, una colectividad, o una asociación.

Añó (2011), considera al evento deportivo como la actividad de espectáculo, en la que se unen la competición y lo festivo, con alto nivel de repercusión social, fuerte presencia en los medios de comunicación y que genera por sí misma **ingresos económicos**.

Todas las propuestas de organización de eventos encontradas en la bibliografía, distribuyen las actuaciones en bloques de trabajo, algunos en 7 fases, otros en 4... para simplificar realizaremos 3 fases: Pre-evento, evento y post-evento.

## 3. OBSERVACIÓN E INTERVENCIÓN

### 3.1 OBSERVACIÓN

Para poder establecer un adecuado proyecto de intervención para la mejora de la organización y gestión de la marcha Btt fue necesaria una fase de análisis y observación, antes, durante y después del evento donde se detectaron ciertas deficiencias y aspectos a mejorar.

Durante la fase de observación asistí a las 12 reuniones del club en las que se trataba la organización de la marcha Btt (6-3-16), todos los viernes desde el 15 de enero (3 meses antes) en la sede del club (Edificio Formación Profesional, Plaza Juan Grandía) a las 20:00 se llevaba a cabo una reunión para tratar temas relacionados con la organización del evento, tales como: recorrido, personal en puestos de control, contratación del almuerzo, patrocinadores, función de cada miembro del club...

Durante la marcha nuestra labor fue la de "bici escoba" que consistía, junto con el coche escoba de protección civil, en cerrar el pelotón de carrera recogiendo las señales para que el monte quedase limpio de señalización, atender los posibles problemas de los participantes que tuviesen que abandonar y no pudiesen llegar a la meta montados en bici y cerrar los puestos de control.

### 3.2 INTERVENCIÓN

La primera acción fue enviar un cuestionario a todos los participantes en la carrera, para ello se creó un formulario vía google Forms (anexo 3) de 10 preguntas y un espacio para sugerencias.

El formulario se mantuvo abierto durante 4 días, recibiendo un total de 240 respuestas de un total de 677 correos enviados, a los participantes que se inscribieron en el día, no se les pidió el correo y no quedaron registrados por tanto para enviar el formulario. Tras recibir y clasificar las respuestas, se expusieron a los socios en la reunión del día 11 de marzo de 2016, simplemente se comentaron por encima los gráficos generados.

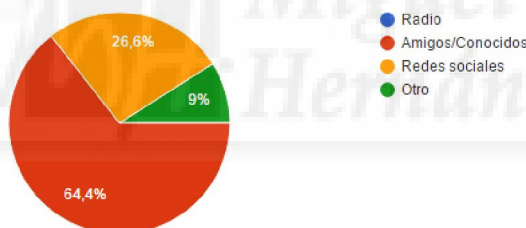
#### 3.2.1 BREVE ANÁLISIS DE LOS GRÁFICOS

A continuación hablaremos sobre los gráficos obtenidos del cuestionario, esto nos servirá para orientarnos de cara al análisis DAFO, así podemos tener una visión más objetiva sobre la realización del evento y poder detectar mejor las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que presenta el evento de cara a futuras ediciones.

El gráfico 1 nos aporta información sobre de qué manera llega a los usuarios la información que el club emite sobre el evento. Aquí observamos una deficiencia en la comunicación que más adelante comentaremos en el análisis DAFO.

Gráfico 1: Pregunta 1 cuestionario

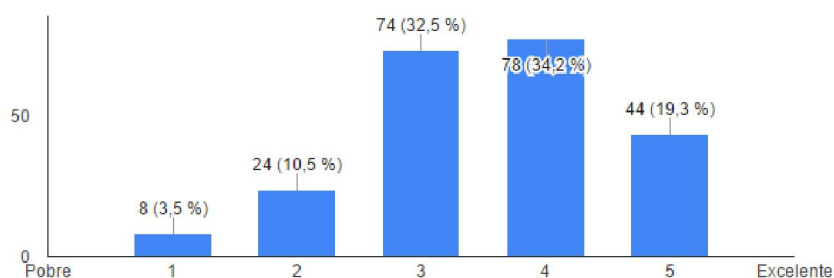
1-¿Cómo se ha enterado de la realización del evento? (222 respuestas)



El gráfico 2 nos aporta información acerca de la información previa que se emite acerca del evento, tal como recorrido, avituallamientos... Aquí observamos que pese a tener unos resultados buenos, en las preguntas abiertas hemos detectado ciertas deficiencias, algunos ejemplos los encontraremos más adelante en el análisis de las debilidades.

Gráfico2: Pregunta 2 cuestionario

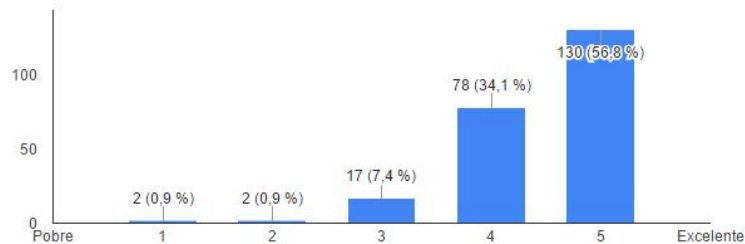
2-Información previa sobre el evento (228 respuestas)



En el gráfico 3 podemos observar la opinión de los participantes acerca de la señalización, en las preguntas abiertas apenas hay menciones a la señalización, aunque algún participante hace alusión a poca señalización en la llegada al pueblo.

Gráfico3: Pregunta 3 cuestionario

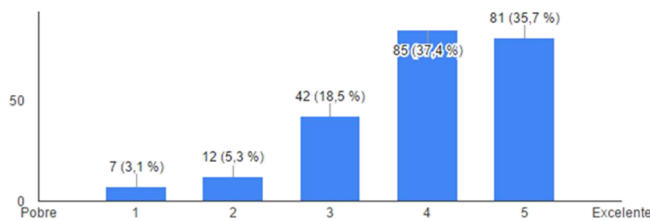
3-Calidad de la señalización del recorrido (229 respuestas)



Una de las respuestas más frecuentes en las preguntas abiertas del cuestionario era acerca de los avituallamientos haciendo referencia tanto a la localización, tipo de comida etc. Pese a tener una buena puntuación debemos ahondar más en este punto para conseguir que en la próxima edición los resultados sean mejores. Realmente no lo podemos considerar una debilidad dentro del análisis DAFO pero si un toque de atención, ya que encontramos respuestas como estas: "avituallamientos en zonas más llanas y despejadas", "En el 2º avituallamiento sólo había para comer naranja, quizás faltaban algo de plátanos también", Información puntos avituallamiento", "Los avituallamientos mejorables en cuanto a lo sólido"... En el gráfico 4 podemos observar un gráfico obtenido del cuestionario acerca de esto.

