

deporcam

abril/mayo 2011

LA PALESTRA DEL CÍRCULO



FERNANDO *Hierro* REFERENCIA DEL FÚTBOL MUNDIAL

EN DEPORCAM
Emilio Cea

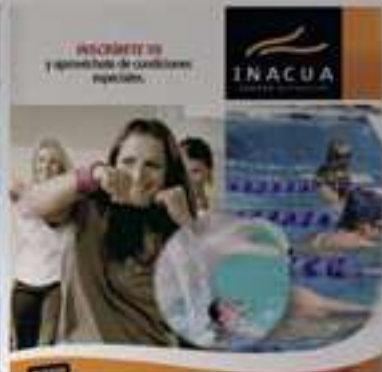
02
número

LA PALESTRA
DEL CÍRCULO
DE GESTORES

HABLAMOS CON
EL ATLETA
JESÚS ESPAÑA

JORNADAS TÉCNICAS
DEL CÍRCULO
SOBRE FITNESS


INACUA
CENTRO DEPORTIVO



**COMUNICACIÓN
Y DISEÑO**



SEÑALÉTICA



En Agase llevamos más de 15 años dando soluciones en diseño y comunicación. Un ejemplo, el **desarrollo de la identidad y su aplicación a la señalética** en el Centro Deportivo Los Cantos. Ideas que controlan el tráfico de personas, que transforman espacios vacíos, que reafirman la marca y la dotan de personalidad.



www.agasecomunicacion.com

C/ Nieremberg, 29 bajo - 28002 Madrid T. 91 519 43 04/ 91 415 28 11 F. 91 510 01 22

sumario



Editorial: Todos somos el vestuario del Rayo **5**

Fernando Hierro **6**

La metamorfosis del fútbol que viene **10**

Que pasó con el Mundial de Fútbol **18**

Los observatorios del deporte como herramientas para la gestión del conocimiento **20**

Protección de datos de carácter personal en el deporte **22**



Jornada Técnica del Círculo de Gestores Deportivos de Madrid sobre Fitness **26**

Algunos argumentos sobre la colaboración público-privada **28**

Alejandro Blanco: Un gran hombre, con un gran equipo al servicio de los deportistas **30**

Máster en Programas Deportivos: Gestión, Alto Rendimiento y Desarrollo Social (Máster Oficial de Investigación en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de la UCJC) de viaje por Europa para visitar Villas Olímpicas europeas **32**



El sonido de los campeones **34**

Emilio Cea: Presidente de Mutualidad General Deportiva **38**

Ferrovial Servicios y su marca Inacua inician su andadura en Alcorcón **42**

De gestor a empresario: un nuevo reto para los dirigentes deportivos **46**

No sin la AFE **48**

Moype sigue avanzando en la excelencia **50**

Life Fitness muestra su fabrica en Chicago **52**

Jesús España: Las polémicas por el dopaje en el atletismo han hecho plantearme la retirada **54**



directorio

Director Javier Callejo

Coordinador Editorial Carlos Leal

Redacción Francisco Javier Martín, David C.

Edita Inacua & Ferroviaal Servicios, S.A.
cleal@ferrovial.es
Círculo de Gestores
info@circulodegestores.org

Comité Científico Fernando Andrés, Carlos Delgado, Leonor Gallardo, Benito Pérez, Alberto Dorado, Carlos Leal, César Navarro, Rafael Cortés Elvira

Comité Asesor Luis Nieto, Carlos Delgado, Javier de la Vieja, Rafael Gutiérrez

Impresión Cromagraf PressCo

Diseño y realización Agase Comunicación

CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS

Presidente D^a. Milagros Díaz Díaz

Vicepresidente D. Javier de la Vieja de Diego

Secretario D. Carlos Delgado Lacoba

Tesorero D. Benito Pérez González

Vocales D. Manuel Zambrana Contreras, D. Luis Nieto Orihuela, D. Rafael Gutiérrez Guisado, D. Ignacio Zambrana Contreras, D. José Luis Gómez Calvo, D. Antonio Montalvo del Amo, D. Lucas E. Peñas Gómez, D. Manuel Gutiérrez Landalence, D. Juan Carlos Rey Rico, D. Fernando Andrés Pérez, D. Santiago Márques Huelves

Depósito legal M-12557-2011





Creamos deporte



d c/ Irún, 25 • 28008 Madrid /España
t 91 541 89 46 f 91 548 05 75
e comercial@moype.com

www.moype.com

Todos somos el vestuario del Rayo



Javier Callejo
Director

- • • y el de todos esos equipos, del deporte que sea, de la categoría que sea, que a estas alturas de temporada les cuesta recordar, el último mes que miraron sus cuentas bancarias y esbozaron la sonrisa del reconocimiento a su trabajo. Ahora, empolvadas hasta el último de sus rincones en muchos casos, la angustia la debemos compartir independientemente de la distancia, para denunciar lo que en “tiempos de crisis”, a más de uno le está sirviendo como aval para sus propias mentiras.

Como la lista es interminable, nos vamos a quedar en Vallecas, pero sirvan estas reflexiones, insistimos, para todos los que sufren la incompetencia, inutilidad y soberbia de quienes en bonanza abren la boca para tragar beneficios sin riesgo de indigestarse. Seguro que muchos de ustedes, se identifican con estas letras, sin la necesidad de tener un balón en los pies.

