

MANUAL DE EVENTOS DEPORTIVOS

SOSTENIBLES, CON ENFOQUE DE GÉNERO

Y ACCESIBLES

DE POR TE

COORDINACIÓN

Gerard Freixa Pérez
Déborah Salafrañca Vázquez

DESARROLLO DE CONTENIDOS

Belén Franco García
Gerard Freixa Pérez
María Peláez Navarrete
Carlos Samper Garaizábal

DISEÑO

Tavalú Studio

FINANCIADO POR

Instituto Andaluz del Deporte.
Consejería de Educación y Deporte de la Junta de Andalucía

DEPÓSITO LEGAL

MA 40-2021

ISBN

978-84-09-27296-9

CIFAL MÁLAGA

Avda. de Cervantes, nº 1. Casa del Jardinero.
29016. Málaga. España
+ 34 951 31 39 54
www.cifalmalaga.org

MANUAL DE EVENTOS DEPORTIVOS

SOSTENIBLES, CON ENFOQUE DE GÉNERO

Y ACCESIBLES

**DE
POR
TE**

Índice

1. PRÓLOGO	7	5. SOSTENIBILIDAD	45	7. ACCESIBILIDAD	85	9. BUENAS PRÁCTICAS	115
2. QUÉ ES CIFAL MÁLAGA-UNITAR	13	5.1. Definición de sostenibilidad en los eventos deportivos.	47	7.1. Introducción.	87	9.1. Sostenibilidad	117
3. PRESENTACIÓN DEL MANUAL	17	5.2. Voluntad y liderazgo.	48	7.2. Variables de un evento deportivo accesible.	90	9.2. Enfoque de género	119
4. EVENTOS DEPORTIVOS	25	5.3. Sostenibilidad medioambiental.	49	7.2.1. Comunicación interna y publicidad.	90	9.3. Accesibilidad	119
4.1. ¿Qué es un evento deportivo?.	27	5.4. Sostenibilidad económica y social.	50	7.2.2. Infraestructuras.	90	10. CONCLUSIONES	121
4.2. Grupos de Interés (GI) en un evento deportivo.	31	5.5. Ventajas de un evento deportivo sostenible.	51	7.2.3. Formación y especialización del personal, médicos, etc.	91	11. FUENTES CONSULTADAS	125
4.3. Servicios asociados a un evento deportivo (SA).	36	5.6. Variables de un evento deportivo sostenible.	53	7.2.4. Formación y especialización del personal organizador, y de voluntariado.	91	12. ANEXOS	129
4.4. Materiales.	39	6. ENFOQUE DE GÉNERO	63	7.2.5. Actividades de sensibilización y divulgación.	91		
4.5. Fases de un evento deportivo.	42	6.1. Introducción.	65	7.3. Fases de la secuencia global de accesibilidad en la gestión de las instalaciones deportivas.	92		
		6.2. Variables de un evento deportivo con enfoque de género.	71				
		6.2.1. Situación de las mujeres contratadas.	72				
		6.2.2. Representación femenina en el evento.	74				
		6.2.3. Variables logísticas y de infraestructura.	76				
		6.2.4. Formación, información y sensibilización.	77				
		6.2.5. Publicidad e imagen del evento.	80				
		6.2.6. Acciones de promoción del deporte entre jóvenes.	82				



1

Prólogo

Javier Imbroda
Julio Andrade Ruiz



Javier Imbroda

Consejero de Educación y Deporte
de la Junta de Andalucía

Como consejero de Educación y Deporte de la Junta de Andalucía me complace auspiciar este manual para que los eventos deportivos sean sostenibles, fruto del convenio firmado con CIFAL Málaga. Este es el primer paso, pero queremos ir más allá, particularizando este manual a distintas disciplinas, a través de auditorías y con el desarrollo de un sistema de certificación.

Nuestra mirada hacia el futuro tiene que estar marcada por los objetivos de desarrollo sostenible de UNICEF, que tienen además mucho que ver con los valores del deporte: sostenibilidad, equidad, universalidad y compromiso.

Gracias a este manual podremos organizar los eventos deportivos con otra mirada, más igualitaria y sostenible, que lance un mensaje claro: todos tenemos que luchar contra el cambio climático, y aprender a vivir mejor. Pero la sostenibilidad va mucho más allá. Los ODS tienen un marcado carácter social y económico para avanzar hacia una sociedad más justa y comprometida.

Y para ello necesitamos cambiar nuestra perspectiva. No sólo en todo lo relacionado con los eventos deportivos, el deporte de competición y el de alto nivel. También con la práctica deportiva y con todos los beneficios que nos aporta como individuos. Pequeños gestos pueden ayudarnos a estar mejor y a llevar una vida más acorde a los objetivos de desarrollo sostenible. Entre ellos no me olvido de la igualdad en el deporte, fomentando la

inclusión y el deporte femenino y, muy especialmente, que las niñas y jóvenes de nuestra tierra no abandonen la práctica deportiva a edades tempranas.

La visibilidad de los eventos deportivos nos ayudan a multiplicar estos mensajes a la sociedad, a través de los participantes y de la propia organización. Por ello es tan interesante este manual, que ofrece un enfoque práctico y didáctico, con pautas necesarias para que ese mensaje de sostenibilidad sea efectivo y además, sirva de ejemplo a nuestra sociedad. Entre las ventajas de un evento deportivo sostenible destacamos las económicas, la mejora de la imagen pública y la reputación de los organizadores, las sociales y las medioambientales a través de la reducción de la huella medioambiental.

Siempre he creído que el deporte y los deportistas tienen mucho que aportar, mucho que enseñarnos. Esfuerzo, cooperación, sacrificio, superación, entre otros muchos. Unidos a la educación, estoy convencido de que incorporar los objetivos de desarrollo sostenible a la organización de eventos deportivos y a nuestra propia vida supondrá una mejora indiscutible, es un objetivo en el que debemos seguir avanzando.



Julio Andrade Ruiz

Director CIFAL Málaga-UNITAR

Es todo un orgullo para CIFAL Málaga-UNITAR presentar, junto al Instituto Andaluz del Deporte (IAD) de la Junta de Andalucía, el presente manual sobre eventos deportivos sostenibles, con enfoque de género e accesibles, donde se tienen en cuenta los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas que contempla la Agenda 2030.

Estamos empezando la década definitiva, la década de la acción, los 10 años más importantes y prioritarios para hacer que la Agenda 2030 cumpla con sus metas, y con ese propósito global de 193 estados miembros para cambiar la perspectiva del planeta. Estamos en ese momento donde se intensifica nuestro trabajo y nuestro compromiso con las generaciones actuales y futuras.

Y es gratificante tener la certeza de que el deporte es una de las mejores herramientas para lograr ese desarrollo humano sostenible que necesita la sociedad. Es por ello que el presente manual se convierte en un gran aporte para todas las instituciones y organizaciones deportivas que sienten la responsabilidad de ser artífices de ese cambio, de potenciar todos los valores que el deporte entrega de una manera intrínseca a la sociedad y que se reconocen en la paz, la tolerancia, el respeto, el empoderamiento de las mujeres y los jóvenes, la inclusión social; y, por supuesto, el fomento de la educación y la salud.

Hay algunos ODS que nos acercan de manera más directa a la actividad deportiva: el Objetivo 3: Garantizar una vida

sana y promover el bienestar de todos a todas las edades; el Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos; el Objetivo 5: Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas; el Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles; el Objetivo 16: Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas, y Objetivo 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Todos ellos nos hablan de cómo el deporte se convierte en una de las herramientas más eficaces para el cambio, debemos lograr que los ODS se conviertan en el centro de la gestión de todos los eventos deportivos, y que por supuesto, lleguen a los propios deportistas y a los aficionados lleguen a los propios deportistas, aficionados y a todos los actores implicados.

En este cambio debemos ser ante todo optimistas, seguir viviendo la pasión del deporte con valores que nos acerquen a la paz, a la convivencia pacífica, a la ilusión de un mundo mejor. Que veamos en el deporte la gran oportunidad de ser mejores, de ser el espejo de una sociedad en crecimiento, con ideales, con orgullo por la excelencia, con motivación por ganar, pero al mismo tiempo, con positivismo, solidaridad y compañerismo. Les invito a disfrutar y a aprender con este manual que hoy tienen en sus manos.



2

**Qué es
CIFAL Málaga-
UNITAR**

El Centro Internacional de Formación de Autoridades y Líderes CIFAL Málaga, dependiente del Instituto de las Naciones Unidas para la Formación e Investigaciones UNITAR, es la primera oficina de representación de Naciones Unidas en Málaga, la cual tiene entre sus tareas dar a conocer a la sociedad en su conjunto los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con los que la ONU trabaja para lograr un planeta mejor teniendo como meta el año 2030.

CIFAL Málaga pertenece a la Red Global CIFAL de UNITAR, que en la actualidad comprende 20 Centros Internacionales de Capacitación ubicados en África, Asia, Oceanía, Europa y América. Cada “Centro Internacional de Formación de Autoridades y Líderes” ofrece programas de capacitación para autoridades, funcionarios de gobiernos y líderes de la sociedad civil, en áreas claves relacionadas con el desarrollo sostenible y actúa como centro para el intercambio de conocimientos que lleven al diseño de soluciones innovadoras para abordar los desafíos actuales.

En el caso de Málaga, la sede de CIFAL se ha convertido en el primer centro de la Red Global abierto al público, cuya formación y la capacitación se dirige de manera extensiva a toda la sociedad, haciéndola partícipe del conocimiento sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la manera de abordarlos desde la perspectiva individual y ciudadana.

Desde CIFAL Málaga entendemos que la conexión entre el deporte y la Agenda 2030 es clara y de una gran importancia tanto para el desarrollo sostenible como para cultivar en la ciudadanía valores tales como la justicia social, la igualdad, la solidaridad, etc. Todos ellos necesarios para no solo alcanzar los ODS que nos hemos marcado, sino para su continuidad más allá del año 2030.



3

Presentación del manual



La elaboración del presente manual nace de la convicción de que podemos aportar valor añadido a todas aquellas personas que lo utilice a la hora de planificar, diseñar y realizar un evento deportivo desde el punto de vista de valores tales como la sostenibilidad, el enfoque de género y la accesibilidad.

Creemos que podemos entre todos, organismos públicos, asociaciones, ONG, etc. mejorar la concepción de los eventos deportivos haciéndolos más sostenibles, justos y alineándolos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Hoy en día, todos estamos de acuerdo en el importantísimo papel que realiza el deporte como *herramienta* para la mejora de la sociedad, para aumentar la cohesión social, reducir las desigualdades, promover valores universales y en definitiva, para construir un mundo mejor.

En este sentido, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura (UNESCO), reconoció el deporte y la educación física como *un derecho fundamental para todo el mundo* a través de su *Carta Internacional de la Educación Física y el Deporte*. (1).

En los tres primeros artículos de esta Carta Internacional, se incide en el derecho fundamental de todo ser humano a practicar deportes y acceder a una educación física. De igual modo, se especifica la importancia de tener en cuenta a los grupos de interés, stakeholders, a la hora de crear una visión y una estrategia clara a la hora de realizar políticas y medidas para potenciar el deporte en la sociedad.

- *Article 1 – The practice of physical education, physical activity and sport is a fundamental right for all.*
- *Every human being has a fundamental right to physical education, physical activity and sport without discrimination on the basis of ethnicity, gender, sexual orientation, language, religion, political or other opinion, national or social origin, property or any other basis.*
- *Article 2 – Physical education, physical activity and sport can yield a wide range of benefits to individuals, communities and society at large.*
- *Article 3 – All stakeholders must participate in creating a strategic vision, identifying policy options and priorities.*

Hablaremos de todo esto y más en el presente manual. Incidiremos en la necesidad de planificar correctamente los objetivos que nos marcamos a la hora de organizar un evento deportivo. Igualmente, estudiaremos posibles variables y metodologías que se pueden tener en cuenta a la hora de planificar, ejecutar y evaluar la efectividad del evento deportivo desde los puntos de vista de tres grandes conceptos:

- La sostenibilidad
- El enfoque de género
- La accesibilidad

Estos tres grandes bloques los estudiaremos de la mano de deportistas y profesionales que han colaborado en la elaboración del presente documento.

Como paso previo al desarrollo de los módulos principales, se hace necesario realizar una pequeña introducción a la Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible para tener una visión general completa de los retos a los que nos enfrentamos y la hoja de ruta marcada por Naciones Unidas.

Los ODS y la Agenda 2030: Breve introducción

La Agenda 2030 y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con sus 169 metas, fue aprobada formalmente por los líderes mundiales durante la Cumbre de las Naciones Unidas que se celebró en la ciudad de Nueva York entre los días 25 y el 27 de septiembre de 2015.

De los ODM a los ODS

Para entender de dónde vienen los ODS, vamos a ver los antecedentes. En septiembre del año 2000 los líderes mundiales se reunieron en la sede de las Naciones Unidas con el fin de buscar mecanismos para reducir la pobreza y mejorar las condiciones de vida de las personas. Fue la Cumbre del Milenio, en la cual se aprobó la llamada Declaración del Milenio. En esta reunión se establecieron los llamados Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

Esta alianza internacional encaminada a reducir la pobreza extrema estableció una serie de metas que se debían cumplir entre los años 2000 y 2015, los conocidos como 8 Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) que fueron en su momento: 1: Erradicar la Pobreza Extrema, 2: Educación Básica para todos, 3: Igualdad de Oportunidades para el Hombre y la Mujer, 4: Reducir la mortalidad Infantil, 5: Mejorar la Salud en la Maternidad, 6: Avanzar en la Lucha contra el VIH y otras Enfermedades, 7: Asegurar un Medio Ambiente Sano y Seguro, y 8:

Lograr una Sociedad Global para el Desarrollo.

El punto de partida de los ODS fue la Reunión Plenaria de Alto Nivel de la Asamblea General de la ONU, realizada en 2010 con el fin de examinar los logros obtenidos por los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). En ese encuentro se vio la necesidad de crear un conjunto de objetivos relacionados con los desafíos ambientales, políticos y económicos del mundo después de 2015. Posteriormente, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible (Río+20), celebrada en Río de Janeiro en 2012, se dio inicio al proceso intergubernamental para definir los nuevos ODS. Para este fin, se propuso crear un “Grupo de trabajo de composición abierta” encargado de formular los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En diciembre de 2014 el Secretario General de la ONU presentó el Informe de síntesis sobre la agenda de desarrollo sostenible después de 2015. Se celebraron ocho sesiones intergubernamentales de negociación hasta llegar al documento final.

El Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) señala los 5 cambios más significativos que introducen los ODS en la agenda de desarrollo:

Sostenibilidad:

La nueva hoja de ruta pone en el centro una cuestión que había permanecido en un segundo plano en los últimos años, garantizar la vida y los derechos de las personas y el planeta tierra, siguiendo un modelo sostenible.

Equidad:

Los ODM se basaban en promedios nacionales y no contaban con la realidad de las comunidades más vulnerables y alejadas. Los ODS incluyen un enfoque en el que se tienen en cuenta más parámetros que reflejan mejor la realidad para poder trabajar con ella.

Universalidad:

Mientras los ODM trabajaban las metas solo en los países en desarrollo, los ODS establecen que no se puede hablar de agenda de desarrollo si no se asume que todos los problemas están interconectados y hay que abordarlos desde todos los países.

Compromiso:

A diferencia de los ODM, los ODS comprometen por primera vez a todos los países del mundo. Esto significa, por ejemplo, que los gobiernos de los países desarrollados tienen que aplicar la Agenda 2030 en sus políticas internas, lo que supone un cambio sustancial con respecto a los ODM.

En septiembre del 2015 se pone en marcha la consecución de los ODS

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, denominados también como ODS por sus iniciales, están diseñados en torno a cinco ejes centrales: Planeta, Personas, Prosperidad, Paz y Alianzas.

Personas: Por primera vez en la historia se propone erradicar la pobreza extrema y el hambre, en todas sus dimensiones, para que las personas puedan alcanzar su máximo potencial en un marco de equidad y dignidad.

Planeta: El cambio climático requiere de acciones urgentes para no comprometer las necesidades de las generaciones futuras.

Prosperidad: No es suficiente con erradicar la pobreza, la Agenda 2030 contempla no dejar a nadie atrás en la senda del desarrollo, en pos de un mundo donde todos y todas tengan acceso a vidas productivas y satisfactorias, beneficiándose del progreso económico, tecnológico y social.

Paz: Ningún nivel de desarrollo será sostenible si las naciones no viven en paz entre ellas y al interior de sus territorios. La promoción de la paz y la justicia es requisito indispensable para la dignidad humana.

Alianzas: Ante retos globales es indispensable movilizar recursos de toda fuente disponible, más allá de las finanzas públicas.

Los 17 ODS ¹

Conseguir los ODS requiere la colaboración de los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y los ciudadanos por igual para asegurar que dejaremos un planeta mejor a las generaciones futuras. Estos 17 objetivos, con sus 169 metas, son los que debemos ser capaces de alcanzar antes del año 2030. Como hemos dicho anteriormente, son objetivos globales, que afectan tanto a los países desarrollados como en desarrollo, son de carácter integrado y conjugan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: la económica, la social y la ambiental.

Los países tienen la oportunidad de trabajar para NO DEJAR A NADIE ATRÁS, reducir las desigualdades, y luchar por el cambio climático y todas sus implicaciones. Estos 17 objetivos y sus metas, suponen uno de los mayores retos que la humanidad en su conjunto se haya marcado jamás.

¹ Naciones Unidas. (n.d.). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

ODS 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo: erradicar la pobreza en todas sus formas sigue siendo uno de los principales desafíos que enfrenta la humanidad.

ODS 2. Poner fin al hambre y lograr la seguridad alimentaria con la agricultura sostenible: se estima que más de 700 millones de personas sufren de desnutrición crónica, a menudo como consecuencia directa de la degradación ambiental, la sequía y la pérdida de biodiversidad.

ODS 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todas las edades: la salud es un impulsor, un indicador y un resultado del desarrollo sostenible. Las personas sanas están mejor capacitadas para contribuir al desarrollo de sus países.

ODS 4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad para todos: desde 2000 se ha registrado un enorme progreso en la meta relativa a la educación primaria universal.

ODS 5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a mujeres y niñas: poner fin a todas las formas de discriminación contra las mujeres y niñas pues no es solo un derecho humano básico, sino que además es crucial para acelerar el desarrollo sostenible.

ODS 6. Garantizar la disponibilidad del agua y su gestión sostenible y sana: la escasez de agua afecta a más del 40 por ciento de la población mundial, una cifra alarmante que probablemente crecerá con el aumento de las temperaturas globales producto del cambio climático.

ODS 7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura y sostenible: entre 1990 y 2010, la cantidad de personas con acceso a energía eléctrica aumentó en 1.700 millones. Sin embargo, a la par con el crecimiento de la población mundial, también lo hará la demanda de energía accesible.

ODS 8. Promover el crecimiento económico sostenible y el trabajo decente: durante los últimos 25 años, la cantidad de trabajadores que viven en condiciones de pobreza extrema ha disminuido drásticamente, pese al impacto de la crisis económica de 2008 y las recesiones globales.

ODS 9. Construir infraestructuras resilientes y promover la industria sostenible: la inversión en infraestructura y la innovación son motores fundamentales del crecimiento y el desarrollo económico.

ODS 10. Reducir la desigualdad en y entre los países: es sabido que la desigualdad está en aumento y que el 10 por ciento más rico de la población se queda hasta con el 40 por ciento del ingreso mundial total.



ODS 11. Lograr que las ciudades sean inclusivas, resilientes y sostenibles: más de la mitad de la población mundial vive hoy en zonas urbanas. En 2050, esa cifra habrá aumentado a 6.500 millones de personas, dos tercios de la humanidad.

ODS 12. Garantizar modalidades de producción y consumo sostenibles: para lograr crecimiento económico y desarrollo sostenible, es urgente reducir la huella ecológica mediante un cambio en los métodos de producción y consumo de bienes y recursos.

ODS 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático: no hay país en el mundo que no haya experimentado los dramáticos efectos del cambio climático.

ODS 14. Conservar y utilizar de manera sostenible los océanos, mares y recursos: los océanos del mundo, su temperatura, composición química, corrientes y vida son el motor de los sistemas globales que hacen que la Tierra sea un lugar habitable para los seres humanos.

ODS 15. Gestionar sosteniblemente los bosques y luchar contra la desertificación: la vida humana depende de la tierra tanto como del océano para su sustento y subsistencia.

ODS 16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas: sin paz, estabilidad, derechos humanos y go-

bernabilidad efectiva basada en el Estado de derecho, no es posible alcanzar el desarrollo sostenible. Vivimos en un mundo cada vez más dividido.

ODS 17. Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible: los Objetivos de Desarrollo Sostenible solo se pueden lograr con el compromiso decidido a favor de alianzas mundiales y cooperación.

Como vemos, el lema de la Agenda 2030 sobre la que se sustentan sus 17 ODS es NO DEJAR A NADIE ATRÁS, resaltando la necesidad de involucrar a TODOS los agentes sociales en el cambio.

En el terreno que nos ocupa, no cabe la menor duda de la importancia del deporte como motor de ese cambio.

Realizando prácticas deportivas más sostenibles e inclusivas, se estarán trabajando activa y paralelamente en varios de estos ODS, de una manera más o menos directa, como los ODS 3, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 13 y especialmente el ODS 17 de Alianzas.

Mediante una colaboración activa, y el compromiso entre los distintos actores públicos, ONG, sector privado y ciudadanía, podremos convertir el deporte en un instrumento de cambio.

Muchas gracias por acompañarnos en el camino del cambio.



4

Eventos deportivos

- 4.1. ¿Qué es un evento deportivo?
- 4.2. Grupos de Interés (GI) en un evento deportivo
- 4.3. Servicios asociados a un evento deportivo (SA)
- 4.4. Materiales
- 4.5. Fases de un evento deportivo



4.1.

¿Qué es un evento deportivo?

Según la Real Academia Española un “evento” es un “Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva”.

Para el caso que nos ocupa, un “evento deportivo” lo podríamos definir entonces como “Un suceso importante y programado de índole deportiva”. Aunque de buen seguro nos quedamos con una definición muy limitada de lo que abarca.

Vayamos pues por partes:

- Coincidiremos en definir que es una **competición** (o incluso varias), entre dos o más equipos o atletas y se compite por un “premio u objetivo” como ganar una competición, un título, una carrera, una clasificación, etc.
- Es una competición deportiva. No se trata de adivinar palabras ni de hacer malabares, sino que se desarrolla una actividad física. **Esto va de deporte.**
- Se desarrolla en un **momento muy determinado del tiempo**, normalmente de corta duración (entendiéndose como “corta duración” aquella que puede durar horas, días, incluso semanas, pero que claramente no abarca meses). Es decir, una liga regular de fútbol o baloncesto o balonmano, no lo consideramos un evento; pero sí en cambio la final de la Copa del Rey de fútbol (que dura un día), por ejemplo, o la final a ocho de la Champions Lea-

gue masculina que ha realizado la UEFA en la edición de Lisboa’20 (que duró 11 días) o la final a ocho de la Champions League Femenina también en su edición 2020, que se disputó durante 10 días en el País Vasco. Probablemente uno de los eventos que tiene una duración más larga es un mundial de fútbol, tanto en su versión masculina como femenina, pues suele durar alrededor de un mes. Curiosamente, el evento de eventos, los Juegos Olímpicos, tiene una duración algo más corta, entre 16 y 18 días y su versión Paralímpica suele durar poco más de dos semanas.