Gráfico4: Pregunta 5 cuestionario

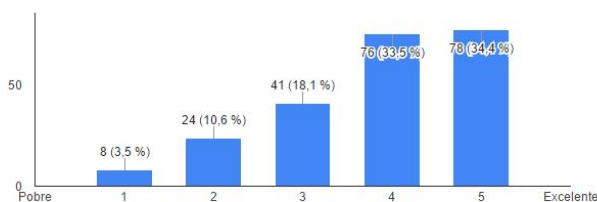
5-¿Los avituallamientos estaban colocados en buen lugar? (227 respuestas)



En el gráfico 5 sobre la "bolsa del corredor" observamos que pese a que la opinión es buena, está muy dividida. Más adelante en el análisis se estudiará con más profundidad.

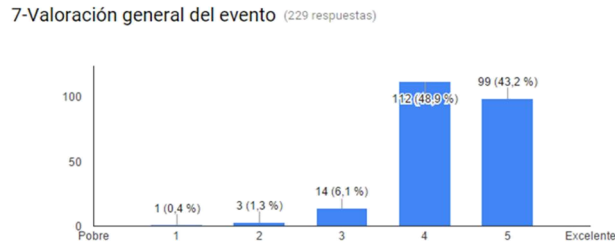
Gráfico5: Pregunta 6 cuestionario

6-Regalos y merchandising recibido (227 respuestas)



En el gráfico 6 podemos observar como la valoración general es bastante positiva, pero todavía se debe mejorar para que la mayoría de participantes piense que es excelente.

Gráfico6: Pregunta 7 cuestionario



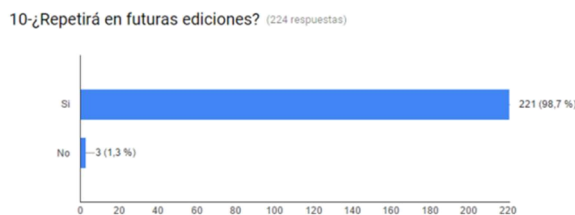
En el gráfico número 7 vemos que solamente una persona de las 224 que respondió esta pregunta no recomendaría el evento. Esto no debe engañarnos ya que siempre tenemos cosas que mejorar como se refleja en los anteriores gráficos.

Gráfico7: Pregunta 9 cuestionario



En la línea del anterior gráfico, en el número 8 vemos como prácticamente todas las personas repetirían en futuras ediciones.

Gráfico8: Pregunta 10 cuestionario



### 3.2.2 ANÁLISIS DAFO

Para analizar las características organizativas la "XX Marcha Montes de Requena" utilizaremos una metodología de estudio basada en el análisis de las características internas del evento junto con su situación externa, denominada 'análisis DAFO'.

Este recurso fue creado en los inicios de la década de los sesenta y es utilizado en el ámbito de la estrategia empresarial con el objetivo de determinar las ventajas competitivas y la estrategia general que va a utilizar la empresa u organización según sus propias características y las del mercado en el que se mueve. Este análisis nos arroja una visión global que nos permite adoptar cuatro tipos de estrategias básicas, (ofensivas, defensivas,



supervivencia y reordenación) aunque pueden ser mezclas de varias en distintos puntos. Para ello nos serán muy útiles los datos arrojados por el cuestionario enviado a los participantes.

A continuación llevaremos a cabo un exhaustivo análisis de la organización a través de sus fortalezas y debilidades, siempre en base al aspecto organizativo de la carrera.

## FORTALEZAS

- **La situación geográfica.** El municipio de Requena le confiere un marco incomparable, lo que atrae a muchos corredores, que año tras año repiten en nuestra carrera. Esto se refleja en el cuestionario donde el 98.7% de los que respondieron manifestaron su intención de repetir en futuras ediciones. Esta situación geográfica viene acompañada de unos montes bien cuidados y variados, combinando pistas, sendas y trialeras, lo que hace que contente a la mayoría de participantes.
- La marcha cuenta con prestigio dentro de la Comunidad Valenciana dada su **antigüedad y su experiencia a lo largo de los años**, lo que le da una tranquilidad a los participantes que posteriormente se traduce positivamente en el número de inscripciones. La mayoría de los socios del club tiene una alta implicación con la organización de la marcha, esto deriva en que tanto las acciones previas de acondicionamiento, como el voluntariado el día de la marcha sea numeroso. Con esto se consigue que la marcha sea muy apreciada por los participantes, ya que cuenta con 38 puestos a lo largo de los 45km de recorrido, en los que socios del club están colocados para supervisar la carrera (mapa anexo 4) Esto se refleja en el cuestionario donde el 56.8% piensa que la señalización es excelente: *"Creo que esta todo muy bien señalizado y hay poco ke mejorar"* Aun así no hay que descuidar este aspecto ya que en el cuestionario encontramos alguna mención sobre posible mala señalización a la llegada al pueblo: *"Ya en la llegada al pueblo, había un par de tramos de dudosa señalización. (en una rotonda) con posible desvío a la derecha"*. En el anexo 5 encontramos la tabla de los puestos con el nombre del responsable del puesto y el teléfono (por privacidad ha sido borrado).
- En la misma línea del punto anterior, contar con el **voluntariado del club de radioaficionados de Requena** es una gran fortaleza, ya que permite controlar la carrera desde la meta de una manera muy visual y sin problemas de cortes de cobertura que se podrían producir si la comunicación fuese mediante telefonía móvil, ya que en muchos puntos por los que pasa el recorrido puede haber problemas de cobertura. Estos radioaficionados se encuentran distribuidos en 8 puntos de control a lo largo de todo el recorrido, de esta manera cuando la bici escoba o el coche escoba pasa por el punto en el que se encuentran se avisa a la meta de que la marcha está cerrada en ese punto, también sirven para controlar el orden de paso de los 10 primeros participantes evitando que alguno se salte parte del recorrido. En el anexo 4 podemos encontrar un plano con el recorrido en el que aparecen los puntos de radioaficionados y los puestos con gente del club.
- El Ayuntamiento de Requena tiene una gran predisposición para la organización de este tipo de eventos deportivos, siendo el encargado de comprar los trofeos para los ganadores, además de aportar al club una subvención de 1700€ (anexo 6)
- A nivel económico, **el club está saneado 100%** y cuenta con un colchón importante para poder afrontar la marcha con garantías, en caso de que las inscripciones no fuesen suficientes como para cubrir los gastos.
- Dentro del municipio de Requena contamos con la embotelladora de agua San Benedetto, esta empresa se implica en buen grado en la marcha ya que dona el agua, y

el isotónico en ocasiones, por lo que parte de los avituallamientos son a coste cero para el club.