La plantilla del Rayo Vallecano está a punto de ascender a primera división, tan cerca del objetivo como de montar un mercadillo al más puro estilo americano, para vender sus pertenencias y sacarse “unas perras” y seguir tirando. No se trata de entrar en quien ha cobrado más o menos, en quien desde hace más o menos tiempo, en cómo... el caso es que estamos haciendo sonar todo tipo de alarmas porque un equipo de fútbol profesional lleva varios meses sin cobrar, cuando las voces deberían sonar con la misma intensidad desde el primer retraso. Pero no es así. Y la solución, ¿cómo se llama?. Pues verán, la familia Ruiz Mateos, adinerada para su existencia antes, durante y después de cualquier tipo de proceso, pone el club a la venta, recibe a los compradores, ilusos en su mayoría, sin importarles lo más mínimo que los empleados del club, se llamen como se llamen (jugadores, técnicos, utilleros, administrativos, etc), se pongan al día. No, no, en la negociación lo más importante es la cantidad ingente de euros que ellos van a sacar de la operación, con intereses y todo. Y eso es lo que el fútbol español, en este caso el protagonista de fondo de esta trama, no debe permitir y sí regular. Si no puedes pagar, que venga alguien y pague, que lo hay, siempre lo hay, lo que no existe, es el “primo” que a todas las deudas que el propietario ha contraído se les sume el sutil tanto por ciento que se quiere ganar por abandonar una barco destrozado y humillado. Por eso, lo del Rayo tiene mala solución, porque a sus actuales dueños, la vida les ha enseñado a ganar siempre, aún cuando lo que están provocando a su alrededor es que muchos pierdan. ◀





ARCHIVO FOTOGRÁFICO RFEF



FERNANDO

Hierro

Ha sido una referencia del fútbol mundial vistiendo la camiseta del Real Madrid y de la Selección Española. Con 36 años no quería colgar las botas sin probar la experiencia inglesa, que le marcó profundamente. Sigue firmando autógrafos como leyenda que es. Ahora, después de 4 años en la Federación Española, siente que ha llegado el momento de cambiar. ¿Rumbo a dónde? Allí donde su nombre pese menos que su formación.

FERNANDO HIERRO: “LE PREGUNTO A LA MUJER DE VICENTE DEL BOSQUE, SI ESTE HOMBRE TIENE ALGÚN DEFECTO”

ENTREVISTA



P: Fernando, acaba de anunciar que no renovará su actual cargo de Director Deportivo de la Federación Española ¿Dónde quedamos la próxima vez que nos veamos?

R: Pues no lo sé, la verdad. Después de 4 años, lo único que me preocupa ahora mismo es terminar como si me quedase por delante un contrato largo, es decir, trabajar como si fuese el primer día. Una vez haga eso, quiero descansar, seguir formándome y ver qué rumbo tomo. Pero necesito oxigenarme mentalmente.

P: ¿No será que te está rondando la idea de los banquillos?

R: No es algo a lo que ahora mismo dé la más mínima importancia. Pero por eso te decía antes lo de formarse, porque esto no funciona por el nombre, o al menos yo no lo veo así. No quiero llegar a un sitio y decir, que soy Fernando Hierro y me quiero poner a entrenar. Le tengo mucho respeto, e incluso te diría que miedo a la profesión de entrenador.

P: En su última etapa ha compartido con casi todos los estamentos del mundo fútbol, ¿Con cuál te quedas?

R: Hombre en este negocio lo mejor es ser futbolista. Pero una vez termina tu carrera, la mía de 18 años, intentas que la experiencia les sirva a otros. Eso ha sido fundamental porque en la Federación eres una especie de satélite que lo sobrevuela todo y aportas en muchos terrenos. Lo que sí tengo que decir es que, independientemente del acierto, he trabajado con mucha libertad, y esa ha sido mi gran responsabilidad.

P: Vamos que nada de ver los partidos como antes.

R: Claro, pasas de analizar a un jugador concreto al que luego vas a tener delante a... estar pendiente de todo!! El entre-

nador, el jugador, el directivo, las lesiones, los regresos... muchas más cosas.

P: Una vez que eres jugador del Real Madrid, con más de 500 partidos, ligas, Champions, etc, casi 100 partidos con la Selección, ¿qué busca uno antes de colgar las botas?

R: Vivir experiencias que todo eso que has dicho no te dejaron vivir, por muy bonito que fuese.

P: Y ahí aparece Inglaterra...

R: Sí, la vuelta a los orígenes. Llegué con 36 años, un currículum importante y me sorprendió todo. Mira, yo jugaba a las tres de la tarde y a la una estaba en casa comiendo. Si el partido era fuera, nos citaban a las ocho de la mañana, te metías en el autobús y te bajabas para jugar el partido. Fueron tantas anécdotas...

P: Y eso, sin entrenador!!!

R: Es verdad, aquí choca mucho. A mí me chocó, claro. De lunes a jueves estabas con el segundo, el tercero, pero al entrenador, en el sentido de manager que allí se tiene, no le ves, porque está de viaje analizando jugadores. Luego, él llega y con los informes que le han pasado, dice la alineación y te da alguna charla. Eso pasaba muchas veces.

P: Pero hubo más...

R: Sí, el respeto y el cariño con el que te tratan. Eso es complicado de encontrar.

P: El fútbol español tiene menos de eso... pero ahora más de triunfos, incluso con la selección como estandarte.

R: Es que hemos logrado cerrar el círculo. Ganaba el Real Madrid, el Barça, el Sevilla, el Valencia, el Atlético de Madrid la temporada pasada... pero nos

He trabajado con mucha libertad, y esa ha sido mi gran responsabilidad

faltaba el éxito de la selección. Europeo y Mundial. Ya los tenemos y los hemos vivido como nunca antes se vivieron los éxitos de los clubs. En mi vida vi lo que ocurrió cuando llegamos a Madrid. Y eso que...

P: Vaya, le vas a sacar un pero...

R: Es que creo que no lo estamos disfrutando como debemos. Hablo de que cuando uno es campeón del mundo, todo el mundo quiere verte y eso es un privilegio no una carga. No se trata de decidir lo que nos apetece hacer, que si las fechas no son buenas... es que la estrella viene cargada de una serie de responsabilidades que hay que disfrutar y que a los jugadores también les ilusiona.

P: Habrá que hablar del Real Madrid, del futuro, ¿no?

