

# La organización de un evento deportivo

## La implantación de un torneo Celebrity Pro-Am de golf en España

UOC

### Ignacio Monge Puri

Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos

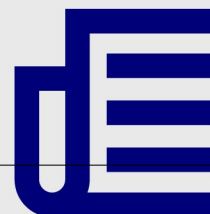
TIPOLOGÍA DEL TFM: Modalidad C (proyecto práctico-profesionalizador)

TUTORA: Dra. Aina López Arroyo

PROFESORA RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA: Mireia Fernández-Ardèvol

POBLACIÓN Y FECHA: Zaragoza, junio de 2024

Universitat Oberta  
de Catalunya



## Resumen

El objetivo principal de este trabajo tratará sobre la posibilidad de celebrar un torneo de golf Celebrity Pro-Am en territorio español. Durante los últimos años, hemos visto como los eventos de golf con presencia de famosos formando parte de ellos han ido en aumento. Los torneos de Pebble Beach o el BMW championship son ejemplos de ello.

En España, se han celebrado varios eventos Pro-Am en los que ex-deportistas, actores o músicos han podido disfrutar del golf junto a los profesionales de este deporte. Sin embargo, estos torneos no han planteado todavía la posibilidad de que formen equipos entre ellos y se limitan a jugar junto a ellos durante el recorrido.

Por todo ello, a través de este proyecto buscamos organizar un torneo que pueda generar una innovación en los eventos de golf de en nuestro país. Tras la aparición de nuevos formatos deportivos durante estos últimos años, los promotores parecen más interesados que nunca en implementar novedades más allá de los torneos deportivos tradicionales.

De este modo, este trabajo analiza la forma en la que un evento como este podría llegar a llevarse a cabo. La confección de las fases de preproducción, producción y postproducción de esta cita son los principales temas que se han desarrollado a lo largo de la propuesta.

**Palabras clave:** Golf, organización de eventos, celebridades, Celebrity Pro-Am, España, deporte, innovación.

## Abstract

*The main objective of this work will address the possibility of holding a Celebrity Pro-Am golf tournament on Spanish floor. Over the past few years, we have seen an increase in golf events featuring celebrities. The Pebble Beach tournaments or the BMW championship are two examples of it.*

*In Spain, several Pro-Am events have been held where former athletes, actors, or musicians have been able to enjoy golf alongside the professionals of this sport. However, these tournaments have not yet considered the possibility of forming teams among themselves and are limited to playing alongside them during the course.*

*Therefore, through this project, we look for organize a tournament that can generate innovation in golf events in our country. Following the emergence of new sports formats in recent years, promoters seem more interested than ever in implementing new ideas beyond the most traditional sports tournaments.*

*In this way, this work analyzes how an event like this could take place. The design of the preproduction, production, and postproduction phases of this event are the main topics that have been developed throughout the proposal.*

**Keywords:** Golf, event management, celebrities, Celebrity Pro-Am, Spain, sport, innovation.

# Índice

<b>1. Introducción</b>	4
<b>2. Justificación del estudio</b>	4
<b>3. Objetivos</b>	5
<b>4. Marco teórico</b>	6
4.1. Definición de evento	6
4.2. Tipos de eventos	6
4.3. Los eventos deportivos	8
4.4. Los torneos de golf	9
4.5. La planificación de los torneos de golf	9
4.5.1 Preproducción	9
4.5.2 Producción	10
4.5.3 Postproducción	12
<b>5. Preproducción del evento</b>	13
5.1. Análisis de la situación de partida	13
5.2. Análisis DAFO	15
5.3. Misión, visión y valores	16
5.4. Objetivos de comunicación	17
5.5. Mapa de públicos	18
5.6. Mensaje y eje central del evento	20
5.7. Elección de fecha y espacio	21
5.8. Programa del evento	22
<b>6. Producción del evento</b>	23
6.1. Elaboración del reglamento	23

6.2. Patrocinadores y colaboradores.....	25
6.3. Plan B.....	26
6.4. Listado de necesidades.....	27
6.4.1. Equipo humano.....	27
6.4.2. Equipamiento.....	27
6.4.3. Servicios.....	28
6.5. Plan de comunicación.....	28
6.6. Venta de entradas.....	29
6.7. Herramientas de gestión para el evento.....	30
6.7.1. Cronograma.....	30
6.7.2. Escaleta.....	31
6.7.3. Presupuesto.....	32
<b>7. Evento. “XXX Celebrity Pro-Am”.....</b>	<b>37</b>
7.1. Modo de juego.....	37
7.2. Puesta en escena.....	37
7.3. Merchandising.....	39
7.4. Acto de clausura.....	40
7.5. Cóctel.....	40
<b>8. Postproducción del evento.....</b>	<b>41</b>
8.1. Desmontaje y limpieza.....	41
8.2. Acciones post evento.....	41
8.3. Herramientas de evaluación.....	41
<b>9. Conclusiones.....</b>	<b>43</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>44</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>48</b>

## 1. Introducción.

El punto de partida de este estudio lo podemos encontrar durante la defensa que realicé de mi trabajo de fin de grado. Durante aquella defensa, surgió un tema de interés como es la posible aplicación de las competiciones deportivas americanas en Europa.

A lo largo de estos dos últimos años, esta cuestión ha estado muy presente en mis pensamientos, en especial, tras la aparición y aparente éxito de la King`s League. La conocida liga de fútbol del exfutbolista Gerard Piqué y su grupo empresarial ha alcanzado el éxito en las redes estableciendo un sistema de franquicias en su competición.

También podemos encontrar otros ejemplos del éxito de este sistema en nuestro continente en el mundo de los e-sports. Videojuegos como el League of Legends, Valorant o CSGO han establecido un sistema de franquicias durante los últimos diez años, el cual tiene una gran aceptación entre su público.

Por todo ello, me surge la duda sobre si es posible adaptar otro tipo de competiciones deportivas a nuestro país. En nuestro caso concreto, valoraremos la viabilidad de crear en España una competición de golf, la cual se dispute formando parejas entre profesionales de este deporte y celebridades españolas o relacionadas con nuestro país.

Este tipo de torneos se han celebrado en suelo americano durante décadas y en 2023 los focos mediáticos se posaron de nuevo sobre el torneo celebrado en Pebble Beach. La cita congregó a numerosos jugadores profesionales de los grandes circuitos y a varias celebridades como Pau Gasol o Gareth Bale como sus acompañantes.

De este modo, nuestro proyecto valorará la forma en la que un Celebrity Pro-Am debería desarrollarse en el contexto de nuestro país. En estos momentos, el mundo del deporte se encuentra en una constante evolución gracias a la implementación de nuevas ideas que buscan volver las distintas competiciones más atractivas para los espectadores.

Por lo tanto, este trabajo tratará de encontrar un nuevo formato de torneo de golf que a día de hoy no se encuentra presente en nuestro país. Un formato que buscará atraer al público, transmitir los valores de este deporte y, finalmente, responder a esa necesidad por implementar nuevos modelos de eventos deportivos que sorprendan por su frescura en un ámbito masificado y en cierta medida repetitivo.

## 2. Justificación del estudio.

Por todo lo visto durante la introducción de este trabajo, una temática como es el desarrollo de un evento deportivo es una propuesta muy ligada a mis gustos personales. Considero que soy una persona muy imaginativa y un TFM que busca crear un torneo de golf desde cero bajo un formato que no se celebra en la actualidad, me parece todo un reto.

Gracias a este proyecto podré aplicar parte de los distintos conocimientos adquiridos durante este último año para tratar de encontrar la forma ideal en la que este evento hubiese podido llevarse a cabo en caso de que hubiese sido real. Por lo tanto, podemos observar como la gran motivación a la hora de justificar el trabajo es la motivación personal que tengo en este ámbito.

Siempre he sido un apasionado de los deportes. Sin embargo, considero que la oferta deportiva que podemos encontrar en los medios de comunicación es un tanto monótona y repetitiva. Cuando era más joven acostumbraba a ver durante el fin de semana varias horas de contenido deportivo, hábito que he ido perdiendo con los años por diversos motivos como desencanto o aburrimiento.

Con la llegada de las nuevas tecnologías, nuevos modelos de consumo de entretenimiento han llegado a todos los hogares. Como ya hemos comentado, uno de ellos son nuevas formas de consumir deporte. Por todo ello, a través de este trabajo busco realizar un evento que una innovación y tradición. Siempre he sido un apasionado del golf y considero que se trata de uno de los deportes con un mayor grado de dificultad a la hora de implementar novedades. Esto se debe al fuerte carácter tradicional que tiene este deporte.

Por lo tanto, este trabajo es importante en especial para mí. Considero que el mundo puede vivir y seguir adelante sin la necesidad de conocer el contenido de este trabajo, pero yo no. Este proyecto me ayudará en el futuro a poder conocer mejor todos los detalles que se encuentran detrás de la organización de un evento y a poder interpretarlos. Algo que para mí en lo personal es necesario y con lo que disfruto.

### 3. Objetivos.

A través de este trabajo, por todo lo expuesto con anterioridad, vamos a tratar de organizar un torneo de golf por parejas entre jugadores profesionales y celebridades de nuestro país.

Por ello, nuestro objetivo general será plantear cómo se podría desarrollar este torneo en nuestro país en caso de que pudiese llevarse a cabo. Por otro lado, trataremos de analizar diversas cuestiones como la fecha ideal para el torneo, los posibles nombres que participarían en el mismo o la posibilidad de que el mismo cuente con retransmisión en televisión.

De este modo, los objetivos específicos relacionados con nuestro evento que trataremos de cumplir estarán relacionados con conocer la posible cobertura mediática que podría tener el torneo, comprobar la posibilidad de realizar un torneo mixto y plantear una jornada lo más cercana posible a la forma en la que se desarrollaría si tuviese lugar.

## 4. Marco teórico.

### 4.1. Definición de evento.

La palabra “evento”, del latín *eventus*, se define en la RAE como un suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva. El mismo diccionario también destaca como “evento” otras cuatro definiciones del término.

A lo largo de los años, muchos autores han tratado de definir el significado de un evento. Según Daniel Ayora y Eduardo García, los eventos son *“cualquier tipo de actividades o actos, siempre eventuales o esporádicos, deportivos o no, que requieran de nuestra mayor atención y programación, porque su celebración requiere, también, de otros condicionantes, trabajos y previsiones no habituales”*. (Ayora & García, 2021, pág. 8).

Por otro lado, también es interesante el punto de vista de Anton Shone y Bryn Parry, quienes consideran que todos los eventos coinciden en varias de sus características como sus objetivos o su finalidad. Para estos dos autores, los eventos son *“fenómenos que surgen de ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, cultura o deporte, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o retar la experiencia de un grupo de personas”*. (Gómez, 2023).

Otro punto de vista es el de Alan Ferrand. En 1985, el autor ya destacó que la función principal de un evento es *“un espacio donde se reúnen hombres y mujeres en una especie de celebración colectiva, para asistir a un espectáculo deportivo o cultural”*. (Desbordes & Falgoux, 2006, pág. 15).

Tras estas breves definiciones podemos comenzar a observar varios puntos en común que todo evento debe tener. En primer lugar, un evento es un actividad que no sucede de manera habitual durante el día a día, sino que tiene un carácter más especial. Después, también destaca el carácter colectivo de la misma. Son actividades dirigidas a un grupo, más grande o más pequeño, de personas. Otra característica propia de los eventos es la programación de los mismos. Los autores Daniel Ayora y Eduardo García nos explican como los eventos requieren una cierta previsión y trabajo que no es el habitual. Por último, varias de las definiciones apuntan en concreto a eventos de ocio, culturales o deportivos. Estos tres ámbitos tienen puntos en común como su estrecha relación con el entretenimiento de las personas.

Una vez que hemos definido lo que son los eventos, es el momento de profundizar en los distintos tipos de ellos que existen.

### 4.2. Tipos de eventos.

Definir con exactitud cuáles son los distintos tipos de eventos puede ser una tarea compleja. La gran variedad de características únicas de cada evento en concreto supone un interesante punto de reflexión. Por ello, Raimond Torrents propone varias categorías distintas partiendo del público al cual se dirige el evento o la función del evento en el marco de la empresa.

## Relación del público con la empresa.

- **Eventos internos:** La característica esencial de este tipo de eventos es que desde un primer momento se dirigen a un público estrechamente relacionado con la empresa, organización o compañía que los realiza. Este tipo de eventos utilizan un lenguaje más informal con el público presente. (Torrents, s. f.).
- **Eventos externos:** Los actos externos son aquellos que se dirigen a un público ajeno a la organización que celebra el evento. Tienen un carácter más formal que los actos internos. (Torrents, s. f.).

## Función del evento dentro del marco de la empresa.

- **Eventos tácticos:** Este tipo de eventos permiten a la empresa que los organiza la comunicación de distintos mensajes que pueden ser necesarios para el correcto funcionamiento de la misma. Algunas de las características propias de este tipo de actos son su carácter formativo, informativo o motivacional, entre otras. (Torrents, s. f.).
- **Eventos estratégicos:** Los eventos estratégicos son aquellos que tienen lugar con el fin de aumentar el valor de una marca, producto o compañía. La imagen, los valores de una marca o la importancia del mensaje que se quiere transmitir son características esenciales para este tipo de eventos. (Torrents, s. f.).