- Se realiza una designación de “**Sede**” donde se desarrollará la competición. La sede puede ser una única ciudad o varias, en función de la complejidad del evento, número de equipos o atletas participantes, número y tipo de instalaciones que se requieren... De esta forma, unas Olimpiadas tienen definida una sede (Barcelona’92) pero las diferentes competiciones pueden desarrollarse en diferentes ciudades o subse-des (Badalona, Vic, Hospitalet, Viladecans, Granollers, ...). O bien pueden tener una sede única, como el caso de la Copa del Rey de baloncesto en España que cada temporada se disputa en una única ciudad. Normalmente la sede facilitará las instalaciones (con coste o no) para que se disputen las competiciones, incluso aquellas que permitan los entrenamientos de los atletas, si fueran necesarias.
- Como consecuencia de lo anterior, en grandes eventos, la **atención mediática** suele concentrarse y el amante del



deporte puede seguir la competición sin muchas interferencias informativas. Las propiedades buscan espacios en los que el evento pueda tener protagonismo y no rivalice con muchas otras competiciones y/o deportes. Por ello, los mundiales de cualquier competición deportiva no van a coincidir con unas Olimpiadas, o con unos Europeos u otras competiciones continentales, por ejemplo.

- Un evento deportivo está sujeto al diseño y dirección de una **propiedad**. Entendiéndose como propiedad a aquel conjunto de personas, empresa, organización o grupo de interés que tiene el control efectivo sobre el mismo: define las normas de la/s competición/es, su desarrollo, define y nombra las sedes, patrocinadores, pone a la venta los derechos de televisión si los hubiere, etc.

Por tanto, con todos estos componentes anteriores, podríamos definir un "Evento Deportivo" como sigue:

"Aquella competición o competiciones deportivas en la que los atletas o equipos desarrollan su actividad normalmente en una única ciudad o territorio, en un momento determinado del año, de una duración relativamente corta y que está sujeta a la dirección y normativa de una propiedad"

Es evidente que, a partir de aquí, en función de la "envergadura" del evento habrá muchos otros actores que podrán formar parte del mismo (televisiones, medios de comunicación, patrocinadores, entre otros).

En cualquier caso, la definición integra los elementos mínimos necesarios para definir un "Evento Deportivo", tanto si se trata de una carrera popular donde no hay patrocinadores ni televisión, que dura un solo día y gestionada por un grupo de amigos amantes del footing que simplemente esperan cubrir costes; como si se trata de unos Juegos Olímpicos donde las televisiones y marcas comerciales se disputan los espacios, que dura algo más de dos semanas y es gestionada por un organismo deportivo de referencia mundial (Comité Olímpico Internacional COI) generando unos ingresos cercanos a los 7.000 millones de dólares, tal y como se cita en el artículo en Diario Expansión².

²Osrio, 2016, "Los juegos ingresa casi 7.000 millones por la vía comercial". Extraído de Diario Expansión <https://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2016/08/05/57a3a82046163f83038b4655.html>.



4.2.

Grupos de Interés (GI) en un evento deportivo

Tanto para abundar en lo que es un evento deportivo, como para poder asentar bases que nos servirán después para el desarrollo de los objetivos del presente manual, es imprescindible introducir el concepto de Grupos de Interés en un Evento Deportivo.

Definiremos un Grupo de Interés como aquel conjunto de individuos, ya sean personas físicas o entidades jurídicas, que tiene unas necesidades y unas inquietudes similares y que requiere de unos recursos o de unos servicios también similares en un evento deportivo y que son parte interesada en el mismo, por la razón que fuere. Además, situaremos a estos individuos en un grupo concreto para poder facilitar la gestión de sus expectativas y necesidades, cuestión clave, como veremos con posterioridad, para evaluar criterios como sostenibilidad, igualdad y accesibilidad.

En consecuencia, podríamos identificar estos diferentes Grupos de Interés en un Evento Deportivo:



1. Los atletas, equipos, participantes en una competición determinada, incluiremos asimismo a los jueces y/o árbitros de la/s competición/es.



2. Los fans, el público que seguirá en vivo y directo las evoluciones de la competición.



3. Los VIP's, entendiéndose como aquellos compromisos necesarios de atender por parte de la Propiedad y que requieren de un trato diferenciado.



4. La Sede, entendida como el conjunto de personas que representan a la ciudad o ciudades donde se desarrolla el evento, que custodia y ofrece sus instalaciones deportivas para el desarrollo de la competición.



5. La propiedad, como el conjunto de personas que dirigen y coordinan, en último término, el evento deportivo.



6. Los proveedores que ofrecen sus servicios a la propiedad para el desarrollo de determinadas actividades que esta última no desarrolla por sí misma y que, por tanto, debe subcontratar.



7. Los voluntarios, que con generosidad aportan su esfuerzo y permiten desarrollar un sinnúmero de actividades en el evento sin percibir remuneración económica.



8. Los patrocinadores que, a cambio de una contraprestación normalmente económica (también puede ser en especies o una combinación de ambas), asocian su marca a la del evento.



9. Los medios de comunicación, incluidos los medios televisivos, que van a cubrir el desarrollo del evento.



10. Las fuerzas de seguridad del estado, locales y/o regionales, bomberos, cuerpos de protección civil, servicios de emergencia, movilidad y circulación.



11. Sociedad en general, entendida como aquellas personas que, aunque no participan de forma directa en el evento, se ven afectados de alguna manera por la realización del mismo, ya sea de manera positiva como negativa.



12. Gobierno Central y Organismos Reguladores entendido como las normas legales que tiene que cumplir el evento en función de la ubicación en la que se realice.

Dentro de estos doce grupos están incluidos todos los "individuos" que interactúan en un evento deportivo. Y cada uno de estos grupos, como decíamos anteriormente, tienen unas necesidades comunes y, por tanto, requieren de unos servicios acordes a las mismas.

Estudiaremos estas necesidades para después asociar a las mismas los servicios que requieren y, de esta forma, poder evaluar los recursos que se consumen en cada caso, lo que a la postre estará vinculado con los aspectos de sostenibilidad, enfoque de género y accesibilidad.

Este análisis está realizado desde el punto de vista de los individuos que componen cada uno de los grupos de interés siguientes:

a) Las/los atletas, equipos y/o participantes en un Evento Deportivo, ¿qué necesitan?

- Desplazamiento de su lugar de residencia a la sede del evento y viceversa para aquellos que vienen de fuera de la ciudad sede.
- Alojamiento y manutención durante los días en los que dure la competición, igualmente para los que no residen en la ciudad sede.
- Información detallada de la competición, de las infraestructuras deportivas, de los servicios médicos, así como horarios, contactos y un sinnúmero de información para el buen desarrollo de la competición.
- Desplazamiento interno desde su alojamiento hasta las instalaciones deportivas para entrenamientos, así como para competir (en eventos profesionales, normalmente este tipo de desplazamientos los contrata la propiedad).

- Acreditación para poder acceder libremente a los recintos deportivos.
- Avituallamiento durante la disputa de la competición.
- Servicios médicos.
- Medidas de seguridad.

b) Los fans, ¿qué necesitan?

- Desplazamiento de su lugar de residencia a la sede del evento y viceversa para aquellos que vienen de fuera de la ciudad sede.
- Alojamiento y manutención durante los días en los que dure la competición igualmente para los que no residen en la ciudad sede.
- Información detallada de la competición, horarios, contactos, información sobre entradas y evolución de la competición, entre otras.
- Desplazamiento interno desde su alojamiento hasta las instalaciones deportivas para presenciar las competiciones (normalmente utilizando sus propios medios y/o transporte público).
- Entradas.
- Servicios de manutención durante las competiciones.
- Medidas de seguridad.

c) Los VIPs, ¿qué necesitan?

- Desplazamiento de su lugar de residencia a la sede del evento y viceversa.

- Alojamiento y manutención durante los días en los que dure la competición.
- Información detallada de la competición, horarios, contactos, ...
- Desplazamiento interno desde su alojamiento hasta las instalaciones deportivas para presenciar las competiciones (en eventos profesionales, normalmente este tipo de desplazamientos los contrata la propiedad).
- Entradas y acreditaciones.
- Servicios de manutención VIP durante las competiciones.
- Medidas de seguridad.

d) La Sede, ¿qué necesita?

- Desplazamiento de su lugar de residencia a la sede del evento y viceversa.
- Alojamiento y manutención durante los días en los que dure la competición.
- Información detallada de la competición, horarios, contactos, ...
- Desplazamiento interno desde su alojamiento hasta las instalaciones deportivas para presenciar las competiciones (en eventos profesionales, normalmente este tipo de desplazamientos los contrata la propiedad).
- Entradas y acreditaciones.
- Servicios de manutención VIP durante las competiciones.

- Servicios y elementos de exposición publicitaria (vallas, soportes led, infografías,...)
- Medidas de seguridad.

e) La Propiedad, ¿qué necesita?

- Desplazamiento de su lugar de residencia a la sede del evento y viceversa.
- Alojamiento y manutención durante los días en los que dure la competición.
- Información detallada de la competición, horarios, contactos, ...
- Desplazamiento interno para tener libertad de movimientos en la ciudad sede.
- Acreditaciones.
- Servicios de manutención durante las competiciones.
- Información detallada por parte de la Sede, especialmente en relación a las instalaciones, planos de la ciudad, información de líneas de transporte público, hospitales,...
- Medidas de seguridad.

f) Los voluntarios, ¿qué necesitan?

- Desplazamiento de su lugar de residencia a la sede del evento y viceversa.
- Alojamiento y manutención durante los días en los que dure la competición.
- Información detallada de la competición, horarios, con-

- tactos, ...especialmente enfocada al montaje, desmontaje y otras necesidades de la propiedad.
- Desplazamiento interno desde su alojamiento hasta las instalaciones deportivas para realizar las tareas encomendadas.
- Acreditaciones para poder entrar libremente por las instalaciones deportivas a realizar las tareas encomendadas.
- Servicios de manutención durante las competiciones.
- Equipaciones, material deportivo y otro que le designe e identifique como voluntario del evento.
- Medidas de seguridad.

g) Los proveedores, ¿qué necesitan?

- Desplazamiento de su lugar de residencia a la sede del evento y viceversa.
- Alojamiento y manutención durante los días en los que dure la competición.
- Información detallada de la competición, horarios, contactos, ...especialmente enfocada al montaje, desmontaje y otras necesidades de la propiedad.
- Desplazamiento interno desde su alojamiento hasta las instalaciones deportivas para realizar las tareas encomendadas.
- Acreditaciones para poder entrar libremente por las instalaciones deportivas a realizar las tareas encomendadas.
- Servicios de manutención durante las competiciones, si

- fuera necesario.
- Medidas de seguridad.

h) Los Patrocinadores, ¿qué necesitan?

- Desplazamiento de su lugar de residencia a la sede del evento y viceversa.
- Alojamiento y manutención durante los días en los que dure la competición.
- Información detallada de la competición, horarios, contactos, ...
- Desplazamiento interno desde su alojamiento hasta las instalaciones deportivas para presenciar las competiciones (en eventos profesionales, normalmente este tipo de desplazamientos los contrata la propiedad).
- Entradas y acreditaciones.
- Servicios de manutención VIP durante las competiciones.
- Servicios y elementos de exposición publicitaria (vallas, soportes led, infografías,...)
- Stands o espacios para venta y/o exhibición de productos.
- Medidas de seguridad.

i) Los Medios de Comunicación, ¿que necesitan?

- Desplazamiento de su lugar de residencia a la sede del evento y viceversa.
- Alojamiento y manutención durante los días en los que

dure la competición.

- Información detallada de la competición, horarios, contactos, ...notas de prensa, horarios de atención a prensa,...
- Desplazamiento interno desde su alojamiento hasta las instalaciones deportivas para presenciar las competiciones (en eventos profesionales, normalmente este tipo de desplazamientos los contrata la propiedad).
- Acreditaciones.
- Servicios de manutención durante las competiciones.
- Servicios y elementos de trabajo adecuados para realizar sus tareas periodísticas en el lugar de celebración de la competición (conexión a internet, mesas, sillas, enchufes cerca de su lugar de trabajo...)
- Área de descanso adecuada en caso de que la competición sea duradera en el tiempo. Tengamos presente que los/as periodistas llegan horas antes al inicio de la competición y se marchan horas después, con lo que suelen estar muchas horas en la instalación deportiva.
- Medidas de seguridad.

j) Las fuerzas y cuerpos de seguridad, ¿que necesitan?

- Información detallada de la competición, horarios, contactos, ... muy orientada a la seguridad con lo que es muy específica y abundante.
- Desplazamiento interno desde su alojamiento hasta las instalaciones deportivas para realizar su trabajo.
- Acreditaciones.

k) El resto de la sociedad que no participa en el evento deportivo en cuestión.

Un evento deportivo, sea de la envergadura que sea, genera efectos colaterales también para aquellos que no van a participar en el mismo. Estos efectos pueden ser a nivel medioambiental, económico o social.

Por ejemplo, una carrera un domingo por la mañana en el centro de la ciudad, implica que se bloqueen calles para el tráfico de vehículos y que uno o varios altavoces generen mayor contaminación acústica de la que las personas que conviven en la zona están acostumbrados. Un evento nacional de natación de un fin de semana, probablemente generará un mayor tráfico alrededor de la instalación deportiva que el que suele ser habitual. Unas olimpiadas obligarán a la sede a realizar obras importantes para adecuar las infraestructuras, tanto deportivas como de alojamientos entre otras, que generarán efectos sobre el conjunto de la ciudadanía (ruido, cortes de calles, concentración y aglomeraciones de personas, mayor concentración de polvo, etc.).

Por otra parte, estos mismos eventos que comentamos en el párrafo anterior con toda seguridad generarán unos beneficios económicos a buena parte de la sociedad de la sede en cuestión. Deportistas, fans y trabajadores pernoctarán en hoteles de la ciudad, cogerán taxis y otros sistemas de transporte, realizarán compras, comerán en restaurantes, etc. Con lo que activarán la economía de la sede y beneficiarán de esta forma a muchas personas aunque éstas no tengan nada que ver con el evento en sí mismo.

Medir la “amigabilidad” de un evento deportivo implicaría entonces conocer también los efectos que tiene sobre las personas que, no participando directamente del mismo, sufren sus efectos.

l) Gobierno y Organismos Reguladores

El cumplimiento de las normas y leyes en los distintos ámbitos, ya sean nacional, regional o local, debemos tenerlos muy en cuenta a la hora de planificar nuestro evento deportivo.

4.3.

Servicios asociados a un evento deportivo (SA)

En el apartado anterior (Grupos de Interés) hemos identificado aquellos grupos de individuos que tienen necesidades similares entre sí. Es decir, que requieren de unos servicios determinados. Hemos enumerado estos servicios y a continuación vamos a agruparlos y estudiarlos brevemente:

1. Desplazamiento desde el lugar de residencia a la sede del evento y viceversa.

Este es un servicio que necesitan todos los colectivos que provengan de fuera de la sede y que, a la postre, será muy relevante para la medición del grado de sostenibilidad del evento.

Veamos el siguiente ejemplo:

Imaginemos un evento deportivo, una carrera, en tu ciudad de residencia, que se desarrolla en el centro de la ciudad y no se permite llegar en coche por ser zona peatonal. Imagina que participan diez mil corredores y que todos ellos llegan a pie o en bici, pues se trata de una carrera exclusivamente enfocada al público local; llegan, se sitúan

en su punto de salida, corren terminan la carrera y regresan a sus casas. En contraposición, podemos tener otro evento similar, una carrera, con el mismo número de corredores pero que la mitad llegan en avión y la otra mitad a pie o en bici. Este segundo evento genera unas emisiones de CO2 muy superiores al primero, aún tratándose de un evento muy similar y con el mismo número de participantes.

Es evidente que, desde un punto de vista de impacto económico, a la sede le interesará más el evento segundo que el primero, pues va a facilitar que lleguen a la ciudad personas de fuera, que van a quedarse a dormir en los hoteles de la ciudad, que comerán en nuestros restaurantes y cogerán nuestros taxis, pero desde un punto de vista de sostenibilidad medioambiental, la afluencia de personas de fuera, a no ser de que el viaje se realice con medios poco contaminantes, va a tener mayor impacto medioambiental negativo.

Entonces, las variables clave para “medir” el impacto en relación a sostenibilidad en este servicio asociado (viaje hasta ciudad sede y vuelta), lo preste quien lo preste, serán:

- El número de personas que vengan de fuera (de cualquier Grupo de interés).
- Distancia promedio recorrida.
- Medio de desplazamiento.

Si conocemos estas tres variables podemos asignar un “valor” al servicio asociado de “Desplazamiento desde el lugar de residencia a la sede y viceversa” en cuanto a sostenibilidad se refiere. Esta medición de las variables, la veremos más adelante, en el punto 5.6.

2. Alojamiento y manutención durante los días en los que dure la competición.

Muy vinculado al punto anterior, a mayor número de personas de fuera, mayor ocupación hotelera. Si los hoteles que operan en nuestra ciudad sede son todos extremadamente “ecológicos”, utilizan energías renovables, no malbaratan el agua, etc, entonces no deben preocuparnos mayores tasas de ocupación de los mismos. Pero si, por el contrario, el “nivel de amigabilidad” con el medio ambiente de los hoteles de nuestra ciudad es más bien bajo, entonces mayores tasas de ocupación derivarán en mayores perjuicios al medio ambiente y a la sostenibilidad en general

3. Servicio de información.

Hemos visto que se requiere de un importante servicio de información en un evento deportivo. Obviamente en función de cada grupo de interés al que se pertenezca, el tipo de información demandada será diferente, pero aquí lo importante radica, no tanto en el tipo de información que se da, sino en el formato en el que se entrega la mis-

ma. Es decir, a efectos de sostenibilidad, lo importante será CÓMO se entrega la información, EN QUÉ SOPORTE, en lugar de qué información se trata.

No hace muchos años la información se proporcionaba básicamente en papel: planos detallados para los proveedores, información sobre horarios de apertura y cierre de las instalaciones, información sobre venta de entradas, notas de prensa, y un sinfín de información adicional. Pensemos, por ejemplo, en un evento en el que se acrediten 500 periodistas, que dure 4 días y que se generen 15 notas de prensa diarias. Esto significa que si el soporte en el que se proporciona esta información es el papel, aproximadamente se están utilizando treinta mil hojas de papel, el equivalente a 150 kgs y solo por el GI correspondiente a los periodistas y medios de comunicación. Y si el evento se realiza con estas condiciones, ¿se han generado los espacios e información suficientes para poder RECICLAR buena parte del mencionado papel?

Hoy por hoy la tecnología permite dar un gran salto cualitativo que redundará en una menor utilización de recursos. El proceso de digitalización es imparable y, cuanto más información digital se provea, más sostenible será un evento.

Debemos fijarnos entonces que algunas de las variables clave para “medir” el impacto en relación a sostenibilidad en este servicio asociado, lo preste quien lo preste, serán:

- Formato de la información ofrecida a cada grupo de interés.
- Volumen del material utilizado.
- Nivel de sostenibilidad medioambiental del material utilizado.
- Uso de sistemas de reciclaje y grado de efectividad de los mismos.

Si conocemos estas variables podemos asignar un “valor” al servicio asociado de “Información” en cuanto a sostenibilidad se refiere.

A efectos de igualdad y accesibilidad, la información que genera la propiedad debe velar, como veremos más adelante, tanto para que no se excluya ningún colectivo (que permita la buena comprensión a colectivos de personas con discapacidades sensoriales) con lo que la FORMA la información adquiere gran importancia, así como para evitar informaciones de índole machista u ofensiva para las mujeres. Aquí entramos entonces también en el CONTENIDO de la información.

4. Desplazamientos internos.

Por desplazamientos internos entendemos todos aquellos desplazamientos dentro de cada sede que son necesarios para el buen desarrollo del evento. Los deportistas y periodistas necesitan desplazarse desde su lugar de concentración a las instalaciones deportivas,

los fans se desplazarán desde sus casas hasta las instalaciones y así por cada uno de los grupos de interés que hemos establecido.

La forma que se utilice para realizar cada uno de estos desplazamientos, necesarios en cualquier caso, va a tener un impacto directo en términos de sostenibilidad. Una propiedad y sede implicadas en la consecución de los objetivos de la Agenda 2030 con toda seguridad procurará facilitar transporte público lo menos contaminante posible y accesible a todos los colectivos sociales, también para aquellos con discapacidades motrices, para reducir el transporte individual en vehículos propios.

El objetivo radica entonces en contabilizar los desplazamientos internos que un evento genera así como la forma en que estos se realizan.

5. Servicio de acreditaciones.

En un evento deportivo se dan cita, siempre, dos grandes colectivos: aquellos que van a “trabajar” y aquellos que van a “disfrutar”. Los que van a trabajar son los atletas, árbitros, la propiedad, los patrocinadores, los proveedores, los voluntarios, las fuerzas de seguridad y orden público, entre algunos otros. Los que van a disfrutar (o a sufrir) son los espectadores, los fans que apoyan a sus respectivos atletas y/o equipos.

Para poder entrar en las instalaciones donde se desarrolla el evento se hace necesario poder distinguir a unos de otros.

Los que van a disfrutar deberán pagar su entrada y recibir un documento acreditativo que les de acceso a las mismas (las entradas). Para distinguir a aquellos que trabajan y poder darles acceso, las propiedades emiten lo que denominamos comúnmente como “acreditaciones”. Una acreditación es, pues, un documento que acredita al portador que puede entrar en la instalación y puede, y debe, realizar un trabajo concreto. Las acreditaciones pueden ser tan complejas como se quiera, es decir, pueden dar acceso solo por unas horas o días determinados o en unos espacios también delimitados o pueden ser de “libre circulación”. Todo dependerá del tipo de evento del que estemos hablando y de la complejidad del mismo.

En cualquier caso se necesita una forma física (o digital) de acreditar a una persona. Hasta ahora, en prácticamente todos los eventos, se utiliza la típica acreditación hecha con papel, plástico y cinta para ponerla en el cuello, tipo collar. Es un buen sistema pues no solo permite al portador entrar en la instalación sino que ayuda a la propiedad y a las fuerzas de seguridad a identificar de forma fácil y visible que uno trabaja en la misma.

El consumo de acreditaciones va a variar de un evento a otro, pero no es nada menospreciable la utilización de recursos que conlleva. Para ponerlos un ejemplo práctico,

en una Copa del Rey de baloncesto en España se acreditan alrededor de dos mil personas. A cada una de ellas se les emite su correspondiente acreditación y, hasta la fecha (2020), se realizan con papel que se recubre en plástico para que sea más duradera. El plástico utilizado en cada una de las acreditaciones pesa alrededor de 10 gramos con lo que se utilizan unos 20 kg de plástico. El papel que se utiliza es especial, para evitar falsificaciones, en cada acreditación se utilizan unos 5 gramos pero genera grandes mermas, con lo que, por cada acreditación, pueden llegar a consumirse unos 8 gramos, lo que genera un consumo de unos 16 kg de papel. En función de la reciclabilidad de los materiales que usamos para generar las acreditaciones, estaremos siendo más o menos amigables con el medio ambiente.