R: Si quieres... pero es que no sé que me une con el futuro del Real Madrid. Después de 14 años, el cariño y el respeto que tengo por esa entidad es enorme. Es que me lo dieron todo. Mi pasado está ahí, no lo escondo porque me siento muy orgulloso, pero ahora mismo, no sé nada de mi futuro como para ligarlo.

P: ¿ No será que no quieres cerrarte las puertas del Barça?

R: Mira hay cosas en esto del fútbol que... no pueden pasar. Pero diré algo. En estos 4 años, la relación que he

mantenido con el Barcelona, en las personas de Alexanco, Amor, Chiqui, Zubizarreta... han sido extraordinarias. Todo facilidades.

P: Fernando, alguien de tu palmarés, de tu trayectoria, ¿con qué nombre propio se queda después de tantos compañeros y tan buenos?

Ahora mismo, no sé nada de mi futuro

R: Es muy difícil. Te diré muchos que se me vienen ahora mismo a la cabeza y el motivo que les une a todos. Zidane, Ronaldo, Raúl, Roberto Carlos, la Quinta del Buitre, Mijatovic, Casillas... fue un placer y un orgullo para mí haber estado a su lado... tan cerca.

P: Vamos que no echas de menos a nadie...

R: Es normal, pero si pudiese haber elegido, pro generación, me hubiese gustado jugar junto a Baresi.

P: De los entrenadores, a toro pasado, ya sí se puede hablar...

R: Pues mira, de todos fui cogiendo, porque de todos aprendes. Con Clemente estuve 5 años, con Camacho, 4... y puedo presumir de haber tenido muy buena relación con todos ellos... pero lo de Vicente es especial.

P: Vaya qué sorpresa...

R: Es que es verdad. A Del Bosque no sólo le miras como entrenador. Es un espejo a imitar en cualquier faceta de la vida, en cualquier profesión. Que hoy en día mantenga esos valores, esa educación, es ejemplar. Yo a veces le pregunto a su mujer por algún defecto, porque alguno debe tener!!! Pero nada. Es muy inteligente, y prueba de ello, es que después de ser campeones de Europa, él vio en su etapa una suerte, una solución, mientras los demás sólo

veían problemas... y mira ahora como se ha asumido, con qué resultados en plena clasificación para una Eurocopa, el haber sido campeones del mundo. Es sorprendente.

P: Bueno, pues para terminar, el entrenador de moda... Mourinho.

R: Jose es un entrenador fantástico. Lee, prepara, planifica los partidos muy, muy bien. Es muy inteligente, porque en el plano más público lo controla todo, y mientras hay nervios alrededor, él está muy tranquilo porque sabe manejar perfectamente las situaciones que él mismo provoca. Y os da mucho juego!!! ◀

La metamorfosis del fútbol que viene

La distribución de los ingresos, el pago por visión y los horarios 'made in Asia' convulsionan el fútbol español en su proceso de reestructuración hacia el futuro

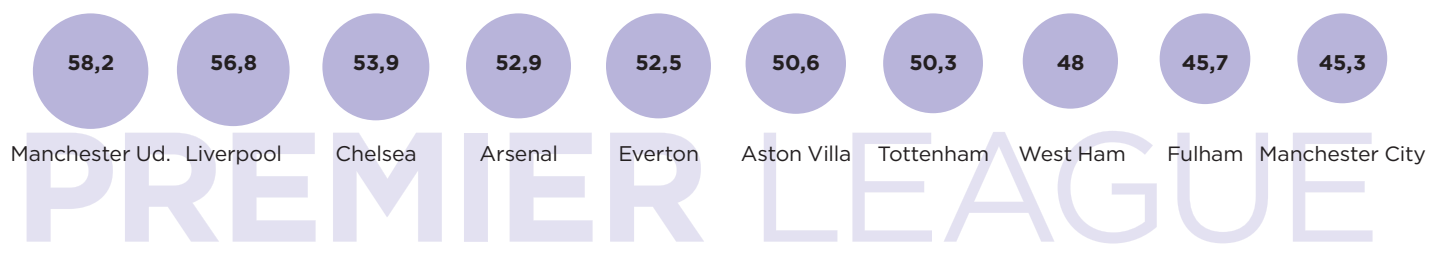
El fútbol español del futuro no está tan lejos como parece. Con casi 20 años de vigencia tras la ley que dio lugar a las Sociedades Anónimas Deportivas, el actual modelo empresarial de la Primera y Segunda División comienza a tambalearse en busca de importantes mutaciones estructurales con las que conseguir nuevos ingresos y reducir las desigualdades sociales que crearon los contratos televisivos de mediados de los 90. Una revolución emergente que a punto estuvo de paralizar la competición a esta temporada y bajo la que se alimenta la mayor división interna de la Liga de Fútbol Profesional (LFP) de la última década. Tiempos de ruptura con el pasado que desglosarán el balompié 2.0 con el que convivirán nuestros hijos. Así es el devenir de la competición más potente del planeta y a la vez la más desequilibrada y obsoleta de Europa.



La lucha de los 'rebeldes'

Tratar de comprender cómo será el fútbol que viene en la Liga española es imposible sin acercarse al conflicto interno que desde hace un par de años mantienen un grupo de clubes denominados periodísticamente como 'rebeldes' contra los grandes de nuestro fútbol, Real Madrid y FC Barcelona.

Son seis equipos liderados por Sevilla y Villarreal y formados, además, por Zaragoza, Athletic de Bilbao, Real Sociedad y Espanyol. Todos ellos hacen frente por una causa común: conseguir un reparto más equitativo de los derechos de televisión. Traducido al lenguaje de los aficionados: que los dos grandes dejen de acaparar la mayor parte de los ingresos de Primera convirtiendo la competición en un torneo excesivamente bipolar. >



> Estos 'disidentes' consideran que ambos gigantes se lucran y exprimen al máximo una liga en la que no sólo juegan merengues y blaugranas. Los otros 18 conjuntos restantes son, según su visión, parte indispensable para que ambas entidades obtengan generosos beneficios y, como parte indispensable que son, deberían participar del reparto de la tarta televisiva no como meros 'sparrings', sino como actores imprescindibles para que la función siga su curso.