Sin embargo, el propio autor reconoce que existen más clasificaciones de eventos según el enfoque. Una de las más relacionadas con nuestro estudio es la que propuso el profesor Donald Getz. El académico distingue varios tipos de eventos dependiendo de contenido del mismo: celebraciones culturales, eventos religiosos, eventos políticos y gubernamentales, eventos educativos y científicos, eventos deportivos y recreativos, eventos artísticos y de entretenimiento y eventos privados. (Getz, 2007).

En la misma dirección apunta Meirelles a través de su clasificación de tipos de eventos dependiendo de su área de interés: eventos artísticos, eventos científicos, eventos cívicos, eventos culturales, eventos deportivos, eventos educativos, eventos empresariales, eventos folclóricos, eventos gubernamentales, eventos informativos, eventos recreativos, eventos políticos, eventos religiosos, eventos sociales y eventos turísticos. (Meirelles, 1999).

Estas son algunas de las clasificaciones que resultan más relevantes para este trabajo. La realidad es que, como menciona Torrents, podemos encontrar un amplio listado de clasificaciones que tratan de responder a esta pregunta. Algunas otras muy relacionadas con la materia de nuestro estudio son las relacionadas con el ámbito geográfico o la dimensión del evento.

- **Dependiendo del ámbito geográfico del evento:** Esta clasificación trata de diferenciar los eventos dependiendo de la localización del público al que se dirigen. Podemos diferenciar entre eventos internacionales, eventos nacionales con participación extranjera y eventos nacionales. (Maure, 2007).



- **Dependiendo de la dimensión del evento:** Eventos locales, eventos identitarios, grandes eventos y megaeventos. (Jiménez & Panizo, 2017).

### 4.3. Los eventos deportivos

Entre todos los tipos de evento que hemos podido identificar, los eventos deportivos son aquellos en los que podemos englobar la celebración de un torneo de golf. Resulta todo un reto conocer con exactitud cuándo se originan las competiciones deportivas. Podemos asegurar, eso sí, que alrededor del Siglo VIII a.c. encontramos una competición deportiva organizada en la Antigua Grecia, los Juegos Olímpicos. Una cualidad presente en muchos hombres y mujeres es el carácter competitivo.

El autor Vicente Añó, citado en Magaz y Fanjul (2012), propone una primera definición acerca de los eventos deportivos, entendiéndolos como “la organización de una actividad deportiva de mayor complejidad en el seno de una institución deportiva, sea pública o privada”. (Añó, 2003).

Otra aproximación teórica a este término es la de Rubén Merino, que considera que los eventos deportivos son “acontecimientos sociales particulares que se distinguen por haber sido planeados y promocionados con la idea de atraer la atención de diferentes grupos sociales hacia la práctica o la observación de una actividad física organizada”. (Merino, 2018, pág. 4).

Sin embargo, existen multitud de eventos deportivos distintos. En su obra, Organización de eventos y competiciones deportivas, Vicente Añó realizó una aproximación completa a las distintas tipologías de eventos deportivos. Entre todo el estudio realizado por Añó destaca un término que se ajusta en gran medida a la propuesta realizada en este estudio. Se trata de la palabra “competición”. La celebración de un torneo de golf es la celebración de una competición deportiva como eje principal del evento. Para poder diferenciar los grandes eventos deportivos, otro tipo de eventos más pequeños y una actividad deportiva, Añó explica que se deben reunir una serie de requisitos que diferenciarán unos de otros: “repercusión social, nivel amplio de asistencia de público, presencia en los medios de comunicación, audiencia televisiva, tipo de deporte, dificultad de la práctica, patrocinadores e ingresos propios privados”. (Añó, 2011).

Por todo ello, podemos concluir que un evento deportivo requiere de varias características para poder considerarse como tal. Sin embargo, la gran diferencia entre una actividad deportiva celebrada en el día a día y un evento deportivo, independientemente de su magnitud, es la planificación. La organización de un evento deportivo como es una competición de golf requiere de un proceso de planificación que comienza antes del torneo, con lo que conocemos como fase de preproducción.

Un evento como el planteado requerirá realizar una serie de actividades necesarias para su correcta organización que comienzan meses antes de la fecha de celebración. Todos los autores, en mayor o menor medida, hacen referencia a este hecho como una característica esencial de la organización de eventos deportivos. Por lo tanto, será la dimensión

del evento la que marcará el cómo y el cuándo deberá comenzarse con la planificación del mismo y las tareas que deberán llevarse a cabo.

## 4.4. Los torneos de golf

La historia nos dice que fue en 1860 cuando se organizó por primera vez una competición de golf. El honor le corresponde al Abierto Británico, uno de los cuatro majors hoy en día, que celebró su primera edición con apenas ocho jugadores. Anteriormente, ya hemos reparado en que la organización de un evento como este se encontrará marcada por las dimensiones del mismo. De esta forma, podemos realizar una primera clasificación de los distintos torneos de golf.

### Tipologías de torneos de golf

- **Competiciones profesionales:** Son aquellas en las que juegan los mejores jugadores del mundo. Por lo general, requieren una mayor planificación y cumplen con todos los requisitos que señalaba Vicente Añó acerca de los grandes eventos deportivos.
- **Competiciones *amateurs*:** En este caso, nos referimos a los torneos que disputan los jugadores de golf durante el día a día en sus clubs. Requieren una organización menos compleja y no cumplen con varios de los requisitos para ser un gran evento deportivo como la presencia de público o la audiencia televisiva.

Por lo tanto, podemos considerar que la organización completa de un torneo *amateur* será la misma que la de un torneo para jugadores profesionales, con la particularidad de que encontraremos varios pasos de la planificación que se llevarán a cabo. Por lo general, cualquier torneo de golf se encuentra impulsado por una lista muy limitada de empresas u organizaciones como son los clubs de golf, las federaciones, los circuitos o los patrocinadores.

## 4.5. La planificación de los torneos de golf

### 4.5.1. Preproducción

La fase de preproducción se trata de la primera de las etapas que deberemos realizar en la ya mencionada planificación de nuestro evento deportivo. En este punto, deberemos comenzar a elaborar la organización de nuestro evento desde cero. Varios autores como John C. Miller (2009), David Owen (2003), Kevin J. Drewiske (2010) y Carmen Soto (2021) han analizado en el pasado cuáles son los puntos claves que se deben organizar en la etapa de preproducción de cualquier evento de golf.

#### Etapas de la preproducción de un torneo de golf

- **Idea inicial del evento:** En un primer momento, deberemos realizar varias de las tareas que Elisenda Estanyol propone al iniciar la organización de un evento. Definir los objetivos, redactar las finalidades, determinar los públicos y elaborar el mensaje del evento nos ayudará a poder desarrollar de forma más efectiva los si-

guientes pasos. Debemos de ser capaces de averiguar lo qué queremos transmitir y a quién queremos hacerlo. Una vez que tengamos claro estos puntos podremos avanzar con la siguiente de nuestras etapas.

- Elección de fecha y lugar: Una vez que hemos realizado la planificación del evento será el momento para la elección de la fecha y el espacio en el que tendrá lugar. Para realizar esta etapa de forma correcta deberemos de ser capaces de analizar y elegir las mejores opciones entre las disponibles. De una buena elección de fecha y espacio puede depender en gran medida el éxito o fracaso de nuestro evento.
- Programa del evento: Deberá elaborarse un programa acerca de todos los actos que se desarrollarán durante el evento.

La lista de etapas que se deberán realizar durante la preproducción puede ser más amplia en el caso de los grandes torneos. En el caso de la Ryder Cup, el torneo comienza a preparar el campo de juego para el evento con cerca de dos años de antelación a su celebración. En torneos menos importantes, se deberá decidir la ubicación de las banderas durante las jornadas previas. Sin embargo, como ya hemos destacado, este listado serían las fases de preproducción comunes a todos los eventos deportivos de golf.

## 4.5.2. Producción

La producción del evento será la segunda de las tres fases que deberemos planificar. Una vez que ha finalizado la etapa de producción será el momento de celebrar el evento tal y como lo hemos programado con anterioridad.

Durante la etapa previa habremos planificado todo lo relacionado con la celebración del evento. Sin embargo, deberemos estar preparados ante posibles circunstancias que alteren el normal desarrollo del evento.

Según Raimond Torrents, la producción es la puesta en escena del evento, el momento en el que el proyecto pasa del papel a la acción. Por ello, considera que: *“la etapa de producción supone, en definitiva, la planificación, coordinación y ejecución de todas aquellas tareas necesarias para la correcta puesta en escena del evento, de acuerdo con el proyecto aprobado, en condiciones de mínimo riesgo”*. (Torrents, 2005, pág. 154).

El propio autor hace referencia a que durante la fase de producción se deberá tratar de minimizar los riesgos. Para ello, el plan B pasa a ser un punto destacado en la planificación del evento. De este modo, la creación y ejecución de un plan de producción es muy relevante durante esta etapa.

### **Etapas de la producción de un torneo de golf**

- Necesidades: Una vez que tengamos claro cuáles son los objetivos de nuestro evento, deberemos plantearnos qué necesitaremos para llevarlo a cabo. Debemos desarrollar un listado de necesidades en el cual analicemos el equipo huma-

no que necesitaremos para el proyecto, los materiales y los servicios. De esta forma, podremos pasar a planificar los tiempos en los que realizaremos cada tarea en concreto.

- **Cronograma:** Después de conocer todas las necesidades que deberemos cubrir para desarrollar nuestro evento será el momento para elaborar un calendario de trabajo en el que llevar a cabo cada acción en concreto. Gracias al cronograma podremos conocer en todo momento el estado en el que se encuentra la producción de nuestro evento.
- **Escaleta:** En la escaleta se reflejarán los horarios del evento y todos los detalles de relevancia que se relacionan con las distintas actividades que se llevará a cabo durante el evento.
- **Presupuesto:** La elaboración del presupuesto es una de las etapas más relevantes a la hora de organizar un evento. En primer lugar, deberemos ser capaces de establecer cuál es la financiación económica con la que contaremos para organizar el evento. De este modo, podremos decidir la mejor forma para la distribución del mismo. Con el capital que dispongamos deberemos ser capaces de cubrir por completo el listado de necesidades y los posibles imprevistos que surjan durante el proceso de organización completo.
- **Reglamento:** Cada campeonato de golf cuenta con su propio reglamento único. Por lo tanto, en la planificación de este evento deportivo en concreto será necesario decidir cuáles serán las reglas que darán forma a nuestro torneo tras la elección de fecha y lugar.
- **Participantes:** De la misma manera que el reglamento, también deberemos planificar que jugadores podrán o no participar en el mismo. Los torneos para profesionales acostumbran a seguir un sistema de clasificación o invitaciones. Por otro lado, en torneos *amateurs* es más frecuente ver cortes de participación según el hándicap de juego o el orden de inscripción.
- **Búsqueda de patrocinadores y colaboradores:** Uno de los puntos clave para organizar un evento es ser capaces de encontrar patrocinadores y colaboradores que estén dispuestos a participar en el mismo: *“Determinadas marcas pueden adherirse al evento aportando una cantidad dineraria que contribuirá a su viabilidad, a cambio de ciertos beneficios o contraprestaciones que deben quedar definidas por contrato”*. (Casal, 2020, pág.13).
- **Promoción del evento:** Una vez que tengamos establecido todas las etapas anteriores será el momento de elaborar los planes de comunicación, promoción y difusión del evento. Entre las tareas a realizar, deberemos planificar los canales por los que más nos interesará difundir la celebración del evento y las posibles tácticas y acciones que seguiremos para atraer al público.

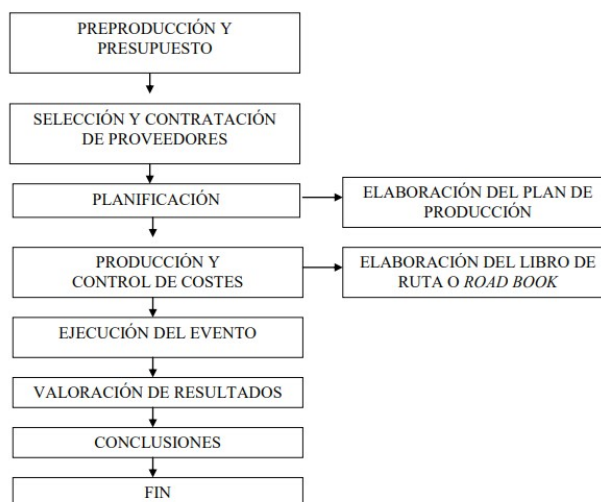
### 4.5.3. Postproducción

Finalmente, la postproducción es la última de las tres fases que forman parte de la organización o planificación de un evento. Estanyol define esta fase como el momento de realizar una serie de acciones como pueden ser: actualizar el listado de asistentes, agradecimientos, compartir imágenes y vídeos del evento, actualizar la web y las redes sociales y elaborar un informe del evento. (Estanyol, 2016, pág.76).