Las variables clave para medir el impacto en sostenibilidad de este servicio serán: el número de acreditaciones que se emitan, el material que ello comporta y lo respetuoso que sea este material en relación con el medio ambiente, y sus posibilidades de reciclaje o reutilización.

6. Servicios de manutención durante las competiciones.

Todos sabemos que los atletas necesitan hidratarse, beber, incluso comer para poder aguantar una competición deportiva. Pero en este servicio incluimos todos los servicios de manutención que se desarrollan en un evento

y que pueden conllevar, en función del mismo, múltiples subservicios.

En grandes eventos como en unas Olimpiadas, donde las competiciones pueden alargarse durante horas, es necesario proveer de manutención a diferentes colectivos: los periodistas, los fans, los proveedores, las fuerzas de seguridad,... No estamos contemplando la necesidad de pagar o no por el servicio, lo importante a los efectos de este manual radica en tener claro que en un evento se va a utilizar mucho material para la manutención y conviene estar atento, tanto a la comida que se ofrece, como, muy especialmente, a los envases y desechos que genera.

Asimismo, debería ser objeto de atención por parte de la propiedad el que la oferta de comida sea variada y pueda dar cobertura a las necesidades de nuestra sociedad actual. Especial enfoque a personas vegetarianas, veganas, alérgicas o intolerantes al gluten, u otras restricciones alimentarias, deben ser un objetivo también para los gestores para generar un espacio de convivencia en igualdad de condiciones para todos los colectivos que se dan cita en un evento deportivo, especialmente si la duración del mismo es larga e implica quedarse durante horas en las instalaciones. Ajustar el cálculo de las cantidades de comida que van a ser necesarias para así evitar desperdicio, o prever la donación de la comida no utilizada, pueden ser algunas de las acciones a realizar.

7. Servicios de ticketing

Todas las propiedades que gestionan eventos ofrecen a sus fans la posibilidad de comprar entradas. Es una fuente de recursos muy importante para el organizador quien año tras año suele mejorar su oferta. No solo se ofrecen las entradas para asistir al espectáculo deportivo, sino que suelen ofrecerse múltiples opciones adicionales: servicios de parking, de catering, hoteles, entre otros.

Lo esencial desde la perspectiva de este manual será entonces el tipo de material que se utilizará para generar las entradas que junto con el número de personas que utilizan el servicio nos dará el consumo global de determinados recursos.

Imaginemos una competición de diez días y que cada día sea necesario presentar una entrada diferente, en una instalación para veinte mil espectadores con un sistema de entradas físicas. Imaginemos que cada entrada es un DINA4. Ello conlleva, a razón de 5 grs por entrada, a consumir la friolera de una tonelada de papel.

Hoy por hoy, muchas propiedades están digitalizando el servicio y animamos desde aquí a que así sea. Tiene unas grandes ventajas, muy especialmente en la reducción de consumo de recursos. Pero no basta con que facilitemos la compra de entradas online, sino que hay que ofrecer también la posibilidad de “enviar” esas entradas al teléfono

o móvil al comprador, y que los accesos a las instalaciones pueda hacerse la lectura de las mismas. La tecnología lo permite, y ahorramos papel y tinta mejorando así mismo el servicio al cliente.

4.4.

Materiales

A nadie se le escapa que en un evento deportivo pueden llegar a utilizarse un sinfín de materiales. No vamos a especular sobre una posible lista, esto sería, como es comprensible, una misión prácticamente imposible. Lo que pretendemos es crear una pauta metodológica que ayude al usuario de este manual a crear un método, un protocolo, para poder analizar este campo y llegar a determinadas conclusiones.

Así pues, en primer lugar vamos a discernir, no tanto sobre los materiales en sí, sino dónde y por qué van a utilizarse. De esta forma podemos distinguir entre:

a) Materiales sanitarios: Están presentes en prácticamente todas las competiciones deportivas y, de hecho, en muchas de ellas serán obligatorios. Servirán, no solo para los deportistas, sino también para atender al público y/o a los trabajadores en caso de cualquier necesidad, herida, torcedura o golpe. Parece una obviedad

pero hay que tener presente a todos los colectivos. Una buena iniciativa es que el material sanitario sea evaluado tanto por un médico como por una médica, así como por algún especialista en personas con discapacidad.

Incluiremos también en este apartado todos aquellos materiales vinculados al control de COVID-19, por ejemplo.



b) Materiales deportivos: ¿Cómo va realizarse la competición deportiva sin ellos? Los balones y las porterías, las equipaciones (cascos, camisetas, pantalones, bañadores, dorsales, etc). No solo para los equipos y atletas, pensad que muchas organizaciones tienen un código de vestimenta para su personal (propiedad), voluntarios e incluso algunos proveedores de servicios (especialmente los que están en contacto permanente con el público, como puede ser el personal que controla la entrada de público, el personal de protocolo, los acomodadores, etc).



c) Materiales publicitarios: El deporte es, sin duda alguna, una palanca tremendamente eficaz para la promoción de determinadas marcas y servicios. Son muchas las empresas que se asocian al deporte y a los eventos deportivos para apalancarse en los valores que se asocian a estos (superación, fair play, respeto, competitividad, esfuerzo, entre muchos otros). Estamos acostumbrados a que durante las emisiones por televisión o streaming se nos inserten anuncios de marcas comerciales, o en la misma presentación de la retransmisión aparezcan “cabeceras” en las que vemos marcas comerciales asociadas a la misma. Pero las marcas también aparecen en la cancha o la instalación deportiva o en el recorrido de un determinado circuito, ya sea de una carrera de motos o coches como de una maratón. Os invitamos a que observéis atentamente una foto de una cancha de baloncesto, por ejemplo, en un evento como la Copa del Rey. Veréis que la cancha está repleta de publicidad, pero no solo la cancha, sino la misma instalación respira de la marca comercial del evento y sus patrocinadores y marcas asociadas.

La publicidad “in situ y real”, es decir, la que no está insertada digitalmente en la retransmisión, ni tampoco aquella “in situ” pero en aparatos led (aparatos de publicidad digital) es muy común tanto en las competiciones como en los eventos deportivos. Pero en los eventos deportivos se produce un hecho un tanto relevante a tener muy en cuenta a los efectos de este manual: hay que tener presente que muchos eventos deportivos se negocian bajo la

modalidad “Clean Venue”. Esta modalidad de negociación obliga a la Sede (propietaria de la instalación), entre otras cosas, a la retirada de toda publicidad existente para que la instalación quede “limpia” de la misma y la Propiedad pueda “estampar” la publicidad que estime conveniente. De esta forma la Propiedad puede exhibir durante el evento deportivo, tanto ante los aficionados que viven el evento en vivo y directo, como ante los que lo disfrutan por televisión, sus marcas comerciales asociadas.



Una vez acabada la competición (que puede durar muy pocos días o incluso pocas horas), la propiedad retira toda la publicidad dejando de nuevo la instalación “limpia” para que la sede vuelva a insertar la que considere oportuna. Pensemos que la publicidad que inserta la propiedad de forma física y real, tanto en cancha como en la instalación en general, una vez acabada la competición, ya no tendrá posibilidad de reutilizarse. ¿De qué nos van a servir los logos de Barcelona’92? Los logos, imagen y, en general, cualquier elemento publicitario de la Final de la Champions Femenina de 2020 en el País Vasco, no se van a utilizar en ningún otro evento deportivo. Excepto para algún nostálgico, todo el material publicitario acabará, lamentablemente, en la basura.

En consecuencia, en función de la cantidad de metros cuadrados de publicidad “in situ y real”, de los materiales y los sistemas de estampación que utilicemos, así como de sus posibilidades de reciclaje una vez acabado el evento, estaremos ante una posición más o menos “amigable” en relación con los términos de sostenibilidad.

d) Materiales para completar necesidades en infraestructuras: También es muy frecuente que la infraestructura deportiva que cede la Sede para la realización de un evento deportivo no cumpla con todas las necesidades de la Propiedad. Es habitual entonces que la propiedad realice algunos cambios no estructurales en la instalación, y siempre lógicamente con el permiso

de la Sede. Nos referimos a, por ejemplo, preparar en mejor medida una sala VIP, o preparar asientos en sitios preferentes para que nuestros medios de comunicación puedan realizar un mejor trabajo, o instalar mesas de trabajo e infraestructura de conectividad en la misma cancha (en caso de competiciones que se desarrollan en pabellones).

En otras ocasiones la propiedad debe invertir para desplegar una infraestructura de cableado para que las televisiones que tienen los derechos de retransmisión puedan captar imágenes desde muchos otros ángulos y puedan conectarse desde espacios no habilitados de forma estructural. En cualquier caso, éstos son algunos ejemplos de actuaciones que se llevan a término en un evento, y podríamos encontrar muchos otros, que implican una utilización de recursos que, lamentablemente, solo sirven para que dichas estructuras se utilicen una única vez, con la malversación de recursos que ello conlleva.

En ningún caso se defiende que las propiedades no realicen este tipo de actuaciones; lo que se pretende es generar un punto de atención para que, en primer lugar, se reflexione sobre la necesidad de llevar a cabo las mismas y, en segundo lugar, se analicen detenidamente la utilización de materiales que puedan reciclarse o reutilizarse, en caso de que las propias estructuras que se construyan no puedan reutilizarse completamente.

El caso extremo de este punto, y a todas luces preocupante, es la situación en la que quedan algunas sedes después de un gran acontecimiento deportivo. El gran evento por antonomasia, las Olimpiadas, está siendo objeto desde hace ya unos años de duras críticas debido, tanto a la gran cantidad de recursos que exige y a las desviaciones presupuestarias que comporta, como a la infrautilización con la que quedan las estructuras deportivas una vez ha pasado la gran cita deportiva.

En cualquier caso, el mensaje realmente importante es que siempre hay un camino para hacer las cosas mejor. Poder albergar un gran evento deportivo, hacerlo con rigor económico, que permita activar la economía local y, asimismo, realizarlo de forma sostenible y con mentalidad a largo plazo, es posible. Hacerlo con la sensibilidad para poder dar servicio adecuado a todos los colectivos que conforman nuestra sociedad actual también lo es. Pero este camino supondrá, con toda seguridad, eliminar por completo algunas prácticas que hasta ahora asimilábamos como normales, supondrá cambiar hábitos y, por encima de todo, implicará poner en el centro de la toma de decisiones los conceptos de SOSTENIBILIDAD, IGUALDAD DE GÉNERO y ACCESIBILIDAD equiparándolos a los que nos han guiado hasta ahora: rentabilidad y viabilidad económica.

4.5.

Fases de un evento deportivo

Poder gestionar un evento de cualquier índole, supone realizar tareas de una cierta complejidad. Supone coordinar personas, recursos, gestionar tiempos, trabajar en equipo, etc.

De modo que la planificación del trabajo resulta crucial para el éxito de nuestro evento. En este apartado, vamos a exponer las tres principales fases que puede tener nuestro evento. Adicionalmente lo hemos enfocado a los aspectos de Sostenibilidad, enfoque de género y el de accesibilidad, pero ni que decir tiene, que el usuario de este manual puede incluir todas las tareas adicionales que considere necesarias.

Este análisis de las fases del evento deportivo nos ayudará a entender el resto del manual y las herramientas que ponemos a disposición del lector.

Podemos definir claramente tres grandes FASES por las que pasa un evento deportivo.

1. Fase de **PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN**.
2. Fase de **EJECUCIÓN**.
3. Fase de **EVALUACIÓN**.

Como todos sabemos, sin una buena planificación, la ejecución puede peligrar. Y en la gestión de eventos deportivos no iba a ser menos. Aunque la buena gestión en todas ellas es esencial, la fase de planificación es primordial para poder ejecutar las dos posteriores correctamente.

En la siguiente figura, mostramos un esquema de las tres fases que posteriormente desarrollaremos más detalladamente.

FASES DE UN EVENTO DEPORTIVO



Fuente: Elaboración propia



5

Sostenibilidad

- 5.1. Definición de sostenibilidad en los eventos deportivos
- 5.2. Voluntad y liderazgo
- 5.3. Sostenibilidad medioambiental
- 5.4. Sostenibilidad económica y social
- 5.5. Ventajas de un evento deportivo sostenible
- 5.6. Variables de un evento deportivo sostenible

5.1.

Definición de sostenibilidad en los eventos deportivos

Antes de definir el concepto de sostenibilidad en los eventos deportivos, debemos conocer qué se entiende por sostenibilidad y sostenibilidad en eventos, ya sean deportivos o no. Según la RAE, una de las acepciones de **sostenibilidad, especialmente en ecología y economía, es que se pueda mantener durante largo tiempo, sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente.**

Esta idea, con la que estamos trabajando en el presente manual trata, por tanto, el concepto del mantenimiento en el tiempo y el cuidado de los recursos utilizados. Pero podemos ir más allá de la visión medioambiental y entender la sostenibilidad como la confluencia de tres grandes variables:

- La medioambiental.
- La social.
- La económica.

La interacción de estos tres grandes aspectos, nos dará una perspectiva global de lo que supone la sostenibilidad.

El Informe Brundtland, elaborado por la ex ministra noruega Gro Harlem Brundtland en 1987 y presentado en la Comisión Mundial Para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU, es el primer documento en el que se utiliza el concepto de **“desarrollo sostenible”**, entendiendo el mismo como **“aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones”**⁴.

Implica, por tanto, un cambio que no solo considera el aspecto medioambiental, sino el sostenimiento social y económico de nuestros modelos productivos y de consumo. Este informe, que se ha convertido en un referente fundacional del desarrollo sostenible, está impregnado de la filosofía que aboga por un modelo económico cada vez menos basado en el consumo desmedido de productos en su mayoría no de primera necesidad y por tanto, en acciones que sean coherentes con el ecosistema en el que nos encontramos. En España, en los últimos años, desde el Comité Olímpico Español, el Consejo Superior de Deportes, hasta asociaciones y federaciones de ámbito más local, podemos decir que hay un claro compromiso con respecto al medioambiente y el deporte. Lo avalan iniciativas tales como la elaboración de la Carta Verde (elaborado por el Consejo Superior de Deportes), o la Guía de buenas prácticas ambientales para eventos deportivos (elaborado por la Federación Española de Municipios y Provincias, Consejo Superior de Deportes y Comité Olímpico Español).

Pero por otro lado, también debemos ser conscientes de que, aún teniendo en la actualidad muchas iniciativas en este sentido, consideramos que, a nivel general del deporte, desde el nacional hasta los eventos locales, tenemos mucho campo de mejora; tanto a nivel de número de eventos que claramente tengan un componente de sostenibilidad amplio y que, además, incluya otros aspectos como la visión de género y la inclusión, como veremos más adelante.

⁴ Gro Harlem Brundtland. (2020, 24 de octubre). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 06:24, noviembre 17, 2020 desde https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Gro_Harlem_Brundtland&oldid=130348789.

5.2.

Voluntad y liderazgo

En toda actividad de organización de cualquier tipo de evento, nos encontramos con la necesidad de liderar el proyecto desde el principio. Tareas como la planificación, el establecimiento de objetivos y cómo no, el trabajo en equipo, son imprescindibles para llevar nuestro evento al éxito. Pero este liderazgo se hace más necesario cuando nos planteamos la idea de sostenibilidad en un evento deportivo. Ya que éste, se sustenta principalmente por la voluntad y el liderazgo que deben ejercer en todo momento los organizadores del mismo.

Este concepto de liderazgo se deberá ver reflejado, tal y como sostiene la norma UNE-ISO 20121:2012, en TODOS los procesos de la CADENA DE VALOR de un evento deportivo, entendiendo que la cadena de valor es análoga a las fases del evento que anteriormente hemos expuesto ⁵.

Una voluntad, liderazgo y una comunicación transparente, y clara de los objetivos que tiene el evento deportivo en materia de sostenibilidad son necesarios para llevar a buen término el evento en lo que respecta a estas materias.

Adicionalmente, no debemos olvidar que es también, y en la parte que le corresponde, responsabilidad del espectador, del atleta, del voluntario, etc. En definitiva, es responsabilidad de TODOS los GRUPOS de INTERÉS, el que avancemos hacia una mayor sostenibilidad en cualquier evento deportivo.

Fuente: Informe Brundtland (1987), Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea de las Naciones Unidas en 1983.



⁵ Norma ISO 20121:2012. *Sistemas de gestión de la sostenibilidad de eventos. Requisitos con recomendaciones de uso.*

⁶ Uquillas, L. (n.d.). *La huella ecológica del rally Dakar*. EFE:Verde. Retrieved Septiembre 10, 2020, from <https://www.efeverde.com/noticias/huella-ecologica-rally-dakar/>

5.3.

Sostenibilidad medioambiental

Aunque no vamos a obviar el resto de las variables, sí que está claro, que el impacto ambiental es crucial en un evento deportivo. Dada su importancia, vamos a pararnos un poco más en este punto de cara a gestionar nuestro evento de manera más sostenible en relación al medioambiente.

Partimos también de la base de que no todos los deportes tienen el mismo impacto, independientemente de su volumen, sino también de su naturaleza. En este sentido, es obvio entender que no podemos comparar una carrera urbana anual con la realización de un rally Dakar.

Deportes que, por su propia naturaleza, ya incluyan medios rodados, por ejemplo, frente a otros deportes menos invasivos, tendrán una incidencia distinta que la organización deberá medir y gestionar en la medida de sus posibilidades.

Por ejemplo, y según datos oficiales ⁶, la edición del rally Dakar de 2019, disputado en Perú, calculan que han generado 15.000 toneladas de dióxido de carbono y más de 1.000 toneladas de residuos sólidos. Según datos de la organización, ASO, han “compensado” todas estas emi-

siones de dióxido de carbono con donaciones a proyectos de conservación en la zona amazónica, como el proyecto “Madre de Dios Amazon RDD” y el “Parque Nacional Cordillera Azul”.

Pero, además, hay que tener en cuenta el impacto en un entorno protegido por las que transcurrieron las etapas, y su efecto en la biodiversidad, dada la sensibilidad de estos espacios a vehículos rodados, además del gran impacto por el número de personas que se trasladan y movilizan en una competición como esta, tal y como expuso en su momento Enrique Segovia, director de conservación de WWF en España.

Como podemos entender, la diversidad de disciplinas deportivas, unidas a la complejidad de su organización, hace que el presente manual trate de ser un esbozo y esquema de aspectos medioambientales a tener en cuenta. La “Guía de Medioambiente y Sostenibilidad aplicados a los deportes no olímpicos”, elaborada en 2007 por Green Cross España, con la iniciativa de la Fundación Barcelona olímpica y “La Fundación Ernest Lluch”, es en nuestra opinión, una de las guías más completas y profundas en las que se analizan los aspectos ambientales afectados por la práctica deportiva en eventos no olímpicos.

Especialmente, en la segunda y tercera parte de la guía, en la que se establecen las bases para elaborar un informe de Afecciones Ambientales, que permita minimizar el

impacto de las actividades que se vayan a realizar en el entorno, así como criterios y buenas prácticas ambientales por tipología de actividad.

Este informe de Afecciones ambientales, lo podremos utilizar como parte de las herramientas que tendremos a nuestro alcance para gestionar nuestro evento deportivo sostenible. En la bibliografía se encuentra el enlace a este informe.

Antes de empezar con el informe de afecciones ambientales, tal y como indica Green Cross en la guía, se debe señalar y especificar que el impacto potencial de una práctica deportiva dependerá básicamente de tres grupos de aspectos:

1. De las **fases previas** a la realización del evento o construcción de la instalación (aspectos de ordenación del territorio, planificación del uso, emplazamiento específico, recorrido del campeonato, etc.).
2. De la **gestión propia** del mismo (densidad de deportistas, gestión del público asistente, comunicación y transportes, etc.).
3. De la **gestión posterior** una vez que el evento ha concluido o que la instalación ha dejado de cumplir su utilidad (restauración de la zona, recuperación de valores ambientales, etc.).

5.4.

Sostenibilidad económica y social

Como hemos comentado anteriormente, los otros ejes de la sostenibilidad son la consideración de la vertiente económica y la social. En el caso que nos ocupa, podemos enumerar distintos factores que la organización deberá gestionar de manera activa para llegar a conseguir ese evento sostenible económicamente. Y con esto no solo estamos hablando en términos de beneficio económico del propio evento, que de hecho será un objetivo importante que gestionarán las entidades organizadoras, sino aspectos como el de igualdad, equidad, justicia económica, etc.

Igualmente, consideramos que esta sostenibilidad económica al estar tan ligada a la vertiente social, la gestionaremos conjuntamente.

Hablar de sostenibilidad económica y social en un evento deportivo dependerá también mucho de si ese evento puede repetirse en el futuro a través de próximas ediciones, ya que, de ese modo, este punto es relevante gestionar para poder hacer sostenible nuestro evento en

el tiempo (es decir, en próximas ediciones que organicemos). Observamos que aparece el principio de mejora continua que debería impregnar todos los aspectos de la organización del evento, para establecer medidas correctoras en el futuro, si así lo consideramos.

Por tanto, para hacer nuestro evento deportivo más sostenible económicamente, podríamos tener en cuenta variables de tipo:

- **Equidad y salarios justos**

No solo a los deportistas, participantes, sino a todas las personas que integren las distintas plantillas de las organizaciones y empresas que vayan a participar de manera directa o indirecta. La organización debería incluso velar y asegurarse de que sus colaboradores, subcontratas también tienen políticas de RRHH justas, y sostenibles para sus empleados.

El tipo de contrato laboral tanto de sus plantillas como las de las empresas que colaboren también podría ser un aspecto a estudiar, evitando los contratos precarios y las condiciones abusivas de trabajo.

- **Condiciones laborales**

Los horarios, condiciones de seguridad laboral, incentivos, responsabilidad social corporativa, también podrían

estudiarse más profundamente y excluir colaborar con proveedores o empresas subcontratas que no respeten los mínimos

- **Compra responsable**

Igualmente, la organización podrá implantar una serie de buenas prácticas en las compras a proveedores que tengan en cuenta precios justos, criterios justos en sus negocios, etc. Para ello, podrían remitirse a compras a organizaciones y ONG de comercio justo, y de compra responsable, con criterios ecológicos, etc.

- **Respeto por la legalidad vigente**

Llegados a este punto, puede parecerse este punto como algo que deberíamos tener superado, pero no está de más que la organización estudie concienzudamente qué leyes, especialmente las que atañen a condiciones laborales y medioambientales, les afectan a la hora de ejecutar las acciones necesarias para llevar a buen fin su evento deportivo sostenible. Pero no solo para cumplir el mínimo exigido, sino, como hemos venido diciendo, para ir un paso más allá en el cumplimiento normativo.

- **Transparencia y comunicación**

Dar ejemplo y ser transparente en la comunicación son aspectos cruciales para que todos los grupos de interés conozcan las “líneas rojas”, las prioridades y la cultura que debe impregnar el evento de principio a fin.