Real Madrid y Barcelona, por su parte, entienden que el prorrateo actual es justo ya que se corresponde con la lógica de la economía futbolística. A más seguidores (léase telespectadores), más ingresos. Además, añaden como contraargumento, el resto de equipos tampoco serían nada sin ellos, toda vez que buena parte de los ingresos del 'pago por visión' que reciben a lo largo de la temporada se generan en aquellos dueños directos en los que se enfrentan a Real Madrid y Barcelona.

En medio de la guerra entre ambos bandos (los 'rebeldes' por un lado, Real Madrid y Barça por otro) se sitúan los doce equipos restantes de la máxima categoría. Suelen alinearse del lado que más dividendos les otorgan con respecto a anteriores escenarios. También juegan un rol estelar las plataformas televisivas. Sogecable y Mediapro influyen en los directores de las entidades con quien tienen firmados sus contratos para que apoyen la causa que más interesa a cada empresa. En este sentido, la mayoría de los rebeldes pertenecen al bando de Sogecable. El resto, al de Mediapro.

Desigualdades abisales

Durante la pasada temporada (2009-2010), Real Madrid y Barcelona percibieron 140 millones de euros cada uno procedentes del pastel común de las retransmisiones. Esto es, 280 millones que representan el 46% de los 602 millones ingresados por el global de los participantes de Primera División. Por detrás de blancos y azulgranas, las diferencias son abisales. Valencia y Atlético de Madrid son los dos siguientes en la lista, con 42 millones de euros cada uno. Sevilla y Villarreal, quinto y séptimo en esta clasificación de ingresos, recibieron 24 millones por cabeza, esto es, casi 120 millones de euros menos que los dos gigantes.

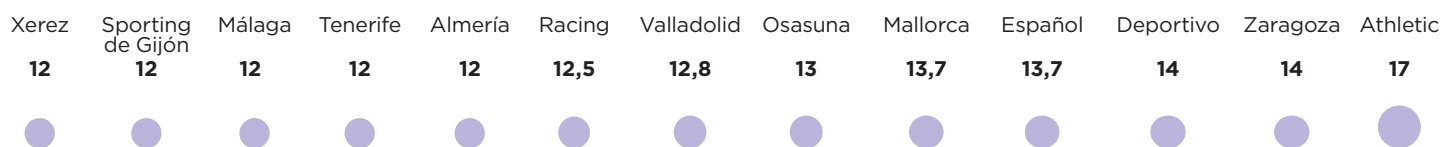
Tales distancias hacen, en opinión de los dirigentes 'rebeldes', insostenible la competición para un futuro a largo plazo. Mantener las desigualdades es, según ellos, una manera de acabar con la gallina de los huevos de oro. "Con esta forma de repartir el dinero en los próximos diez años solo ganaran el título el Madrid o el Barcelona. La española hace tiempo que dejó de ser la mejor liga del mundo. Somos una competición tercermundista", sentenció a mediados de marzo José María del Nido, presidente del Sevilla. Sus vaticinios no van muy desencaminados. En los últimos 25 años, Real Madrid y Barça se han llevado 21 de los títulos en juego. Sólo Valencia (en dos ocasiones), Atlético de Madrid y Deportivo (una Liga cada uno) se han erigido como excepciones de este cuarto de siglo.

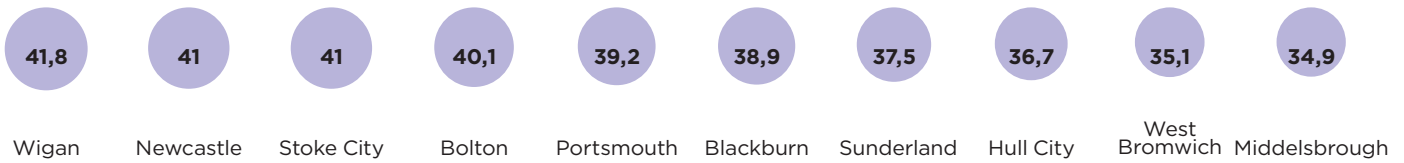
La preocupación entre los aficionados al fútbol también crece, temerosos de que la tendencia acabe por convertir a España en una liga a la 'escocesa', esto es, con dos equipos arrasando en la competición, mientras el resto se reparte las migajas del torneo. Ejemplo: Real Madrid y Barça superaron en más de 30 puntos a sus más inmediatos perseguidores durante la pasada temporada. En la actual, todo apunta a que se repetirá la tendencia.

Ligera modificación del sistema

En noviembre de 2010, la asamblea de la LFP acordó modificar ligeramente las condiciones vigentes. Esto no significa que el nuevo modelo (que entrará en vigor en la campaña 2015-2016) se acerque a la propuesta de los 'rebeldes'. Encabezados por Real Madrid y Barcelona, la mayoría de clubes de nuestro fútbol decidieron 'quitar' un poco a los más ricos para repartirlo entre los más pobres, sin que la clase media (Sevilla, Villarreal y compañía) vean aumentar significativamente sus ingresos.

Así, los 20 clubes de Primera y los 22 de Segunda abrazaron un reparto por el que Real Madrid y Barcelona se llevarán el 35% de los ingresos (136 millones cada uno), Valencia y Atlético de Madrid el 11% (44 millones cada uno) y los otros 16 clubes el 45% del total, (a razón media de 22 millones de euros por conjunto).





Para estos últimos equipos, los que conforman el grueso de nuestra Liga, no habrá distribución equitativa, esto es, el dinero final recibido dependerá de variables como los resultados, las audiencias o el historial de los últimos años. Así, un conjunto clasificado para Europa podría ingresar más del doble de lo que ingrese un equipo descendido. Para este último grupo (los que dicen adiós a la categoría), el modelo reserva el 1% del total. Cada una de estas escuadras recibirá 2'6 millones de euros extra que les ayudarán a afrontar el duro trámite que supone la caída a los infiernos de la Segunda. Los conjuntos de esta división se repartirán el 9% restante de este jugoso pastel millonario.