Por otro lado, Torrents se enfoca en la valoración de resultados que debe realizarse de manera posterior a la celebración del evento y destaca varias herramientas para realizar un análisis cualitativo de los resultados: encuestas posteriores al evento, comparación de encuestas anteriores y posteriores al evento, entrevistas en profundidad, reuniones de grupo y encuestas telefónicas. (Torrents, 2005, pág.172).

Si algo tienen en común los dos puntos de vista, es la necesidad por realizar una evaluación interna de los resultados. Para ello, Torrents propone emplear el método Phillips. Este consiste en una pirámide con 5 niveles de evaluación de los resultados del evento:

- Nivel 1: Nivel de satisfacción general del evento.
- Nivel 2: Aprendizajes obtenidos por los asistentes.
- Nivel 3: Nivel de aplicación de esos aprendizajes.
- Nivel 4: Medición del impacto real que ha supuesto esa aplicación.
- Nivel 5: Evaluación en términos económicos del retorno de la inversión (ROI).



**Figura 1: Fases de la planificación de un evento. Fuente:** (Torrents, 2004, pág 170). Recuperado de: <https://eventos-latam.com/wordpress/wp-content/uploads/2019/12/Eventos-de-empresa-Raimond-Torrents-2019.pdf>

## 5. Preproducción del evento

### 5.1. Análisis de la situación de partida

Con sus cerca de 300.000 licencias, el golf es actualmente el cuarto deporte con más habitantes federados en España, por detrás de fútbol, baloncesto y caza. Hablar del golf en España es hablar de un deporte que año tras año aumenta su número de jugadores en nuestro país. En el año 2022, la práctica de este aumento un 3% respecto al 2021. Por otro lado, cerca de 1.587 son los jugadores que practican este deporte de manera profesional. (CMDSport, 2023).

En la actualidad, el golf español vive un magnífico momento. La posibilidad de que Girona acoja la Ryder Cup en el año 2021 y los grandes resultados obtenidos por los jugadores españoles en los distintos torneos internacionales han servido para poner este deporte de nuevo en todos los focos.

La realidad es que España ha sido una de las grandes potencias mundiales de esta disciplina, desde las grandes victorias de Severiano Ballesteros, pasando por José María Olazábal y Sergio García, hasta los recientes éxitos de Jon Rahm.

Sin embargo, el golf todavía se encuentra lejos en España de alcanzar las cifras que se logran en otros puntos del mundo. Países como Reino Unido y su gran tradición por el golf o Corea del Sur y su pasión por el golf femenino, parecen despertar más interés entre el público local ajeno a la práctica de este deporte. Sin embargo, Estados Unidos es claramente el país que mejores datos consigue en este sentido.

En Usa, son cerca de 25 millones de habitantes los que practican golf. Esto supone casi un 8% de la población. (Immihelp, S.f.). Los jugadores americanos, además, habitan a clasificar a varios de sus profesionales en los Top 10 de todos los grandes torneos del mundo.

Uno de estos torneos en los que recientemente la prensa española puso la mirada fue el AT&T Pebble Beach Pro-Am. En su edición del año 2023, varios conocidos del deporte español como Pau Gasol o Gareth Bale participaron en el campeonato.

Por otro lado, la imagen de ver a jugadores profesionales y diversas celebridades siempre es curiosa, pero la idea es enredar un poco más las cosas. En 1996, el actor estadounidense Adam Sandler protagonizó "Happy Gilmore", una comedia que narraba el rápido ascenso en el mundo del golf de un jugador de Hockey frustrado. En una de las escenas del largometraje, el protagonista participaba junto al conocido Bob Barker en una prueba por parejas entre golfistas profesionales y famosos.

Si bien es cierto que en los últimos años se han celebrado varios torneos Celebrity Pro-Am en nuestro país, en todos ellos se ha detectado que se jugaban de forma individual y no se han encontrado casos en los que profesionales y celebridades compitan en pare-

jas. Algunos de estos han tenido lugar en las fechas previas al Acciona Open de Madrid, fechas en las que a nosotros nos interesa ubicar este torneo.

De este modo, podemos fijarnos en varios de estos torneos para conocer cuál es la situación en la que se encuentran. Durante el fin de semana del 14 de junio de 2024, varios medios como el Marca, Europa Press o el Diario de Mallorca, entre otros, se hacían eco de la victoria de Mateu Alemany en el torneo "Battle of the stars". Este evento tiene fines solidarios y dona la recaudación a la lucha contra el ELA. En su perfil de Instagram, cuenta actualmente con cerca de 3.000 seguidores.

Un poco antes, el 8 de junio, se celebraba en Salamanca la segunda edición del evento 'Schuster and friends'. Al igual que en el caso anterior, los beneficios fueron donados, en este caso, a la lucha contra el cáncer infantil. Por otro lado, es recurrente la información en las redes sociales del Acciona Open durante los días previos al torneo acerca de la celebración anual de un torneo Pro-Am.

Sin embargo, resulta imposible poder sacar conclusiones en cuanto a cifras en nuestro país. Es relativamente sencillo encontrar información acerca de la celebración de estos torneos, pero por lo general, no existen redes sociales dedicadas a los mismos. Tampoco es positivo que las noticias relacionadas con estas citas no hagan referencia alguna al público asistente o la venta de entradas para asistir al evento.

Por todo ello, podemos concluir que estos eventos y similares se juegan entre amigos con el objetivo de que las celebridades disfruten de una buena jornada. Es habitual en el mundo del golf que los torneos de golfistas que no son profesionales se disputen de esta manera y por ello, la organización del evento no contabilice datos acerca de apartados que no existen.

Nuestra intención, a través de este proyecto, será la de organizar un evento de golf desde cero en España, siguiendo una fórmula nunca antes utilizada en nuestro país, como es un juego por parejas entre profesionales y celebridades. Los torneos de jugadores *amateurs* no cuentan con los medios que tienen los profesionales y, por lo tanto, deberemos establecer un sistema para organizar este evento pensando más en los segundos que en los primeros.

Por todo ello, el mencionado Acciona Open es el evento en el que más podemos fijarnos a la hora de establecer los datos de un evento algo similar. En su edición de 2023, cerca de 40.000 espectadores se pasaron durante los cuatro días de duración del Open de España por el Club de Campo Villa de Madrid. La cifra de asistentes del evento en 2022 fue de cerca de 43.000 asistentes. Además, la organización de un evento como el Open de España en 2022 supuso un beneficio económico de cerca de 20 millones de euros para la capital española. (El País, 2023).

En cuanto a las redes sociales, puede ser más costoso el análisis del evento. En sus perfiles de Twitter e Instagram, el Acciona Open cuenta con 2.284 y 4.536 seguidores. Sin embargo, al formar la prueba parte del DP World Tour y contar con emisión televisiva, son estos los más enfocados en la cobertura del evento. En Twitter, el circuito europeo

cuenta con más de 500.000 seguidores y la cadena Movistar Golf con más de 30.000, cifras muy alejadas a las cuentas del torneo.

Tampoco podemos sacar muchas conclusiones acerca de la emisión del torneo. Las últimas ediciones no han contado con datos oficiales. Según la propia organización, en su edición de 2018 el evento fue seguido internacionalmente por cerca de 250 millones de hogares. (Acciona Open, 2019).

Por último, debemos destacar el incremento mediático en el que se ve inmerso el torneo desde la aparición en 2018 de Jon Rahm. Desde esta edición, las noticias relacionadas con el torneo en la prensa han crecido cada vez que se acerca el Acciona Open: *“En 2016 solo se trata el Acciona Open durante los días de competición y el día después. En 2018 hay ocho informaciones previas, una media de seis noticias durante los días del torneo, 16 noticias el día después y otras cuatro se ofrecen en los días siguientes”*. (Barbero & Peinado, 2020, pág.137).

Por todo ello, podemos deducir que la situación del golf en España en estos momentos invita a pensar que la organización de estos eventos se encuentra en un buen momento. La aparición de nuevas pruebas que incluyen a celebridades del panorama nacional es un hecho probado durante estos últimos años. Además, los torneos más clásicos como el Acciona Open se encuentran en un momento en el que generan cierto atractivo entre el público.

## 5.2. Análisis DAFO

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ajustado calendario de los golfistas profesionales.</li> <li>• Ajustado calendario de las celebridades.</li> <li>• Escasez de medios para emitir el torneo (solo Movistar Golf y Teledporte en ocasiones especiales).</li> <li>• Imposibilidad de celebrar el torneo en formato mixto por falta de jugadoras amateurs famosas en España</li> <li>• Otros posibles torneos Pro-Am en las fechas escogidas.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran variedad de torneos en los calendarios.</li> <li>• Posibilidad de que la idea del torneo no resulte atractiva para los participantes.</li> <li>• Posibles quejas de distintos sectores (política, grupos ecologistas, etc).</li> <li>• Imagen de deporte elitista.</li> <li>• Escasez de celebridades amateurs que practiquen golf en España.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p>	<p><b>Oportunidades</b></p>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente pasión por el golf en España.</li> <li>• Gran variedad de campos en España donde celebrar el torneo.</li> <li>• Buena acogida en pruebas similares previas (The battle of stars en Mallorca, Acciona Pro-Am).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran variedad de marcas interesadas en patrocinar golf.</li> <li>• Establecer un futuro torneo que se celebre anualmente en el calendario.</li> <li>• Establecer un sistema de promoción para la Ryder Cup si se celebra en Cataluña.</li> <li>• Invitar de forma puntual a alguna pareja de otros países como promoción en estos.</li> <li>• Realizar el torneo con fines benéficos.</li> <li>• Promocionar la práctica del golf en España.</li> </ul>
---	--

### 5.3. Misión, visión y valores

**Misión:** La misión de este proyecto es organizar un torneo para el disfrute de jugadores de golf profesionales, jugadores de golf amateurs, espectadores y aquellas organizaciones que deseen involucrarse en el mismo.

**Visión:** Nuestra visión es la de celebrar una cita que se sitúe con el paso del tiempo en todo un clásico del deporte español y una fechada señalada para nuestros golfistas.

**Valores:** Estos son los principales valores de nuestro proyecto.

*Compromiso:* Involucrarnos en este proyecto desde la planificación del mismo hasta las etapas posteriores a la celebración del torneo a través del trabajo bien realizado y el sueño de celebrar una cita inolvidable.

*Solidaridad:* Una de las grandes metas fijadas para este proyecto será la de realizar el torneo con fines benéficos debido a la condición de los participantes en el mismo.

*Trabajo en equipo:* Uno de los valores que buscará promover el torneo es el del trabajo en equipo, el cual se podrá observar en las distintas parejas participantes.

*Respeto:* Tanto el respeto como la deportividad serán esenciales. Queremos realizar un torneo para que tanto los participantes como los espectadores se diviertan. Nuestro obje-

tivo no es determinar quién es el mejor, sino realizar una labor de promoción del golf en España.

## 5.4. Objetivos de comunicación.

Para la organización de este evento, tal y como ha sido planteado, podremos cumplir una serie de objetivos respecto a la producción del mismo que tienen que ver con el nivel de difusión del torneo, la presencia de público en el campo o las interacciones en redes sociales, entre otros.

### Objetivos de producción:

- Informar del evento mediante diez apariciones en la prensa escrita deportiva nacional durante el mes de agosto.
- Realizar entrevistas con al menos cinco medios de prensa escrita y/o radiofónica durante las dos primeras semanas de septiembre.
- Lograr un total de 10.000 interacciones en las redes sociales del torneo (Twitter, Instagram, Facebook, etc.) durante el mes de septiembre.
- Alcanzar una asistencia de 3.000 espectadores en vivo durante el 24 de septiembre.
- Lograr que Movistar Golf retransmita en directo el torneo el 24 de septiembre.

Sin embargo, encontramos varios motivos por los que nos resulta todo un reto poder establecer los objetivos de impacto. En primer lugar, la intención desde la organización es que Movistar Golf se encargue de retransmitir el torneo. Esto provocaría que las redes de la cadena de televisión tengan una mayor relevancia en el momento de la emisión, siendo ellos los encargados de valorar este aspecto.

Por otro lado, estamos ante un evento de nueva creación. Eso nos hace imposible poder marcarnos cifras que mejoren a las de ediciones anteriores. Se podrían fijar unos objetivos acerca de lo esperado en la primera edición, pero resulta incierto conocer el comportamiento del público respecto al evento sin datos previos.

Pese a ello, podemos intentar establecer una serie de objetivos de impacto que podemos cumplir a través de la organización de este evento.

### Objetivos de impacto

- Alcanzar una satisfacción del 80% entre el público asistente al evento en las encuestas posteriores a la celebración del torneo.