Varias son las herramientas que se pueden y deben utilizar para conseguir esa transparencia.

Los cauces, los métodos utilizados en la comunicación deben estar claros para todos los Grupos de interés integrantes. La comunicación deberá ser activa incluso antes de la ejecución del evento, en la fase de planificación. Por ello, la consulta previa a estas partes interesadas, es crucial.

Igualmente, durante la ejecución, esta comunicación debe estar totalmente activa y ser bidireccional entre la parte interesada y la organización.

Finalmente, en la fase de Evaluación, podremos poner en práctica encuestas, que también darán una retroalimentación a los organizadores, como se puede observar la mejora continua deberá estar presente durante todo el ciclo de vida del evento.

- **Otras consideraciones sociales**

En este apartado, la organización podrá evaluar otros muchos aspectos que, debido a la riqueza y naturaleza del evento deportivo, no nos sería posible abarcar en este manual de manera exhaustiva.

No es lo mismo realizar un evento deportivo en una localidad en la que tengan una problemática específica, como, por ejemplo, grandes diferencias sociales, crisis económicas, y otras consideraciones, que tendrá la organización que tener en cuenta y sopesar qué acciones puede realizar para contribuir a mejorar en ese ámbito, si es que le resultara factible hacerlo.

En este sentido, en este manual tratamos de manera muy pormenorizada la discriminación de la mujer en el mundo del deporte y la inclusión en los eventos deportivos. Pero la organización podrá encontrar otras variables que sean importantes y, por tanto, haya que tenerlas en cuenta.

5.5.

Ventajas de un evento deportivo sostenible

Tal y como hemos visto claramente en el punto anterior, existen múltiples variables a tener en cuenta a la hora de organizar un evento deportivo. Tanto la complejidad en su gestión, como el número de variables, depende de la magnitud del evento a realizar, pero también depende de los objetivos que nos marcamos a la hora de realizar un evento en general.

Puede parecer, por tanto, que la organización tiene por delante una gran cantidad de trabajo a realizar y normalmente así es. También puede parecerse que hacerlo sostenible implica un plus de trabajo que puede llevarnos a abandonar la idea.

En este sentido, vamos a realizar una reflexión sobre las ventajas que ofrece unirnos a este movimiento de sostenibilidad en el deporte.

Principales ventajas :

1. Imagen.

1.1.

Realizar un evento sostenible, redundante claramente en una mejora de la imagen de los organizadores del evento y una mejora del evento en general. Para ello, entendemos que no se debe caer en la tentación de utilizar este concepto de sostenibilidad como un elemento de marketing y poco más, que nos ayude a vender más y mejor el evento deportivo, sino que la implicación de toda la organización debe ser real y transparente. La comunicación, por tanto, a todos los niveles, debe ser muy cuidada y muy clara. Todas las partes interesadas deben conocer qué medidas se han llevado a cabo para conseguir tener un evento sostenible. Cuanta más información y más transparencia tenga el evento, mejor imagen conseguirá tener.

1.2.

Por otro lado, una buena imagen externa no se alcanza en el corto plazo. El buen hacer de la organización se verá reflejado durante los meses o años venideros. Y en este sentido, la concienciación de mejora continua de una edición a otra (en el caso de que sea aplicable) será también relevante. En este contexto, la planificación previa, como la evaluación posterior de los resultados obtenidos, encuestas de satisfacción, etc. son de vital importancia.

2. Sociales.

2.1.

Las consecuencias sociales son innegables. La realización, por ejemplo, de un evento más sostenible desde el punto de vista laboral, puede incidir positivamente en el tejido social de la localidad donde se realice. Por ejemplo, teniendo en cuenta las necesidades económicas del Grupo de Interés, "Propiedad-Empleados", la organización tenderá a contratar con más garantías laborales y tratará de evitar contratos abusivos o precarios.

2.2.

A nivel social, también podemos concluir que un evento deportivo sostenible puede ayudar a la sensibilización en el respeto al entorno y a las prácticas medioambientales. Este aspecto, el organizador podría enmarcarlo como una necesidad de los Grupos de Interés, como por ejemplo para el grupo "Sociedad en general".

3. Medioambientales.

3.1.

Innegables serán también los efectos medioambientales asociados al evento sostenible. La reducción de la huella medioambiental es, por tanto, de vital importancia. La estrecha conexión entre deporte y medioambiente viene, tanto si la práctica deportiva depende de las condiciones y recursos generados por el medioambiente para su

realización, como por el impacto que otras prácticas deportivas tengan en el entorno natural, tal y como se menciona en la Guía de buenas prácticas ambientales para eventos deportivos elaborada por la Federación Española de Municipios y Provincias, y redactado por Julio Pernas, Director de la Fundación Barcelona Olímpica y Presidente de la Comisión de Medioambiente del Comité Olímpico Español⁸.

4. Económicas:

4.1.

Puede parecer, en un principio, que tener en cuenta criterios de sostenibilidad en el amplio sentido que hemos visto anteriormente (social, económico y medioambiental), nos lleve a un encarecimiento de los costes globales de dicho evento deportivo.

⁸ Pernas, J., Lucio, A., Pérez, P., & Azcárate, J. (2011). *Guía de buenas prácticas ambientales para eventos deportivos*. Federación Española de municipios y provincias. http://femp.femp.es/files/566-1280-archivo/GUIA_VERDE_VERSION%20DEFINITIVA.pdf

Esto puede ser así, pero no necesariamente. De hecho, el concepto de sostenibilidad, también incluye el de sostenibilidad económica. Debemos entender la idea de ventaja económica de una manera amplia y teniendo en cuenta el medio y largo plazo. En este sentido, no buscamos el beneficio económico (ya sea abaratando costes, o gestionando mejor nuestro evento, etc) por sí mismo, sino como una consecuencia de hacer las cosas bien y a lo largo del tiempo. La sostenibilidad económica igualmente la tenemos que ver como beneficio para los demás. Como beneficio para el crecimiento orgánico de nuestro entorno, de nuestra localidad.

5.6.

Variables de un evento deportivo sostenible

La entidad organizadora, deberá establecer cuáles serán las variables más destacadas que tendrá que controlar si quiere que su evento sea más sostenible. En este sentido, tenemos disponible muchísima información sobre posibles variables e indicadores que pueden sernos de utilidad en todo este proceso.

Para ello vamos a mencionar varias fuentes en las que nos basamos para enumerar posibles variables:

- La Norma ISO 20121.2012 de Sistemas de gestión de la sostenibilidad de eventos.

- Especial mención para la metodología elaborada por el proyecto ERRONKA GARBIA. Un proyecto del Gobierno Vasco que incluye una certificación propia para eventos sostenibles.

- Guía de Medioambiente y sostenibilidad en los deportes no Olímpicos.

Este apartado conlleva una especial dificultad, ya que podemos gestionar cada variable desde una perspectiva muy distinta, dependiendo de los recursos que dispongamos para hacer nuestro evento más o menos sostenible. Por ello la organización debe ser consciente de que debe analizarse las variables del modo más realista posible. De esa forma no se encontrará con un desfase importante entre lo que le "gustaría" gestionar y medir con lo que "puede" gestionar y medir.

No vamos a pararnos en explicar en profundidad cada variable de SOSTENIBILIDAD ya que entendemos que, durante todo el proceso de lectura del presente manual, hemos tratado pormenorizadamente las más relevantes. Posibles variables a tener en cuenta:

Vamos a dividir esta vertiente de sostenibilidad en cuatro grandes grupos: Variables logísticas, medioambientales, sociales y económicas. Consideramos interesante dividir las dos primeras, dada la importancia de la parte logística en este tipo de eventos.

Variables logísticas:

- Transporte.
- Alojamiento.
- Catering.

**ACTUACIONES
EN MATERIA DE
LOGÍSTICA**

Fase I. Planificación

La organización deberá tener en cuenta el impacto de los medios de transporte utilizados por los distintos colectivos que pueden acudir al evento.

Podrá, por tanto, negociar con empresas de transporte, autobuses, colaborar con las autoridades para poner a disposición del público asistente medios de transporte público.

La organización deberá tener en cuenta si la oferta hostelera cumple con criterios de sostenibilidad.

La organización deberá tener en cuenta si la oferta de las empresas de catering que vayan a contratar, cumple con criterios de sostenibilidad. En este sentido la compra responsable, cobra mucha importancia.

Fase II. Ejecución

La organización deberá controlar durante el evento que las condiciones pactadas con proveedores y asociados con respecto a los criterios de sostenibilidad, se cumplen.

Fase III. Evaluación

Las desviaciones encontradas en los indicadores que se hayan establecido, se podrán incluir mejoras futuras en otras ediciones.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Número de personas que acuden al evento en transporte público. % de personas que acuden al evento en transporte público vs el transporte privado.

Número de líneas de autobuses puestas a disposición para el evento, en el caso de que sea posible.

Número de empresas proveedoras que tienen y ponen en práctica políticas de Responsabilidad Social corporativa u otros criterios previamente establecidos por la organización.



Variables medioambientales:

- Consumo de recursos energéticos.
- Elección de materiales.
- Consumo de materiales, recursos.
- Gestión de residuos.
- Gestión medioambiental general en la sede.
- Gestión de las emisiones.

**ACTUACIONES
EN MATERIA
MEDIOAMBIENTAL**

Fase I. Planificación

La organización deberá tener en cuenta el impacto medioambiental de las distintas actividades que se van a realizar durante la ejecución del evento.

Este apartado, dada la gran cantidad de aspectos a estudiar, la podemos resumir de la siguiente forma:

- Consumo de recursos energéticos, como luz, agua.
- Elección de materiales.
- Consumo de otros recursos materiales, como papel, plástico, etc.
- Gestión de residuos.
- Emisión de gases a la atmósfera.
- Contaminación acústica.
- Pérdida de la biodiversidad: compactación del suelo.
- Criterios de compra “verde”. Priorizar siempre que sea posible la compra ecológica.
- Gestión medioambiental de la sede.

Fase II. Ejecución

La organización deberá controlar durante el evento el consumo y las emisiones y ratios anteriormente descritos.

Fase III. Evaluación

Las desviaciones encontradas en los indicadores que se hayan establecido, se podrán incluir mejoras futuras en otras ediciones.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Volumen de papel consumido.
Volumen de papel reciclado consumido/volumen de papel total.
Volumen de cartón consumido.

Consumo de agua en litros.
Consumo de luz en KW.
Volumen de residuos sólidos urbanos generados (RSU).
% de RSU/ número de participantes.

Volumen de pilas/baterías consumidas.
Volumen de pilas/baterías recargables utilizadas.
Número de vehículos eléctricos utilizados vs vehículos convencionales.
Número de bicicletas utilizadas/ usuario que acude al evento.

Nº de charlas de sensibilización medioambiental realizadas.

Nº de empleados formados en gestión medioambiental.

Dada la cantidad de indicadores que se pueden monitorizar en este grupo de variables, exponemos una muestra. Alentando al lector que amplíe la información en las guías que hemos nombrado anteriormente. Igualmente, en el apartado de “Otras fuentes consultadas”, se exponen más documentos que pueden ayudar a ampliar el número de variables medioambientales.

Por otro lado, podemos tener indicadores con valores absolutos, que puede que no nos aporte información de calidad, mientras que los indicadores relativos nos serán de mayor ayuda. Por supuesto, con posteriores ediciones o comparativas de anteriores ediciones u otras comparativas que podamos tener, nos ofrece mejor información y mayor capacidad para tomar decisiones correctas.



Variables sociales:

- Gestión de los recursos humanos.
- Condiciones laborales.
- Indicadores: Formación, desarrollo humano, salud y seguridad en el trabajo.

**ACTUACIONES
EN MATERIA
SOCIAL**

Fase I. Planificación

La organización deberá planificar la gestión de los Recursos Humanos del evento. No solo los que atañen a la propia entidad organizadora, sino a la de empresas colaboradoras, asociaciones, ONGs y empresas proveedoras.

Deberá velar en todo momento que los criterios mínimos de responsabilidad, contratación, seguridad laboral, formación se cumplan.

Para ello deberá seleccionar previamente los criterios que exigirá a estos entes colaboradores.

Fase II. Ejecución

La organización deberá controlar durante el evento que se cumplen los criterios previamente aceptados y que atañen a los empleados, voluntarios, colaboradores, en materia de contratación, seguridad laboral, formación, etc.

Fase III. Evaluación

Las desviaciones encontradas en los indicadores que se hayan establecido, se podrán incluir mejoras futuras en otras ediciones.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Número de empresas con políticas de RSC.

Número de empresas colaboradoras, proveedoras con Planes de igualdad, planes de contratación justos y transparentes.

Número de empresas colaboradoras, proveedoras que cumplen con los planes de seguridad y salud en el trabajo establecidos.



Variables económicas.

- Indicadores: Impactos económicos directos e indirectos.

**ACTUACIONES
EN MATERIA
ECONÓMICA**

Fase I. Planificación

La organización podrá tener en cuenta el impacto económico que el evento podrá tener en su entorno más cercano.

Deberá velar en todo momento que esos impactos sean lo más positivos posibles, pudiendo, por ejemplo, tener en cuenta la inclusión y colaboración en el evento de colectivos vulnerables de la localidad en la que se realiza el evento.

Fase II. Ejecución

La organización podrá monitorizar si se produce algún impacto negativo en el ámbito económico o no previsto en su entorno más cercano. Establecer medidas de minimización del impacto en el caso de que sea posible.

Fase III. Evaluación

Las desviaciones encontradas en los indicadores que se hayan establecido, se podrán incluir mejoras futuras en otras ediciones.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Nº de empresas con políticas de RSC.

Nº de empresas colaboradoras, proveedoras con Planes de igualdad, planes de contratación justos y transparentes.





6

Enfoque de género

6.1.

Introducción

6.2.

Variables de un evento deportivo con enfoque de género



6.1.

Introducción

El enfoque de género considera las diferentes oportunidades que tienen los hombres y las mujeres, las interrelaciones existentes entre ellos y los distintos papeles que socialmente se les asignan. Todas estas cuestiones influyen en el logro de las metas, las políticas y los planes de los organismos nacionales e internacionales y por lo tanto, repercuten en el proceso de desarrollo de la sociedad. Género se relaciona con todos los aspectos de la vida económica y social, cotidiana y privada de los individuos y determina características y funciones dependiendo del sexo o de la percepción que la sociedad tiene de él.⁹ Por tanto, está profundamente relacionado con la actividad deportiva.

La mayor presencia de la mujer en los distintos ámbitos de la sociedad en las últimas décadas, es un hecho incuestionable, como lo es que aún queda mucho recorrido por andar. Las asimetrías de género no solo están presentes hoy en día en campos como el empresarial, el de las ciencias, la política, etc.

En el caso del mundo del deporte, las diferencias en muchos aspectos son, si cabe, más evidentes, y queda claro, por tanto, que tenemos mucho camino por recorrer para conseguir la efectiva igualdad de trato entre hombres y mujeres en el ámbito deportivo.

A lo largo de la historia, en muchos aspectos relativos a la igualdad ha habido cambios. Incluso nos puede parecer que han cambiado mucho las cosas desde que Kathrine Switzer, en 1967, sufriera las consecuencias de ser la primera mujer que corría oficialmente en una maratón, siendo expulsada y descalificada de la prueba.

Si nos fijamos en los ejemplos de grandes mujeres deportistas en España como Edurne Pasabán, Mireia Belmonte, Ruth Beitia, Garbiñe Muguruza, Ona Carbonell o Carolina Marín, entre muchas tantas, puede parecer que sí, que se han mejorado las condiciones de la mujer en el mundo deportivo, pero solo nos bastan algunos datos para darnos cuenta de que la realidad es mucho más dura.

Sin ir más lejos, en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro, España ganaba un total de diecisiete medallas, de las cuales diez fueron obtenidas por mujeres. Sin embargo, muchas de las deportistas ganadoras no recibieron el reconocimiento que se merecían.¹⁰

A día de hoy, nos seguimos encontrando con casos de abuso y maltrato físico y psicológico a niñas y mujeres, a las que se obliga en muchas ocasiones a realizar un sobreesfuerzo físico inhumano.

⁹ FAO. (2000). *División de la Mujer y la Dirección de Estadística de la FAO*.

¹⁰ Hernán López. El machismo en el deporte femenino. *discipuli.es*. 2018; : 1. Disponible en: <https://www.discipuli.es/2018/02/20/machismo-deporte-femenino/>. octubre 2020.

Otro ejemplo claro lo encontramos con el caso de la deportista Gala León, a la que se cuestionó al ser nombrada capitana de la federación Española de Tenis siendo una mujer.¹¹

Seguimos viendo situaciones de claro sexismo, como la obligatoriedad de llevar bikini en el vóley playa o el balonmano playa, por ejemplo, siendo este tema en concreto objeto de gran controversia entre la federación y muchas jugadoras que han propuesto la posibilidad de flexibilizar las normas de atuendo.

Cuanto más popular es el deporte, mayor desigualdad presenta. Este es el caso, por ejemplo, del fútbol. Según la encuesta GSSS¹², en todo el mundo hay 137.021 jugadores profesionales de fútbol, frente a las 1.278 mujeres que lo practican a nivel profesional.

Igualmente, la diferencia de sueldos es un aspecto crucial para que este dato sea tan desigual. El jugador del PSG Neymar, por ejemplo, cobró 36,5 millones de euros la temporada del 2017: la misma cantidad que 1.693 jugadoras juntas de las ligas francesa, alemana, inglesa, estadounidense, sueca, australiana y mexicana.

La brecha de género también está presente, no solo en el salario, sino en los patrocinios y las campañas publicitarias, siendo muy pocas marcas las que contratan a mujeres deportistas para promocionar sus productos.

Los medios de comunicación también contribuyen al sesgo de género. Se dedica mucho más tiempo, más espacio en los medios en papel, etc, a las competiciones masculinas que las femeninas. En España, por ejemplo, tan solo el 5% del espacio de la prensa deportiva está dedicado a mujeres deportistas (a pesar de triunfos tan importantes como los de la selección femenina de baloncesto o las medallistas de los últimos Juegos Olímpicos) y, en demasiadas ocasiones, ese reducido número de noticias sobre deporte femenino tiene un enfoque sexista o menor contenido técnico del que sería posible y necesario para informar.¹³

La desigualdad también se aprecia en el deporte de competición en España simplemente viendo las licencias federativas. El 78% de estas licencias corresponden a hombres, mientras que un pobre 22% son de mujeres.

En conclusión, es una responsabilidad de todos como sociedad, trabajar para eliminar las barreras y los estereotipos a los que se enfrenta la mujer a la hora de practicar determinados deportes, ya sea en el ámbito profesional, como en el amateur o aficionado.

El enfoque de género en los eventos deportivos se puede enmarcar en la Agenda 2030, y sus 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS), pudiendo alinearlos con los siguientes ODS:

ODS 5

Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.

5.2 Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación.

5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.

5.c Aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles.

ODS 8

Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.

8.5 De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con

discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor

8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios

ODS 10

Reducir la desigualdad en y entre los países.

10.2 Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.

10.3 Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto.

ODS 16

Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades.

¹¹ De Villa Molina, M. (2014, noviembre). La discriminación en el deporte. *Revista con la A.*, (35), 3. <https://conlaa.com/la-discriminacion-en-el-deporte/>

¹² Barchilón, M. (2018, septiembre 21). (Des)Igualdad en el deporte. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180921/452029474725/desigualdad-deporte-salarios-patrocinios-difusion-mujeres.html>

¹³ Tesis: Mujeres y deporte en los medios de comunicación: estudio de la prensa deportiva española (1979-2010). Autora: Clara Sainz de Baranda Andújar. Dpto. de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

ENFOQUE DE GÉNERO EN EL DEPORTE DESDE DISTINTAS PERSPECTIVAS

1. Los medios de comunicación

Tal y como hemos comentado anteriormente, el lenguaje sexista que se utiliza en los medios de comunicación, el trato desigual en tiempo y espacio en el medio de comunicación en cuestión, siguen siendo aspectos que hoy en día se deben mejorar. Las noticias que afectan a las mujeres en los deportes, suelen estar dominadas por referencias a la edad, a su situación familiar y, por supuesto, a su apariencia física. En cambio, a los hombres se les representa como dominantes, poderosos, exitosos...

Sirva como ejemplo, lo que se explica en el artículo on line de discipulis.es, sobre los titulares sobre nuestras ganadoras olímpicas femeninas:



“M. Chourrat, una mamá a contracorriente”

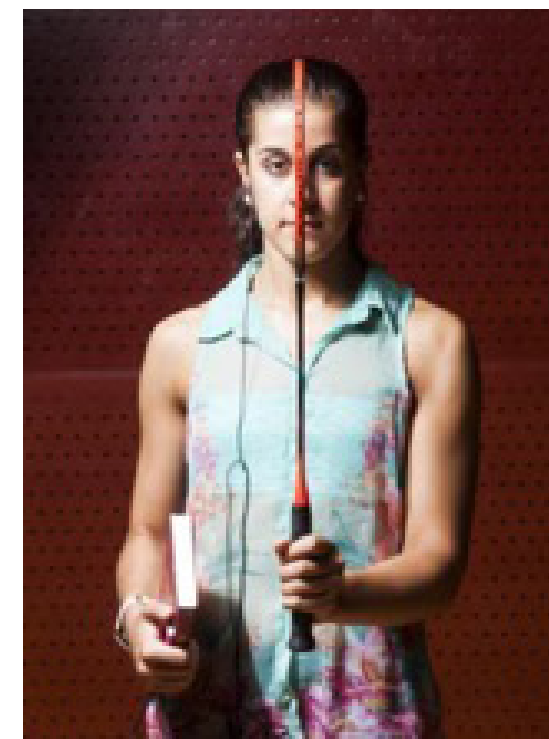
Fuente: [Discipulis.es](http://discipulis.es) “El machismo en el deporte femenino”. Febrero 2018

“Lydia Valentín, la exuberante belleza de la olímpica bronce” o “Lydia Valentín, una Hércules con maquillaje”.

Fuente: [Discipulis.es](http://discipulis.es) “El machismo en el deporte femenino”. Febrero 2018

Otras muestras del enfoque poco técnico y sexista de la información sobre deporte femenino, también en forma de titular:

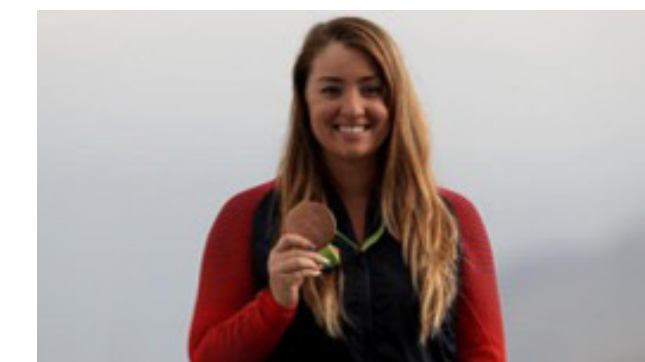
“Y hasta se ha echado novio”, sobre Carolina Marín, campeona olímpica de bádminton.



