

Comisiones de Trabajo

COMISIÓN

Comisión 2 - Comercial y Marketing

TEMA

C2.2 Regatas y Eventos

FECHA DE ACTUALIZACIÓN

Octubre 2025

RESPONSABLE

Comisión Comercial y Marketing

PALABRAS CLAVE

Regatas, eventos náuticos, turismo deportivo, patrocinios, gestión de eventos

C2.2 REGATAS Y EVENTOS

FICHA DE RESUMEN

CONTEXTO Y PROPUESTA DE VALOR

Organización de regatas posiciona instalaciones como destinos turísticos generando impactos económicos que trascienden ocupación directa. Evolución hacia conceptos integrando deporte-turismo-espectáculo requiere expertise especializado en gestión de eventos.

PROBLEMÁTICAS CRÍTICAS IDENTIFICADAS

Desarrollo de eventos como destinos turísticos: Conceptualización trascendiendo competición para incluir experiencias gastronómicas y culturales. Coordinación con ecosistema turístico local y gestión de infraestructuras para espectadores.

Coordinación de regatas tradicionales y deportivas: Gestión de calendario español y captación internacional. Desarrollo de eventos monotipo y circuitos territoriales coordinados.

Gestión de impactos económicos y mediáticos: Cuantificación mediante metodologías específicas. Coordinación mediática y gestión de patrocinios para financiación sostenible.

Coordinación operativa y logística especializada: Gestión de servicios náuticos especializados y coordinación con autoridades marítimas. Protocolos de seguridad y servicios de apoyo técnico.

VALOR ESPECÍFICO PARA RESPONSABLES

Acceso a experiencias sobre organización de regatas con factores críticos de éxito. Optimización de impactos mediante referencias cuantificadas. Desarrollo de capacidades organizativas y red especializada.

LÍNEAS DE TRABAJO PRIORITARIAS

Desarrollo de calendario coordinado nacional: Coordinación interportuaria para circuitos y criterios de bidding internacional.

Innovación en formatos y experiencias: Conceptos integrando competición con experiencias diferenciadas y tecnologías interactivas.

Modelos de financiación sostenibles: Revenue streams diversificados y estrategias de patrocinio corporativo.

Gestión de stakeholders institucionales: Alineación con federaciones y autoridades. Gestión de derechos mediáticos.