- Alcanzar una satisfacción del 90% entre los jugadores que participen en el evento en las encuestas posteriores a la celebración del torneo.
- Lograr un aumento del 2% de seguidores en las redes sociales relacionadas con la organización del evento durante su celebración.
- Aumento de un 10% en las reservas para jugar en el campo de golf escogido para el evento respecto a las cifras de los últimos tres años en las mismas fechas.
- Lograr persuadir durante los meses de julio y agosto a diez empresas para el patrocinio del evento. (Al menos tres de ellas relacionadas con el golf).
- Alcanzar durante la celebración del evento un 10% de asistencia al campo de juego entre seguidores de golf sin licencia federativa.

## 5.5. Mapa de públicos

Para clasificar a los distintos públicos hemos elaborado un total de tres gráficas para poder observar las distintas categorías en las que debemos ubicarles. Estas tres clasificaciones nos servirán para diferenciar entre el público interno y el externo, a clasificarlos según sus atributos y a categorizarlos según su necesidad comunicacional.



Figura 2: Mapa de público interno y externo. Fuente: Elaboración propia.

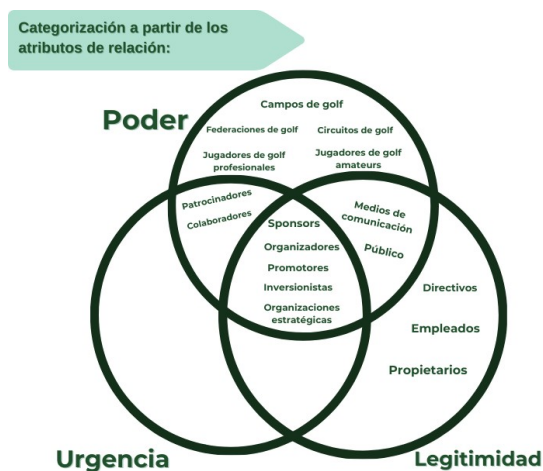
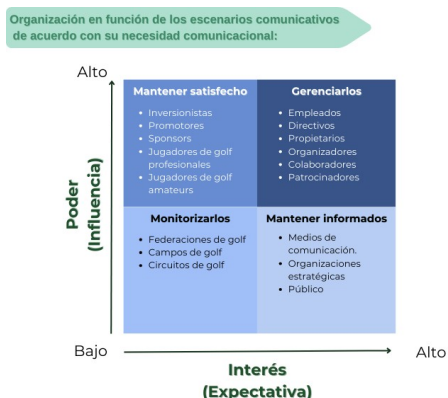


Figura 3: Categorización a partir de los atributos de relación. Fuente: Elaboración propia.



*Figura 4: Organización en función de los escenarios comunicativos de acuerdo con su necesidad comunicacional. Fuente: Elaboración propia.*

Entre todos los públicos identificados que pueden formar parte de la organización de un evento como el planteado, podemos concretar más detalles en varios de ellos:

- Jugadores de golf profesionales: Nos interesa en especial dirigirnos al sector de jugadores de golf profesionales españoles, ya que son a estos a los que el evento se dirige.
- Jugadores de golf amateurs: En este caso, nos dirigiremos a celebridades de nuestro país que, además, practiquen el golf en su tiempo libre.
- Federaciones de golf: Principalmente, trataremos de dirigirnos a la Real Federación Española de Golf y a Federación de Golf de Madrid.
- Circuitos de golf: En este caso, nos interesa establecer contacto con el DP World Tour, es decir, con el circuito europeo de golf.
- Campos de golf: Debido a la elección del campo de juego, nuestro público en este sentido será el Centro Nacional de Golf. Sin embargo, de forma previa a su elección, también podemos estar interesados en establecer relaciones con otros campos de la Comunidad de Madrid.
- Sponsors: Respecto a los patrocinadores, nos interesan en gran medida las empresas relacionadas con el sector. Marcas de golf (Ping, Callaway, etc), empresas con presencia habitual en torneos (Rolex, Reale Seguros, Banco Santander, etc) o las tradicionales marcas de coches presentes habitualmente en los torneos (Bmw, Mercedes-Benz, etc).

## Medios de comunicación

- Prensa escrita: En este caso, nuestro público serán los medios deportivos nacionales (Marca, As, Mundo Deportivo, etc) y medios locales, tanto deportivos como generalistas, de la Comunidad de Madrid (El Mirador de Madrid, El Telescopio Digital, etc).
- Prensa radiofónica: En cuanto a las radios, nos interesarán aquellas radios generalistas nacionales en las que podamos realizar entrevistas y promocionarnos a través de cuñas de radio (La Ser, Cope, Onda Cero, etc).
- Medios audiovisuales: En esta ocasión, nos queremos dirigir a aquellas cadenas que puedan estar interesadas en difusión del evento. El caso más claro es el de Movistar Golf, cadena que en el día a día emite contenido relacionado con nuestro evento. En segundo lugar, Teledeporte podría ser otra cadena interesada en el evento a la que debemos dirigirnos.
- Redes sociales: Se puede trabajar con la posibilidad de dirigirnos a un público más joven mediante el uso de las redes sociales. Sin embargo, trataremos de escoger influencers relacionados con este deporte como Sandra Martín, conocida en redes como @Sandrittamh y muy ligada a la práctica de este deporte.

## 5.6. Mensaje y eje central del evento.

En lo que respecta al eje central del evento, nos encontramos ante una jornada que se desarrollará en torno a una idea muy concreta. Este evento servirá como un medio de difusión del golf nacional en unas fechas en las que con motivo del Acciona Open, este deporte cobra gran relevancia en España.

Por este motivo, el mensaje que queremos enviar al público es el de una jornada para disfrutar del golf con familiares y amigos, pudiendo ver a los mejores jugadores nacionales y a varias estrellas que conocen por otras disciplinas ajenas a este deporte. De este modo, el eslogan que servirá para promocionar el evento ante los distintos públicos y lograr atraerlos a la cita será **“XXX Celebrity Pro-Am: de Madrid a las estrellas”**. Con este eslogan, jugamos con la conocida frase “De Madrid al cielo”. Sin embargo, al sustituir la última palabra le estamos otorgando a la frase un sentido en el que se destaca la presencia de grandes jugadores de golf y celebridades en el evento. Para que el mensaje cobre una mayor importancia, acompañaremos este en los carteles junto con imágenes de varios golfistas y estrellas invitadas. Podemos ver el resultado en este cartel que serviría como ejemplo para ello.



*Figura 5: Ejemplo de cartel para promocionar el evento con el eslogan escogido. Fuente: Elaboración propia.*

## 5.7. Elección de fecha y espacio

**Lugar: Centro Nacional de Golf en Madrid.**

**Fecha: 24 de septiembre de 2024.**

La elección de fecha y espacio es uno de los grandes problemas que plantea este evento. En primer lugar, debemos elegir la mejor fecha posible, algo que es realmente complicado por las apretadas agendas de los jugadores profesionales. Después de consultar el calendario del DP World Tour (circuito europeo), la mejor opción para ubicar el torneo es en esta fecha. Entre el 26 y el 29 de septiembre, los mejores jugadores de España se reunirán en Madrid para disputar el Acciona Open de Madrid, prueba del circuito europeo. Hasta el domingo 22 de septiembre, estos mismos jugadores se encontrarán en Reino Unido participando en el BMW PGA Championship. Por ello, a pesar de tener que celebrar el torneo un martes de septiembre, nos encontramos ante la mejor fecha que ofrece el calendario de cara a poder celebrar el torneo.

La elección de la fecha, entre semana, no es necesario que afecte en la presencia de las celebridades, pues en otros torneos con presencia de famosos como el de Pebble Beach o el mismo BMW, en el que este año habrá presencia de famosos como el actor Tom Ho-

lland, entre otros, acostumbran a disputar entre semana varias de sus fechas sin afectar en su producción, público u otros detalles que podrían verse afectados.

Respecto a la elección del campo, la lógica y el sentido común, nos pide celebrar el evento en Madrid. Por un lado, la mayoría de las celebridades que podrían disputar el torneo tienen fija su residencia en Madrid o en Barcelona. Por ello, estas dos ciudades son las idóneas para acoger este evento.

Por otro lado, los golfistas profesionales se trasladarán a España tras concluir su participación en el BMW a principios de semana y deberán estar en Madrid para el Acciona Open el jueves 26 de septiembre. Por ello, desde la perspectiva del organizador del torneo, creo que es acertado pensar que los profesionales estén más abiertos a participar en el evento si se realiza en Madrid y les exige realizar menos desplazamientos.

Al disputarse el Acciona Open en el Club de Campo Villa de Madrid debemos descartar este campo para acoger el evento. Del resto de campos de la ciudad, el Centro Nacional de Golf es la opción más atractiva para ser la sede elegida. Este campo es un habitual en los distintos circuitos europeos como el DP World Tour o el Banesto Tour. Además, el campo ha sido sede del Campeonato de España durante varios años y cuenta con todos los medios necesarios para acoger un evento como el planteado. Entre las ventajas de esta sede encontramos su buena accesibilidad, las posibilidades de acoger un buen aforo y la buena preparación del campo de cara a poder retransmitir el torneo.

## 5.8. Programa del evento

Este es el programa de actos previsto para la jornada de celebración del evento:

### Día 1 – Lunes 23 de septiembre de 2024

- 17:00 – Montaje de elementos publicitarios en el Centro Nacional de Golf.
- 19:00 – Preparación de la Casa Club para los actos que se desarrollarán en el lugar.

### Día 2 – Martes 24 de septiembre de 2024

- 08:00 – Apertura de puertas del Centro Nacional de Golf.
- 08:00 – Llegada de las televisiones para la retransmisión del evento.
- 08:30 – Inauguración del punto de entrega de tarjetas de juego.
- 08:45 – Ceremonia de inauguración del evento.
- 09:00 – Comienzo del torneo con las primeras salidas.
- 13:00 – Preparación del cóctel.

- 17:30 – Ceremonia de clausura.
- 17:40 – Entrega de premios.
- 18:00 – Foto de familia.
- 18:00 – Inicio del cóctel.
- 20:00 – Desmontaje y fin del evento.

De este modo, el siguiente sería el programa oficial del evento para el público sin incluir nombres propios.

- 08:00 – Apertura de puertas.
- 08:45 – Ceremonia de inauguración.
- 09:00 – Partido 1: Pareja 1 y Pareja 2.
- 09:10 – Partido 2: Pareja 3 y Pareja 4.
- 09:20 a 12:40 – Salidas de los otros 21 partidos.
- 12:50 – Partido 24: Pareja 47 y Pareja 48.
- 17:30 – Ceremonia de clausura y entrega de premios.

## 6. Producción del evento

### 6.1. Elaboración del reglamento

A la hora de realizar el reglamento para nuestro torneo de golf se ha tomado como base el modelo que emplea habitualmente la Federación Aragonesa de Golf en todos sus campeonatos.

#### **Lugar y fecha.**

24 de septiembre de 2024 – Centro Nacional de Golf de Madrid.

#### **Participantes y categorías.**

En un primer momento, podrán tomar parte del torneo aquellos jugadores invitados por parte de la organización. El número máximo de jugadores admitidos será de 48 jugadores profesionales y 48 “estrellas invitadas”. En caso de los jugadores profesionales, las invitaciones se realizarán siguiendo la última Orden de Mérito de la RFEG publicada antes del 1 de junio de 2024.



Por su parte, los golfistas *amateurs* serán invitados por la organización según sus propios criterios. En caso de no cubrir la totalidad de los participantes, se permitirá a los jugadores realizar sugerencias sobre otras personas que puedan encajar con el torneo. El Comité organizador podrá variar las condiciones de la competición antes o durante el desarrollo de la misma en función de las circunstancias especiales que se pudieran producir, en especial por las posibles condiciones climatológicas que puedan darse y que obliguen a suspender y en su caso anular alguna prueba.

Se establecerá una única categoría de juego por parejas, independientemente del hándicap de los jugadores.

### **Forma de juego, condiciones, orden de salida, horarios y grupos.**

Forma de juego por golpes, en modalidad de parejas, fórmula Greensome, prueba Scratch. Cada jugador ejecutará el golpe de salida. Posteriormente, la pareja elegirá una de las dos bolas y continuará el juego con ella alternando un golpe cada uno. Prueba de 18 hoyos.

Barras de salida: Se realizará el recorrido negro del Centro Nacional de Golf en el caso de los caballeros y el recorrido amarillo en el de las damas.

Las salidas se efectuarán en el Tee del 1 entre las 9:00 y las 13:00 horas. Se prevé un tiempo de juego de 4 horas.

El orden de salida y horario para el torneo se establecerá el martes 17 de septiembre. Si alguno de los participantes tiene algún problema con el horario, podrá comunicarlo a la organización de forma previa al sorteo para tratar de ubicarle en el mejor horario posible.

El martes 17 de septiembre se realizará un sorteo con todos los inscritos para elaborar las parejas de juego. Aquellos participantes que deseen jugar juntos el torneo podrán comunicárselo a la organización antes de esta fecha para no formar parte del sorteo.

### **Reglas de juego.**

Se jugará bajo las Reglas de Golf de la RFEG y las Locales Permanentes del club en el momento de la disputa del torneo.

### **Caddies y transporte.**

Para esta prueba se autoriza el uso de caddies para todos los participantes. No se autoriza el uso de buggies en el torneo.