Es precisamente la inclusión del bonus en caso de descenso lo que convenció a los humildes de nuestro fútbol para votar 'sí' al cambio planteado por los dos grandes (apoyados por Valencia y Atlético) en lugar de acogerse a la propuesta de los 'rebeldes'. "Hay una serie de equipos que tenemos una sensibilidad importante con la Segunda División. Somos equipos que estamos en Primera, pero que hemos estado muchos años en Segunda y que somos conscientes de que podemos volver", comentó al término de las negociaciones Patxi Izco, presidente de Atlético Osasuna.

Izco, al igual que los trece mandatarios de Primera y dieciocho de Segunda que votaron a favor del pacto, temen que una mala temporada les lleve a ingresar 14 millones de euros en Primera y, un año después, apenas dos millones en Segunda. Márgenes gigantescos que se hacen más difíciles de sostener cuando la mayoría de las fichas de sus futbolistas, incluso una categoría por debajo, se mantendrían en los límites del fútbol de élite. Esos 2'6 millones extra les ayudarían a sofocar un desastre (el del descenso) que ya ha arrasado económicamente a históricos clubes como Valladolid, Celta, Alavés, Cádiz, Betis o Rayo Vallecano.

El modelo alternativo o la vía Premier

En la asamblea en la que se fijó este nuevo concierto, los seis 'rebeldes', apoyados por el Málaga (delegó el voto en el Villarreal), se postularon en contra del consenso común y lo hicieron aportando una tercera vía alternativa. Estos conjuntos abogan por un modelo más cercano al de los países de nuestro entorno. *Premier League* (Inglaterra), *Ligue 1* (Francia), *Bundesliga* (Alemania) o *Serie A* (Italia) manejan distintos criterios que

acortan las diferencias entre poderosos y débiles.

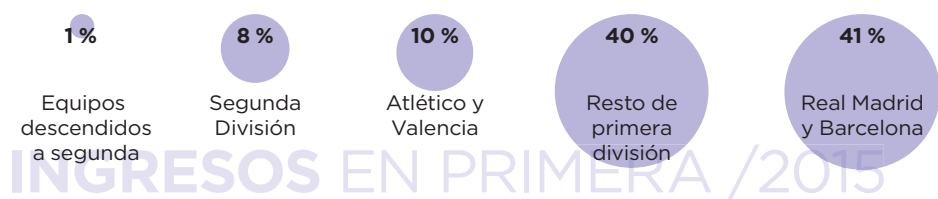
Interesante resulta el modelo británico, principal referencia de los descontentos, en el que, basándose en parámetros objetivos, se fomenta la igualdad entre todos los equipos. El 50% de sus ingresos televisivos se reparte de forma equitativa entre sus 20 participantes, un 25% en función de la clasificación final y el otro 25% en función de las audiencias generadas a lo largo de toda la campaña.

Además, la distribución de la hucha común por derechos internacionales de retransmisión (la *Premier League* es la liga europea con mayores recursos por este concepto) no atiende a discriminaciones. Todos los clubes ingresan la misma cantidad, llámense *Manchester United* o *Middlesbrough*.

Así las cosas, los '*reds devils*' fueron el conjunto que más dinero percibió de las televisiones la pasada temporada con 58,2 millones de euros. El '*Boro*', por su parte, fue el que menos logró a través de esta fuente, con 34,9 millones. Apenas 23 millones de diferencia entre líder y colista, lejos de los casi 128 que separan en España a Barça y Real Madrid de los últimos de esta clasificación económica. >

LIGA ESPAÑOLA





INGRESOS EN PRIMERA /2015

> Del Nido y sus aliados apuestan por un 'status quo' similar al inglés, aunque con matices 'made in Spain'. En aquella asamblea de la LFP del mes de noviembre, los 'rebeldes' apostaron por repartir el 40% de forma equitativa, un 20% según la clasificación, otro 20% según las audiencias y el restante 20% en función de la notoriedad de cada conjunto. Éste último apartado deja lugar a subjetivas valoraciones sobre qué criterios usar para fijar esa notoriedad (número de seguidores, evolución en las últimas temporadas, resultados en Europa...).

Sus precursores afirman que esta propuesta fijaría un mínimo común denominador mucho más generoso que el actual, sin que eso suponga marginar los resultados deportivos de los grandes o su seguimiento televisivo. Sin embargo, pocos equipos del otro bando, el que apoya a los grandes, se sometieron a esta idea. Algunos no lo hicieron por pura lógica evolutiva. "Los cambios hay que hacerlos poco a poco, no se puede aspirar a cambiar de la noche a la mañana algo tan importante y tan enraizado en España. Seguramente la propuesta de Sevilla, Villarreal y los otros sea a la que debemos aspirar y de hecho, lo acordado van en ese camino, pero cada cosa a su tiempo", comenta el presidente del Getafe, Ángel Torres.

Torres, como muchos dirigentes de nuestro fútbol, aspira a conseguir un mejor reparto global, pero fija pautas mucho más pausadas para conseguirlo. Suerte de transición no traumática que pasa, también, por el incremento de los derechos internacionales televisivos de la Primera División.

Partidos los domingos al mediodía

La promoción de nuestro fútbol español más allá de nuestras fronteras es la mayor asignatura pendiente de la LFP y, a la vez, una de las grandes vetas cuya explotación podría garantizar generosos réditos que otras ligas ya disfrutaban. De nuevo la *Premier League* es el mayor ejemplo a seguir. Según datos de la consultora *Sport+Markt*, la competición inglesa percibirá a lo largo de toda esta temporada 1.146 millones de euros, entre derechos nacionales e internacionales, casi 200 millones más que la segunda clasificada, la *Serie A* italiana (950 millones). España ostenta la tercera posición con apenas 710 millones, seguida muy de cerca por la *Ligue 1* francesa (693 millones) y algo más atrás, por la *Bundesliga* germana (457 millones).