Fuente: [EL mundo.es](http://el-mundo.es) “Y hasta se ha echado novio”. Agosto 2015

E incluso el hecho de que los propios medios “tengan que” publicar un artículo en el que analizan el sexismo en los medios de comunicación durante los Juegos Olímpicos en el artículo: “**Los nueve momentos más sexistas de los Juegos de Río**”

Por ejemplo, donde el titular del Chicago Tribune en Twitter es: **La mujer de un defensa de los Bears ha ganado hoy una medalla de bronce en los Juegos de Río.**



Fuente: https://www.huffingtonpost.es/2016/08/16/sexismo-juegos-olimpicos_n_11448948.html?utm_hp_ref=juegos-olimpicos-2016

2. Los diferentes hábitos y roles deportivos

Todavía hoy en día, existe un claro reflejo de la sociedad actual con respecto a los hábitos deportivos de hombres y mujeres.

Al revisar los niveles de participación y el grado de implicación de las niñas y de las jóvenes en las clases de Educación Física, se observa que tanto la práctica de actividad física en el centro escolar como fuera del mismo es más alta en los chicos que en las chicas; y tanto por el número de deportes practicados como por la frecuencia de dicha práctica. Se detecta, asimismo, que la práctica deportiva está asociada a los estereotipos de género, inclinándose las chicas más por aeróbic, gimnasia rítmica, baile y natación y los chicos por fútbol, ciclismo y balonmano.

3. Sexualización de algunos deportes

Seguimos teniendo claros sesgos con respecto a qué tipo de deportes deben ser o son más adecuados practicar por mujeres y cuáles por hombres. Así, el deporte de la gimnasia rítmica está claramente enfocado al sexo femenino, teniendo casos en nuestro país de hombres con verdaderos impedimentos para poder practicar este deporte a nivel competitivo en las mismas condiciones o con la misma naturalidad que sus compañeras profesionales. Ocurre de igual manera con deportes considerados masculinos y las trabas hoy en día para acceder a ellos por parte de las mujeres.

4. Discriminación en determinados puestos de responsabilidad

De la misma manera que hemos visto una gran diferencia entre el número de licencias federativas nacionales



6.2.

Variables de un evento deportivo con enfoque de género

femeninas (22%) y masculinas (78%), encontramos una presencia únicamente testimonial en las mujeres que dirigen las federaciones nacionales, de 65 federaciones españolas, solo 3 de ellas tienen una mujer como presidenta. El Consejo Superior de Deportes, tiene en sus bases reguladoras de subvenciones a federaciones como requisito para poder acceder a estas ayudas la obligatoriedad de contar con, al menos, cuatro mujeres o un 40% de mujeres en la composición de sus Juntas directivas u órgano similar. También la idea de que haya una mujer entrenadora de hombres sigue siendo controvertida o una rareza. Tal fue el caso de Gala León, proclamada capitana del equipo masculino de La Copa Davis, a la que, sorprendentemente, se cuestionó su capacidad para dirigir a un equipo de hombres únicamente por el hecho de ser mujer.

Llegados a este punto, y con respecto a los aspectos que nos conciernen en el presente manual, para poder conseguir un evento deportivo sensible a la situación, necesidades y diversidad de género, podemos llevar a cabo un análisis de las distintas variables o aspectos que, como organizador del evento, debo tener en cuenta.

Volvemos, pues, al mismo esquema que en la sostenibilidad, es decir, intentando en todo momento tener en cuenta esta perspectiva durante todo el ciclo vital del evento (desde su planificación hasta su evaluación final). Por supuesto, estas variables serán algunas de las que se

proponen en el presente manual, pero insistimos en que será la organización usuaria la que determine las variables más importantes a gestionar.

Portanto, aunque este manual define unas líneas generales para incluir el enfoque de género en la sostenibilidad del evento, será recomendable una consulta previa a los grupos de interés para determinar las variables a gestionar, adecuándolas a las características del evento.

6.2.1. Situación de las mujeres contratadas

Tanto en la organización como en el resto de empresas y asociaciones que vayan a colaborar directa o indirectamente en la realización del evento, la organización debe conocer y solicitar información en temas como políticas de igualdad de las empresas colaboradoras, situación contractual, políticas de conciliación, etc.

6.2.1. Situación de las mujeres contratadas

Tanto en la organización como en el resto de empresas y asociaciones que vayan a colaborar directa o indirectamente en la realización del evento, la organización debe conocer y solicitar información en temas como políticas de igualdad de las empresas colaboradoras, situación contractual, políticas de conciliación, etc.

ACTUACIONES EN CUANTO A LA SITUACIÓN DE LAS MUJERES CONTRATADAS EN EL EVENTO

Fase I. Planificación

La organización deberá evaluar la situación del colectivo femenino en la plantilla de la propia entidad/es organizadora/s. Proponiendo medidas de contratación en el caso de que se detectara que fuera necesario, y fuera posible.

La organización deberá tener en cuenta la situación contractual en la que se encuentran las mujeres contratadas para la competición por parte de empresas proveedoras. Sería aconsejable que las empresas proveedoras tuvieran planes de igualdad o cualquier otra medida que pudiera demostrar en este sentido.

Igualmente, la organización debería tener en cuenta la situación laboral de las mujeres en otras asociaciones, ONG, y voluntariado que colaboren en el evento.

Fase II. Ejecución

La organización deberá controlar durante el evento que cumple con su política de RRHH en materia de enfoque de género.

La organización deberá controlar durante el evento que las condiciones pactadas con proveedores y asociados con respecto a igualdad de género, se cumplen y no se vulneran los derechos de las mujeres.

La organización deberá controlar durante el evento que las condiciones pactadas con proveedores y asociados con respecto a igualdad de género, se cumplen y no se vulneran los derechos de las mujeres.

Fase III. Evaluación

Mediante una encuesta posterior al evento, se podría preguntar a las encuestadas si estos aspectos contractuales se les han modificado o cualquier incidencia que haya podido ocurrir y no se haya detectado antes.

La organización podría incluir mejoras en futuras ediciones.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Número de empresas colaboradoras que tienen y ponen en práctica planes de igualdad.

Número de empresas colaboradoras que tienen y ponen en práctica políticas de conciliación.

Número de empresas proveedoras que tienen y ponen en práctica políticas de conciliación.

6.2.2. Representación femenina en el evento.

Puede que la competición sea de un equipo femenino o con deportistas mujeres, por lo que la presencia femenina sería, en un principio, alta; pero incluso siendo un evento deportivo masculino o mixto, la organización debería apostar por tener presencia femenina en puestos de trabajo relacionados con la competición, de la misma forma que hay gran presencia masculina en eventos deportivos femeninos. Por ejemplo, el equipo directivo, entrenadoras, colaboradoras expertas que puedan aportar una mirada más de género y, por tanto, poder cubrir necesidades no detectadas. Por ejemplo, un indicador de esta variable, podría ser: número de mujeres/total en el equipo directivo de la organización.

Tener muy en cuenta la opinión de grupos de interés tales como asociaciones de mujeres, ONG, mujeres deportistas, atletas etc, que puedan aportar más información y, por tanto, darle un mayor enfoque de género.

ACTUACIONES EN CUANTO A REPRESENTACIÓN FEMENINA EN EL EVENTO

Fase I. Planificación

La organización deberá evaluar la situación de representación femenina en la plantilla tanto de la propia entidad/es organizadora/s como de otras colaboradoras y proveedoras. Proponiendo medidas de contratación en el caso de que se detectara que fuera necesario, y fuera posible.

Fase II. Ejecución

La organización deberá controlar durante el evento que las condiciones pactadas, por ejemplo, con proveedores y asociados con respecto a igualdad de género, se cumplen y no se vulneran los derechos de las mujeres.

Fase III. Evaluación

Mediante una encuesta posterior al evento, se podría preguntar a las encuestadas si estos aspectos contractuales se les han modificado o cualquier incidencia que haya podido ocurrir y no se haya detectado antes.

La organización podría incluir mejoras en futuras ediciones.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

% de mujeres en puestos de responsabilidad en las entidades organizadoras/ total de empleados.

% de mujeres voluntarias/total de voluntarios.

% mujeres en puestos de responsabilidad dentro del colectivo de voluntariado (coordinación de grupos de voluntarios)

Número de mujeres entrenadoras en el evento

Número de mujeres árbitros en el evento.

6.2.3. Variables logísticas y de infraestructura.

Si es posible o necesario, la organización podrá tener en cuenta y darle la debida importancia, por ejemplo, a la situación de las infraestructuras y su adecuación a las necesidades de las mujeres. Por ejemplo, la uniformidad de azafatas/azafatos deberá tener en cuenta este aspecto de género. Así, indicadores que podríamos tener en cuenta: Ver si las necesidades femeninas con respecto a vestuarios, aseos, servicio médico, fisio, etc, están suficientemente cubiertas.

ACTUACIONES EN VARIABLES LOGÍSTICAS E INFRAESTRUCTURAS

Fase I. Planificación

La sede tendrá que estar habilitada para que pueda cubrir todas las necesidades de los colectivos femeninos que puedan acudir al evento. Ya sean atletas, jugadoras, público, voluntarias.

Fase II. Ejecución

La organización deberá controlar que las variables de logística e infraestructura que se han de gestionar se están cumpliendo o están cubriendo las expectativas/necesidades de las partes interesadas.

Fase III. Evaluación

La organización deberá controlar que las variables de logística e infraestructura se han cumplido. Puede obtenerse un feedback de las partes interesadas, como hemos dicho anteriormente, a través de la encuesta de satisfacción.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Superficie de vestuarios, superficie de aseos, y número de sanitarios femeninos y masculinos para los diferentes grupos de interés



6.2.4. Formación, información y sensibilización

De vital importancia es este aspecto si queremos comunicar nuestro compromiso al exterior, a los medios, participantes colaboradores, a la sociedad en general. En este sentido la organización, podría plantear cursos de formación a sus empleados en enfoque de género (si lo considerase necesario), formación previa al evento, comunicación de su compromiso en esta materia, e incluso las medidas que se están llevando a cabo o se llevarán a cabo durante la competición o evento en este sentido.

Un indicador de esta variable podría ser el número de charlas /talleres o cursos en enfoque de género que se van a llevar a cabo por las empresas colaboradoras o la organización. Los medios de comunicación deberían ser objetivo de la formación e información y, al mismo tiempo, convertirse en colaboradores fundamentales en la labor de sensibilización. No creemos que los profesionales de la información tengan intención de dar un sesgo sexista a su información, por ello es importante que tomen conciencia del importante papel que juegan en el ámbito de la igualdad de género, siendo fundamental que eviten los estereotipos de género y el sexismo al transmitir la información.

De manera transversal, puede establecerse también el evento deportivo como parte de una campaña o campañas de sensibilización, de visibilización del papel de la mujer en el deporte y que éste sea uno de los objetivos principales del evento, más allá del deportivo.

**ACTUACIONES
EN CUANTO A
FORMACIÓN,
INFORMACIÓN Y
SENSIBILIZACIÓN**

Fase I. Planificación

La organización deberá planificar y realizar las formaciones a su personal que considere necesarias en enfoque de género.

La organización podrá igualmente realizar formación específica para colaboradores, proveedores, etc, que participen en el evento.

Se podría contar con la ayuda de asociaciones especializadas para llevar a cabo la formación.

La organización podría elaborar un plan de comunicación interno con enfoque de género para dar a conocer su filosofía en este aspecto y para que todos los implicados adopten las medidas necesarias en el caso de que las hubiera. Un manual de buenas prácticas sería una herramienta interesante.

La organización podría elaborar una documentación con recomendaciones y buenas prácticas en cuanto a igualdad de género, dirigida a los profesionales de la comunicación.

Sería interesante hacerlo en colaboración con alguna asociación de la prensa deportiva.

Fase II. Ejecución

Monitorización de todas las acciones que se han establecido, para comprobar que se están llevando a cabo.

Seguimiento de las publicaciones sobre el evento en los medios de comunicación, así como de las retransmisiones por televisión.

Se podría hacer algún reconocimiento al artículo o reportaje sobre deporte femenino más interesante, valorado por equipos técnicos y arbitrales del evento, e incluso por los propios deportistas que han participado (por no dejarlo en manos del público).

La organización deberá planificar y realizar las formaciones a su personal que considere necesarias en enfoque de género.

Fase III. Evaluación

Se deberá evaluar la efectividad de las acciones formativas realizadas. Si se han cumplido las expectativas. En el caso de que se hayan establecido objetivos, si se han llegado a ellos, etc.

Una vez finalizado el evento, se podría realizar un estudio sobre las publicaciones relacionadas con el evento; por un lado, para ver estadísticamente el espacio dedicado a noticias por género; por otro lado, haciendo un análisis del lenguaje (inclusivo y no sexista Vs sexista y estereotipado) para proponer mejoras a este respecto y finalizar con la concienciación de los medios que han participado.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Plan de comunicación con enfoque de género

Plan de comunicación con enfoque de género

Número de cursos específicos realizados a los empleados de la/s empresas organizadoras

Número de cursos realizados por las empresas proveedoras y colaboradoras

Número de personas formadas previamente por colectivo (empresas, asociaciones colaboradoras, ONG, voluntarios).

Estadísticas de publicaciones relacionadas con la participación femenina en el evento (espacios en prensa, minutos en TV y radios, publicaciones digitales, etc.)

6.2.5. Publicidad e imagen del evento.

Los mensajes, imágenes y utilización de la figura de la mujer en el evento, **debe ser gestionada** con sumo cuidado y, por supuesto, teniendo en cuenta los criterios de igualdad de género, en las que se eviten la cosificación o la sexualización de la figura femenina.

También debe buscarse un equilibrio en el protagonismo de ambos géneros. Cuidar el uso de imágenes y reclamos **sin sesgos** de género, es decir, un mismo mensaje debe ir dirigido al público de ambos géneros.

ACTUACIONES EN CUANTO A PUBLICIDAD E IMAGEN

Fase I. Planificación

La organización debería planificar y ejecutar un plan de comunicación externo y de publicidad que tenga muy en cuenta la imagen que se le hace a la figura femenina evitando caer en la utilización de la imagen de la mujer como un objetivo sexual, por ejemplo.

La organización podría también trasladar esta filosofía en cuanto a la imagen y publicidad del evento a los patrocinadores.

La organización debe velar porque la imagen del evento no se identifique necesariamente con uno de los dos géneros; imagen inclusiva y alejada de estereotipos de género.

Fase II. Ejecución

Monitorización de todas las acciones que se han establecido, para comprobar que se están llevando a cabo.

Establecer acciones correctoras en caso necesario.

Fase III. Evaluación

Auditoría externa del entorno de Instituto de la mujer o entes similares, para analizar todo el proceso de creación y diseño de imágenes, eslóganes y publicidad del evento: puntos fuertes, buenas prácticas, incidencias y propuestas de mejora de cara a futuras ediciones o eventos similares.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Realización e implantación de un plan de comunicación del evento con enfoque de género.

Número de acciones publicitarias relativas al evento con enfoque de igualdad de género e inclusión versus acciones con sesgos de género (si las ha habido).

6.2.6 Acciones de promoción del deporte entre jóvenes.

Un evento de relieve es una gran oportunidad para fomentar la práctica de actividad física para el público más joven. Podrían diseñarse actividades en la línea de la lucha contra los prejuicios de género vinculados a determinadas especialidades deportivas. Estas actividades irán dirigidas a todo el público joven en general; en especialidades “consideradas masculinas” se buscaría atraer especialmente la atención de mujeres jóvenes, niñas y adolescentes a través de uso mayoritario de la imagen e, incluso, participación de deportistas femeninas de relieve en ese deporte.

De la misma forma, en especialidades “consideradas femeninas”, se promocionarían las actividades con la imagen y participación de deportistas masculinos de la especialidad para mostrar, dar a conocer y atraer a practicantes de género masculino.

ACTUACIONES EN CUANTO A PROMOCIÓN

Fase I. Planificación

Diseño de actividades dirigidas a romper los prejuicios de género vinculados a la especialidad deportiva del evento.

Fase II. Ejecución

Monitorización de las actividades y su desarrollo que se han establecido, para comprobar que se están llevando a cabo.

Encuestas a los participantes en las actividades relativas a su paso por la actividad: conocimiento previo de la especialidad y su imagen tras pasar por la misma.

Fase III. Evaluación

Análisis de las encuestas para comprobar si la actividad ha supuesto algún cambio en la imagen que el participante tenía sobre esa especialidad deportiva.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Número de actividades planteadas y horas de desarrollo de las mismas.

Número de participantes masculinos y femeninos que han pasado por las actividades.





7

Accesibilidad

7.1.

Introducción

7.2.

Variables de un evento deportivo accesible

7.3.

Fases de la secuencia global de accesibilidad en la gestión de las instalaciones deportivas

7.1.

Introducción

Antes de comenzar con este apartado, vamos a delimitar lo que vamos a tener en cuenta en nuestro manual para considerar que un evento deportivo es accesible.

Por tanto, en nuestro caso, nuestro objetivo, cuando hablamos de accesibilidad, será el de conseguir que nuestro evento esté lo más adaptado posible a las necesidades de los distintos colectivos de personas que sean susceptibles de acudir a él, independientemente de si la cita que vamos a organizar sea inclusiva o adaptada.

Por supuesto que dentro de esta accesibilidad, están el deporte inclusivo y adaptado. Este último se refiere a la práctica deportiva que se ha adaptado o modificado a las necesidades de un colectivo. Este puede ser el caso de la esgrima en silla de ruedas.

DEPORTE INCLUSIVO. Según la RAE, el término INCLUSIVO significa: **“Que incluye o tiene la capacidad de incluir”**, por tanto, podemos definir el deporte inclusivo como **aquel que pueden realizar todo tipo de personas, tengan o no una discapacidad. Es esta modalidad mixta la que le confiere la capacidad de inclusión.**

En la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de Naciones Unidas se proponen como objetivos los de “promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales para

todas las personas con discapacidad ...”. Esta convención fue ratificada en España en 2007 proponiendo una serie de medidas relativas a la participación en igualdad de condiciones en actividades deportivas como:

- Alentar y promover la participación de las personas con discapacidad en las actividades deportivas generales **a todos los niveles.**
- Asegurar que las personas con discapacidad tengan la oportunidad de organizar y desarrollar actividades deportivas [...] y, a ese fin, alentar a que se les ofrezca, en igualdad de condiciones con las demás, instrucción, formación y recursos adecuados.
- Asegurar que las personas con discapacidad tengan acceso a instalaciones deportivas, recreativas y turísticas.
- Asegurar que los niños y las niñas con discapacidad tengan igual acceso con los demás niños y niñas a la participación en actividades lúdicas, recreativas, de esparcimiento y deportivas, incluidas las que se realicen dentro del sistema escolar.
- Asegurar que las personas con discapacidad tengan acceso a los servicios de quienes participan en la organización de actividades recreativas, turísticas, de esparcimiento y deportivas¹.

¹FUENTE: Plan Director del deporte inclusivo <https://www.csd.gob.es/es/mujer-y-deporte/plan-director-deporte-inclusivo-2020>

A nivel institucional, en España tenemos la Mesa de Deporte Inclusivo, el cual está liderado por el Consejo Superior de Deportes. Este grupo de trabajo integra a asociaciones, empresas y otros agentes del sector público y privado.

Esta Mesa de Deporte Inclusivo, que fue constituida en 2018, ha venido trabajando en estudios, elaboración de políticas y estrategias a nivel nacional para integrar en el sistema deportivo español, el deporte inclusivo, dando cabida a personas con y sin discapacidad. Igualmente, trabajan en la financiación, líneas de subvenciones para ayudar económicamente a los distintos agentes que trabajan en esta línea.

Un ejemplo a nivel local, lo tenemos en Málaga, donde se viene celebrando de manera anual la “Feria del ocio activo y el deporte accesible”. En ella, se trata de incluir a todos los colectivos que tengan necesidades específicas y que en otras condiciones, tengan impedimentos de distintos tipos para poder desarrollar una actividad deportiva o participar como espectador, o con cualquier otro rol.

A nivel privado, existen numerosos ejemplos de iniciativas, tanto de formación, sensibilización y capacitación a través de programas, talleres, eventos deportivos, que trabajan activamente por la accesibilidad en el deporte. Vemos algunos ejemplos:

- Down España en colaboración con la Fundación Sanitas.
- Tienen el programa: “Deporte para todos, ejercicio de igualdad”.
- La Cátedra de Estudios sobre el Deporte Inclusivo de la Fundación Sanitas. Realizando un grandísimo trabajo para el estudio, formación y promoción del deporte inclusivo.
- Rugby inclusivo. Con el trabajo de varios clubes, como el club de rugby de Las Rozas, el club de San Isidro.
- La fundación ONCE trabaja desde años, para que las personas ciegas o con una alta discapacidad visual, puedan practicar deporte tanto a nivel de aficionado como de alta competición. Trabajando en una amplia representación de deportes como el tenis, natación, fútbol, ajedrez, entre otros.

Cabe destacar, que la propuesta de un evento deportivo accesible viene enmarcada igualmente, dentro de la Agenda 2030 y los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

Principalmente alineada con los ODS:

ODS 10
Reducir la desigualdad en y entre países.

10.2 Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.

ODS 11
Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.

11.3 Aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y la gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países.

Además, la pandemia ocasionada por la Covid-19 supone un aumento de desigualdades que se suman a todas aquellas que ya padecían estos colectivos en riesgo de exclusión, por lo que deberemos adoptar nuevas medidas de inclusión que se ajusten a estas nuevas circunstancias. Como podrían ser:

a) Incorporación de mascarillas comunicativas para todo el equipo participante en el evento. Para facilitar una comunicación más inclusiva entre todos los participantes y concretamente con la comunidad sorda y con discapacidad auditiva.

Las mascarillas representan una barrera a la comunicación para todas aquellas personas que conscientemente o inconscientemente se apoyan en la expresión labiofacial y el lenguaje no verbal. La obligatoriedad de estas incomunica claramente al colectivo, ya sea por la distancia social, la bajada de decibelios y la imposibilidad de la lectura labial.

b) Facilitar la comprensión del entorno físico, el ámbito cultural, el mundo social y el entorno digital por parte de las personas con discapacidad intelectual.

Para ello, se fomentará la implantación de pictogramas y la adaptación de todos los textos de interés general a lectura fácil.

c) Utilización de dispositivos inclusivos para ruedas de prensa, charlas, seminarios, clases, presentaciones...etc.

7.2.

Variables de un evento deportivo accesible

Volviendo a los aspectos organizativos, debemos por supuesto centrarnos en una multitud de variables que debemos tener en cuenta si queremos tener una competición con un enfoque de accesibilidad.

En este tipo de eventos, la consulta a los Grupos de interés, será primordial para desarrollar todas las acciones posteriores. Por tanto, esa consulta nos dará un buen mapa de trabajo, que la entidad organizadora deberá gestionar en función de la naturaleza y tipología del deporte que se vaya a realizar, en función de su volumen y por supuesto de los recursos económicos y materiales con los que cuente la organización.

Pero entendemos que la consulta a los **GRUPOS DE INTERÉS** deberá ser uno de los primeros pasos a dar. También es interesante, la posibilidad de categorizarlos, de manera que la entidad organizadora pueda centrar sus esfuerzos de una forma eficiente.