### **Desempates.**

En caso de empate se aplicará el sistema general de desempates para pruebas Scratch y Hándicap. Si los Hcp. de juego fueran iguales se recurrirá a la fórmula de los últimos hoyos.

## Premios.

Al finalizar la prueba se entregarán varios trofeos durante la ceremonia de clausura:

- Trofeo a la 1ª pareja clasificada Scratch.
- Trofeo a la 2ª pareja clasificada Scratch.
- Trofeo a la 3ª pareja clasificada Scratch.
- Premio al Drive más lejano en el hoyo 5.
- Premio a la bola más cercana en el hoyo 17.
- Premio especial de un coche al hoyo en 1 en el hoyo 9.

Durante la ceremonia se realizará un sorteo de regalos y se celebrará un cóctel con todos los asistentes.

La pareja ganadora podrá donar 6.000 euros (3.000 por ganador) a una causa benéfica de su elección.

Se hará entrega a todos los jugadores un pack de bienvenida junto a la entrega de tarjetas.

## 6.2. Patrocinadores y colaboradores

En primer lugar, debemos definir las diferencias entre patrocinadores y colaboradores a la hora de formar parte de un evento como este. Por patrocinadores entendemos a aquellas organizaciones, entidades o personas que ponen dinero para la realización del evento.

Por otro lado, al hablar de colaboradores nos referimos a organizaciones, entidades o personas que se dedican a realizar aportaciones en especie para contribuir con la organización del evento.

De este modo, podemos fijarnos en otros torneos similares que se han celebrado en España para hacernos una idea del perfil de patrocinador y colaborador que podría estar interesado en estar presente en la prueba.

Lo ideal sería establecer a una de las siguientes empresas como patrocinador principal del evento. De este modo, el nombre de esta empresa pasará a formar parte del nombre del torneo, que pasará a llamarse “**XXX Celebrity Pro-Am**”.

Listado de posibles patrocinadores:

- Marcas de materiales de golf (P.ej: Titleist, Callaway, TaylorMade, etc).
- Federaciones de golf española y madrileña.

- Comunidad de Madrid.
- Ayuntamiento de Madrid.
- Bancos (P. ej: Banco Santander, OpenBank, etc).
- Empresas de seguros (P.ej: Reale seguros, DKV, etc).
- Marcas habituales en el patrocinio del golf (P. ej: Rolex).
- Marcas de coches (P.ej: BMW, Mercedes, etc).
- Marcas de cerveza (P. ej: Estrella Damm, Mahou, Cruzcampo, etc).
- Otras empresas relacionadas con la zona (P. ej: constructoras, hoteles, viajes, etc).

### 6.3. Plan B

En este caso en concreto, al tratarse de un torneo de golf, evento que habitualmente no se ve afectado en su desarrollo por las condiciones meteorológicas, lo normal es que el evento pueda desarrollarse sin ningún tipo de inconveniente. Pese a ello, si las condiciones meteorológicas impidieran desarrollar la prueba y debido a la dificultad para encontrar fechas en el calendario, en caso de no poder celebrarse el campeonato, la única solución posible es la cancelación.

Sin embargo, podemos establecer un plan B para uno de los puntos más interesantes de todos los planteados, como es la retransmisión del torneo. Emitir el torneo es uno de los puntos claves de cara a atraer patrocinadores para llevar a cabo el evento y siempre existe la posibilidad de que el único medio interesado en la retransmisión, Movistar Golf, pueda no querer hacerse con los derechos de emisión. En ese caso, estableceremos un sistema de retransmisión en streaming por plataformas como Youtube o Twitch. Esto supondría un gasto extra en materia de equipo humano y técnico. Al ser el plan B no lo tendremos en cuenta, pero creo que es importante mencionarlo al ser una posible solución a este contratiempo.

La otra circunstancia ajena a la organización y que necesita de un plan B es el lugar de juego. Es posible también que el Centro Nacional de Golf en Madrid no pudiese o no quisiera albergar el evento. En ese caso, se estudiaría la posibilidad de celebrar el torneo en otro campo de la ciudad de Madrid con condiciones similares, como puede ser el Real Club de Golf Las Rozas o el Real Club La Moraleja.

## 6.4. Listado de necesidades

### 6.4.1. Equipo humano

De cara a la organización del evento, este es el listado de necesidades respecto al equipo humano que utilizaremos:

- Comité de competición.
- Tres árbitros y jueces de juego.
- Community Mánager.
- Cuatro Fotógrafos.
- Transportistas.
- Personal del club (Cóctel, recepción, vestuarios, etc).
- Personal para la retransmisión (A cargo de la cadena Movistar Golf).
- Treinta voluntarios (Habitual en torneos importantes).

### 6.4.2. Equipamiento

Para poder celebrar el torneo será necesario contar con un listado con el equipamiento material necesario durante la jornada.

- Nueve trofeos, 96 packs de bienvenida y diez regalos para el sorteo.
- 36 Roll up, 36 despletables, 18 tees y 18 banderas especiales para la fecha.
- Merchandising (300 unidades de camisetas, gorras, mochilas y packs de bolas de golf).
- Vestuario para los 30 voluntarios.
- Carteles promocionales.
- Cuatro pantallas gigantes para el torneo.
- 96 tarjetas de juego.
- Alquiler de ocho baños portátiles.
- Cuatro sillas y dos mesas para puntos de venta de merchandising.

- Tres puntos de venta de comida para el público.

### 6.4.3. Servicios

A la hora de preparar el evento también deberemos cerrar previamente un listado con los servicios que vamos a necesitar.

- Cerrar el Centro Nacional de Golf como sede.
- Cerrar la colaboración con Movistar Golf para la emisión del torneo.
- Servicios publicitarios en prensa escrita (10 anuncios en prensa deportiva nacional y 2 en las revistas de la Federación de Golf de Madrid y la RFEG).
- Servicios publicitarios en medios radiofónicos (200 cuñas en medios de la Comunidad de Madrid y 200 en medios nacionales).
- Servicios publicitarios en medios audiovisuales (30 emisiones en la televisión local de Madrid y 30 emisiones en Movistar Golf).
- Servicios de transporte para los desplazados.
- Servicios de alojamiento para los desplazados.
- Servicios de transporte para mover los materiales hasta el Centro Nacional de Golf.
- Servicio de venta de entradas para el público.
- Contratar un equipo para la búsqueda de colaboradores y patrocinadores.

### 6.5. Plan de comunicación

De cara a elaborar nuestro plan de difusión para el evento, dividiremos las tareas en tres fases:

#### **Fase 1 (1 de julio – 31 de agosto)**

- Creación de la web oficial del torneo.
- Creación de las redes sociales del evento.
- Publicación de carteles informativos del evento.
- Elaboración de notas de prensa y un dossier de prensa para los medios.
- Rueda de prensa para la presentación oficial del evento.

- Invitaciones y anuncio de las personas confirmadas para el torneo.

### **Fase 2 (1 de septiembre – 15 de septiembre)**

- Producción y difusión de anuncios para prensa escrita.
- Producción y difusión de cuñas para prensa radiofónica.
- Producción y difusión de anuncios para prensa audiovisual.
- Presencia de carteles del evento en marquesinas, pantallas, etc.
- Aumento de la actividad en redes sociales.

### **Fase 3 (16 de septiembre – 24 de septiembre)**

- Concesión de entrevistas por parte de la organización a los medios.
- Nueva rueda de prensa para exponer la totalidad del evento. (Día del sorteo de parejas y horarios).
- Elaboración del dossier oficial del torneo.
- Continuación de las acciones de la Fase 2.

## **6.6. Venta de entradas**

Aproximadamente tres meses antes del día del evento, se abrirá el proceso de venta de entradas para el público que desee asistir al evento. La tarea será delegada en un portal especializado en la realización de estas labores.

Podemos tomar como ejemplo el precio de las entradas habitual del Acciona Open para la jornada del jueves, día entre semana, al igual que el de nuestro evento.

El precio establecido por el torneo es de 20 euros para el público en general y 10 euros para federados. A este precio deberemos de sumarle los gastos de gestión de la empresa que vende las entradas. De esta forma podremos conocer el precio final de las entradas para el evento.



## 6.7.2. Escaleta

Hora inicio	Hora fin	Duración	Acción	Espacio	Responsable	Observaciones
08:00 h.	08:00 h.	0 mins.	Apertura de puertas para el público.	Centro Nacional de Golf en Madrid.	Centro Nacional de Golf.	Las entradas estarán disponibles los días previos y durante la jornada.
08:30 h.	13:10 h.	280 mins.	Punto de entrega de tarjetas.	Recepción de Casa club.	Organización del evento.	Se entregará un pack de bienvenida a todos los participantes.
08:35 h.	08:50 h.	15 mins.	Ceremonia inaugural.	Tee del 1.	Organización del evento.	Intervendrá el presidente del Club y la organización del evento.
09:00 h.	13:00 h.	240 mins.	Salidas.	Tee del 1.	Organización del evento.	Habrà un total de 24 partidos que saldrán cada 10 minutos.
13:00 h.	17:00 h.	240 mins.	Llegada de jugadores.	Green del 18.	Organización del evento.	Los jugadores deberá entregar la tarjeta los próximos 10 minutos tras finalizar su vuelta.
13:00 h.	17:10 h.	250 mins.	Recogida de tarjetas.	Recepción de Casa club.	Organización del evento.	
17:30 h.	18:00 h.	30 mins.	Ceremonia de clausura.	Salón de Casa Club.	Organización del evento.	
17:40 h.	17:50 h.	10 mins.	Entrega de premios.	Salón de Casa Club.	Organización del evento.	
17:50 h.	18:00 h.	10 mins.	Sorteo de regalos.	Salón de Casa Club.	Organización del evento.	Para todos los participantes en el evento.
18:00 h.	19:30 h.	90 mins.	Inicio del cóctel.	Salón de Casa Club.	Servicios de hostelería del Centro Nacional de Golf.	



## 6.7.3. Presupuesto

Siguiendo el modelo de presupuesto que propone Torrents (2019, pág.182-186), estas son las partidas presupuestarias necesarias para la organización de nuestro evento.

Partidas	Cantidad	Precio	Total	Comentarios
----------	----------	--------	-------	-------------

### 1. Alojamiento y servicios asociados.

Alojamiento asistentes al evento en el hotel Riu Plaza Madrid.	50	305€	15350€	Todos los servicios incluidos. Muchos asistentes al evento no requeriran de este servicio.
--	----	------	--------	--

### 2. Restauración / Cátering

Servicio de Cóctel del restaurante del Centro Nacional de Golf.	150	50€	7500€	El cóctel cuenta con un amplio margen de personas que no participan en el torneo.
Botellas de agua para los jugadores durante el evento.	192	0,4€	76,8€	Un total de 2 por jugador.

### 3. Viajes y desplazamientos

Pasajes asistentes origen – destino - origen (avión, tren,...)	50	120€	6000€	Precio medio de billetes de ida y vuelta de aviones y trenes.
Traslado de asistentes a hoteles, aeropuertos, estaciones, etc.	192	10€	1920€	
Traslado de jugadores al Centro Nacional de Golf	96	10€	960€	

### 4. Espacios e infraestructuras

Alquiler del Centro Nacional de Golf	1	10000€	10000€	El alquiler de un campo para un torneo incluye el alquiler de
--------------------------------------	---	--------	--------	---

				la totalidad de los servicios del mismo (Instalaciones, salones, vestuarios, etc)
Alquiler y montaje de pantallas gigantes	4	800€	3200€	
Servicio de aparcamiento	1	1000€	1000€	
Seguro de espacios e infraestructuras	1	2000€	2000€	
Transporte, montaje y desmontaje	1	3000€	3000€	
Puntos de comida en el campo	3	0€	0€	Servicio a cargo del Centro Nacional de Golf.
Puntos de Merchandising	2	200€	400€	
Baños portátiles para el campo	8	140€	1120€	
Gastos imprevistos	1	2000€	2000€	Reservado para posibles imprevistos con estas partidas.

## 5. Decoración espacios del evento

Diseño de decoraciones	1	500€	500€	
Roll Ups	36	40€	1440€	
Desplegables	36	60€	2160€	
Tees	18	10€	180€	
Banderas	18	5€	90€	
Transporte, montaje y desmontaje	1	3000€	3000€	

Gastos imprevistos	1	1000€	1000€	Reservado para posibles imprevistos con estas partidas.
--------------------	---	-------	-------	---

## 6. Relaciones públicas y prensa

Envío de invitaciones	96	0€	0€	
Seguimiento y confirmaciones	1	0€	0€	
Convocatoria rueda de prensa para la presentación del evento	1	200€	200€	Precio de alquiler del espacio.
Elaboración de un dossier del evento	1	0€	0€	Se enviará por correo a los medios.
Contratación de CM	1	3000€	3000€	Tareas de gestión de las redes sociales del evento.
Cuñas en radios locales	200	15€	3000€	
Cuñas en radios nacionales	200	30€	6000€	
Emisión del spot para TV	60	350€	21000€	
Anuncio en prensa escrita deportiva nacional	10	800€	8000€	
Anuncio en revistas especializadas	4	250€	1000€	
Carteles informativos	1000	13€	1300€	
Gastos imprevistos	1	5000€	5000€	Reservado para posibles imprevistos con estas partidas.

