



INSTITUCION EDUCATIVA FE Y ALEGRIA AURES
“Educar Para La Vida Con Dulzura Y Firmeza “

GUIA DE APRENDIZAJE EDUCACIÓN FÍSICA

GRADO 11º

DESARROLLO DE LA GUÍA:

1. Lee el documento y realiza 30 preguntas tipo 1, en el cuaderno de Educación Física, además de consultar las palabras o temas desconocidos.

El siguiente es un ejemplo de la forma para hacer las preguntas.

PREGUNTAS DE SELECCIÓN MÚLTIPLE CON ÚNICA RESPUESTA. (TIPO I). Las preguntas de este tipo constan de un enunciado y de cuatro opciones de respuesta, entre las cuales usted debe escoger la que considere correcta.

1. Un profesor de deportes se encuentra a cargo de un equipo de fútbol conformado por estudiantes, durante el entrenamiento se trabaja el desarrollo de las cualidades físicas básicas. Según el concepto de cualidades físicas ¿Cuál de los enunciados no es una cualidad física?

- A). La fuerza
- B). El equilibrio
- C). La motivación cognitiva.
- D), La Velocidad

2. Realiza un mapa conceptual de la guía.
3. Escribe un informe de lectura de máximo 500 palabras.
4. **Nota: Debe ser a mano, además debes firmar cada página en la parte superior.**

Protocolo básico para la organización de un evento deportivo

Introducción

La organización de eventos deportivos es una tarea más compleja de lo que parece. Detrás de cualquier tipo de carrera, jornada, competición etc. hay muchas horas de trabajo, muchas de ellas no remuneradas.

Aunque cada caso es diferente, la organización de un evento deportivo tiene muchos trabajos similares, por lo que en este artículo queremos establecer un protocolo que pueda ser una referencia para cualquier entidad que se atreva a organizar un acto deportivo.

Partes de organización de un evento deportivo

Actos deportivos hay muchos, desde el evento deportivo más importante de cuantos se celebran en el mundo, los juegos olímpicos, hasta una carrera benéfica en un pequeño pueblo. En cualquiera de los casos, hay un importante trabajo tras ese acto, y en función de sus características, se llevará a cabo de una manera u otra.

No obstante, podemos seguir una pauta para la organización que se concreta en tres fases diferentes:

- Antes del evento
- Durante el evento
- Después del evento

Primera fase. Antes del evento

La parte más vistosa de un evento deportivo se muestra el día que se celebra, pero para que el acto sea un éxito es necesario un trabajo previo a muchos niveles, por ello son fundamentales las tareas de antes del evento.

Definir el evento

En primer lugar es vital definir bien el evento. Es necesario saber lo que vamos a hacer, si un campeonato por equipos, una carrera individual, una prueba solidaria etc. En función del tipo, en la organización se tomarán unas decisiones u otras.

En este sentido es muy importante determinar el tipo de evento para poder definir después hacia qué tipo de público va dirigido.

Por ejemplo, si organizamos una jornada de mini básquet el público objetivo son clubes de baloncesto que cuenten con escuela de baloncesto. Si por el contrario organizamos una maratón, el público objetivo serán corredores que estén preparados para correr una maratón.

También debemos elegir fecha y hora para el mismo. Para ello miraremos el calendario, de manera que no coincida con otros eventos e intentaremos que se celebre a una hora adecuada, ni demasiado pronto si hace frío ni en las horas centrales del día si por el contrario hace calor.

Cómo gestionar el evento

Una decisión fundamental que deberemos tomar en esta etapa de la organización es el tipo de gestión que vamos a realizar. ¿Organizaremos todo nosotros?, ¿Le daremos a una empresa la organización del acto? u optamos por una gestión mixta.

Esta es una decisión muy importante y también dependerá del tipo de evento. Si vamos a organizar unos campeonatos del mundo de atletismo, seguramente dejaremos en manos de profesionales la organización de diferentes aspectos, si por el contrario vamos a organizar una carrera benéfica en un pueblo, el propio club junto con la asociación para la que se hace el evento podrá llevar a cabo la organización sin ningún problema.

La tercera forma de gestión, la mixta, es por la que optan en muchas ocasiones las administraciones públicas. En realidad constan ellas como organizadores del evento, pero para organizarlo se apoyan en empresas.

Por ejemplo: una carrera popular en una ciudad que organiza el Ayuntamiento con motivo de las fiestas pero contrata con empresas privadas algunos aspectos de la prueba, como el cronometraje de la carrera, la limpieza etc.

Presupuesto

En cualquier caso, lo que sí es necesario para poder hacer un acontecimiento deportivo es la elaboración de un presupuesto. Por supuesto, sabemos que al final del evento la previsión, que hemos realizado al principio, será diferente cuando llegue el final, pero para empezar a trabajar es necesario tener un presupuesto de ingresos y gastos.

En este sentido es muy importante trabajar en la búsqueda de patrocinadores para el evento. Es fundamental que la organización tenga en cuenta la importancia de contar con patrocinadores para poder celebrar el evento.

El presupuesto también dependerá del tipo de evento que vayamos a organizar y también el capítulo de ingresos. Sea cual sea el presupuesto, la organización debe poner mucho ímpetu en despertar el interés de los patrocinadores.

os patrocinadores aportarán dinero a nuestro presupuesto de ingreso, pero contar con la ayuda de empresas e instituciones, además, dará relevancia e importancia al acontecimiento.

Para ello es necesario trabajar muy bien el dossier donde se incluirán todos los datos del evento, el presupuesto, la posible participación, imágenes y vídeos de otras ediciones, interacción del evento, contrapartidas para los patrocinadores etc. Todos aquellos datos que hagan que el patrocinador realmente crea en el acto a organizar y que invierta en él.