## **DEBILIDADES**

- La marcha **no cuenta con una publicidad acorde al evento**. Como podemos observar en el cuestionario, el 64.4% de los que respondieron, se enteraron de la realización del evento mediante amigos o conocidos y tan sólo un 26.6% se enteró a través de las redes sociales. Esto nos hace pensar que en el momento actual que vivimos, se puede sacar mucho más partido a las redes sociales, que nos ofrecen una forma muy sencilla de llegar a los potenciales usuarios a coste cero. Un extracto del cuestionario que nos confirma esto: *"Gestión de facebook, información previa a la carrera, desniveles, fechas fin inscripciones no era localizable o al menos fácilmente", "Editando el track de la prueba un par de semanas antes. Para poder realizar una previa del recorrido. La gente lo pedía y no les respondíais en las redes"*
- Una de las debilidades que mencionan los participantes es la **falta de información previa** y más concretamente el no disponer del track con antelación previa. Desde el club se adoptó la medida de no colgarlo previamente ya para que las semanas previas no se saturase el monte. Esto puede ser un arma de doble filo, se podrían estar perdiendo participantes que sin saber la dureza del recorrido prefieren no inscribirse. Aquí tenemos algunos comentarios que lo corroboran: *"información de donde poder descargar el track..."*, *"Gestión de fb, información previa a la carrera, desniveles, fechas fin inscripciones no era localizable o al menos fácilmente"*.
- Los participantes comentan en repetidas ocasiones que **una única opción para almorzar y además paella**, no se antoja el mejor compañero tras una evento de estas características. Esto nos lo demuestran varios de los comentarios emitidos por los participantes: *"a pesar de la paella echo en falta un avituallamiento post-carrera mas variado y abundante"*, *"En la comida del final, algo mas que paella habría venido bien"*, *"Variedad en la comida y bebida al finalizar el evento"*.
- A pesar de que la puntuación en general es buena respecto a los regalos y merchandising encontramos opiniones muy dispares.

La explicación a esto la podemos encontrar en la manera de obsequiar por parte del evento. En el cartel se anunciaba que se obsequiaba con un chaleco a los 300 primeros inscritos (aunque finalmente se amplió a 350), por tanto, ya tenemos dos "tipos" de valoración (participantes con y sin chaleco), pese a que no tuviesen chaleco sí que se obsequiaba con una bolsa del corredor que portaba rosquilletas, chocolatinas... y una camiseta para los que no optaban a chaleco. En este caso, los que optaban a chaleco también hubo bastantes quejas que se detectaron en las preguntas abiertas, ya que no se entregaron los chalecos acorde a las tallas reflejadas en la inscripción y cuando llegaron los últimos a pedir el chaleco ya sólo había tallas grandes: *"Cuando recogí el chaleco de regalo ya no quedaban tallas M, solo L que nos venían grandes a la mayoría de los corredores"*, *"... tenía chaleco de regalo talla xl y me dieron xxl por que no les quedaban xl, lo usare de paracaídas..."*, *"Aseguraros que halla la talla del chaleco que corresponde, no que deis lo que os queda"*. En otras marchas, cada bolsa del corredor lleva el dorsal correspondiente con la talla seleccionada para el obsequio y así no hay problemas de tallas, llegues cuando llegues tu bolsa está preparada ya.

Además una opinión generalizada es ampliar el número de chalecos que se regalan, en otros eventos de este tipo se pone una fecha límite para tener derecho al obsequio.

- En relación a lo anterior, si una persona no entra dentro de los primeros 300 y no se lleva chaleco, la inscripción puede resultar cara. Algunos comentarios nos lo demuestran: *"PIENSO QUE EL CHALECO A TODOS LOS INSCRITOS, CON UNA FECHA LIMITE DE INSCRIPCION EN LUGAR DE NUMERO LIMITADO, A PARTIR DE ESA FECHA SE ENTIENDE QUE NO DA TIEMPO A PREPARARLO"*, *"Solo detalle para los 300 primeros inscritos es poco..."*
- Las **instalaciones que el M.I. Ayuntamiento** cede para que los participantes se duchen, son en cierto modo **deficientes**, ya que el agua caliente se acaba prematuramente: *"agua caliente en duchas, que se ve los 50 primeros la agotan"*
- **Falta de una zona o varias con contenedores** durante el recorrido para poder tirar los envases de los geles, barritas etc... *"Cantidad de envases fueron arrojados por falta de contenedores en la zona de avituallamiento"*. En relación a los avituallamientos también vemos algún desajuste de comida en los mismos, ya que algunos comentarios nos dicen que cuando llegaron ya no había fruta etc. En cuanto a esto lo que se observó el día de la marcha es que al repartir botellas los participantes se las llevaban y al no haber contenedores se tiraban por el recorrido. Ante esto se pueden tomar varias medidas que posteriormente se expondrán.

A continuación realizamos un análisis externo del evento. Es importante conocer el entorno que nos rodea y tener una visión global de nuestro evento dentro del panorama ciclista de la provincia de Valencia. Este análisis nos permite detectar amenazas y oportunidades que pueden darse en nuestro contexto y que son las siguientes.

## **AMENAZAS**

- El **creciente número de eventos de este tipo** en los últimos años, y la recuperación de marchas cercanas geográficamente como puede ser la "Marcha Sierra de Utiel", puede provocar que, si no se cuidan todos los aspectos, se comience a perder participantes.
- En los dos últimos años, vienen **coincidiendo los campeonatos internacionales de Chelva con la fecha de celebración** del evento, que además son puntuables para el campeonato de España. Esto provoca una bajada de participantes importante, aunque no es tanto la no asistencia de estos participantes si no, el nivel y el prestigio que aportan a la prueba, en estos campeonatos acuden los equipos de la élite de la bicicleta de montaña de la Comunidad Valenciana. Si bien no todos los equipos acudirían a nuestra marcha, si contaríamos con bastantes equipos como "Cult Bikes Valencia" o "Bicicletas V. Ferrer" que además son patrocinadores de la carrera.
- La **climatología es una de las posibles amenazas** que encontramos, si bien no es una amenaza fija, en estos últimos años la inestabilidad meteorológica en esta época del año y en esta situación geográfica es elevada. Esto hace que haya gente que sea reticente a apuntarse.

## **OPORTUNIDADES**

- Actualmente reside cerca de nuestra localidad el ciclista profesional de bici de montaña Sergio Mantecón. Se podría aprovechar su tirón mediático para darle un empujón a la promoción de la carrera, esto está directamente ligado a que no coincida en fecha con los internacionales de Chelva.
- Aprovechando la calidad de los vinos y embutidos de la comarca, se podrían conseguir **productos de la tierra para obsequiar** a los participantes en la bolsa del corredor, esto

*Propuesta de intervención para la mejora de la organización y gestión de la  
"Marcha BTT Montes de Requena"*

ya ha sido mencionado en algunos de los comentarios que nos hicieron llegar los participantes a través del cuestionario: "Dando productos de la tierra (vino)".

- Al hilo de lo comentado anteriormente se podría **contactar con las carnicerías y bodegas** de la ciudad, proponiendo que a cambio de comprarles el vino y embutido para obsequiar a los participantes; donen productos para el almuerzo de los participantes. De esta manera estaríamos haciendo frente a dos debilidades en una misma operación.
- Realizar **fotos durante la marcha a los participantes**, bien sea por parte de un miembro del club o por parte de un profesional. De esta manera con la promoción de las redes sociales podemos promocionar la marcha con un aliciente más.
- Con el prestigio de la marcha, un cambio de fecha, **no haciéndola coincidir con un campeonato internacional**, podría conseguir un aumento considerable de las inscripciones. Además acercándola a junio podríamos disfrutar de unas mejores condiciones climatológicas.
- Realizar una **modalidad de inscripción más económica**, el corredor que decida inscribirse en esta modalidad paga una inscripción más reducida a cambio de no tener derecho a la bolsa del corredor. En los tiempos que corren y con las marchas que hay alrededor hay que reinventarse, muchos de los bikers que vienen a nuestra marcha corren muchas cerca y tienen muchos maillots y regalos conmemorativos, una opción de inscripción sin derecho a estos regalos puede ser una alternativa para llamar a mas participantes.