## 7. Equipos audiovisuales y producción audiovisual

Servicios de retransmisión	1	0€	0€	Los gastos correrán a cargo de la cadena que emita el evento.
----------------------------	---	----	----	---

## 8. Producción gráfica

Creación de anuncios (Spot, cuñas, etc)	1	3000€	3000€	
Diseño de carteles	1	50€	50€	
Diseño de invitaciones	1	50€	50€	
Diseño del logo del evento	1	100€	100€	
Diseño de las tarjetas de juego	1	50€	50€	
Diseño de acreditaciones	1	100€	100€	
Serigrafía Merchandising	1200	2€	2400€	
Gastos imprevistos	1	500€	500€	Reservado para posibles imprevistos con estas partidas.

## 9. Servicios varios

Árbitros y jueces de juego	3	500€	1500€	
Fotógrafos	4	400€	1600€	
Voluntarios	30	0€	0€	
Personal del club	1	0€	0€	Servicios de restauración, recepción y vestuarios que están incluidos en la reserva del Centro Nacional de Golf.
Gastos para <i>influencers</i>	1	2000€	2000€	
Gastos imprevistos	1	1000€	1000€	Reservado para posibles imprevistos con estas partidas.

## 10. Otros costes

Tarjetas de juego	96	0,2€	19,2€	
Donación causa benéfica	2	3000€	6000€	
Trofeos para los ganadores	9	30€	270€	
Packs de tres bolas de golf	96	10€	960€	
Packs de tees de juego	96	2€	192€	
Gorra de golf	96	15€	1440€	
Sorteo: Bolsas de golf	4	90€	360€	
Sorteo: Pack con tres botellas de vino	5	50€	250€	
Sorteo: Pata de jamón	2	150€	300€	
Merchandising: Camisetas	300	5€	1500€	
Merchandising: Gorras	300	5€	1500€	
Merchandising: Mochilas	300	2€	600€	
Merchandising: Packs de bolas	300	5€	1500€	
Uniformes para voluntarios	30	30€	900€	

## 11. Honorarios

Retribución de la agencia	1	15000€	15000€	
---------------------------	---	--------	--------	--

<b>Total presupuesto</b>	<b>154.538 €</b>
--------------------------	------------------

## 7. Evento. “XXX Celebrity Pro-Am”

### 7.1. Modo de juego

El martes 17 de septiembre habrá tenido lugar el sorteo de pareja y horarios. Una vez establecidos, el día del torneo, los jugadores tan solo deberán llegar y comenzar a jugar en su horario.

El golf es un deporte que cuenta con multitud de modos de juego. Se puede jugar de forma individual o en parejas. Se pueden contabilizar los golpes totales (Scratch) o restarles a estos el Hándicap de cada jugador. En el caso de este torneo se ha elegido la modalidad Greensome Scratch. En esta forma de juego, cada jugador realizará el primer golpe con su bola. Tras esto, la pareja elegirá la bola con la que desea seguir jugando y los miembros de la pareja deberán alternar un golpe cada uno.

El principal motivo para haber elegido esta modalidad de juego se debe a que los jugadores profesionales tan solo juegan la modalidad Scratch y los jugadores amateurs no tendrían mucha posibilidad contra ellos si no cuentan con la ventaja del Hándicap.

Por ello, esta modalidad nos permitirá igualar mucho las fuerzas entre todas las parejas, lo cual fomentará la competitividad y hará que los golfistas amateurs no sientan que no aportan nada al juego como lo harían si los profesionales juegan con su bola y se elige el mejor resultado de la pareja.

En el caso de los caballeros, se ha establecido la salida más lejana al green como punto de partida, ya que es la más habitual entre los golfistas profesionales por su fuerte pegada con el Drive. Para las damas invitadas al torneo, el recorrido planteado es el tercero más largo de los cinco con los que cuenta el campo, algo que también es lo más normal si la salida de caballeros es la del recorrido negro.

### 7.2. Puesta en escena

En este torneo se tendrán en cuenta únicamente dos localizaciones en las que desarrollar nuestra puesta en escena. Por un lado, nos encontramos con la Casa Club del Centro Nacional de Golf. En esta ubicación se desarrollarán todos los actos relacionados con el protocolo como es la bienvenida, la entrega de trofeos el cóctel.

Por otro lado, tenemos el campo de golf del club, lugar donde se disputará el torneo de golf, eje central de nuestro evento. (Algunas imágenes corresponden a otros campo, pero nos sirven mejor para ejemplificar el aspecto del campo el día del torneo).



## Campo del Centro Nacional de Golf



Figura 13: Salida de los hoyos con público. Fuente: <https://acortar.link/M5At0p>



Figura 14: Zonas de paso para el público. Fuente: <https://accionaopen.com/wp-content/uploads/2019/07/patrocinio.pdf>



Figura 15: Ejemplo de publicidad en el campo. Fuente: <https://accionaopen.com/wp-content/uploads/2019/07/patrocinio.pdf>



Figura 16: Ejemplo de publicidad en el campo 2. Fuente: <https://accionaopen.com/wp-content/uploads/2019/07/patrocinio.pdf>

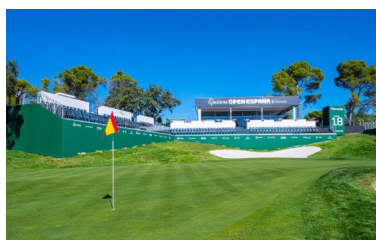


Figura 17: Llegada en el hoyo 18. Fuente: <https://fedgolfmadrid.com/noticia/el-acciona-open-de-espana-presented-by-madrid-2022-sube-hoy-el-telon-con-el-pro-am/13314>



Figura 18: Premio al Hoyo en 1. Fuente: <https://www.r-fegolf.es/>

## 7.3. Merchandising

Con el objetivo de incrementar los beneficios del evento, se realizará durante la jornada una venta de *merchandising* relacionado con el evento.

Para ello, se habrán adquirido previamente un total de 300 camisetas, 300 gorras, 300 mochilas y 300 packs de bolas de golf. Estos habrán sido personalizados con el logotipo del evento.

Para vender el merchandising entre el público asistente se ubicarán un total de dos puestos a lo largo del recorrido del Centro Nacional de Golf.

## 7.4. Acto de clausura



Una vez finalizado el torneo y tras la recepción de las tarjetas del último partido, se procederá a elaborar la clasificación. Durante las horas previas, los resultados habrán comenzado a contabilizarse, por lo que los resultados finales no deberían tardar más de 10 minutos en estar listos.

Una vez que la organización conozca los resultados y los ganadores del resto de premios, podrá comenzar el acto de entrega de trofeos. La hora fijada será las 17:30 horas. De esta forma, los últimos participantes tendrán tiempo de ducharse para asistir a la clausura.

En un primer momento, el presidente del club hablará para agradecer la presencia de todos los invitados y, previsiblemente, felicitar a todos por la magnífica jornada de golf vivida. Posteriormente, la organización del torneo procederá a entregar los trofeos a los ganadores y, finalmente, se realizará el sorteo de regalos previsto.

Una vez finalizada la entrega de trofeos se invitará a todos los asistentes a disfrutar del cóctel que el Centro Nacional de Golf habrá preparado como cierre del evento.

## 7.5. Cóctel

Respecto al cóctel que se celebrará al finalizar la ceremonia de clausura, la intención es incluir un catering elaborado por los servicios de restauración del propio Centro Nacional de Golf.

De este modo, en la partida presupuestaria se ha previsto un desembolso de 50 € por cada persona que acuda al cóctel. Además, se ha tenido en cuenta que las personas que asistan a esta actividad del programa pueden ser más numerosas que únicamente los 96 jugadores del torneo. Con total seguridad, otras personas presentes como los miembros del comité del torneo, altos cargos del Centro Nacional de Golf u otros invitados acudan al cóctel. Por ello, se ha previsto que los servicios de restauración elaboren un catering para un total de 150 personas.

A la hora de elaborar el catering, se darán una serie de indicaciones para que todo el mundo pueda disfrutar del fin de fiesta del torneo:

- Respecto a las bebidas, se deberá incluir agua, vino tinto, vino blanco, cerveza y refrescos.
- Se deberán presentar un total de siete elaboraciones distintas para 150 personas.
- Un total de tres de las elaboraciones deberán respetar la dieta vegana.
- Tan solo dos de las elaboraciones pueden incluir elementos que no puedan ser consumidos por las personas celíacas.
- Dos de las elaboraciones deberán ser postres.

- Se proponen como idea para inspirar el catering varios platos tradicionales de la cocina nacional como jamón serrano, tortilla de patata o ensaladilla rusa para formar parte de las elaboraciones.
- La idea es que el cóctel se celebre con los asistentes de pie y la comida y bebida ubicadas en mesas altas.
- La duración prevista para el cóctel será de 90 - 120 minutos.

De este modo, los servicios de restauración del club serán los encargados de organizar y llevar a cabo esta tarea, teniendo libertad absoluta para la elaboración del menú presentado, siempre que se cumplan las indicaciones realizadas.

## 8. Postproducción del evento

### 8.1. Desmontaje y limpieza

Una vez finalizado el torneo de golf, mientras se celebra el cóctel, comenzarán las primeras tareas de postproducción. La primera de ellas, será recoger todos los elementos desplegados sobre el campo de juego.

Además, se deberá recoger la posible suciedad ocasionada por la asistencia de público al Centro Nacional de Golf. La previsión es que estas tareas puedan haber sido finalizadas antes del final de la jornada para permitir el uso habitual del campo el día posterior.

### 8.2. Acciones post evento

Durante los días posteriores a la celebración del evento, será el momento para realizar la lista de tareas que deberemos realizar internamente de forma obligatoria (Estanyol, 2016). Por ello, será el momento de comprobar los asistentes e invitados que acudieron al evento y enviar notas de agradecimiento tanto a estos como a todas las personas que han hecho posible la organización del mismo. En segundo lugar, deberemos actualizar los perfiles online del evento mediante las imágenes y vídeos del mismo.

Otra tarea importante que deberemos realizar las jornadas posteriores al evento es el cierre presupuestario del mismo. Será necesario comprobar las partidas de ingresos y gastos para conocer el resultado económico del evento. Finalmente, deberemos realizar un informe de evaluación acerca del evento para revisar si hemos alcanzado los objetivos marcados inicialmente.

### 8.3. Herramientas de evaluación

Para realizar la evaluación de nuestro evento utilizaremos la metodología ROI. Gracias a ella, podremos ser capaces de valorar los resultados obtenidos y realizar conclusiones más concretas acerca de la organización de este evento.

## **Nivel 1: Nivel de satisfacción general del evento**

Encuestas de satisfacción a los participantes: Durante las jornadas posteriores a la celebración del torneo se enviará una encuesta a los participantes para conocer su opinión sobre el evento y su grado de satisfacción.

Encuestas de satisfacción al público: Al haber establecido un servicio web para la venta de entradas, en los días posteriores al evento podremos enviar a los asistentes un correo para invitarles a responder un cuestionario sobre el desarrollo de la jornada y su grado de satisfacción con ella.

## **Nivel 2: Aprendizajes obtenidos por los asistentes**

De cara a medir el nivel de aprendizaje obtenido por los asistentes, lo ideal es incluir en la encuesta de satisfacción preguntas relacionadas con el aprendizaje obtenido por su parte gracias al evento. Los temas a tratar serán el aprendizaje obtenido acerca de los patrocinadores y colaboradores, la organización del evento o las labores realizadas por los voluntarios, entre otras.

## **Nivel 3: Nivel de aplicación de esos aprendizajes**

Siguiendo un ejemplo de nuestros objetivos, nos planteamos inicialmente un reto como era lograr que un 10% de asistentes al campo de juego no practicaran este deporte. Por ello, sería interesante comprobar varios meses después del evento cuántas personas han comenzado a practicar golf desde el torneo.

A pesar de la dificultad, gracias a la venta de entradas tendremos disponibles los nombres de los asistentes al campo el día del torneo. Podemos utilizar la lista y comprobar los días posteriores al torneo los asistentes que no jugaban al golf gracias al sistema de búsqueda de hándicap de la RFEG.

Varios meses más tarde, en el momento en el que queramos revisar cuántos de los nombres de nuestra lista han comenzado a jugar tras el evento, tan solo deberemos introducir estos de nuevo en el buscador.

## **Nivel 4: Medición del impacto real que ha supuesto esa aplicación**

Será necesario conocer que supuso el torneo para varios de los públicos con los que trabajamos durante el desarrollo del mismo. Por ello, deberemos organizar reuniones con varios de ellos como son el Centro Nacional de Golf, los patrocinadores y colaboradores, los ejecutivos de Movistar Golf y las empresas encargadas del montaje y desmontaje de los diversos servicios.