El éxito británico se sustenta en varios pilares. El primero se basa en un amplio mercado perenne apoyado en las más de 50 naciones que forman la mancomunidad de la '*Commonwealth*'. Antiguas colonias inglesas como Sudáfrica, Australia, Pakistán, la India o Canadá aportan millones y millones de telespectadores cuyos orígenes anglosajones les hace fanáticos de la Premier en detrimento de otras ligas. A esta cuota de pantalla garantizada año tras año hay que unir el potente mercado asiático. Allí clubes como *Manchester United* o *Liverpool* poseen nutridas hordas de seguidores fieles en la tradición de consumir altas dosis de partidos televisados en la franja del '*prime time*'.

Esto es: cada fin de semana uno o dos partidos de la Premier adaptan su horario al de mayor audiencia en Asia. Choques que, por lo general, suelen ser los más atractivos de la jornada y que se disputan entre las 11:00 y las 13:00 para que, con el cambio de hora, en tierras orientales se consuman entre las 20:00 y las 22:00.

Desde su implantación, el adelanto de los horarios ha sido todo un éxito en Inglaterra. El público local, culturalmente acostumbrado a rutinas más madrugadoras que en Italia o España, no puso ninguna pega a la iniciativa, más bien al contrario. Entre tanto, el espectador asiático disfruta de duelos entre los más grandes de las Islas sin tener que madrugar o trasnochar, como si ocurre en los casos de la Primera División española o del *Calcio* italiano.

Los transalpinos, habituales consumidores de partidos a las 15:00, fueron los primeros en plagiar los horarios del mediodía, no sin fuertes críticas por parte de los *tifosi*. El resultado económico, sin embargo, ya se deja notar e Italia se acerca poco a poco a la hegemonía económica de Inglaterra.

En España, desde que Florentino Pérez retornó a la presidencia del Real Madrid, el debate sobre si jugar o no los domingos al mediodía se ha intensificado cada vez más. Pérez es uno de los mayores defensores de esta propuesta, sabedor de que el club blanco goza de un importante público potencial en Asia. En los últimos meses, el FC Barcelona también se ha adherido a su causa. Los éxitos del 'Pep-Team' han tenido una generosa

PROPUESTA ALTERNATIVA DE LOS REBELDES



DINERO TELEVISIVO EN PRINCIPALES LIGAS



ESPAÑA

Liga Española

Equipo	Ingresos
Real Madrid	140
FC Barcelona	140
Atlético	42
Valencia	42
Villarreal	25
Sevilla	24
Getafe	18
Athletic	17
Zaragoza	14
Deportivo	14
Espanyol	13,7
Mallorca	13,7
Osasuna	13
Valladolid	12,8
Racing	12,5
Almería	12
Tenerife	12
Málaga	12
S. de Gijón	12
Xerez	12
Total	602,2

Media
30,1

2009-2010



INGLATERRA

Premier League

Equipo	Ingresos
Manchester Un.	58,2
Liverpool	56,8
Chelsea	53,9
Arsenal	52,9
Everton	52,5
Aston Villa	50,6
Tottenham	50,3
West ham	48
Fulham	45,7
Manchester City	45,3
Wigan	41,8
Newcastle	41
Stoke City	41
Bolton	40,1
Portsmouth	39,2
Blackburn	38,9
Sunderland	37,5
Hull City	36,7
West Bromwich	35,1
Middlesbrough	34,9
Total	892

Media
44,6

2009-2010



FRANCIA

Ligue 1

Equipo	Ingresos
O. Marsella	49,9
G. Burdeos	45
O. Lyon	44,8
Paris SG	36,1
Lille	32,8
Stade Rennes	30,1
Toulouse	29
St Etienne	25,7
Mónaco	25,7
Auxerre	23,7
Niza	22,2
Lorient	19
Sochaux	18,7
Valenciennes	17,9
Nancy	17,7
Grenoble	17,4
Le Mans	16,9
Nantes	15,8
Caen	14,2
Le Havre	13,9
Total	516

Media
25,8

2009-2010



ALEMANIA

Bundesliga

Equipo	Ingresos
Bay. de Múnich	28,1
FC Schalke 04	25,1
Hamburgo SV	24,7
Stuttgart	24,3
Wolfsburgo	24,2
Werder Bremen	23,7
Bay. Leverkusen	22,3
Hertha Berlín	22
Bor. Dortmund	20,3
Hannover	19,5
Ein. Frankfurt	18,7
Bochum	18
A. Bielefeld	17,2
Energie Cottbus	16,4
Karlsruher	15,5
Borussia M.	14,7
Colonia	14
Hoffenheim	13,3
Total	361,8

Media
20,1

2009-2010

resonancia en estos países. Buena prueba han sido las últimas giras de pretemporada por China o Corea del Sur.

La LFP ya ha dado luz verde a la disputa de partidos en este horario de mediodía para la campaña 2011-2012 y clubes como el Atlético de Madrid se han ofrecido a jugar las mañanas de los domingos ya en la presente temporada, si bien a cambio de mayores ingresos televisivos ante el riesgo de ser 'conejo de Indias' de esta iniciativa. Por su parte los aficionados consideran positiva la propuesta si se la compara con la de jugar los lunes por la noche o los domingos a las 22:00, horarios ambos que trastocan sus rutinas laborales o de fin de semana.

La LFP podría ingresar entre 100 y 200 millones de euros más por temporada en caso de incorporar esta medida a

partir del verano de 2011, según la consultora italiana *StageUp*. Ingresos que no sólo llegarían por la vía televisiva. Conceptos como la mercadotecnia o el merchandising también aumentarían de forma notable.