En este cuadro podemos ver un resumen muy concreto del análisis DAFO.

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
-Situación geográfica -Antigüedad de la marcha -Colaboración Radioaficionados/implicación miembros del club -Ayudas Ayto. -Embotelladora Agua -Buena situación económica del club	-Mala publicidad -Poca información previa -Merchandising/inscripción -Almuerzo post-carrera -Instalaciones de duchas -Avituallamientos
ANÁLISIS EXTERNO	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
-Elevado número de eventos próximos tanto en fecha como en localización -Coincidencia con el open de España en Chelva -Climatología	-Promoción de la marcha con figura del deporte -Productos de la tierra -Fotografía -Cambio de fecha -Inscripciones "Low Cost"

Después de realizar el análisis DAFO, sería el momento de plantear la estrategia de acción en función de lo que nos aporta este análisis. Pero esperaremos a analizar la economía de la "XX Marcha BTT Montes de Requena" para tener todavía una visión más amplia y poder elegir la mejor estrategia posible para la situación que nos muestra el DAFO.

### **3.2.3 ANÁLISIS ECONÓMICO**

En el anexo 7 realizaremos una estimación económica de la "XX Marcha BTT Montes de Requena", con los datos de la edición de 2015 y el número de inscripciones de 2016 podemos hacernos una idea del balance entre gastos e ingresos.

Al observar el desglose de los gastos e ingresos, vemos como el éxito de la marcha, económicamente hablando, depende prácticamente en su totalidad del número de inscritos que se obtengan. A grosso modo podríamos decir que hacen falta unos 400 inscritos para que la marcha no cueste dinero al club. En la edición de 2015 se consiguieron solamente 400 inscritos y por tanto el balance general de la marcha fueron 4'10€ de beneficio.

Una vez realizado el análisis DAFO y observado el aspecto económico del evento nos encontramos en situación de proponer las acciones para la mejora de la próxima edición.

### **3.3 ELECCIÓN DE ESTRATEGIA**

Para llevar a cabo el plan de intervención, dividiremos el trabajo en **tres bloques** Pre-evento, durante el evento y post-evento dependientes de la estrategia.

En el análisis DAFO observamos bastantes oportunidades, estas oportunidades son relativamente factibles de conseguir, ya que el desembolso económico de las mismas sería muy asumible.

En cuanto a las fortalezas observamos una gran cantidad de ellas, lo que nos lleva a pensar que nuestra estrategia puede ser una estrategia ofensiva.

Si continuamos con el análisis, llegamos a las debilidades. En este punto vemos que estas debilidades no son muy agudas y por tanto se pueden subsanar de cara a la próxima edición de la marcha. Eliminar estas debilidades no supondrían prácticamente un desembolso económico, ya que pueden ser solucionadas mediante una mejor planificación desde el inicio de la planificación del evento.

En cuanto a las amenazas, una de las principales que encontramos es el creciente número de eventos de este tipo, esto debe hacernos trabajar en la próxima edición para que nuestra marcha tenga un punto de distinción con las demás y que sea la opción elegida por los bikers.

Tras analizar todos los datos, observando el cuestionario y apoyando todo esto sobre la parte económica vamos a adoptar una **estrategia ofensiva** para tratar de dar un salto de calidad definitivo a la realización del evento y de este modo dar un plus a los participantes que les haga decantarse por nuestro evento en lugar de otros de similares características. Esta estrategia, se aplicará fundamentalmente al Pre-evento y al Post-evento ya que ha sido en las fases que más problemas hemos detectado, durante el evento es cierto que se han encontrado problemas pero son fruto de una mala planificación en el pre-evento. A continuación se propondrán las intervenciones que nos llevarán a este salto, hay que tener en cuenta que hay algunas que serán a corto plazo (siguiente edición) y otras que veremos el resultado en futuras ediciones.

### **3.4 ACCIONES DE INTERVENCIÓN**

Vamos a estructurar la intervención en 3 grandes bloques como anteriormente se mencionaba: Pre-evento, durante el evento, post evento.

#### **PRE-EVENTO**

##### **1-Mala publicidad**

Es la principal debilidad que encontramos en la organización del evento. La información es escasa y no llega al público, como nos lo demuestra el gráfico aportado por el cuestionario sólo el 26.6% se enteró de la realización del evento a través de las redes sociales. Hoy en día esto es un problema ya que con las redes sociales, internet etc. Somos capaces de llegar a mucha gente sin necesidad de invertir en publicidad.

En la pasada edición la primera vez que aparece en redes sociales el cartel de la marcha es el 2 de febrero, a un mes vista de la realización del evento, de esta manera se nos antoja bastante corto el tiempo de publicidad.

Para ello vamos a trazar un plan de publicitación de la marcha, describiendo sus fases a continuación.

- 1- Dado que disponemos de los correos de los participantes en la pasada edición del evento procederemos ,2 meses antes de la realización del evento, a enviar un correo con una invitación a participar en la "XXI Marcha BTT Montes de Requena". De esta manera conseguiremos informar a los participantes del año anterior de la realización de una nueva edición del evento mediante un escrito genérico y el cartel provisional de la marcha.
- 2- A la vez que se lanza la comunicación vía e-mail, en Facebook comenzaremos a poner el cartel (aunque sea un cartel provisional y posteriormente se vayan añadiendo patrocinadores). En dicho cartel quizá el perfil del recorrido no pueda aparecer por no ser definitivo pero aprovecharemos tanto la incorporación de patrocinadores como la aprobación del recorrido para actualizar el cartel y publicarlo de nuevo. Esto nos ayudará a estar todas las semanas publicando cosas acerca de la marcha en la página de Facebook del club.
- 3- Una vez aprobado el recorrido por parte de las autoridades incorporaremos el perfil y los avituallamientos al cartel. En caso de que se decida por parte del club que también se va a dar a conocer el track del recorrido se anunciará que será publicado próximamente en cuanto sea definitivo.
- 4- Cada vez que se haga publicidad de la marcha se colgará el enlace al lugar de inscripción.
- 5- Aprovechando el alcance de las redes sociales se realizará un sorteo de 5 inscripciones gratuitas entre todos los participantes que compartan la publicación el cartel de la marcha. Esto nos dará una gran difusión a través de Facebook. Los ganadores se anunciarán 15 días antes de la realización del evento.
- 6- Se realizará un video promocional del evento, en el que se mostrarán parte de las sendas del recorrido además de información sobre el mismo.
- 7- En la línea de esta publicidad por Facebook todas las semanas se subirán dos publicaciones añadiendo información sobre el evento con fotos de ediciones anteriores. Aquí aprovecharemos para dar información sobre las novedades de la presente edición, por ejemplo informar de que este año habrá un fotógrafo del club y que cada participante dispondrá de su foto.