Sin embargo, los datos de la reunión tan solo serán altamente fiables en el caso del Centro Nacional de Golf y las empresas que participaron en el evento. En el caso de los patrocinadores, los colaboradores y la cadena televisiva, deberemos realizar un aislamiento de impacto, ya que nos es todo un reto evaluar el impacto del evento en ellos.

En otros casos más concretos, como el de los nuevos jugadores de golf, una vez que conozcamos los nombres que han comenzado a practicar golf, podemos monitorizar la presencia de estos en torneo para observar la frecuencia con la que juegan.

### **Nivel 5: Evaluación en términos económicos del retorno de la inversión (ROI)**

Por último, es el momento de utilizar los gastos finales del evento y los ingresos obtenidos por el mismo para elaborar el ROI. La imposibilidad de calcular los beneficios hace que no se pueda aplicar la fórmula para calcular el ROI.

## **9. Conclusiones**

Una vez finalizado el proceso de organización de nuestro evento es el momento de comparar los resultados obtenidos con los objetivos que nos marcamos en un primer momento.

Nuestro objetivo principal, el cual ha recibido la totalidad de nuestra atención, ha sido el de plantear el desarrollo del evento desde su etapa de preproducción hasta las acciones finales a llevar a cabo tras el mismo.

La conclusión acerca de nuestro objetivo principal es que es viable organizar un evento como el propuesto en caso de producirse todas las circunstancias necesarias para ello. Hemos podido comprobar la viabilidad de plantear el proyecto desde la fase de preproducción siendo posible desarrollar todas las acciones necesarias en este caso.

En lo relativo a la producción del evento, la gran incógnita que nos ha quedado por despejar es la de conocer las opciones reales de que el evento pudiese ser emitido por televisión. Por otro lado, tampoco es posible determinar el posible retorno económico en forma de beneficios que podría tener el proyecto. El resto de etapas de la producción del evento han sido planteadas de forma que podrían llegar a cumplirse en caso de que el evento tuviese lugar.

En el caso de la postproducción, hemos comprobado como también es posible llevar a cabo todas las tareas que deberemos realizar tras el evento. En este caso, hemos encontrado soluciones para desarrollar de forma correcta el método ROI y el único apartado sin una respuesta exacta es el nivel 5 al no contar con datos fiables de beneficios.

El resto de objetivos específicos planteados inicialmente también se han podido cumplir durante la organización del evento. La fecha y lugar para llevar a cabo el proyecto era todo un reto debido a los ajustados calendarios de los implicados en nuestro evento. Sin embargo, se ha podido desarrollar el evento en torno a una elección coherente.

## Referencias

- Añó Sanz, V. (2011). Organización de eventos y competiciones deportivas / Vicente Añó Sanz. Universitat de València.
- Arenas, M. (s. f.). Lluvia de estrellas en el ProAm del Acciona Open de España. Acciona Open de España. <https://accionaopen.com/lluvia-de-estrellas-en-el-proam-del-acciona-open-de-espana/>
- Ayora Pérez, D. y García Sánchez, E. (2021). Organización de eventos deportivos: ( ed.). Barcelona, Editorial INDE.
- Barbero, M. Á., & Peinado, F. (2021). LA FUNCIÓN DE ÍDOLO DE JON RAHM EN LA REPERCUSIÓN MEDIÁTICA DEL OPEN DE ESPAÑA DE GOLF 2018. Index Comunicación.
- Botey, P. (2020). Cómo promocionar un evento. Recuperado el 1 de junio de 2024, de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/como-promocionar-un-evento>
- Casal, O. (2019). El presupuesto en la organización de eventos. Editorial UOC.
- Centro Nacional de Golf - Golf en Madrid para todos | CamposDeGolf.es. (s. f.). CamposdeGolf.es. Recuperado el 1 de junio de 2024, de <https://www.camposde-golf.es/campos/centro-nacional-golf/>
- CMD SPORT. (2023). Los 15 deportes con más licencias federativas en España. CMD Sport. Recuperado el 16 de mayo de 2024, de <https://www.cmdsport.com/multideporte/actualidad-multideporte/los-15-deportes-mas-licencias-federativas-espana/>
- Costa, H. (2023). Jon Rahm y el impacto del Open de España: 3,2 millones en premios, 40.000 espectadores y 20 millones de ingresos. ELMUNDO. Recuperado de <https://www.elmundo.es/deportes/golf/2023/10/11/652580a1fc6c8316338b4599.html>
- Cuenca, J. (s.f.). Gestión empresarial de eventos. Editorial UOC.
- Debordes, M. y Falgoux, J. (2006). Gestión y organización de un evento deportivo. INDE Ediciones.
- Drewiske, K. (2010). Golf Tournament Management System for Three Rivers Golf Association. [University of Wisconsin-La Crosse]. Recuperado de <https://mind-s.wisconsin.edu/bitstream/handle/1793/48913/Kevin%20Drewiske.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- El ACCIONA Open de España Presented by Madrid 2022 sube hoy el telón con el PRO-AM. (2022). Real Federación de Golf de Madrid. Recuperado el 1 de junio de 2024, de <https://fedgolfmadrid.com/noticia/el-acciona-open-de-espana-presented-by-madrid-2022-sube-hoy-el-telon-con-el-pro-am/13314>
- El Mutuactivos Open de España, en cifras. (2019). CCVM. Recuperado el 11 de junio de 2024, de <https://www.cvvm.es/es/el-mutuactivos-open-de-espa%C3%B1a-en-cifras>
- El público abarrota el club de campo para ver a las estrellas de este ACCIONA Open de España Presented by Madrid (s. f.). Acciona Open de España. Recuperado de <https://accionaopen.com/los-aficionados-abarrotan-el-club-de-campo-para-ver-a-las-estrellas-de-este-acciona-open-de-espana-presented-by-madrid/>
- Estanyol, E. (2016). Producción especializada de eventos. Editorial UOC.
- Europa Press. (2024, mayo). Nadal, Guardiola o Unzué se unen contra la ELA en el torneo de golf «La Batalla de las Estrellas» en Mallorca. europapress.es. Recuperado de <https://www.europapress.es/deportes/noticia-nadal-guardiola-unzueunen-contra-ela-torneo-golf-batalla-estrellas-mallorca-20240528123825.html>
- Fernández-Souto, A.-B., Vázquez-Gestal, M., & Estanyol, E. (2023). La organización de eventos deportivos en España tras la irrupción de la covid-19: el caso de las federaciones de ámbito nacional y autonómicas.
- Farreras, J. (2024). ¿Qué es el European Golf Tour (DP World Tour)? Golf Sitges Enseñanza del Golf. Recuperado el 25 de mayo de 2024, de <https://www.golfsitges.com/que-es-el-europen-tour>
- Galmes, M., Cristófol-Rodríguez, C., & Estrada, L. (2023). El diseño de eventos experienciales corporativos: el caso del evento World Corporate Golf Challenge. MHJournal, 14. Recuperado de <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcj/article/view/1996/1945>
- Instalaciones Centro Nacional de Golf. (s. f.). Centro Nacional de Golf. Recuperado el 2 de junio de 2024, de <https://www.centronacionalgolf.com/instalaciones>
- Izaguirre, M., & Ortega, C. (2010). Los eventos: funciones y tendencias. Universidad de Deusto.
- Jijena Sánchez, Rosario. (2015). Organización de eventos : problemas e imprevistos, soluciones y sugerencias / Rosario Jijena Sánchez. (Tercera edición.). Ugerman Editor.
- Lo que hay que saber sobre el golf en los Estados Unidos. (s.f.). Immihelp. Recuperado el 11 de mayo de 2024, de <https://www.immihelp.com/lo-que-hay-que-saber-sobre-el-golf-en-los-estados-unidos/#:~:text=En%202020%20las%20cifras%20de,tres%20millones%20son%20nuevos%20golfistas.>

- López de Subijana, Cristina., & Martínez Díez, B. (2010). Manual de organización de eventos deportivos / Cristina López de Subijana, Beatriz Martínez Díez. Wan- ceulen Editorial.
- López Ligeró, M. (2024). Producción de espectáculos y eventos. Planificación y gestión. Editorial UOC.
- Magaz-González, A.M. y Fanjul-Suárez, J.L. (2012). Organización de eventos de- portivos y gestión de proyectos: factores, fases y áreas. Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. Volumen 12. Universidad Autónoma de Madrid.
- Merino, R. (2018). Creación y organización de eventos deportivos. Universidad de Valladolid.
- Miller, J. (2009). Tournament Management. A Superintendent's Guide to Preparing a Golf Course for competition . Wiley.
- Modalidades de juego. (s.f.). En Norba Club. Recuperado el 19 de mayo de 2024, de [https://www.norbaclub.es/sites/default/files/3modalidades\\_juego.pdf](https://www.norbaclub.es/sites/default/files/3modalidades_juego.pdf)
- Open España 2019. El Golf vuelve a Madrid. (s.f.). En Acciona Open. Recuperado el 24 de mayo de 2024, de <https://accionaoopen.com/wp-content/uploads/2019/07/patrocinio.pdf>
- Owen, D. (1999). The Making of the Masters: Clifford Roberts, Augusta National, and Golf's Most Prestigious Tournament. Simon & Schuster Paperbacks.
- Paco Jémez, protagonista del Pro-Am en el ACCIONA Open de España Present- ed by Madrid. (2021). Acciona Open de España. Recuperado de <https://accionaoopen.com/paco-jemez-protagonista-del-pro-am-en-el-accionaoopen-de-espana-pre- sented-by-madrid/>
- Palau, A. (2022). Caso de estudio: Producción de un evento cultural. Concurso de canto Josep Palet de Martorell. FUOC.
- Pro-Ams, el sueño de un golfista amateur. (2020). Real Federación de Golf de Ma- drid. Recuperado el 21 de mayo de 2024, de <https://fedgolfmadrid.com/noticia/pro-ams-el-sueno-de-un-golfista-amateur/11790>
- Real Federación Española de Golf :: Comités :: Comité Profesionales. (s. f.). Real Federación Española de Golf. Recuperado el 20 de mayo de 2024, de <https://www.rfeg.es/comite/profesionales?type=18>
- Reglas de Golf Edición Completa. (2018). R&A Rules Limited y la United States Golf Association. Recuperado el 17 de mayo de 2024, de <https://www.rfegolf.es/Ar- tculosDocumento/REGLAS/Reglas%202019/Reglas%20de%20Golf%20completas %202019.pdf>

- Soto, C. (2021). La organización de la Solheim Cup 2023 como evento deportivo. Universidad de Sevilla.
- Taronjé, A. (s.f.). ¿Quiere ser un voluntario? - T Golf. T-Golf. Recuperado el 25 de mayo de 2024, de <https://t-golf.club/es/quiere-ser-un-voluntario/>
- Torrents, R. (2005). Eventos de empresa. El poder de la comunicación en vivo. Ediciones Deusto. Recuperado de <https://eventoslatam.com/wordpress/wp-content/uploads/2019/12/Eventos-de-empresa-Raimond-Torrents-2019.pdf>



## Anexos

### Anexo I - Glosario de términos de golf

#### **Acciona Open de España**

Este torneo se trata del tradicional Abierto de España de golf celebrado desde el año 1912. El torneo se disputa en el Club de Campo Villa de Madrid en septiembre desde el 2019. En la actualidad, el evento forma parte del DP World Tour y reparte una bolsa de premios superior a los 3 millones de euros. En la edición de 2023, más de 50.000 personas acudieron durante los cuatro días del torneo al campo madrileño para presenciar en directo una cita que contó con la retransmisión de Movistar Golf y Teledeporte.

#### **Árbitros de golf**

Al igual que en todos los deportes, el golf también cuenta con una serie de árbitros en los campeonatos, los cuales son necesarios para el correcto transcurso de la prueba. Durante un campeonato de golf pueden surgir una gran cantidad de situaciones desconocidas por parte de los jugadores y la labor del árbitro es informar sobre las distintas reglas y encargarse de que estas se cumplen sin problemas.

#### **Banderas para el torneo**

Los campos de golf con 18 hoyos cuentan con 18 greens con sus correspondientes banderas para indicar a los jugadores la posición del hoyo. En ciertos torneos especiales, estas banderas son creadas específicamente para la prueba con distintos motivos, como publicidad de los patrocinadores, los colores de la Comunidad Autónoma o el escudo del club organizador, entre muchos otros.

#### **Caddie**

El caddie es la figura que acompaña al jugador de golf durante todo el recorrido. Es habitual que los jugadores profesionales cuenten con su propio caddie, el cual les acompaña a todos sus torneos. Entre los golfistas no profesionales esta figura no es tan habitual, llegando a estar muy restringida. Entre sus labores se encuentra llevar la bolsa de palos del jugador, estudiar el campo de juego o aconsejar al golfista cuando este tiene dudas sobre el palo que debe jugar en su siguiente golpe.

#### **Centro Nacional de Golf**

Campo de golf inaugurado en 2004 y ubicado en la ciudad de Madrid. Desde el año 2006 sus instalaciones sirven como una de las sedes principales de la Real Federación Española de Golf. El campo ha sido en dos ocasiones sede del Open de España, la última en 2018. Entre sus instalaciones destaca su campo de golf con 18 hoyos y su magnífica Casa Club, sede de varios actos oficiales a lo largo del año por parte de la Federación.