El debate del partido en abierto

La tercera anomalía española con respecto a otras ligas europeas es la que se refiere al fútbol en abierto. España, al contrario que otros países, disfruta, por ley, de un partido televisivo gratuito jornada tras jornadas. La norma del llamado 'interés general' obliga a ello desde 1997, cuando Francisco Álvarez Cascos, por entonces Ministro de Fomento, impuso este criterio para me-

diar en la llamada 'Guerra del fútbol' que por mantenían las plataformas So-gecable y Vía Digital.

Casi 15 años después, esta imposición se ha quedado, en opinión de la mayoría de los clubes, obsoleta. El conjunto de la LFP aboga por ofrecer la totalidad de la Primera y Segunda División en la modalidad del 'pago por visión' y aparcarse la gratuidad del fútbol para otros torneos como la Copa del Rey o la Champions League.

Según sus cálculos, este paso les permitiría ingresar otros 200 millones de euros más por temporada, lo que unido a los 200 millones por jugar al mediodía, acercaría (y mucho) a la LFP a los casi 1.100 millones de euros que percibe la *Premier League* por los derechos nacionales e internacionales de televisión. >

{ España, al contrario que otros países, disfruta por ley de un partido televisivo gratuito

> Parte de estos ingresos, afirman, irían destinados a sanear la gigantesca deuda que el conjunto de los clubes mantienen con el Estado. Según el Consejo Superior de Deportes, estas cifras se acercan a los 800 millones de euros entre lo que se debe a Hacienda y la Seguridad Social. Demasiado, en opinión del Gobierno y la mayoría de las fuerzas políticas que, sustentadas por la cercanía de las elecciones generales de 2012, no están por la labor de suprimir el fútbol en abierto en una medida no demasiado beneficiosa para sus horizontes electorales.

Así se puso de manifiesto el pasado mes de marzo cuando la LFP (todos los clubes menos los seis 'rebeldes'), ame-

nazó con suspender la jornada correspondiente al 31 de abril como forma de presión para que el Ejecutivo suprimiese el partido en abierto e instaurase la imposición del 'pay per view'. La coacción, recurrida judicialmente por los disidentes, encontró freno en la Justicia, pero la batalla política todavía está por jugarse de cara a la próxima temporada.

Mientras que el actual Gobierno socialista (apoyado por otras fuerzas de la oposición), pide a los clubes margen y tiempo para estudiar el cambio de la ley, la mayoría de los equipos exigen que estas modificaciones sean inminentes ante la necesidad inmediata de negociar futuros contratos televisivos. La LFP asegura que podrían sacar más dinero si estas

negociaciones se hicieran bajo el paraguas del *pay per view*. Moncloa responde que una ley no se cambia de la noche a la mañana y que, además, las amenazas no son buen camino para alcanzar un acuerdo cuando los clubes arrastran tras de sí la vergüenza de tan gigantescas deudas con el erario público.

Dimes y diretes que sólo retrasarán lo que parece una obviedad. De aquí a un futuro más o menos lejano, el fútbol en abierto será cosa del pasado, un vestigio que dará paso al *pay per view* como única forma de ver la Liga española, tal y como ya sucede en Inglaterra, Italia, Francia o Alemania.

Aquí, al igual que en estos países, la sombra del reparto equitativo y los partidos en 'horario asiático' (unido al fútbol de pago) parece irrefrenable, si bien, de cómo se gestione su instauración dependerá que la que ha sido en los últimos 15 años mejor liga del mundo, lo siga siendo con las mismas aspiraciones en competiciones europeas y sin arrastrar tras de sí guerras fratricidas o escandalosas deudas públicas y privadas. ◀

ARQUITECTURA DEPORTIVA

bm2
quitect

www.bm2.es
C/ Jesus del Gran Poder 22, 1.º B
41930 Bormujos (Sevilla)
T 955 723 762

SCA
SOCIETAT D'ARQUITECTURA

Avda. San Francisco Javier 22
Edificio "Hermes" P.3, Mod. 5
41018 Sevilla
T 954 099 152

Cuidemos hasta la última gota de agua



POLIGRAS

En un mundo
en el que cada vez
resultan más escasos
algunos bienes naturales
como el agua, no vale quedarse
a un lado en la labor que todos
tenemos de cuidar el planeta.

Un campo del fútbol de césped artificial puede ahorrar unos 700.000 litros de agua anuales (C.M.).

www.poligras.es



Que pasó con el Mundial de Fútbol



Leonor Gallardo Guerrero
leonor.gallardo@uclm.es

La Campeona del Mundo de Sudáfrica pasará a la historia por muchas cosas. Una de ellas, es por motivos económicos. Muchos políticos consideraban que el éxito de la selección española repercutirá positivamente sobre el Producto Interior Bruto (PIB) nacional.

se volvió a repetir para Italia en 2006, que vio cómo su PIB cayó un 0,4% respecto al año anterior.

Al parecer, no existe ninguna relación directa entre ganar el Mundial de Fútbol y el funcionamiento de la economía del país vencedor. Es más bien un efecto placebo que se produce en la

Hace unas semanas el INE, publicó la Estimación avance de la Contabilidad Nacional Trimestral. El Producto Interior Bruto (PIB) generado por la economía española ha registrado un crecimiento real del 0,6% en el cuarto trimestre de 2010 respecto al mismo periodo del año anterior, según la estimación avance del PIB trimestral. De esta manera, la actividad global crece a un ritmo cuatro décimas superior que en el trimestre precedente, hecho que se produce como consecuencia de una mejor contribución tanto de la demanda nacional como del sector exterior.

¿Ha podido ayudar el éxito en este campeonato de la selección española de fútbol a esta subida del PIB? Seguramente que sí. ¿Y con la crisis actual? Menos de lo que podía haber sido.