## **2-Merchandising**

Una de las principales quejas que se tiene por parte de los participantes como ya mencionamos en el análisis DAFO son los regalos de la marcha. Para mejorar este aspecto deberíamos realizar una modificación en el sistema de regalos.

La propuesta sería dar regalos a todos los participantes inscritos antes de una fecha determinada, se debería hablar con la empresa que realiza dichos regalos y concretar la fecha límite para tener margen a fabricarlos.

En cuanto a los regalos para los participantes se proponen 4 soluciones, tras hablar con la empresa que realizó los obsequios de la anterior edición nos ha dado precio sobre estos tres productos. Estos precios son sin publicidad, se podrían abaratar costes incluyendo en el diseño de los mismos la publicidad de algunos anunciantes.

- Calcetines conmemorativos
- Tubulares conmemorativos
- Manguitos conmemorativos
- Bolsa porta-zapatillas multifuncional

## **3-Almuerzo post-carrera**

Aquí viene otra de las quejas más repetidas de los participantes, solamente se ofrece paella para almorzar una vez finalizada la marcha. Aprovechando la predisposición a colaborar en eventos de la Asociación de Amas de Casa y Consumidores Tyrius; y a sabiendas de su método de colaboración, se les solicitará mediante una misiva (anexo 8) que cocinen platos típicos de Requena tales como "morteruelo", "ajoarriero"... El club se encargará de aportar la materia prima para la elaboración de dichas comidas.

## **4-Duchas**

Esta es una debilidad de las más difícilmente subsanables ya que no depende del club poder tener unas duchas mejores. En este caso son unas instalaciones del Ayuntamiento y por tanto debería de ser éste el que se hiciese cargo de ampliar el número de calentadores de manera excepcional para la ocasión. Desde el club cuando se solicita la cesión de las duchas se mencionará este problema y se buscarán soluciones de manera conjunta con el departamento de gestión deportiva del Ayto.

## **5-Avituellamientos**

En la pasada edición los participantes se quejaban de que no estaban anunciados en el cartel los puntos de avituallamiento. La solución a esto es, una vez se tenga el recorrido completo y definitivo, se incluye en el perfil adjunto al cartel los puntos kilométricos de los avituallamientos.

Otra de las quejas era que el lugar no era el mejor para situarlos, en cuanto a esto en la próxima edición se estudiará su situación en función del recorrido.

La última acción referente a estos avituallamientos es la implantación de una "Zona sucia", esto consiste en poner después de cada avituallamiento una zona en la cual está permitido lanzar los envoltorios y envases al suelo o a los contenedores situados a los lados. De esta manera se facilita la recogida de la basura, concentrando todo cerca de los avituallamientos, así evitamos el número de envases que la gente lanza en el recorrido.

Una vez propuestas las soluciones a las debilidades vamos a centrar nuestras acciones en aprovechar las oportunidades que nos brinda el análisis DAFO.

## **6-Fotografía.**

Una de las cosas que más demandan los participantes y que siempre es un plus a la hora de correr una marcha, es poder tener una fotografía de ese día bajando por una de las sendas o de las trialeras que el recorrido nos ofrece. Si bien esto por sí sólo no va a hacer que un individuo decida participar o no en la marcha, puede dar un **plus a la satisfacción del participante al acabar la marcha**. Para esto la propuesta que realizamos es que si es posible, un miembro del club o varios, se coloquen en el recorrido, realizando fotos a todos los participantes. Tras la finalización del evento se subirán las fotos o bien a la página de Facebook del club o a la nube para que cada usuario pueda seleccionar su foto. En caso de que no se dispusiera por parte del club de un socio que estuviese en disposición de realizar las fotos, se buscaría contratar a un fotógrafo. En caso de tener que contratar un fotógrafo, no habría que verlo como un gasto, si no como una inversión en calidad de la marcha.

Para contentar a nuestros patrocinadores, se puede instalar en el lugar de realización de las fotos una pancarta o un cartel con los logotipos de los mismos, de esta manera cada persona que se descargue su foto lo hará de fondo con los patrocinadores del evento logrando éstos mayor difusión.

## **7-Inscripciones "Low cost"**

Esta medida la podríamos definir mediante el siguiente eslogan: "la misma calidad a menor precio" Esta es una modalidad que se está llevando a la práctica en algunos eventos de este tipo. Consiste en una inscripción con un precio reducido a cambio de no tener derecho a obsequio.

Simplemente se descontaría el precio del obsequio al total de la inscripción, esto puede tener efectos positivos en la asistencia ya que existen muchos eventos de este tipo y hay corredores que asisten a un gran número de ellos, con el consiguiente gasto que ello conlleva. De este modo se daría un aliciente para que este tipo de ciclistas asistiesen a nuestro evento.

## **DURANTE EL EVENTO**

Tras el análisis DAFO, en esta parte es en la que menos problemas se detectaron. La mayoría de los problemas que surgían durante esta fase, eran debidos a problemas derivados del pre-evento tales como la distribución de avituallamientos, almuerzo post-carrera...

En este caso simplemente se supervisará que cada miembro del club tenga clara su función, tanto los miembros del club que se encuentran ubicados durante el recorrido (anexo 4 mapa de los puntos) como los que se encuentran en meta en las distintas funciones.

## **POST EVENTO**

En cuanto al post-evento el funcionamiento es bastante bueno, ya que, en lo que a logística y desmontaje se refiere, los socios colaboran en buena medida y el mismo día del evento, se queda todo en orden. Aun así, se proponen dos acciones para esta fase del evento.

Tan importante es la publicidad de la marcha como tras su realización, agradecer a todos los participantes su asistencia y a todos los colaboradores por su ayuda. Esto puede ayudar a que los patrocinadores y colaboradores queden más satisfechos con el resultado de la celebración del evento. Para ello se emitirá una carta de agradecimiento (anexo 9) a todos los colaboradores y se agradecerá mediante redes sociales a todos los participantes.



Para medir el impacto de la intervención, se enviará de nuevo el mismo cuestionario (anexo 3) que en la edición analizada, de esta manera conseguiremos ver los efectos de la intervención propuesta.

A continuación observamos una tabla resumen de las intervenciones Pre, Durante y Post-evento.

PRE-EVENTO					
Publicidad	Inscripción Low cost	Merchandising	Almuerzo	Duchas	Fotografía
DURANTE EL EVENTO					
Supervisión de funciones asignadas en el Pre-Evento					
POST EVENTO					
Carta agradecimiento colaboradores			Formulario satisfacción Google forms		

#### 4. CONCLUSIONES

Tras la realización del análisis se detectaron fallos, de fácil subsanación sin apenas coste económico. Estos fallos pueden deberse a que a pesar de que los miembros del club ponen mucho entusiasmo en la organización del evento, no tienen formación suficiente para llevarlo a cabo al 100%. Uno de los objetivos de esta propuesta de intervención era el anteriormente mencionado, subsanar la mayor parte posible de errores y dotar así de una mejor organización al evento.