Llegados a este punto, la organización del evento tendrá que tener en cuenta variables del tipo:

7.2.1 Comunicación interna y publicidad

Este grupo de variables podrían subdividirse en dos bloques: comunicación interna y comunicación externa o publicidad. En nuestro caso, lo mantenemos en un único bloque a gestionar. La comunicación interna, deberá tener muy en cuenta la forma en la que se va a comunicar.

Por tanto, hay que ser muy sensible a las distintas realidades, necesidades de las personas con discapacidad que van a participar en el evento. Por ejemplo, la elaboración de un manual o código de conducta que tenga en cuenta estos aspectos, puede resultar útil.

En cuanto a la publicidad y la imagen, igualmente, deberán ser sensibles a la realidad en la que se va a desarrollar el evento inclusivo. Igualmente, el desarrollo de un manual de imagen corporativa, sería aconsejable.

7.2.2 Infraestructuras

• Accesibilidad

Ni que decir tiene que los aspectos relacionados con las necesidades de accesibilidad tanto de los participantes como de espectadores, colaboradores, voluntarios, etc, son de gran importancia. Tener en cuenta las necesidades materiales, organizativas para garantizar un uso y acceso a las instalaciones deportivas, a los materiales necesarios, tendrá que tenerse en cuenta en la fase de planificación.

• Transporte

Los medios de transporte que se utilicen y promuevan deberán tener en cuenta las necesidades de los distintos colectivos que participarán. La entidad organizadora podrá, por tanto, negociar, gestionar en la medida de sus posibilidades transportes tanto colectivos como individuales adaptados.

• Hospedaje

Igualmente, la accesibilidad y necesidades específicas tendrán que cubrirse a la hora de organizar el hospedaje.

• Material deportivo específico

Uno de los aspectos más importantes es que esté disponible en todo momento el material deportivo específico necesario. No por ser un aspecto básico en la elaboración del evento, no lo vamos a reflejar como una variable esencial.

• Material específico

La organización tendrá que gestionar las necesidades en recursos materiales específicos que se podrán utilizar no solo durante la celebración del evento, sino también durante la planificación y organización del mismo. Ya que como hemos comentado antes, nuestro evento accesible, podrá tener en cuenta la participación de personas con necesidades especiales incluso dentro del organigrama del evento.

7.2.3 Formación y especialización del personal, médicos, etc.

Si nuestro objetivo es contar con todos, podremos plantearnos tener en plantilla personas con discapacidad, contar con voluntarios con necesidades específicas, contar con la ayuda de expertos en temas de inclusión y accesibilidad desde el primer momento.

Tener un equipo especializado de médicos, en el caso

que sea necesario, profesionales y técnicos cualificados durante toda la organización del evento.

Ya que dentro del sector del deporte se exigen cada vez más puestos de especialización, se promueve la creación de la figura profesional emergente “Coordinador en Accesibilidad e Inclusión Deportiva”.

Esta figura deberá ser una persona experta tanto en accesibilidad universal en instalaciones deportivas, como en el fomento de la inclusión social. De este modo, podrá encargarse de solventar cualquier incidencia relacionada con carencias de accesibilidad (ya sean constructivas, de equipamiento o producto), así como para establecer unos protocolos adecuados de atención al cliente y gradualmente integrar la accesibilidad universal dentro de la cultura organizativa. Así mismo, también deberá ser el principal punto de contacto entre el usuario que precise requerimientos específicos (con o sin discapacidad) y la organización deportiva. El hecho de contar con una persona experta en accesibilidad universal en instalaciones deportivas e inclusión social, ahorrará tiempo y recursos de todo tipo dentro de la gestión del evento.

Este perfil está inspirado en la figura del “Coordinador en Accesibilidad Universal en Instalaciones Deportivas” que se cita en el “Manual de Accesibilidad Universal en Instalaciones Deportivas” publicado por el Comité

Paralímpico Español en 2016. Figura que ya es una realidad en países como Reino Unido, Alemania o Estados Unidos de América.

7.2.4 Formación y especialización del personal organizador, y de voluntariado.

La sensibilidad que vamos a tener en el evento deportivo teniendo una perspectiva de accesibilidad, se tiene que trasladar a todas las personas que van a colaborar en que el evento sea un éxito en este aspecto. Por tanto, la formación y sensibilización en materia de inclusión y accesibilidad, es de vital importancia.

7.2.5 Actividades de sensibilización y divulgación.

Igualmente, se puede y debe considerar que el evento tenga también un fin divulgativo y de visibilidad del deporte accesible. La organización puede plantearse objetivos e indicadores tales como el número de charlas, talleres, entrevista en medios.

Grupos de interés especializados. Asociaciones, Federaciones, colectivos implicados

Como ya hemos visto a lo largo del presente manual, la consulta a los Grupos de interés siempre es muy importante, pero entendemos que cobra más relevancia si cabe en la organización de un evento deportivo accesible.

7.3.

Fases de la secuencia global de accesibilidad en la gestión de las instalaciones deportivas

Según el Manual de Accesibilidad Universal en Instalaciones Deportivas¹, publicado por el Comité Paralímpico Español en 2016, una de las primeras preguntas que nos debemos formular pasa por conocer qué demandan las personas con discapacidad cuando deciden acudir a una instalación deportiva. Demandas que se condensan en la denominada 'Secuencia global de la Accesibilidad Universal en Instalaciones Deportivas' y que se aborda aquí de forma resumida y a modo de recomendación:

1ª FASE Pre-experiencia (anticipación)

En la primera fase denominada pre-experiencia/ anticipación un factor clave pasa por crear la motivación para que cualquier persona, independientemente de sus capacidades, valore y, sobre todo, se convenza de la posibilidad de desplazarse a una instalación deportiva para poder realizar o presenciar algún tipo de actividad, al mismo nivel de experiencia y calidad.

Esta fase es el punto de partida en la que el gestor ha de analizar y gestionar las necesidades de los usuarios actuales y potenciales. Dicho de otro modo, el mensaje debe ser que los gestores deportivos deben comprometerse a la hora de facilitar el acceso a cualquier instalación deportiva a un colectivo amplio de personas, pero que cada vez será más numeroso. Esta acción ha de nacer del propio

sector o entidad deportiva a través de la comunicación en diferentes medios informativos.

De no existir esta difusión, muchos de los futuros usuarios de colectivos que, debido a deficiencias de accesibilidad en los entornos, han tenido restringido el ejercicio de sus derechos de acceso, como por ejemplo las personas mayores y las personas con discapacidad, ni siquiera se plantean la siguiente fase. De ahí la importancia en sensibilizar a las entidades deportivas para que comuniquen su oferta.

2ª FASE Previa al desplazamiento a la instalación deportiva

Una vez que ya la persona, que puede acudir sola o en caso de precisarlo con acompañantes o asistentes, se ha convencido de que la actividad puede ser placentera y ha decidido desplazarse a la instalación deportiva, debe asegurarse la existencia de diferentes servicios que permitan al usuario realizar cualquier tipo de actividad.

Información Básica de Accesibilidad a ofrecer por las Instalaciones Deportivas:

- **Forma de comunicación:** (Vía correo electrónico, teléfono u otros medios específicos) de las personas con discapacidad con la persona responsable de la atención

a usuarios para manifestarles sus necesidades, si deciden acudir a la instalación.

- **Formas de acceso:** A través de diversos medios de transporte público y privado con sus correspondientes paradas accesibles y especificando la distancia a la que se encuentran las paradas y aparcamientos de la propia instalación deportiva. A este respecto, se debe reseñar qué medios de transporte son accesibles y cuáles no.

- **Dotación y recorridos:** Especificar el número de plazas de aparcamientos adaptados reservados y su ubicación en el interior y en el exterior de la instalación, su señalización (gráfica, luminosa y acústica... y distancia a la entrada o entradas a la propia instalación deportiva, especificando las puertas de acceso habilitadas.

- **Tiempo preciso de antelación:** Para comunicar su asistencia y permitir a los gestores que planifiquen las necesidades y demandas de los usuarios.

- **Guía y recorrido virtual:** De la propia instalación deportiva con la ubicación de los asientos adaptados y otros servicios dentro y fuera del edificio como punto de encuentro y espera.

- **Política de precios:** Para la persona con discapacidad y sus acompañantes. Sobre la política de precios no existe una norma común. Pero habitualmente se suele optar

porque el usuario con discapacidad abone la entrada más barata, mientras que los acompañantes no paguen al ser considerados como personas de ayuda.

- **Zonas accesibles:** De la propia instalación deportiva (vestuarios, aseos, tiendas, cafeterías, graderíos, visitas a la instalación deportiva o museos, servicios médicos, guarderías,...).

- **Servicios y actividades disponibles:** (Oferta deportiva específica, plataformas elevadas con la oferta de asientos disponibles, servicios de audio-guía, zona habilitada para la estancia de perros-guía, almacén y taller de sillas de ruedas, etc) para cualquier persona con discapacidad en función de sus necesidades.

3ª FASE La asistencia a la instalación deportiva (la experiencia en sí misma)

En la tercera fase y con la llegada a la propia instalación deportiva, se deben ofrecer gradualmente los siguientes servicios:

- Aparcar en una zona reservada, señalizada, acotada y segura para diferentes tipos de vehículos (coches privados, autobuses adaptados...).

Disponer de personal de ayuda formado en la zona de aparcamiento para facilitar el acceso al aparcamiento y vigilar que dichos espacios no sean ocupados por personas no autorizadas. La experiencia nos muestra que la ocupación de las plazas de aparcamiento reservadas por otro tipo de usuarios suele ser práctica habitual.

En caso de no disponer de aparcamientos adaptados, se pueden plantear otras alternativas para paliar esta deficiencia. Entre otras, encontramos aquellas que plantean desde la creación de aparcamientos accesibles en calles cercanas a la propia instalación, la oferta de autobuses lanzadera si los aparcamientos están situados a una distancia considerable con la reserva en el exterior de estacionamientos para la parada provisional de autobuses lanzadera. Disponer de rutas de vehículos señalizadas hacia las entradas del recinto, complementado con la existencia de itinerarios peatonales accesibles y diferenciados y no excesivamente largos que enlacen el exterior hasta la puerta de entrada de la instalación; servicio muy útil para todos los colectivos. En el itinerario creado a tal efecto hasta la entrada de la instalación deportiva, cualquier persona se debería encontrar con pavimentos rígidos, antideslizantes, impermeables, continuos sin excesiva pendiente y libres de obstáculos.

¹Fuente: <https://www.paralimpicos.es/manual-de-accesibilidad-universal-en-instalaciones-deportivas>

- Utilización eficiente y accesible de la señalización y técnicas wayfinding. Dicho servicio representa otro valor añadido a la comunicación, la orientación y el guiado de los participantes.

Se articula a través de paneles y planos, iluminados y en algunos casos, en varios idiomas, que indiquen las rutas existentes desde el propio aparcamiento hasta la puerta de entrada a la instalación. Dicha señalización debe ser clara, precisa, sencilla y perceptible para todos, pero con especial incidencia para aquellos con dificultades de visión. Este aspecto es igualmente extensible a todas las zonas exteriores e interiores de la instalación.

- Una vez que una persona, bien sola o con su acompañante, y dependiendo de la tipología de la instalación deportiva, llega a la propia entrada, podemos considerar dos opciones; una que pueda acceder por la puerta de entrada general, o que en el caso de grandes instalaciones y usuarios con discapacidad, en función de los protocolos de seguridad, pueda recomendarse su acceso por una entrada diferente.

No es recomendable esta opción a menos que sea la única forma de acceso. Es excluyente y segrega a las personas a la entrada del evento.

- Una vez que se ha accedido al interior de la propia instalación deportiva por la puerta o puertas

independientes habilitadas, se debe facilitar a cualquier usuario las circulaciones interiores, habilitando para ello itinerarios accesibles, bien señalizados.

- Localización y fácil acceso a aseos, sistemas informativos, zonas de restauración, palcos o zonas reservadas para organizadores, patrocinadores y público en general, etc. Espacios y servicios que representan, por sí mismos, un valor añadido y que contribuyen a optimizar la gestión de la instalación deportiva. Siempre que sea posible se deben ofrecer estos servicios al mismo nivel de altura o misma planta.

- Para personas con discapacidad visual que acuden a instalaciones de todo tipo se deben contemplar servicios específicos para perros-guía. Se considera que un perro-guía es una ayuda para una persona con discapacidad visual y por lo tanto se le debe permitir el acceso a cualquier instalación deportiva, por lo que debemos habilitar una zona específica para el descanso de los perros-guía.

- Para personas con discapacidad auditiva que acuden a instalaciones de todo tipo se deben incorporar sistemas de audio-guías y/o la incorporación del bucle magnético si es posible.

- Deben preverse servicios de almacenaje y de mantenimiento de sillas de ruedas y servicios de sillas de ruedas en préstamo.

4ª FASE Abandonar la instalación deportiva (vuelta a casa)

Llegamos a la cuarta fase que integra la vuelta a casa del usuario tras realizar cualquier servicio o actividad deportiva y no deportiva en una instalación deportiva. Al igual que la entrada a la instalación, la salida de ésta representa otro momento que requiere de especial atención por parte de los gestores para garantizar la seguridad, la accesibilidad universal y la comodidad de todos los usuarios, pero sobre todo de aquellos con discapacidad, que son más vulnerables, y a sus acompañantes.

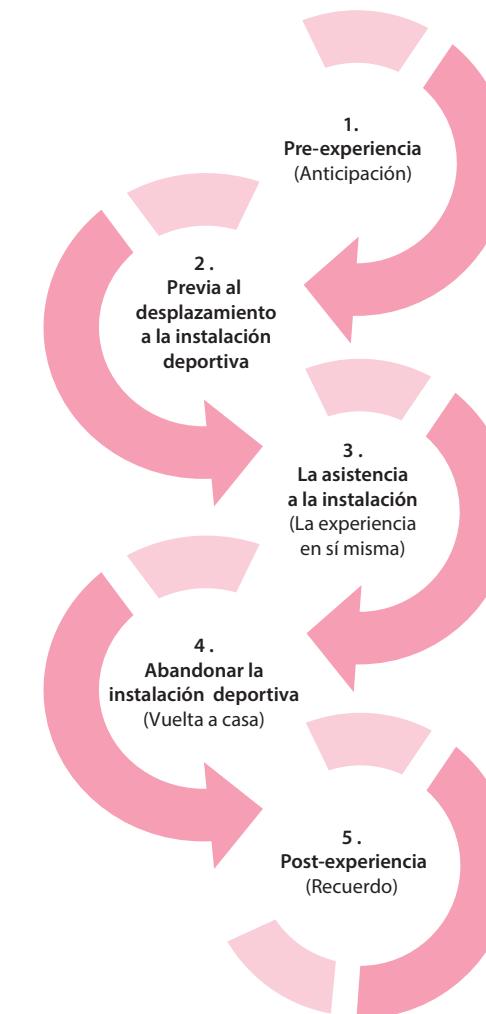
En el caso específico de grandes instalaciones que congregan a multitud de personas, se debe garantizar que a la finalización del evento se pueda abandonar el recinto con total seguridad sin tener que sufrir largas esperas y volver a su casa sin problemas.

Para evitar situaciones de peligro, han de estudiarse las circulaciones, los flujos de usuarios y los tiempos. Teniendo en cuenta la movilidad reducida que pueden presentar las personas con discapacidad, deben abandonar la instalación deportiva más tarde que el resto de usuarios, por motivos de seguridad en la evacuación.

5ª FASE Post-experiencia (recuerdo)

Pero no podemos dejar sin consideración los efectos positivos que conduce el hecho de poder realizar cualquier actividad en la denominada fase de recuerdo (post experiencia). Después que la experiencia del trayecto y del evento ha finalizado y ya de vuelta a casa, las personas reflejan y retienen las experiencias vividas, que incluyen además de la práctica deportiva los beneficios psicológicos y emocionales que se mantienen en la memoria.

De la misma forma que la práctica de deporte para todas las personas se ha venido justificando por razones de salud y sociales, la posibilidad de asistir a una instalación deportiva para presenciar cualquier evento también contribuye a la socialización y entretenimiento, a la mejora de su calidad de vida y sobre todo, a la plena integración de las personas independientemente de su capacidades en todas las actividades y sectores de la sociedad. Las redes sociales se configuran hoy día como una extraordinaria herramienta a nuestro alcance para compartir nuestras experiencias con otras personas y en el caso que nos ocupa retroalimentar el sistema, y enlazando con la fase de anticipación, mostrar con testimonios de otras personas que es posible realizar actividades deportivas dotadas del espíritu de accesibilidad universal. Marcas deportivas así lo están haciendo.



Fuente: <https://www.paralimpicos.es/manual-de-accesibilidad-universal-en-instalaciones-deportivas>

a. Infraestructura

Fase I. Planificación

Planificación de toda la actividad formativa que se realizará tanto a las plantillas contratadas, como al resto de colaboradores.

Negociación y acuerdos con empresas de transporte privada que tengan los medios necesarios para los colectivos a los que nos dirigimos. Por ejemplo: autobuses con rampas, con monitores, etc.

Acuerdos con las administraciones públicas para que brinden apoyo logístico para el evento. Por ejemplo, en el traslado desde los lugares de residencia hasta la sede, habilitando más líneas de autobuses especiales.

Confirmación por parte de la instalación que acogerá el evento de zonas reservadas, señalizadas, acotadas y seguras para los diferentes tipos de vehículos adaptados (coches, furgonetas y autobuses).

Negociación y compra de material específico necesario para los colectivos que van a colaborar en la fase I.

Negociación y contratación de hoteles que cubran las necesidades especiales de nuestros participantes, colaboradores, empleados.

Contratación de empresas especializadas, como traductores, intérpretes de lengua de signos española, dispositivos formativos inclusivos.

Ubicación de la sede con instalaciones preparadas a las necesidades de nuestros colectivos.

Elaboración de un plan de comunicación interno, que contenga el enfoque y sensibilidad necesarias en materia de accesibilidad.

Fase II. Ejecución

Monitorización de que todas las acciones que se han establecido, se están llevando a cabo.

Establecer acciones correctoras en caso necesario.

Monitorización de que todas las acciones que se han establecido, se están llevando a cabo.

Establecer acciones correctoras en caso necesario.

Monitorización de que todas las acciones que se han establecido, se están llevando a cabo.

Establecer acciones correctoras en caso necesario.

Fase III. Evaluación

Análisis de los resultados conseguidos. La organización deberá analizar el nivel de consecución de los objetivos que se han marcado de cada uno de los indicadores

Realización de una encuesta de satisfacción a los colectivos especiales.

Análisis de los resultados conseguidos. La organización deberá analizar el nivel de consecución de los objetivos que se han marcado de cada uno de los indicadores

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Número de autobuses adaptados disponibles para los participantes

Número de vehículos privados adaptados disponibles.

% de asistentes que se trasladan al evento en vehículos adaptados públicos.

% de asistentes que se trasladan al evento en vehículos adaptados/ vehículos sin adaptar.

b. Formación y especialización del personal, médicos, etc.

Tener un equipo especializado de médicos, fisioterapeutas, en el caso que sea necesario, profesionales y técnicos cualificados durante toda la organización del evento.

**ACTUACIONES
EN MATERIA DE
ESPECIALIZACIÓN DE
PERSONAL**

Fase I. Planificación

Contratación de personal de apoyo especializado para el evento.

Contratación de personal médico, fisioterapeutas, etc

Creación de figura de Coordinador en Accesibilidad e Inclusión Deportiva.

Fase II. Ejecución

Monitorización de que todas las acciones que se han establecido, se están llevando a cabo.

Establecer acciones correctoras en caso necesario.

Llevar a cabo las acciones que se establecen dentro del plan.

Fase III. Evaluación

Realización de una encuesta de satisfacción a los colectivos especiales.

Análisis de los resultados conseguidos. La organización deberá analizar el nivel de consecución de los objetivos que se han marcado de cada uno de los indicadores

Análisis de los resultados conseguidos. La organización deberá analizar el nivel de consecución de los objetivos que se han marcado de cada uno de los indicadores.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Número de personal de apoyo especializado contratado

% de personal especializado/ nº de asistentes

% de personal médico/Nº de asistentes



c. Formación y especialización del personal organizador, y de voluntariado.

La sensibilidad que vamos a tener en el evento deportivo teniendo una perspectiva de accesibilidad, se tiene que trasladar a todas las personas que van a colaborar en que el evento sea un éxito en este aspecto. Por tanto, la formación y sensibilización en materia de inclusión y accesibilidad, es de vital importancia.

**ACTUACIONES
EN MATERIA DE
ESPECIALIZACIÓN DE
PERSONAL**

**Posibles acciones
a realizar/fase del evento:**

Fase I. Planificación

Contratación de personal de apoyo especializado para el evento

Contratación de personal médico, fisioterapeutas, etc

Fase II. Ejecución

Monitorización de que todas las acciones que se han establecido, se están llevando a cabo.

Establecer acciones correctoras en caso necesario. Análisis de los resultados conseguidos.

Fase III. Evaluación

Realización de una encuesta de satisfacción a los colectivos especiales.

Análisis de los resultados conseguidos. La organización deberá analizar el nivel de consecución de los objetivos que se han marcado de cada uno de los indicadores

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Número de personal de apoyo especializado contratado

% de personal especializado/ nº de asistentes

% de personal médico/ nº de asistentes



d. Actividades de sensibilización y divulgación.

Igualmente, se puede y debe considerar que el evento tenga también un fin divulgativo y de visibilidad del deporte accesible. La organización puede plantearse objetivos e indicadores tales como el número de charlas, talleres, entrevista en medios.

**ACTUACIONES
EN MATERIA DE
SENSIBILIZACIÓN Y
DIVULGACIÓN**

Fase I. Planificación

Realizar acuerdos con asociaciones especializadas en inclusión para la realización de la formación necesaria para el personal, colaboradores, voluntarios, etc.

Planificación de la formación necesaria que se le va a exigir a cada colectivo.

Realización de la formación planificada.

Utilización de simbología internacional y nacional oficial referente a colectivos con discapacidad.

Fase II. Ejecución

Monitorizar que todas las acciones que se han establecido, se están llevando a cabo.

Establecer acciones correctoras en caso necesario.

Fase III. Evaluación

Realización de una encuesta de satisfacción a los colectivos especiales.

Análisis de los resultados conseguidos.

Posibles INDICADORES a monitorizar:

INDICADOR

Número de Charlas de Sensibilización realizadas.

Número de cursos especializados realizados.

% de personal formado/total del personal.





e. Grupos de interés especializados. Asociaciones, Federaciones, colectivos implicados.

Como ya hemos visto a lo largo del presente manual, la consulta a los Grupos de interés siempre es muy importante, pero entendemos que cobra más relevancia si cabe en la organización de un evento deportivo accesible. Este grupo de variables a tener en cuenta, lo vamos a gestionar de manera global desde el comienzo de la planificación del evento a través de la consulta que se les haga a todos ellos previamente. Por tanto, los indicadores y medidas a tomar serán del tipo infraestructuras, formación y especialización, compra de materiales, otros recursos, etc.