Gestionar la burocracia

Un evento deportivo necesita gestionar mucha burocracia. Este trabajo, tan poco gratificante, también es una de las obligaciones de la organización y debe realizarse antes de que se celebre el acto. Permisos, trámites, documentación, contratación de seguros etc.

En este punto podemos incluir la contratación de personal: árbitros, jueces, trabajadores etc. También la gestión de los voluntarios que, aunque hagan el trabajo sin remuneración, hay que coordinarlos para que salga perfecto.

Si el evento se celebra en un lugar donde se vayan a vender entradas es necesario que gestionemos la venta de dichas entradas. Para poder agilizar la venta de las mismas es conveniente la contratación venta a través de un modelo de gestión de entradas que nos permitirá vender las entradas de manera ordenada, sin destinar personal a la venta de las mismas y posibilitará tener los ingresos por venta de entradas totalmente controlados, ya que no se vende una entrada sin que se pague previamente.

Difundir el evento

La difusión del evento es fundamental para el éxito del mismo. La divulgación de la noticia de la celebración del mismo supone una mayor participación, especialmente si se trata de un evento popular. También atraerá a un mayor número de público, lo cual supone mayores ingresos, si para nuestro acto se necesita comprar una entrada.

El mundo de la comunicación ha sufrido un cambio radical en los últimos años, y la difusión de noticias tiene mucho más recorrido que los medios de comunicación tradicionales o la publicidad. En los últimos tiempos las redes sociales y los medios de comunicación digital: páginas web, blogs, aplicaciones móviles etc. han multiplicado de manera exponencial las posibilidades de difusión de una noticia.

Es conveniente realizar un plan de comunicación que nos permita difundir el evento con suficiente tiempo, pero de una manera ordenada para no colapsar a los posibles participantes o al público potencial.

Segunda Fase. Durante el evento

Llega el día del evento y el grueso de la organización está terminado. Pero todavía quedan aspectos que no se pueden descuidar y que si no salen bien, deslucirán todo el trabajo realizado hasta el momento y el evento será un fracaso.

Uno de los aspectos más destacados de ese día es la asistencia de público.

Asistencia al público

La organización debe distinguir entre los personajes VIP y el público en general. Los personajes VIP suelen ser invitados por parte del comité organizador, por lo que no podemos descuidarlos y tratarlos como nuestros verdaderos invitados.

Para ello antes de su llegada debe conocer el protocolo establecido para agasajarles. En los eventos deportivos no hay un protocolo establecido. La única referencia que se puede encontrar al tratamiento de los invitados, sobre todo si son autoridades, es lo que refleja en el Real Decreto 2099/1983 por el que se rige el tratamiento de las autoridades en España.

La asistencia al público en general es muy importante, especialmente si el evento se celebra en un recinto cerrado.

Es sistema de asistencia no debe dificultar el acceso al evento. Todos recordamos haber ido a actos donde hemos tenido que hacer una larga cola para poder comprar las entradas y otra después para acceder al recinto.

Como decíamos antes, los sistemas de gestión de entrada electrónicas permiten al público comprar la entrada previamente en casa y cuando llegan al evento únicamente deben pasar por los controles de seguridad y acceder a su butaca.

La seguridad es fundamental a la hora de organizar un evento. Antes de la celebración del evento debemos contar con un protocolo de evacuación y dar las correctas instrucciones a público para poder evacuar el recinto en caso que sea necesario con total tranquilidad.

Además, el recinto deberá estar bien señalizado para que todo el público que asiste pueda entrar y salir del recinto deportivo sin causar ningún tipo de problema.

Atención a los participantes

Si la atención al público es importante, la atención a los participantes es fundamental. No hay peor publicidad para un evento que un participante descontento.

La atención también dependerá del tipo de acto. Por ejemplo, en una carrera benéfica celebrada en verano la atención consistirá en indicar a los participantes por donde va la carrera, hidratarles durante la carrera y en recordarles lo importante que es todo lo que están haciendo por un motivo solidario.

No obstante, si organizamos una maratón o una carrera de montaña la atención es mucho mayor. Por norma general deberemos tener más personal o voluntarios que atiendan las necesidades de los participantes, seguro que necesitaremos contratar un catering que les aporte energía durante el recorrido. Con toda seguridad al finalizar la prueba, muchos de ellos necesitarán ducharse, por lo que deberemos tener habilitado un lugar para la el aseo de los participantes.

Es decir, desde que empieza la prueba hasta que finaliza el evento en sí, los participantes son los protagonistas y deben estar debidamente atendidos.

Después del Evento

El post evento empieza nada más finaliza el acto. La primera cosa que hay que hacer es dejar todo como estaba antes de la celebración del mismo, especialmente si afecta a vías o lugares públicos. Es indispensable poner en funcionamiento un plan de limpieza que devuelva todo a su lugar.

Tras el acontecimiento debemos abrir un tiempo de reflexión y realizar una serie de actividades que lleven a valorar el evento en realidad.

Es conveniente medir el impacto que ha tenido: participación, público, aparición en los medios etc. Hay que preguntarse si se han cumplido las expectativas que tenía la organización en el evento.

Además del impacto, también hay que estudiar si ha sido rentable y si se puede mantener. Al finalizar todo es necesario hacer un reporte económico. Ver cuáles han sido las cifras obtenidas por inscripciones, venta de entradas (en caso de que se hayan

vendido), patrocinadores, subvenciones, derechos de televisión (si los habían) etc. También hay que ver como se han controlado los gastos y al final ver cuál ha sido el resultado.