El principal problema de esta marcha, es decir, donde más deficiencia se observa es en la publicidad. Así lo demuestran los gráficos y es donde hay que centrar gran parte de la mejora de cara a la próxima edición del evento

Como punto positivo, de este evento, encuentro la implicación de los socios del club a formar parte del voluntariado de la marcha, así como del Ayuntamiento y la asociación de radioaficionados.

Una vez sea expuesto este trabajo en la universidad, se expondrá a los miembros del club para que puedan ver las deficiencias organizativas detectadas, las soluciones propuestas, y si lo consideran oportuno llevarlas a cabo.

En el plano personal es una gran experiencia poder analizar la organización de un evento deportivo de este tamaño y poder realizar propuestas para su mejora.

## **5. BIBLIOGRAFÍA**

Abascal, F. (1999). *Cómo se hace un plan estratégico. Modelo de desarrollo en una empresa.* Madrid: Esic.

Añó, V. (2011). *Organización de eventos y competiciones deportivas.* Valencia: Universitat de València.

Añó, V. (2003). *Organización y gestión de actividades deportivas: los grandes eventos.* Barcelona: Inde.

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

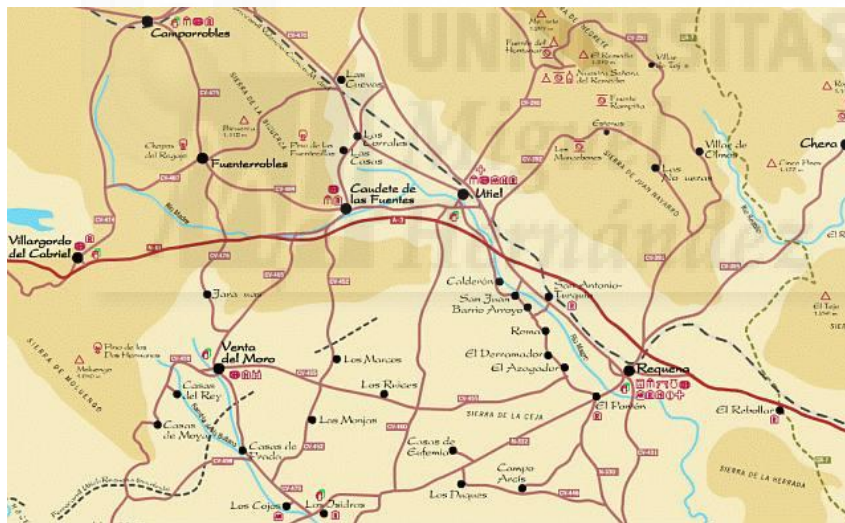


## 6. ANEXOS

### Anexo A. Ubicación del evento y análisis del contexto socio-cultural donde se encuentra

La "Marcha BTT Montes de Requena" tiene su inicio en la localidad de Requena, situada en el interior de la provincia de Valencia, en la Comunidad Valenciana y dentro de la comarca Requena-Utiel. Geográficamente la encontramos ubicada entre la meseta castellano-manchega y el Mediterráneo del que tan sólo la separan 67 km. Es un territorio formado por una meseta de inviernos fríos y veranos calurosos, de buenos recursos hídricos y de grandes bellezas y contrastes. El río Cabriel la limita por el oeste y el sur con profundas gargantas; por el este y norte, la sierra de Juan Navarro y el pico del Tejo (1.250 m) la separan de las serranías del Turia. "En su extenso **termino municipal, el mayor de la Comunidad Valenciana** con sus 816 Km<sup>2</sup>, se extienden las viñas entre montes y ríos. Uva, mimada entre pinares..." (Referencia 1)

El municipio cuenta con una población de 20.621 personas a fecha de 2015. Actualmente, el término municipal de Requena es el primero en extensión de la provincia de Valencia con 816 km. cuadrados. Requena capital posee 16.964 habitantes y el resto del vecindario se reparte entre las aldeas de El Azagador 60; El Barriete 11; Barrio Arroyo 66; Calderón 37; Campo Arcís 430; Casas de Cuadra 6; Casas de Eufemia 140; Penén de Albosa 20; Los Sardineros 1; Casas de



Sotos 18; Casas del Río 57; Los Cojos 105; Los Chicanos 20; El Derramador 55; Los Duques 99; Hortunas 36; Los Isidros 356; Fuen Vich 2; Las Nogueras 15; Los Ochandos 235; Los Pedrones 209; El Pontón 329; La Portera 149; El Rebollar 132; Roma 84; Los Ruices 64; San Antonio 1.270; San Juan 131; Turquía 425 y Villar de Olmos-La Cañada 15.

Ref1: [www.requena.es](http://www.requena.es)

En el ámbito económico la viticultura y vinicultura prosigue como campo fundamental en la economía requenense. La Denominación de Origen Utiel-Requena está compuesta por 41.791 hectáreas de viñedo que dan 1.794.000 litros de vino. Destacan los caldos elaborados con la variedad autóctona Bobal. Son numerosas las cooperativas y bodegas particulares que están sacando al mercado marcas de calidad.

*Propuesta de intervención para la mejora de la organización y gestión de la  
"Marcha BTT Montes de Requena"*

En lo que respecta al ámbito deportivo Requena cuenta con 21 deportes distintos en sus escuelas deportivas, además existen numerosos clubes que están al margen de las escuelas deportivas.

Esta Concejalía de Deportes está ubicada dentro del ayuntamiento, y la dirige el joven Concejal de Deportes y Medio Ambiente D. Álvaro Pérez Vanacloy (Técnico en gestión de recursos naturales y paisajísticos), a su vez adscrito a las Concejalías de Cultura y Turismo. La concejalía está formada por una única gestora deportiva, Dña. Paola Zahonero Abril (Licenciada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte) ciclista por devoción, que participa en diversas competiciones de ámbito provincial y nacional. Sobre ellos dos recae el peso de toda la gestión del municipio de Requena, que cuenta con más de 30 instalaciones deportivas como pistas de tenis, campos de fútbol, pistas de atletismo, pabellones polideportivos... con todo lo que ello conlleva, personal de las instalaciones, horarios, mantenimiento... Algo que se antoja demasiado para solamente dos personas.



Anexo1. Cartel Marcha

# XX MARCHA BTT MONTES DE REQUENA

## 6 marzo 2016 9:00 horas

[www.bttrequena.es](http://www.bttrequena.es)

ORGANIZA:  
Peña BTT Requena  
M. I. Ayto. Requena

Obsequio de chaleco cortavientos a las 400 primeras inscripciones

**INSCRIPCIONES: [www.cronok30.com](http://www.cronok30.com)**  
**43 km. de recorrido**  
**Salida: Monumento Universal Vendimia**  
**Desnivel acumulado 1.200 metros**

**CAJAMAR** CAJA RURAL  
**Fuente Primavera**  
**Distribuciones** Juan López Hernandez  
**PANADERIA Consuelo**  
**BR THE BIKE RUN**  
**Consorcio "La Villa"**  
**BTT REQUENA**  
**MURVIEDRO BODEGAS**  
**CREKO**  
**AMSTEL BIER**  
**VÉLOS IVOI**  
**ulb**  
**Guacamayo**  
**ZURICH** Ortolá Garzaran  
**Car-Par** SERVICIOS HOSTELEROS GARPER, S.L.  
**consum**  
**IMPRENTA GOVI**  
**motomecánica**  
**JOYERIA JOSÉ LUIS**  
**371**

Anexo 2: Organigrama del club



Anexo 3. Formulario

**Cuestionario XX Marcha BTT Montes de Requena**

Por favor, sólo enviar un cuestionario por participante. Gracias

1. 1-¿Cómo se ha enterado de la realización del evento?