Además de lo anteriormente mencionado, deberemos prestar atención a los siguientes elementos propios de cada tipología de discapacidad, a la hora de organizar el protocolo y accesibilidad en los eventos sostenibles:



Movilidad reducida

- Aseos adaptados.
- Espacios sin obstáculos.
- Eliminación barreras arquitectónicas.
- Rampas de acceso.
- No puertas giratorias.
- Comunicación vertical para salvar desniveles.
- Elementos situados a una altura accesible.
- Mobiliario regulable en altura.

Baja visión

- Ampliación de la información escrita (macrotipo).
- Adecuada iluminación.
- Buen contraste, evitar brillos.

Personas sordas

- Textos de lectura fácil.
- Subtítulos y sobretítulos.
- Bucle de inducción magnética.
- Interprete de Lenguaje de Signos (ILSE).

Personas con discapacidad intelectual

- Trato adecuado a su edad.
- Apoyos visuales (pictogramas).
- Texto de lectura fácil (breves concisos, directos y sin doble sentido).
- Evitar la sobreprotección, paternalismo respetando sus decisiones.
- Tiempos para procesar la información y responder
- Contemplar la figura del Mediador (autismo, etc.).

Personas con hipoacusia

- Ampliación de volumen (salvo que detecten lenguaje labial).

Discapacidad visual

- Sistema Braille.
- Audiodescripción.
- Personal del staff con rol de guía.
- Información táctil, en relieve.
- Información acústica.
- Información en formato "Word" o "pdf" accesible.
- Contemplar usuario perro guía o de bastón (rojo blanco, indica que es sordociego).
- Guías Intérpretes para personas sordociegas.



Herramientas

Llegados a este punto, sabemos cómo tener en cuenta a las distintas partes implicadas en la realización del evento deportivo. Cómo organizarlo y que lleguemos a buen término. Ahora que necesitamos alinearlos con la idea de sostenibilidad, la organización deberá tener en cuenta factores clave que hasta ahora, o no se le ha dado la importancia suficiente, o simplemente no se han tenido en cuenta.

Volvamos a la tríada de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. En todas las fases por las que pasa el evento deportivo, la organización deberá tener en cuenta estos aspectos y gestionarlos proactivamente para poder dar respuesta a las necesidades de los grupos de interés en estos aspectos más particulares.

No es el objetivo de este manual inventar nada nuevo acerca de cómo organizar un evento deportivo. Lo que sí creemos que podemos aportar es una ayuda al usuario del mismo, para que pueda tener en cuenta variables adicionales que pueden aportar ese enfoque sobre sostenibilidad que antes no había gestionado, y no únicamente desde el punto de vista medioambiental, como ya venimos diciendo.

Para ello, nos vamos a servir de la ayuda de ciertas herramientas, que podrán usarse desde el principio de la gestión. Desde la concepción del evento.

Vamos a utilizar para ello un esquema, analizando las distintas fases por las que puede pasar un evento deportivo.

Dividiremos cada fase en dos bloques:

- Tareas a realizar.
- Herramientas.

Teniendo siempre en cuenta que la documentación e información que aquí ponemos a disposición del lector, es totalmente flexible y debe adaptarla a la realidad del evento que esté organizando.

Por otro lado, en el Anexo 1, tenéis a vuestra disposición, las plantillas que podréis utilizar libremente y modificar en cada una de las fases.

Además, el lector la encontrará en formato pdf descargable en la página de CIFAL MÁLAGA, en el apartado de publicaciones:

<https://www.cifalmalaga.org/web/publicaciones/>



FASE 1.A

Diseño y planificación

Dada la importancia que creemos que tiene la fase de planificación del evento, por operatividad, hemos dividido esta fase primera en dos subfases: Fase 1.a y Fase 1.b. Donde la primera la centramos más en la planificación y diseño y la segunda en la organización más detallada de todas las acciones a realizar.

En esta fase preliminar, identificamos las siguientes tareas a realizar por parte de la entidad/es organizadora/s.

Estas tareas a realizar están más detalladas en la plantilla en el Anexo 1.

TAREAS

1. Definir el alcance del evento.
2. Definir la tipología del evento, el público objetivo, número de asistentes estimados, número de empleados, número de voluntarios.
3. Establecer compromiso de la Dirección en la realización de un evento deportivo sostenible.
4. Identificación de los Grupos de Interés (consulta de necesidades y expectativas).
5. Identificación de los aspectos de SOSTENIBILIDAD, GÉNERO Y ACCESIBILIDAD más significativos.
6. Identificación de los requisitos legales para la realización del evento.
7. Definición de objetivos y metas de los aspectos más significativos que se han detectado en el punto 5.

HERRAMIENTAS

Plantilla INFORME DE DISEÑO Y PLANIFICACIÓN. En ella aparecerán los siguientes apartados:

- a. Alcance y tipología del evento.
- b. Dimensión esperada.
- c. Carta de compromiso de la DIRECCIÓN.
- d. Identificación de los grupos de interés.
- e. Principales necesidades y expectativas de los GI.
- f. Identificación de los aspectos SOSGEA significativos.
- g. Identificación de los requisitos legales.
- h. Definición de objetivos y metas.



FASE I.B

Organización

En esta fase, identificamos las siguientes tareas a ejecutar:

1. Elaborar PLAN DE SOSTENIBILIDAD/ENFOQUE DE GÉNERO Y ACCESIBILIDAD del evento deportivo. En función de las medidas y conclusiones del plan, establecer las directrices de todas las actividades que se van a realizar durante el evento, como son las contrataciones, la comunicación, buenas prácticas, procesos de trabajo, plan de comunicación interno y externo
 - a. En este punto, y dependiendo del volumen de la organización, recursos y alcance del evento, la organización puede plantearse elaborar aparte un plan de comunicación, tanto interno como externo.
2. Negociación y contratación con proveedores, patrocinadores..
3. Negociación y contratación medios de comunicación/gestión de la imagen.
4. Selección de los alojamientos.
5. Definir los procesos de trabajo para la obtención de los datos que alimentarán los indicadores.
6. Planificación y ejecución de formación para todo el personal y colaboradores.

Para ello contaremos con la ayuda de la plantilla PLAN DE SOSTENIBILIDAD, ENFOQUE DE GÉNERO Y ACCESIBILIDAD.

HERRAMIENTAS

Plantilla PLAN DE SOSTENIBILIDAD, ENFOQUE DE GÉNERO Y ACCESIBILIDAD. En ella aparecerán los siguientes apartados:

- a. Procesos de trabajo para la realización de la medición y seguimiento de los principales aspectos SOSGEA.
- b. Normas de conducta para los empleados, voluntarios, colaboradores.
- c. Plan de comunicación interno y externo.

FASE II.

Ejecución del evento deportivo

En esta fase, identificamos las siguientes tareas a ejecutar:

1. Realizar la recogida de datos de los indicadores más significativos. En este punto, deberemos acudir a las variables que hemos analizado durante el manual. Como por ejemplo:

- a.** Kg de papel comprado/usado.
- b.** Consumo eléctrico de las instalaciones (medición en facturas o con estimaciones).
- c.** Kg de residuos generados.

2. Realizar un seguimiento de que todas las acciones que hemos puesto en marcha en nuestro PLAN DE SOSTENIBILIDAD/ENFOQUE DE GÉNERO Y ACCESIBILIDAD se están llevando a cabo.

3. Monitorización de las campañas de comunicación/ imagen. Para ello contaremos con la ayuda de la plantilla RECOGIDA DE DATOS INDICADORES SOSGEA.

HERRAMIENTAS

Plantilla RECOGIDA DATOS INDICADORES SOSGEA. En ella aparecerán los siguientes apartados:

- a.** Instrucciones de recogida.
- b.** Indicadores de SOSTENIBILIDAD.
- c.** Indicadores de ENFOQUE DE GÉNERO.
- d.** Indicadores de ACCESIBILIDAD.

FASE III.

Evaluación del evento deportivo

En esta fase, identificamos las siguientes tareas a realizar:

1.Elaboración de un INFORME EVALUACIÓN DE RESULTADOS obtenidos. El informe contendrá:

- a.** Explicación de la metodología utilizada para la obtención de los datos.
- b.** Informe de los RESULTADOS obtenidos.
- c.** Puntos de mejora. Acciones correctivas posibles (en el caso de que se realicen futuras ediciones, nos servirá de medición y punto de partida).

2.Realización de Encuesta de Satisfacción.

3.Comunicación del INFORME a los GRUPOS DE INTERÉS.

HERRAMIENTAS

Plantilla EVALUACIÓN DE RESULTADOS SOSGEA. En ella aparecerán los siguientes apartados:

- a.** Breve explicación de la metodología utilizada.
- b.** Análisis de los resultados obtenidos.
- c.** Acciones de mejora/ acciones correctivas (en su caso).
- d.** Resultados de las encuestas de satisfacción.
- e.** Conclusiones.
- f.** Comunicación a Grupos de Interés.



9

Buenas prácticas

SOSTENIBILIDAD
ENFOQUE DE GÉNERO
ACCESIBILIDAD

En esta sección de nuestro manual, realizaremos una recopilación de otras guías y recomendaciones que creemos, será de utilidad para el lector. Es nuestro interés, el que se pueda encontrar una muestra de ideas para poner en práctica de cada uno de los aspectos de nuestro evento. Por tanto, como no podría ser de otra forma, dividiremos la sección en tres partes: Sostenibilidad, Género y Accesibilidad.



Como hemos dicho, nos hemos basado en la Guía de Medioambiente y Sostenibilidad aplicada a los juegos no Olímpicos, que ya hemos mencionado en puntos anteriores del manual. Este espacio de buenas prácticas se puede completar con la guía antes mencionada, ya que es bastante extensa, y también con otras guías que vamos a dejar en la sección de bibliografía.

9.1

Sostenibilidad

Consumos de papel y cartón

- Minimizar el uso del papel y procurar no imprimir excepto lo estrictamente necesario.
- Tratar de utilizar el correo electrónico para las conversaciones y otras vías que no requieran uso de papel.
- Antes de imprimir cualquier documento comprobar cómo saldrá finalmente por la impresora mediante la opción “visualización previa”.
- Tratas de usar, siempre que sea posible, papel de gramaje bajo, ya que supone un ahorro en materia prima.
- Utilizar contenedores específicos para el residuo de papel y cartón.
- Utilizar papel reciclado y/o no blanqueado con cloro. Si no puede ser reciclado, procurar que sea ecológico.

Pilas y baterías

- Siempre que sea posible, tratar de comprar pilas recargables.
- Evitar, en la medida de lo posible el uso de pilas-botón y, en su defecto, elegir de litio, zinc-aire o de óxido de plata, que contienen una baja o nula concentración de mercurio.
- Conectar los aparatos mixtos (pilas y red) a la red. El coste energético es menor y se evita un tipo de residuo tóxico.

Ubicación de las instalaciones deportivas

Siendo la ubicación de las instalaciones donde se va a desarrollar nuestro evento deportivo, uno de los aspectos más importantes y con más impacto medioambiental, tenemos que tener muy en cuenta que la misma esté ubicada en una zona con buena comunicación para el transporte público.

- Tratar de cerrar acuerdos con las entidades locales para que se ponga a disposición del evento facilidades para el mayor uso del transporte público.
- Potenciar el uso de vehículos de flota verde (vehículos eléctricos, solares, de hidrógeno, biocombustibles, etc.) para la movilidad de colectivos como los deportistas, atletas, organizadores, empleados.
- Estudiar la posibilidad de ofrecer o ayudar a suministrar un servicio de alquiler de bicicletas.
- Instalación de aparcamientos para bicicletas en zonas externas a las instalaciones deportivas o a los lugares de celebración de los eventos deportivos.
- Comunicar activamente y claramente todas las facilidades que tenga el evento en cuanto a movilidad. En particular a los espectadores, participantes, voluntarios, etc.
- Siempre que sea posible, habilitar las distintas zonas de aparcamiento en sitios en los que se minimice el impacto ecológico y que estén cerca de las instalaciones de manera que los espectadores puedan acudir o a pie o bien facilitar un transporte colectivo hasta el mismo.

- El uso de patinetes eléctricos es una opción siempre que sea posible y seguro.
- Los accesos pueden ser zonas que se aprovechen para poder informar a los espectadores sobre normas y usos. Repartir folletos informativos, crear códigos QR desde donde acceder online a la información, e instalar carteles de aviso con las normas que se establezcan.
- Marcar o balizar bien los itinerarios de los espectadores, con el fin de que no accedan a zonas de mayor valor ecológico, arquitectónico, etc.
- Si es necesario, crear pistas de grava o geotextil para que no afecten a zonas de interés, en el caso de eventos en el medio natural.
- Diseñar un sistema de evacuación de los espectadores en caso de emergencia, mal tiempo o cualquier tipo de incidente, con el fin de que no se produzcan aglomeraciones que provoquen que se invadan zonas de especial interés.
- Evitar la invasión y uso descontrolado de zonas que estén cercanas a lagos o ríos.
- Controlar las labores de montaje y desmontaje de escenarios, estructuras, etc. de manera que se minimice siempre el impacto medioambiental.

Alojamiento

- Priorizar los alojamientos que cuenten con sistemas de gestión medioambiental ya sean certificados o que de alguna manera lo podamos comprobar.

- Informar a los espectadores, usuarios de los mismos, acerca de normas/usos de los alojamientos con respecto a criterios medioambientales.
- Priorizar, si es posible, los alojamientos que se encuentren cercanos al evento con el fin de minimizar el traslado en vehículos.

Servicios de catering

- Si es posible priorizar la contratación de empresas que ofrezcan productos alimentarios ecológicos, de comercio justo, de km cero, y productos locales.

Uso de material oficinas

- Configurar los salvapantallas de los ordenadores en modo “pantalla en negro” para minimizar el consumo energético.
- Un tiempo de 10 minutos suele ser el promedio adecuado para activar el salvapantallas.
- Cuando se supere la hora de inactividad, apaga el equipo.
- En periodos menores, puede optar por apagar la pantalla del PC, ya que éste es el elemento responsable de la mayor parte del consumo energético de tu equipo.
- Usar el modo de ahorro de energía en todos los aparatos posibles.
- Reciclar los cartuchos de tóner de las fotocopiadoras e impresoras.
- Imprimir a doble cara siempre que sea posible.

9.2.

Enfoque de género

Instalaciones deportivas

- Asegurarnos de que el equipamiento deportivo, en caso de que sea necesario, esté adaptado a las distintas necesidades, y en este sentido, que se tenga en cuenta las necesidades de la mujer en su uso. Por ejemplo, se deberá tener en cuenta las distintas morfologías de la mujer.
- Crear un catálogo de información que tenga en cuenta el enfoque de género.
- Crear un equipo /comisión que controle la información y la imagen femenina que se está dando del evento deportivo.
- Asegurarnos que los vestuarios están adecuados a mujeres/ hombres con hijos/as, y estén equipados con cambiadores, tanto aseos y/o vestuarios femeninos como masculinos.

Medios humanos y formación

- Asegurarnos de contar con un equipo especialista (médicos, formadores, etc) que tengan en cuenta las

necesidades específicas de las mujeres, tanto si son las participantes, como las de otros Grupos de interés.

- Asegurarnos de contar con representación femenina suficiente en los equipos de árbitros, entrenadoras, etc.
- Realizar un plan de sensibilización en igualdad de género al mayor número de personas que actúen en la realización del evento deportivo.

9.3.

Accesibilidad

Medios humanos y formación

- Contar con voluntarios que tengan experiencia en la gestión de personas con discapacidad.
- Contar con personal médico y especializado.
- Elaborar previamente la consulta sobre sus necesidades a los colectivos implicados.
- Contar con docentes y expertos que puedan realizar formaciones y charlas de sensibilización previas al evento.

Instalaciones deportivas

Los recursos materiales en materia de accesibilidad son vitales para que nuestro evento contemple y cubra todas las necesidades de los colectivos a los que nos vamos a dirigir.

- Que cuente con aparcabicis adecuados y suficientes si el lugar es fácilmente accesible con este transporte.
- Que cuente con accesos.
- Que estén adaptadas para el uso de personas con movilidad reducida.
- Que cuente con rampas de acceso.
- Que los vestuarios estén adaptados o se puedan adaptar.
- Realizar un simulacro previo al evento para detectar posibles carencias en los medios materiales en las instalaciones.
- Que cuente con ascensores y que éstos estén habilitados para la introducción de sillas de ruedas.
- La cartelería deberá estar adaptada a personas con visibilidad reducida, como también los números de los ascensores.
- Instalar paneles luminosos y otras señales luminosas para personas sordas o con audición reducida.
- Reservar zonas de aparcamiento específicas para personas con necesidades especiales, como, por ejemplo, movilidad reducida.
- Los baños deberán estar acondicionados a personas con estas necesidades específicas, y deben estar bien señalizados.



10 Conclusiones



Llegados al final de este manual, esperamos haber cumplido con el objetivo de proporcionar una herramienta práctica para poder organizar y gestionar un evento deportivo desde los tres enfoques mostrados en este documento: la sostenibilidad, el género y la accesibilidad.

Consideramos que estos tres enfoques son fundamentales para que el deporte se alinee aún más con la Agenda 2030 y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Os invitamos a poner en práctica las herramientas aquí planteadas, a que las mejoréis y que compartáis con nosotros el resultado de aplicar las acciones que os proponemos y otras muchas más que no aparezcan en el manual.

La idea es que esta herramienta esté viva y mejore con su uso y sus posibles versiones. Para ello será importante que podáis compartir vuestras vivencias y opiniones con nosotros. Para ello, en la página web de CIFAL MÁLAGA, podréis aportar vuestro punto de vista y experiencias con respecto a todo lo visto en esta páginas

Este Manual ha sido posible gracias a la implicación y coordinación de todas las personas que han participado en su redacción: redactores, expertos y coordinadores. Igualmente queremos agradecer su implicación a la Consejería de Educación y Deporte de la Junta de Andalucía y al Instituto Andaluz de Deporte; ya que

gracias a su compromiso con la sostenibilidad este Manual ha sido posible.

Solo trabajando en conjunto y siendo conscientes de que todas nuestras acciones tienen repercusión, tanto en el ámbito de los eventos deportivos como en cualquier otro ámbito en el que nos desarrollemos, podremos mover el mundo hacia la sostenibilidad y hacia la inclusión de todas las personas, independientemente de su género o de sus capacidades.



11

**Fuentes
consultadas**

A toda vela.org. (s.f.). A TODA VELA IMPULSA LA OFICINA DE LECTURA FÁCIL Y ACCESIBILIDAD, OLA. Obtenido de A toda vela. Vida inclusiva: <https://atodavela.org/2019/01/17/a-toda-vela-impulsa-la-oficina-de-lectura-facil-y-accesibilidad-ola/>

Barchilón, M. (21 de septiembre de 2018). (Des)Igualdad en el deporte. La Vanguardia. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180921/452029474725/desigualdad-deporte-salarios-patrocinios-difusion-mujeres.html>

Consejo Superior de Deportes. (2020). Plan Director del Deporte Inclusivo. Obtenido de <https://www.csd.gob.es/es/mujer-y-deporte/plan-director-deporte-inclusivo-2020>

De Villa Molina, M. (noviembre de 2014). La discriminación en el deporte. Revista con la A.(35), 3. Obtenido de <https://conlaa.com/la-discriminacion-en-el-deporte/> FAO. (2000). División de la Mujer y la Dirección de Estadística de la FAO.

Fraguas Herrero, A., Perero Van Hove, E., Pérez Esteban, I., & Queralt Blasco, J. (2008). GUÍA DE MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD APLICADOS A LOS DEPORTES NO OLÍMPICOS. Fundación Barcelona Olímpica (FBO) y Fundación Ernest Lluch (FELL).

Fundación ONCE. (s.f.). Obtenido de Deporte para personas con discapacidad visual: <https://www.once.es/servicios-sociales/ocio-y-deporte>

Fundación Universia. (27 de Octubre de 2020). Fundación Universia y la Federación AICE por la supresión de barreras de comunicación en las universidades españolas. Obtenido de La Web del Implante Coclear: http://implantecoclear.org/index.php?option=com_content&view=article&id=594:2020-10-27-10-00-30&catid=1:latest-news&jj=1605626578823

I.P.G. (21 de Septiembre de 2020). ¿Juegos? No, gracias: la teoría de Oxford que desmonta la utopía olímpica. Recuperado el 01 de 10 de 2020, de Palco23: <https://www.palco23.com/competiciones/juegos-no-gracias-la-teoria-de-oxford-que-desmonta-la-utopia-olimpica.html>. Septiembre 2020

Ministerio de cultura y deporte. (Mayo de 2020). Estadística de deporte federado. Obtenido de <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:6b7e9a1a-e3e5-4b45-8ae5-6f187b50235f/nota-resumen-estadistica-deporte-federado-2019.pdf>

Naciones Unidas. (s.f.). Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Pernas, J., Lucio, A., Pérez, P., & Azcárate, J. (2011). Guía de buenas prácticas ambientales para eventos deportivos. Federación Española de municipios y provincias. Obtenido de http://femp.femp.es/files/566-1280-archivo/GUIA_VERDE_VERSION%20DEFINITIVA.pdf

Triodos Bank. (s.f.). Deporte accesible y espectacular: ¿quién juega y quién mira? Somos Triodos. Obtenido de <https://www.somostriodos.com/deporte-accesible/>

Uquillas, L. (s.f.). La huella ecológica del rally Dakar. Recuperado el 10 de Septiembre de 2020, de EFE:Verde: <https://www.efeverde.com/noticias/huella-ecologica-rally-dakar/>

Osrio, 2016, "Los juegos ingresa casi 7.000 millones por la vía comercial".Extraído de Diario Expansión <https://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2016/08/05/57a3a82046163f83038b4655.html>.

Norma ISO 20121.2012. Sistemas de gestión de la sostenibilidad de eventos.Requisitos con recomendaciones de uso.

Hernán López. El machismo en el deporte femenino . discipuli.es. 2018: : 1. Disponible en: <https://www.discipuli.es/2018/02/20/machismo-deporte-femenino/>. octubre 2020.

Tesis: Mujeres y deporte en los medios de comunicación: estudio de la prensa deportiva española (1979-2010). Autora: Clara Sainz de Baranda Andújar. Dpto. de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

Carta internacional de la educación física, la actividad física y el deporte. http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13150&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

Guía para la incorporación de la perspectiva de género a la gestión deportiva local. <https://sede.educacion.gob.es/publivena/guia-para-la-incorporacion-de-la-perspectiva-de-genero-a-la-gestion-deportiva-local/mujer-y-deporte/14967>

Ayuntamiento de Málaga.Guía de Recursos deportivos saludablemente en forma. <http://www.malaga.eu/recursos/igualdad/GU%C3%8DA%20RECURSOS%20DEPORTIVOS%20definitiva.pdf>

Gender Equality in Sport. European Commission.Proposal for Strategic Actions 2014 – 2020. https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/events/2013/documents/20131203-gender/final-proposal-1802_en.pdf

Guía de buenas prácticas ambientales para eventos deportivos. http://femp.femp.es/files/566-1280-archivo/GUIA_VERDE_VERSION%20DEFINITIVA.pdf

OTRAS DIRECCIONES WEB:

- <https://www.bemyvega.com/creacion-de-un-dispositivo-que-ayuda-a-personas-con-discapacidad-visual-o-auditiva-a-seguir-las-clases/www.palco23.com/entorno/agenda-2020-cambiar-o-ser-cambiado.html>
- <https://www.vives.org/programes/igualtat-gener/>
- <https://www.eda.admin.ch/deza/de/home.html>
- <http://www.grunver.com/erronka-garbia>.