## Colaboradores

Es usual que todo el mundo conozca las labores del patrocinador. Sin embargo, en el golf la figura de los colaboradores es esencial. Estos se encargan, entre otras cosas, de conseguir material para los sorteos, suministrar comida y bebida para el evento u otras labores que van más allá de ayudar proporcionando dinero a la organización.

## Desplegables

Los desplegados o banners son los habituales carteles de publicidad que utilizan los patrocinadores para anunciarse en el campo de golf. Suelen suministrarlos los propios patrocinadores para ubicarlos en puntos estratégicos del recorrido en los que el público y las cámaras puedan verlos. Estos lugares habitualmente son los tees de salida y los greens.

## DP World Tour

Este es el nombre con el que se conoce al Circuito de golf europeo masculino desde el año 2022. Junto al PGA es uno de los circuitos más reconocidos en todo el mundo, en especial, por la relación directa de ambos torneos con la organización de la Ryder Cup. Este circuito suele ser el lugar de paso de los mejores jugadores del continente antes de dar el salto al circuito americano. El DP World Tour es el máximo responsable en la organización de las citas más importantes del calendario anual de eventos de golf en nuestro país.

## Golfista amateur

Entendemos por golfista amateur a aquella persona que practica este deporte por diversión, sin recibir una remuneración económica por jugarlo. En los grandes torneos es habitual que varios jóvenes golfistas locales sean invitados a participar en la prueba y, en ciertas ocasiones, se ha podido ver en las noticias como alguno obtenía grandes resultados. Estas noticias suelen ir acompañadas por el hecho de que el jugador, al no ser profesional, no ha podido recibir el premio ganado en el torneo por su condición de amateur.

## Golfista profesional

A diferencia de los golfistas amateurs, los profesionales son los que pueden recibir estos premios económicos por parte de los torneos. Para poder obtener la licencia hay que reunir una serie de requisitos muy estrictos como tener un hándicap inferior o igual 1,4. En la actualidad, todos los grandes nombres del golf mundial son profesionales, los cuales ejercen su profesión en este deporte.

## Greensome

La modalidad de juego greensome es un tipo de juego en parejas. Cada miembro del equipo ejecuta el primer golpe desde el tee de salida. Tras esto, la pareja elegirá una de las dos bolas para continuar el juego. La bola escogida deberá ser golpeada por el jugador de la pareja que no realizó ese golpe y, de este modo, cada jugador de la pareja alter-

nará un golpe cada uno hasta finalizar el hoyo. Se empleará la misma fórmula durante todos los hoyos del recorrido.

### **Hándicap (del jugador)**

El hándicap es el número de golpes extra que puede realizar un jugador amateur para completar un recorrido. Habitualmente, los recorridos permiten realizar unos 72 golpes de media. Por lo tanto, si un jugador con Hándicap 30 realiza 102 golpes, sus resultados mejorarán a los de un hándicap 5 que haya realizado 90 golpes. El hándicap individual de un golfista se calcula mediante un sistema que tiene en cuenta los últimos resultados oficiales de cada jugador.

### **Hándicap (modalidad de juego)**

La modalidad de juego hándicap es, junto a la modalidad Scratch, el método para calcular los resultados de un torneo. En este caso, deberemos tener en cuenta el hándicap de cada jugador para elaborar la clasificación final. Este es el modo de juego más habitual entre los jugadores amateurs por permitir equilibrar el nivel de juego de todos los participantes.

### **Movistar Golf**

Movistar Golf es la cadena que desde el año 2016 sustituye en la parrilla al antiguo Canal+ Golf. Desde 2023, cuenta con un canal secundario para ampliar la oferta de golf. En la actualidad, la cadena cuenta con los derechos de emisión de los circuitos de golf más relevantes del mundo como lo son el PGA, el DP World Tour o el LIV. La cadena también emite los torneos más importantes del golf masculino y femenino, entre ellos, los majors, la Ryder Cup o la Solheim Cup.

### **Orden de Mérito de la RFEG**

En un deporte como el golf que cuenta con tantos circuitos independientes unos de otros, resulta complicado poder elaborar un ránking con los mejores jugadores nacionales. La Orden de Mérito de la RFEG es la encargada de recoger los distintos resultados de todos los jugadores españoles en todo el mundo y contabilizarlos para reconocer a aquellos profesionales que mejores resultados han obtenido a lo largo del último año.

### **Recorrido de un campo**

Al hablar del recorrido de un campo nos encontramos ante el número de hoyos que cada jugador debe disputar. Habitualmente, cada campo cuenta con varios recorridos. La diferencia entre ellos reside en el punto de partida o tee de salida, el cual se retrasa según el recorrido para aumentar la dificultad. Lo habitual es que los campos cuenten con cinco recorridos. Estos se emplean para definir desde dónde deben salir las damas y los caballeros. En los torneos más importantes con presencia de profesionales lo normal es establecer la salida más lejana para los caballeros y la tercera de las cinco para las damas.

## Reglas locales

Todo torneo y campo de golf en España se rige bajo la normativa de este deporte que recoge la RFEG. Sin embargo, el reglamento permite un margen de maniobra a cada campo para adaptar distintas circunstancias sin penalizar a los jugadores. Ejemplos de ello pueden ser campos con cables de tensión o incluso campos en los que las vías de un tren pasen por encima de los jugadores. En estos casos, el campo deberá establecer un reglamento propio para estos motivos extraordinarios.

## Roll Ups

Los Roll Ups guardan ciertas similitudes con los desplegados. Es otro método de publicidad para anunciantes, patrocinadores y organización. En este caso, es más habitual encontrarlos en otras zonas distintas al campo de juego, como puede ser la Casa Club.

## Scratch

En esta modalidad de juego no se tiene en cuenta el hándicap. El resultado de cada jugador será el total de golpes que ha realizado y no existirá ningún método para mejorar estos resultados. Es la modalidad de juego más común entre los golfistas profesionales y la utilizada en la mayoría de circuitos.

## Tarjeta de juego

La tarjeta de juego en el golf tiene una doble finalidad. En primer lugar, es una herramienta informativa. La tarjeta le dice al jugador la distancia de cada hoyo, su dificultad o la posición de la bandera. En segundo lugar, cumple con la función de recoger los resultados. En un torneo, los jugadores deberán intercambiar sus tarjetas antes de comenzar. Cada jugador contabiliza los resultados de su rival. Al finalizar, las tarjetas se firman y vuelven a intercambiarse. El jugador deberá llevar su tarjeta en los 10 minutos siguientes a la organización para contabilizar sus resultados.

## Tees de salida

Nos encontramos ante un caso similar al de las banderas. Cada uno de los 18 hoyos de un recorrido cuenta con un tee de salida. Los patrocinadores pueden entregar barras de salida personalizadas de cara a promocionarse en el torneo.

## Torneo Pro-Am

Un torneo Pro-Am es un evento que reúne a golfistas profesionales y amateurs. Lo más habitual es que cada partido se juegue de forma individual y este formado por un jugador profesional y tres amateurs. Los jugadores amateurs pueden disfrutar de la experiencia de jugar con uno de los grandes nombres de este deporte y aprender de ellos.

## **Voluntarios**

En muchos torneos de golf se suele abrir un espacio para que aquellas personas apasionadas por el mundo del golf puedan colaborar en la organización del evento. Los torneos suelen requerir de muchas personas para celebrarse sin contratiempos y suelen requerir voluntarios para tareas como elaborar las clasificaciones, acompañar a los grupos de juego o marcar las bolas.

## **Welcome Pack**

El pack de bienvenida es un detalle por parte de la organización y los colaboradores con todos los participantes de un torneo de golf. Los regalos suelen variar, pero por norma general incluyen materiales relacionados con el golf como tees, bolas, marcadores, gorras o ropa.

## Anexo II – Propuesta de participantes

De cara a los nombres que vamos a proponer para el torneo, es necesario aclarar que la lista se ha elaborado de forma objetiva, teniendo en cuenta a los mejores golfistas españoles según su clasificación y escogiendo a las celebridades por motivo de presencia en otras citas similares. También es necesario recordar que la lista de celebridades se va a elaborar con nombres conocidos en nuestro país. Esto no necesariamente implica que todos los nombres sean de personas españolas, por ejemplo, muchos ex-deportistas de otros países acostumbran a participar en los torneos Pro-Am celebrados en España y son piezas muy importantes para nosotros a nivel de promoción. Por otro lado, es necesario recordar que ya hemos tratado la mejor forma de resolver las posibles renunciaciones en ambas listas. Por todo ello, esta sería la propuesta de participantes para nuestro torneo.

<b>Golfistas profesionales</b>	<b>Celebridades</b>
(Invitación según la Orden de Mérito a 19 de mayo de 2024)	(Invitación según criterios de la organización)
1 – Adrián Otaegui Jáuregui.	1 – Rafael Nadal (tenista).
2- Jorge Campillo Íñiguez.	2- Carlos Saíz Jr. (Piloto de Fórmula 1).
3- David Puig Corrius.	3- Pau Gasol (ex-jugador de baloncesto).
4- Pablo Larrazábal Corominas.	4- Carlos Alcaraz (tenista).
5- Ignacio Elvira Mijares.	5- Luis Figo (ex-jugador de fútbol).
6- Manuel Elvira Mijares.	6- Bernd Schuster (ex-jugador de fútbol).
7- Iván Cantero Gutiérrez.	7- Feliciano López (ex-tenista).
8- Alejandro Del Rey González.	8- J.L Martínez Almeida (alcalde de Madrid).
9- Santiago Tarrío Ben.	9- Regino Hernández (bronce olímpico).
10- Sebastián García Rodríguez.	10- Paco Jémez (ex-jugador de fútbol).
11- Ángel Hidalgo Portillo.	11- Andrés Velencoso (modelo).
12- Joel Moscatel Nachshon.	12- Pep Guardiola (ex-jugador de fútbol).
13- Rafael Cabrera Bello.	13- Antonio Orozco (cantante).
14- Jon Rahm Rodríguez.	14- Albert Riera (ex-jugador de fútbol).

15- José María Olazábal Manterola.	15- Gerard López (ex-jugador de fútbol).
16- Adria Arnaus Antúnez.	16- M. A. Nadal (ex-jugador de fútbol).
17- Carlos Pigem Xammar.	17- Javier Clemente (ex-jugador de fútbol).
18- Víctor Pastor Rufían.	18- David Otero (cantante).
19- Ángel Ayora Fanegas.	19- Fernando Alonso (piloto de Fórmula 1).
20- Lucas Vacarisas Torndelacreu.	20- J. M. Gutiérrez (ex-jugador de fútbol).
21- Sergio García Fernández.	21- Francis Lorenzo (actor).
22- Alfredo García Heredia.	22- Enrique Ponce (torero).
23- Quim Vidal Mora.	23- Cecilio Alonso (ex-jugador de balonmano)
24- Javier Sainz Delgado.	24- Josema Yuste (humorista).
25- Alfonso Buendía Samper.	25- Esperanza Aguirre (ex-política).
26- Eduard Rousaud Sabate.	26- Laura Matamoros (influencer).
27- Pep Anglés Ros.	27- Ana Botín (empresaria)
28- Emilio Cuartero Blanco.	28- Liz Emiliano (modelo).
29- Borja Martín Torre.	29- Verónica Mengod (actriz).
30- Mario Galiano Aguilar.	30- Fidel Alonso (snowboarder).
31- Juan Salama Monsalve.	31- Victor Sánchez (entrenador de fútbol).
32- Antón Vázquez Muiños.	32- Noemí de Miguel (periodista).
33- Vicente Blázquez Sánchez.	33- Alfonso Pérez (ex-jugador de fútbol).
34- Asier Aguirre Izcue.	34- Pato Clavet (ex-jugador de tenis).
35- Eugenio López Chacarra.	35- Marc López (ex-jugador de tenis).
36- Álvaro Hernández Cabezuela.	36- Marta Jaumandreu (periodista).
37- Manuel Morugán Luna.	37- Álvaro Morte (actor).
38- Marcos Pastor Rufían.	38- Sandra Martín (influencer).

39- Jorge García De la Osada.	39- Inés Sastre (actriz).
40- Daniel Berná Manzanares.	40- L. Alfonso de Borbón (empresario).
41- José Manuel Pardo Benítez.	41- J. Luís Abajo "Pirri" (ex-esgrimista).
42- José Luis Adarraga Gómez.	42- J. Antonio Corbalán (ex-baloncestista).
43- Borja Virto Astudillo.	43- David Bustamante (cantante).
44- Sigot López Ferrer.	44- Albert Costa (ex-tenista).
45- Alejandro Esmatges Riu.	45- Álex Corretja (ex-tenista).
46- Manuel Quirós Mateos.	46- Ana Duato (actriz).
47- Pedro Oriol Sánchez-Blanco.	47- Thibaut Courtois (jugador de fútbol).
48- Ramón Clavell Vallejo.	48- Roberto Carlos (ex-jugador de fútbol).