Marca solo un óvalo.

- Radio
- Amigos/Conocidos
- Redes sociales
- Otro:

2. 2-Información previa sobre el evento

Marca solo un óvalo.

- |       |                       |                       |                       |                       |                       |           |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------|
|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |           |
| Pobre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Excelente |

3. 3-Calidad de la señalización del recorrido

Marca solo un óvalo.

- |       |                       |                       |                       |                       |                       |           |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------|
|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |           |
| Pobre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Excelente |

4. 4-Calidad de los avituallamientos

Marca solo un óvalo.

- |       |                       |                       |                       |                       |                       |           |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------|
|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |           |
| Pobre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Excelente |

5. 5-¿Los avituallamientos estaban colocados en buen lugar?

Marca solo un óvalo.

- |       |                       |                       |                       |                       |                       |           |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------|
|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |           |
| Pobre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Excelente |

6. 6-Regalos y merchandising recibido

Marca solo un óvalo.

- |       |                       |                       |                       |                       |                       |           |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------|
|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |           |
| Pobre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Excelente |

7. 7-Valoración general del evento

Marca solo un óvalo.

- |       |                       |                       |                       |                       |                       |           |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------|
|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |           |
| Pobre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Excelente |

8. 8-Según su opinión donde cree que podríamos mejorar

.....

.....

.....

9. 9-¿Recomendaría este evento a otras personas?

Selecciona todos los que correspondan.

- Si
- No

10. 10-¿Repetirá en futuras ediciones?

Selecciona todos los que correspondan.

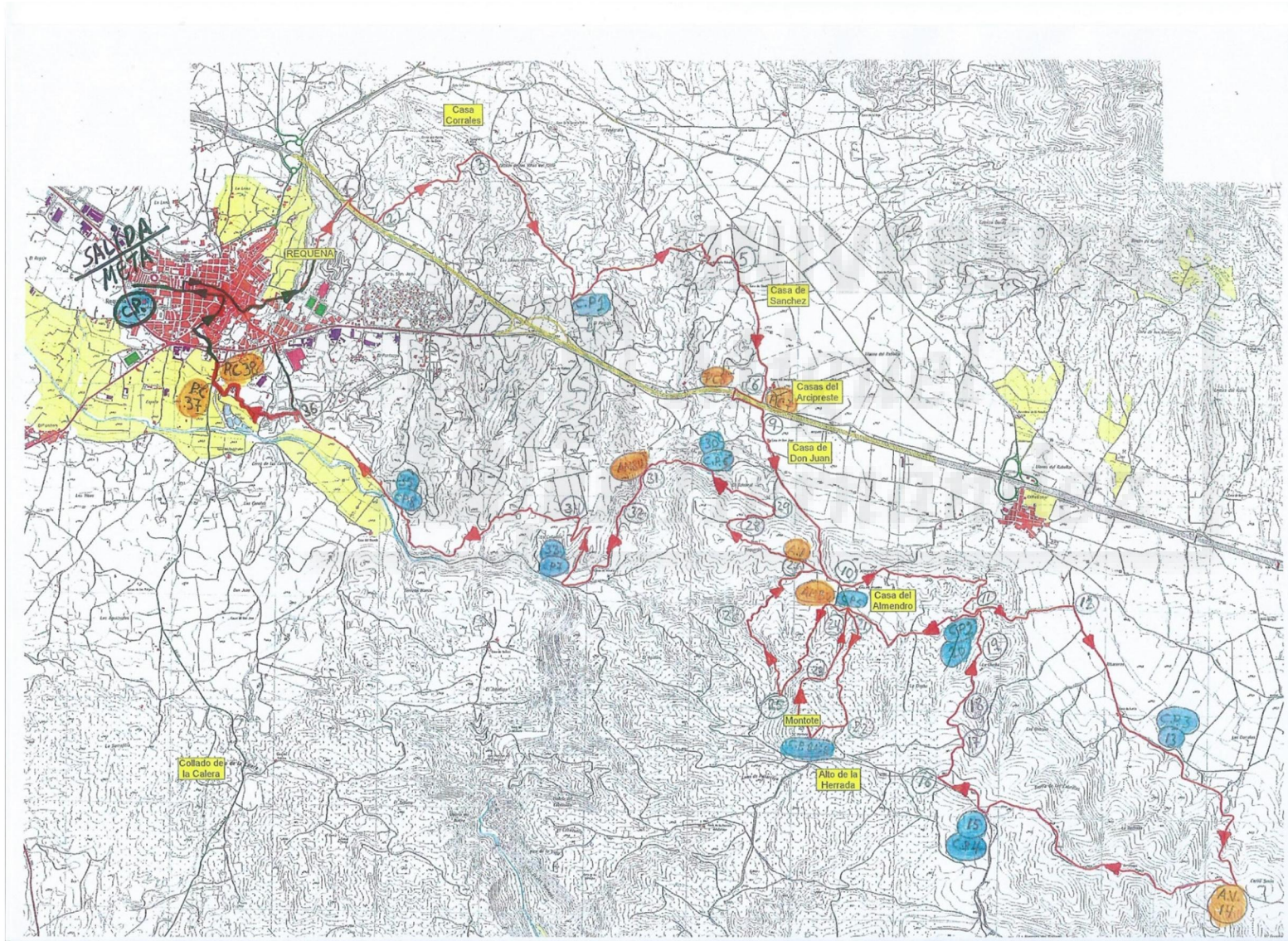
- Si
- No

11. 11-Sugerencias

Propuesta de intervención para la mejora de la organización y gestión de la  
"Marcha BTT Montes de Requena"

Anexo 4. Mapa de Carrera

Anexo 5. Tabla teléfonos y puestos





Propuesta de intervención para la mejora de la organización y gestión de la  
"Marcha BTT Montes de Requena"