Metodología ERRONKA GARBIA.
Certificación de eventos sostenibles.



12

Anexos

INFORME DE DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DEL EVENTO.
PLAN de SOSTENIBILIDAD, GÉNERO Y ACCESIBILIDAD
RECOGIDA DE DATOS INDICADORES SOSGEA
EVALUACIÓN DE RESULTADOS SOSGEA

Fichas de descarga en :



GRUPO DE INTERÉS PÚBLICO

	Impacto - volumen - importancia	SOSTenible	Género	Accesible	
1	Desplazamiento desde fuera de la provincia al lugar de la sede y viceversa	3	SI	SI	1.SOS/A
2	Desplazamientos dentro de la provincia donde se realiza el evento	3	SI	SI	2.SOS/A
3	Estancia en Hoteles	3	SI	SI	3.SOS/A
4	Catering	3	SI	SI	4.SOS/A
5	Disponibilidad de entradas	3	SI	SI	5.SOS
6	Información del evento	3	SI	SI	6.SOSGEA

GRUPO DE INTERÉS PATROCINADORES

	Impacto - volumen - importancia	SOSTenible	Género	Accesible	
1	Espacio físico para realizar publicidad	1	SI	SI	1.SOSGEA
2	Desplazamientos de su personal al evento	1	SI	SI	2.SOS/A
3	Estancia en Hoteles	1	SI	SI	3.SOS/A
4	Catering	1	SI	SI	4.SOS/A
5	Disponibilidad de entradas	1	SI	SI	5.SOS
6	Información del evento	1	SI	SI	6.SOSGEA

GRUPO DE INTERÉS ASOCIACIÓN DE MUJERES

	Impacto - volumen - importancia	SOSTenible	Género	Accesible	
1	Visibilidad de las mujeres en el mundo del baloncesto	3	SI	SI	1.SOS/A
2	Comunicación e imagen del evento	3	SI	SI	2.SOS/A
3	Sensibilización al público asistente y sociedad local	3	SI	SI	3.SOS/A
4	Desplazamientos de su personal al evento	3	SI	SI	4.SOS/A
5	Disponibilidad de entradas	3	SI	SI	5.SOS
6	Catering	3	SI	SI	4.SOS/A
7	Información del evento	3	SI	SI	6.SOSGEA

ÍNDICE

Plantilla INFORME DE DISEÑO Y PLANIFICACIÓN del evento ... 132

1. Introducción al uso de la plantilla.
2. Alcance y tipología del evento.
3. Dimensión esperada.
4. Carta de compromiso de la DIRECCIÓN.
5. Identificación de los grupos de interés.
6. Principales necesidades y expectativas de los GI.
7. Identificación de las necesidades SOSGEA significativas.
8. Identificación de las variables SOSGEA significativas.
9. Identificación de los aspectos legales.
10. Definición de objetivos y metas.

Plantilla PLAN de SOSTENIBILIDAD, GÉNERO Y ACCESIBILIDAD ... 148

1. Introducción al uso de la plantilla.
2. Procesos de trabajo.
3. Normas de conducta.
4. Plan de comunicación interno y externo.

Plantilla RECOGIDA DE DATOS INDICADORES SOSGEA ... 152

1. Introducción al uso de la plantilla.
2. Procesos de trabajo.
3. Normas de conducta.
4. Plan de comunicación interno y externo.

Plantilla EVALUACIÓN DE RESULTADOS SOSGEA ... 158

1. Introducción al uso de la plantilla.
2. Resumen de la metodología utilizada.
3. Análisis de los resultados.
4. Acciones de mejora/correctivas.
5. Análisis de los resultados de la encuesta de satisfacción.
6. Conclusiones.
7. Comunicado a los grupos de interés.

Plantilla INFORME DE DISEÑO Y PLANIFICACIÓN del evento

1.

Introducción al uso de la plantilla

El presente documento, tiene como objetivo servir de guía en el DISEÑO Y PLANIFICACIÓN del evento deportivo, que tendrá carácter sostenible, tendrá enfoque de género y accesibilidad.

Pretende, por tanto, ser una herramienta más que la entidad organizadora utilice de manera flexible y en función a sus necesidades y la realidad en la que se encontrará el evento futuro. Nuestra intención es la de sentar unas bases mínimas que consideramos, para que los aspectos más importantes no se pasen por alto.

Que sea un documento vivo y útil que integre los aspectos más importantes para llevar a cabo esta planificación que, entendemos, es tan importante a la hora de gestionar cualquier evento.

2.

Alcance y tipología del evento

En este apartado, la organización deberá establecer el alcance y tipología del evento.

Es decir, qué tipo de competición es, tipología de deporte, modalidades, si es una competición mixta, etc.

Tipología de empresas colaboradoras, ONG, asociaciones.

Tipología y descripción de las empresas que se espera trabajen subcontratadas.

Tipología y descripción de las empresas que puedan financiar el evento.

Sede en la que se llevará a cabo.

Público objetivo al que se va a dirigir.

Alcance y tipología del evento

3.

Dimensión esperada

En este apartado, la organización deberá establecer cuál es la dimensión estimada del evento. Tanto a nivel de número de espectadores, como de número de empleados, plantilla trabajadora de la propia organización, número de voluntarios, etc.

En definitiva, cualquier dato que se considere relevante para adecuarnos a la dimensión y necesidades de recursos estimados esperados por parte de la organización.

Dimensión esperada

4.

Carta de compromiso de la DIRECCIÓN

En este apartado, la entidad organizadora podrá reflejar el compromiso de su Dirección con respecto a los ejes esenciales que vertebrarán el evento. Sus compromisos en materia de gestión medioambiental, en materia de Igualdad de género y de accesibilidad. Este punto debe actuar como “faro” que guiará las acciones posteriores a desarrollar durante el evento deportivo. Por lo que

impregnará este compromiso a todas las partes implicadas o Grupos de Interés.

Este compromiso se podrá complementar con cualquier otra documentación probatoria de que se alinea su filosofía con lo que será el evento futuro.

En estos casos se podría hacer referencia a la existencia de algún tipo de certificación, como la norma UNE -ISO 20.121-2012 de sistemas de gestión de sostenibilidad en eventos.

Ejemplos que se pueden incluir en el caso de que la organización u organizaciones cuenten con ellos:

- Contratar un informe de evaluación de afección ambiental.

- Reproducir parte o la totalidad de un plan de igualdad que tenga la empresa organizadora.

- En el caso de que cuente con una declaración de Responsabilidad Social Corporativa, haciendo referencia dónde el lector puede verla íntegramente (por ejemplo, en su web corporativa).

- En el supuesto de que en anteriores ediciones del mismo evento se haya realizado algún compromiso, poder reproducirlo, si se considera necesario.

Carta de compromiso de la Dirección

5.

Identificación de los grupos de interés

Este apartado, como habréis visto en el manual, consideramos que es uno de los más importantes de cara a llevar a buen puerto nuestro evento deportivo sostenible. En este sentido, la identificación de los grupos de interés, será clave para conocer cuáles serán las necesidades y expectativas de cada uno de ellos, como veremos en el siguiente apartado.

En este punto, nos centraremos únicamente en detectar estos Grupos de Interés y realizar una descripción detallada (siempre que esto sea posible) de quiénes componen cada GI, con el objetivo de no dejarnos ninguno atrás, y mucho menos si es relevante.

Será importante incluso la priorización, si es posible, de la importancia de cada grupo de interés.

Con esto no estamos diciendo que un GI en particular no sea importante, pero sí que, dependiendo del evento (y para ello, ya estará determinado en el punto 1 anterior), nos encontraremos con GI más relevantes que habrá

que gestionar con sumo cuidado y en profundidad para que sea acorde con nuestro triple compromiso de SOSTENIBILIDAD, ENFOQUE DE GÉNERO Y ACCESIBILIDAD.

En este punto, a modo de resumen, reflejamos los principales GI que están detallados en el manual:

- 1) Los atletas, equipos, participantes.
- 2) Los fans.
- 3) Los VIP's.
- 4) La Sede.
- 5) La propiedad.
- 6) Los proveedores.
- 7) Los voluntarios.
- 8) Los patrocinadores.
- 9) Los medios de comunicación.
- 10) Las fuerzas de seguridad del estado.
- 11) Sociedad en general.
- 12) Gobierno Central y Organismos Reguladores.

Identificación de los grupos de interés

6.

Principales necesidades y expectativas de los GI

Como hemos visto en nuestro Manual, debemos identificar previamente las necesidades de nuestros principales Grupos de Interés.

Podemos llevar a cabo una consulta previa a los GI o realizar de manera interna este análisis, aunque se recomienda por supuesto la primera alternativa, al aportarnos de buen seguro más información y una visión más completa.

En este análisis, además de las necesidades genéricas que ya se ven en el manual, se deberá poner la intención especial en las necesidades y expectativas relativas a la triada SOSGEA (Sostenible, enfoque de Género y Accesible).

De esta forma, nuestro camino estará mejor marcado. Pondremos algunos ejemplos:

Si detectamos que uno de nuestros grupos de interés más importante, los espectadores que acudirán a las

instalaciones, necesitan la mayoría desplazarse desde ciudades ubicadas fuera de la misma, esa necesidad de desplazamiento tendrá un impacto indudable en el medioambiente. Por ello, deberemos puntuar esta necesidad con una puntuación alta, ya que influye de manera directa en la SOSTENIBILIDAD.

Si, además, una parte de esos espectadores tienen necesidades específicas para trasladarse, tendremos que poner el foco en trabajar poniendo los medios logísticos suficientes y adaptados a esas necesidades, para que esa necesidad de ACCESIBILIDAD esté lo mejor cubierta posible.

Principales necesidades y expectativas de los GI

7.

Identificación de las necesidades SOSGEA significativas

De manera análoga al anterior punto, detectar el impacto en las variables de SOSTENIBILIDAD, GÉNERO y ACCESIBILIDAD nos dará un mapa de acción para centrarnos en los objetivos más prioritarios si queremos cubrir nuestro triple enfoque.

A continuación, planteamos un ejemplo en el que estudiamos las necesidades de tres grupos de interés y su impacto en los aspectos SOSGEA más significativos.

Para ello, lo que hacemos es trasladar las distintas necesidades y evaluar su importancia desde tres puntos de vista:

- Por volumen (entendido como un valor en función del número de espectadores que acudirán físicamente al encuentro, de atletas/participantes, etc..)
- Por importancia (entendido este aspecto como la importancia relativa y también subjetiva que la

organización otorgue a un aspecto determinado, en función de sus intereses, objetivos, necesidades propias).

- Por impacto (entendido como el nivel de impacto que el aspecto en particular podrá afectar al evento o a una/s partes interesadas).

Dada la complejidad de valorar estos tres índices proponemos que, por simplificar el análisis, el organizador podrá ponderar estos aspectos por ejemplo del 1 al 3. Entendiendo como mayor valor el 3 y menor el 1.

Estos tres aspectos de importancia, se interrelacionarán con las variables SOSGEA, ofreciendo así un mapa más claro de las variables y su significación.

A continuación, planteamos un ejemplo de lo anteriormente dicho:

Supongamos que vamos a realizar un Campeonato de baloncesto femenino y por simplicidad vamos a evaluar a tres de los grupos de interés. Suponemos igualmente, que nos aportan la siguiente información acerca de sus necesidades:

NECESIDADES GI

GRUPO DE INTERÉS PÚBLICO

- 1 Desplazamiento desde fuera de la provincia al lugar de la sede y viceversa
- 2 Desplazamientos dentro de la provincia donde se realiza el evento
- 3 Estancia en Hoteles
- 4 Catering
- 5 Disponibilidad de entradas
- 6 Información del evento

GRUPO DE INTERÉS PATROCINADORES

- 1 Espacio físico para realizar publicidad
- 2 Desplazamientos de su personal al evento
- 3 Estancia en Hoteles
- 4 Catering
- 5 Disponibilidad de entradas
- 6 Información del evento

GRUPO DE INTERÉS ASOCIACIÓN DE MUJERES

- 1 Espacio físico para realizar publicidad
- 2 Desplazamientos de su personal al evento
- 3 Estancia en Hoteles
- 4 Catering
- 5 Disponibilidad de entradas
- 6 Información del evento

A cada GI le otorgamos de manera unilateral una puntuación en función de su Importancia, volumen e impacto, como dijimos anteriormente. En este caso, la organización considera que debe puntuar al Público con un 3, a los patrocinadores con un 1 y a la asociación de mujeres con un valor de 3.

Además, analizará si esas necesidades tienen impacto en los aspectos SOSGEA.

Y nos aportaría la siguiente información y tendríamos identificados las principales necesidades:

GRUPO DE INTERÉS PÚBLICO		Impacto · volumen · importancia	SOStenible	Género	Accesible
1	Desplazamiento desde fuera de la provincia al lugar de la sede y viceversa				1. SOS/A
2	Desplazamientos dentro de la provincia donde se realiza el evento				2. SOS/A
3	Estancia en Hoteles				3. SOS/A
4	Catering				4. SOS/A
5	Disponibilidad de entradas				5. SOS
6	Información del evento				6. SOSGEA

GRUPO DE INTERÉS PATROCINADORES		Impacto · volumen · importancia	SOStenible	Género	Accesible
1	Espacio físico para realizar publicidad				1.SOSGEA
2	Desplazamientos de su personal al evento				2. SOS/A
3	Estancia en Hoteles				3. SOS/A
4	Catering				4. SOS/A
5	Disponibilidad de entradas				5. SOS
6	Información del evento				6. SOSGEA

GRUPO DE INTERÉS ASOCIACIÓN DE MUJERES		Impacto · volumen · importancia	SOStenible	Género	Accesible
1	Visibilidad de las mujeres en el mundo del baloncesto				1. SOS/A
2	Comunicación e imagen del evento				2. SOS/A
3	Sensibilización al público asistenten y sociedad local				3. SOS/A
4	Desplazaientos de su personal al evento				4. SOS/A
5	Disponibilidad de entradas				5. SOS
6	Catering				4. SOS/A
7	Información del evento				6. SOSGEA

8.

Identificación de las variables SOSGEA significativas

En esta sección vamos a complementar las necesidades de los GI con otras VARIABLES SOSGEA que son básicas gestionar en nuestro evento y que puede que no hayan aparecido en el análisis de las necesidades y expectativas de nuestros GI. Es más, en muchas ocasiones estas variables suponen más obligaciones y normas que se les puedan pedir precisamente a algún grupo de interés.

Por tanto, tienen un carácter más amplio de actuación. Estas variables, ya se han visto ampliamente en el manual, así como los posibles indicadores que se pueden establecer en función de la fase del evento en el que estemos.

Por lo que aquí, se podrán utilizar las que proponemos extensamente en el manual y otras que la organización detecte y considere relevantes.

Identificación de las variables SOSGEA significativas

9.

Identificación de los aspectos legales

Dada la importancia que cobran los aspectos legales de un evento deportivo creemos que debe tener su análisis pormenorizado y gestión aparte.

En esta sección, por tanto, se trata de identificarlos y hacerles seguimiento en caso necesario.

Identificación de los aspectos legales



10.

Definición de objetivos y metas

Con los aspectos anteriormente identificados y categorizados en los puntos 7 y 8 de esta plantilla, es hora de que la organización pueda medir la efectividad del evento deportivo desde los criterios de SOSTENIBILIDAD, GÉNERO Y ACCESIBILIDAD. Por tanto, deberá establecer objetivos y metas de los aspectos más significativos encontrados.

El nivel de medición, los valores y la metodología de recopilación y análisis dependerá mucho de los recursos (tanto económicos como de personal, tiempo, y otros medios) con los que cuente la entidad organizadora.

Por otro lado, nos encontraremos con objetivos más fácilmente medibles que otros. Con objetivos con un componente más subjetivo que otros y dependerá mucho del rigor, filosofía y metodología de trabajo, con el que la organización como el resto de colaboradores y grupos de interés trabajen entre sí.

Identificación de las variables SOSGEA significativas

Plantilla PLAN de SOSTENIBILIDAD, GÉNERO Y ACCESIBILIDAD

1. Introducción al uso de la plantilla

El presente documento tiene como objetivo servir de guía en la fase de ORGANIZACIÓN del evento deportivo, que tendrá carácter sostenible, tendrá enfoque de género y accesibilidad.

Pretende, por tanto, ser una herramienta más que la entidad organizadora utilice de manera flexible y en función a sus necesidades y la realidad en la que se encontrará el evento futuro. Nuestra intención, es la de sentar unas bases mínimas para que los aspectos más importantes no se pasen por alto.

Que sea un documento vivo y útil que integre los aspectos más importantes para llevar a cabo esta planificación, que entendemos, es tan importante a la hora de gestionar cualquier evento.

2. Procesos de trabajo

En este apartado, la organización deberá establecer qué procesos de trabajo son los prioritarios llevar a cabo para realizar todas las acciones necesarias vistas en la fase de planificación. Esta sección puede conllevar mucho tiempo de elaboración, pero como venimos diciendo, siempre dependerá del nivel que se le quiera o pueda dar de profundidad a este trabajo.

Como siempre, la comunicación a todas las personas que trabajan en el proceso de trabajo debe ser clara y efectiva en TODAS las FASES del evento deportivo.

Consideramos que deberá contener, como mínimo, los siguientes aspectos para cada flujo de trabajo que se analice:

- Tareas.
- Responsables/s de su ejecución (pueden ser personas, departamentos, etc..).
- Responsables/s de medición (pueden ser personas, departamentos, etc..).
- Prioridad de la tarea.
- Fecha (en caso de ser necesario).
- Documentación necesaria.

Procesos de trabajo

3.

Normas de conducta

Recomendamos la elaboración de unas normas de conducta que sean consecuentes con la filosofía y el compromiso de la Dirección de la organización. Estas normas de conducta pueden elaborarse con el formato que mejor se adapte a las necesidades del evento, pudiendo ser un decálogo, un manual o simplemente algo más esquemático.

Pero deben comunicarse a todos los implicados en los procesos de trabajo y en TODAS las Fases del evento.

Normas de conducta

4.

Plan de comunicación interno y externo

Si la organización lo considera necesario, puede complementar el punto anterior con un plan de comunicación interno y externo.

Plan de comunicación interno y externo

Plantilla RECOGIDA DE DATOS INDICADORES SOSGEA

1.

Introducción al uso de la plantilla

El presente documento, tiene como objetivo servir de guía en la fase de EJECUCIÓN del evento deportivo, que tendrá carácter sostenible, tendrá enfoque de género y accesibilidad.

Pretende, por tanto, ser una herramienta más que la entidad organizadora utilice de manera flexible y en función de sus necesidades y la realidad en la que se encontrará el evento futuro. Nuestra intención, es la de sentar unas bases mínimas que consideramos para que los aspectos más importantes no se pasen por alto.

Que sea un documento vivo y útil que integre los aspectos más importantes para llevar a cabo esta planificación, que entendemos, es tan importante a la hora de gestionar cualquier evento.

2.

Instrucciones de recogida

En este apartado, la organización deberá establecer qué personas, organizaciones deberán realizar la tarea de recogida de los datos que ha decidido medir previamente. Para ello, deberá establecer, si no los hay, procesos de trabajo y de comunicación para que se reporten los datos con la mayor celeridad y calidad posible.

En este aspecto, es de vital importancia informar/formar a todas las personas, departamentos, organizaciones implicadas para que los datos sean uniformes, medibles y se puedan analizar posteriormente con garantías.

Estas instrucciones de trabajo se deberán haber entregado previamente en la fase de planificación, aunque por transparencia e información, también se podrá explicar aquí para que los Grupos de Interés estén informados de cómo ha sido la metodología y procesos de la recogida de datos.

Instrucciones de recogida

3.

Indicadores de SOSTENIBILIDAD

En este apartado, se plasmarán los datos obtenidos de los indicadores de SOSTENIBILIDAD.

Para ello, se deberán cumplimentar en la medida de lo posible, los siguientes aspectos:

- Forma de medición del indicador. Indicando brevemente qué medios se han utilizado para obtener el dato.
- Responsable de la obtención del dato. Por ejemplo, Nombre y apellidos/Organización a la que pertenece, o el departamento.
- Fecha de medición.
- Variable usada para la medición. Por ejemplo, si son kg, litros de agua, toneladas, etc .
- Resultado de la medición.

Nº de indicador	Denominación del indicador	Forma de medición	Responsable	Fecha de la medición	Variable de medición	Resultado de la medición
S1						
S2						
S3						

4.

Indicadores de GÉNERO

De manera análoga, en este apartado reportaremos los datos correspondientes a las mediciones de las variables de GÉNERO.

Nº de indicador	Denominación del indicador	Forma de medición	Responsable	Fecha de la medición	Variable de medición	Resultado de la medición
G1						
G2						
G3						

5.

Indicadores de Accesibilidad

De manera análoga, en este apartado reportaremos los datos correspondientes a las mediciones de las variables de ACCESIBILIDAD.

Nº de indicador	Denominación del indicador	Forma de medición	Responsable	Fecha de la medición	Variable de medición	Resultado de la medición
A1						
A2						
A3						

Notas

3.

Análisis de los resultados

El análisis de los resultados será lo más profundo y extenso posible, para que, tanto la propia organización, como los Grupos de Interés, comprendan valores, y se extraigan conclusiones que permitan determinar el grado de éxito conseguido.

Se deberá realizar un análisis numérico, en el caso de que se hayan establecido objetivos.

De igual manera, la posibilidad de comparar datos relativos, con otros eventos análogos, u otras ediciones también es aconsejable.

Adicionalmente, se debe realizar un análisis también algo más subjetivo y contando con la opinión del mayor número de implicados y GI.

Análisis de los resultados

4.

Acciones de mejora / correctivas

Explicar pormenorizadamente las acciones llevadas a cabo, las posibles acciones futuras y cualquier acción correctora que se haya tenido que realizar durante la ejecución del evento.

Acciones de mejora / correctivas

5.

Análisis de los resultados de la encuesta de satisfacción

Explicar los resultados de la encuesta de satisfacción que se haya podido realizar al mayor número de Grupos de Interés.

Este aspecto nos dará por supuesto una idea de posibles desviaciones que no se hayan detectado anteriormente.

Análisis de los resultados de la encuesta de satisfacción

6.

Conclusiones

Elaborar las conclusiones finales habiendo recopilado toda la información anterior. Es decir, teniendo en cuenta los resultados de los indicadores, el nivel de satisfacción de los GI, las acciones correctivas y planes de acción llevados a cabo.

Conclusiones

7.

Comunicado a los grupos de interés

Por último, deberemos comunicar a los GI estas conclusiones. La comunicación deberá ser lo más clara, directa y entendible posible para que el feedback por parte de los receptores de la información sea posible.

Comunicado a los grupos de interés

Notas

Notas



Instituto Andaluz
del Deporte



Junta de Andalucía
Consejería de Educación y Deporte



cifal
Malaga



United Nations Institute for Training and Research



unitar