	PUESTO	NOMBRE	TELEFONO
1	PUNTE AUTOVIA	JESUS PEREZ	
2	VIA DE SERVICIO A TELEGRAFO	PERULA	
3	TELEGRAFO	EMILIO	
4	CRUCE CANTERA	CP	
5	GATO RABOTE	CRISTIAN	
6	CAMINO ARCIPRESTE A SENDA	IVAN	
7	VIA SERVICIO - BARRANCO RUBIO, P.CIVIL	PROTECCION CIVIL	AMBULANCIA
	VIA SERVICIO - BARRANCO RUBIO, P.CIVIL	WIKI	
8	TORO	ELIAS	
9	CRUCE AVIONES	JUANGA	
10	PISTA A CASA ALMENDRO	CUELLAR	
11	FINAL C. A CHOCLA	CHELAS SANCHO CP-	
12	CASA DE LOS PINOS A LANZA	JULUAN GUEÑA	
12	CASA LANZA	(CP)	
14	ALTO DE LA CASA LANZA (AVITUALLAMIENTO)	PLATERO Y BLANCO	
15	PISTA DE LA HERRADA	CP	
16	PISTA DE LA HERRADA A CHOCLA	RISUEÑO	
17	SENDA CHOCLA	J SERRANO	
18	SENDA CHOCLA	DIEGO	
19	SENDA CHOCLA	SANCHO	
20	FINAL C. A CHOCLA	CHELAS +CP	
21	PISTA DE LA HERRADA	MANOLO SORI	AMBULANCIA
22	PISTA A MONTOTE	GORI	
	MONTOTE	CP BASE	-DIEGO + CARLOS
23	SENDA MONTOTE	JESUS PEREZ	
24	FIN DE MONTOTE	CUELLAR	
25	CARRASCA A SOTERRAÑA	PERULA	
26	SENDA SOTERRAÑA	EMILIO	
27	CASA VERDE A 3 SENDAS (AVITUALLAMIENTO)	DAVID	
28	SACACORCHOS	ELIAS	
29	FIN DE SACACORCHOS	ELIAS	
30	FIN DE 2 SENDA CP	CP	AMBULANCIA
31	TENDIDO	IVAN	
32	TERMOPILAS	CRISTIAN	
33	ATRAFAL A CASA MARIANO	CP	
34	CASA MARIANO A SANBLAS	JUANGA	
35	CRUCE ANTES DE SAN BLAS	CP	
36	CERAMICA	J GUEÑA	
37	SERRERIA	P CIVIL	
38	STOP	P CIVIL	

META	
NOMBRE	TELEFONO
PEPE PRESI	
WIKI	
RAUL	
TIBU	
JULIAN ELEC	
FORNI	
G ARRIBAS	
ISAAC	
RAQUEL	
ROMERO	
JOSE LUIS	
ALGIMIRO	
ALVARO	
LAURA	
JOSE ENRIQUE	

= CARLOS VLC  
- Javier Puadro

MATA		MOTO
CRISTIAN MART		MOTO
M SANTOS PADRE		ESCOBA
BICI ESCOBA	1100	

*Propuesta de intervención para la mejora de la organización y gestión de la  
"Marcha BTT Montes de Requena"*

Anexo 6. Subvención Ayuntamiento de Requena

**AYUNTAMIENTO DE REQUENA**

**SUBVENCIONES DEPORTIVAS 2016  
PRESUPUESTOS 2016**

Intervención

340.48908	ENTIDAD	N.I.F.	TOTAL 2015	TOTAL 2016
	S.C. REQUENA	G96631098	20.000,00	10.000,00
	CLUB ALTIPLANO REQUENA	G96757497	500,00	500,00
	CLUB ATLETISMO REQUENA	G96442348	1.750,00	1.700,00
	ASOCIACION TENIS DE MESA	G96208657	1.000,00	800,00
	CLUB FUTBOL SALA REQUENA	G96396270	3.500,00	3.000,00
	CLUB BALONCESTO REQUENA	G46626545	3.500,00	3.200,00
	<b>CLUB B.T.T. DE REQUENA</b>	<b>G96458591</b>	<b>1.750,00</b>	<b>1.700,00</b>
	CLUB DE FUTBOL ATLETICO REQUENENSE	G98563174	2.000,00	2.500,00
	CLUB ATLETISMO DE SAN ANTONIO	G96963376	-	500,00
	CLUB ATLETISMO LA VEGA DE SAN ANTONIO	G98774516	-	1.500,00
	CLUB DE GOLF	G97084834	500,00	400,00
	CLUB DE JUDO	G97736755	1.000,00	800,00
	CLUB DE KARATE	G96564315	1.000,00	800,00
	CLUB TRAIL REQUENA	G98531395	500,00	500,00
	CLUB RUGBY REQUENA	G98302334	-	300,00
	CLUB DEPORT AQUATIC REQUENA	G97402218	1.000,00	-
<b>TOTAL ... ..</b>			<b>38.000,00 €</b>	<b>28.200,00 €</b>

*Propuesta de intervención para la mejora de la organización y gestión de la  
"Marcha BTT Montes de Requena"*

Anexo 7: Estimación económica

INGRESOS	
Inscripciones 20€ (700)	14.000€
Patrocinio Cult Bikes	1.000€
Patrocinio Coviñas	650€
Colaboración Consum	40€
Cafetería Guacamayo	100€
Imprenta Govi	100
Subvención Ayto.	1.700€
<b>TOTAL</b>	<b>17.590€</b>

GASTOS	
Crono k-30+seguro: Inscripciones, cronometraje...	1.344'41€
Chalecos Obsequio (350 ud) (8.99€ud)	3.148€
Paellas	2.160€
Trofeos	0€
Fisioterapeutas	150€
Panadería Luis Miguel Hernández	376€
Ambulancias	330€
Consum	289'44€
Distribuciones Juan López (cerveza)	598'59€
La ibañesa (frutos secos)	155'26€
Ferretería	60'49€
Electricista	25€
Federación	320€
Varios	609'23€
<b>TOTAL</b>	<b>9536'42€</b>
<b>BALANCE</b>	<b>+8023.58€</b>

Anexo 8. Carta amas de casa



A la atención de la Asociación Amas de Casa y Consumidores Tyrius de Requena.

Desde el Club BTT Requena, nos ponemos en contacto con vosotros para solicitar colaboración en la XXI Marcha BTT Montes de Requena, a celebrar el día 5 de abril de 2017 en nuestra localidad.

En la fecha señalada anteriormente nuestro municipio, Requena, acoge una de los eventos de bicicleta de montaña más importantes de la provincia de Valencia. Con el objetivo de promocionar la gastronomía de nuestra ciudad y dar a conocer nuestros platos típicos a los participantes, nos dirigimos a vosotros solicitando colaboración para elaborar nuestras comidas típicas y que nuestros corredores se lleven una grata experiencia de la marcha.

Sin más me despido, quedando a la espera de vuestras noticias, recibid un cordial saludo.

Fdo.: Fernando Domingo Melero

Vicepresidente del Club BTT Requena

Anexo 9: Carta agradecimiento colaboradores



A la atención de (nombre patrocinador)

Desde el Club BTT Requena queremos agradecer su colaboración en la celebración de la XXI Marcha BTT Montes de Requena. El evento realizado el pasado día 4 de marzo de 2017 fue todo un éxito y esto es en parte gracias al esfuerzo realizado por su parte al dar patrocino a nuestra marcha.

Sin más le emplazamos al próximo año esperando poder llevar a cabo un nuevo acuerdo de colaboración, reciban un cordial saludo.

Fdo.: Fernando Domingo Melero



Vicepresidente del Club BTT Requena