¿Es verdad lo de la marca España? Siempre se ha dicho que una marca,

No existe ninguna relación directa entre ganar el Mundial de Fútbol y el funcionamiento de la economía

Todo comenzó con la publicación de la investigación que el banco holandés ABN Amro, antes del Mundial 2010 realizó con el estudio "Soccernomics 2010", en el que se atrevía a cuantificar precisamente el impacto de la final de un Mundial sobre la economía de los países finalistas, en el cual el país ganador de la Copa del Mundo, podría incrementar su PIB de hasta el 0,7%. ¡Qué suerte para España!

Lamentablemente, tenemos casos recientes en los que la economía de países organizadores de este tipo de eventos, como el caso de Atenas, organizador de los Juegos Olímpicos de 1996, donde su PIB descendió tras la celebración de dicho evento. En 2002, Brasil se proclamó pentacampeón del Mundial, pero su PIB se contrajo un 1,7% al año siguiente, según el informe Soccereconomics de 2010. La situación

sociedad. Es realmente difícil conocer el impacto económico generado en una situación económica tan compleja. Si bien, la euforia generada en la sociedad inmediatamente después que los jugadores de la Selección levanten el trofeo que les acredita como Campeones del Mundo, influye a corto plazo de manera positiva en la economía, pero esta euforia sólo dura durante un corto periodo de tiempo.

Pero de lo que no hay duda es de los efectos psicológicos en la población que la ha motivado e impulsa a un cierto optimismo, del cual es muy difícil cuantificar.

Y lógicamente que España ganase el Mundial de Sudáfrica hizo que elevase la confianza de la población y, en consecuencia, también el consumo. ¿Pero qué fue de nuestra confianza, pasado estos primeros 7 meses?



personal o comercial, solo tiene valor en función de lo que aporta a los demás. Y no cabe duda que este en este apartado somos los números unos una vez más, en el fútbol español, con la mejor liga del mundo y la mejor selección. El éxito de la selección española en el Mundial de fútbol "mejora la imagen exterior de España", según un estudio del Centro de Medios, Reputación e Intangibles (MRI) de la Universidad de Navarra. Este estudio también señalaba que el título de Campeón del Mundo y el estilo impuesto por la selección española de fútbol han reforzado notablemente los factores emocionales asociados a la percepción exterior de la marca "España". De este modo, el éxito futbolístico "ha provocado que el país mejore su imagen y aparezca ligado a valores como espectacular, aclamado, impresionante, talento, excitante o maravilloso". Según el autor del informe, Francesc Pujol, "principalmente afectará a ámbitos como la cultura, las artes y la moda. Por lo tanto, es probable que

aumente el atractivo de España como destino turístico".

Pero cuanto tiempo nos puede durar esta gran marca. Intentaremos que mucho, pero por ahora la semana pasada pudimos ver el último partido de la Selección Española, (un apurado 1-0, gol de Silva, a escasos minutos del final ante una valiente Colombia). Por lo que si queremos que esta marca siga funcionando en la Eurocopa de 2012 en Polonia y Ucrania y el Mundial de 2014 en Brasil, hay que empezar a correr, representes a quien representes, como comentamos en nuestro libro "El Mundial de la Roja" de la Editorial Alienta.

Parece ser que estamos ante un cambio de dirección empresarial en el fútbol español. Comienzan a venderse equipos españoles a capital extranjero, en muy poco espacio de tiempo, el Málaga, el Racing y dos equipos más que se encuentran en negociaciones. Por desgracia, la mayoría de las veces

compran clubes prometiendo dirigirlos como "una empresa", y desaparecen en pocas temporadas posteriores. Esperemos que esto no pase en España. Las reglas del juego en el mundo del fútbol, están cambiando.

En los últimos días hemos vivido un hecho que puede cambiar algunos modelos económicos del fútbol. El Sr. Guardiola, ha renovado por un año, afirmando que seguirá renovando año a año, que es lo mejor para él y para el equipo, ya que cuando las cosas vayan mal, él se marchará. Además, mucho más significativo es comprobar cómo ha condicionado su salario en función de los objetivos alcanzados al final de temporada. Todo un ejemplo. Este modelo es el que hace falta en el fútbol español, obligado a trabajar con parámetros de sostenibilidad "ahorro de costes por el incremento de eficiencia". Posiblemente estamos entrando en una nueva era de la economía futbolística, que todavía está sin despertar. ◀



LOS OBSERVATORIOS DEL DEPORTE COMO HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Pedro Jesús Jiménez Martín :: Anna Villanova Soler :: Alberto Dorado Suárez

La creación y desarrollo de los observatorios del deporte en nuestro país, ha venido determinada por la necesidad de reflexionar y estudiar el fenómeno deportivo, con el fin de disponer de recomendaciones de utilidad para la política y facilitar la gestión deportiva de cualquier sociedad.

Según autores como Arruza, J.A., Aldaz y J. Palacios, M. E. (2009), los observatorios de del deporte, tienen por objeto observar y hacer observable una realidad concreta, en nuestro caso el sistema deportivo, haciendo uso de las últimas tecnologías de la información-comunicación que le habilita el contexto social actual.

La proliferación en la creación y desarrollo de Observatorios del Deporte en nuestro país, durante los últimos años, ha venido determinada por la necesidad de reflexionar y estudiar el fenómeno deportivo, con el fin de disponer de recomendaciones de utilidad para la política y facilitar la gestión deportiva de cualquier sociedad.

Estas herramientas para la gestión del conocimiento son consideradas por sus gestores como instrumentos para conocer la realidad cuyos objetivos fundamentales son de carácter informativo (gestión del conocimiento, recogida de datos y seguimiento de la evolución del fenómeno deportivo) y pragmático (apoyar en la toma de decisiones y la evaluación de las políticas deportivas).

En nuestro país, podemos destacar los diez siguientes como los más activos en la actualidad:

- Observatorio Catalán del Deporte
- Observatorio del Deporte Andaluz (ODA)
- Fundación Observatorio Económico del Deporte (FODE)
- KIROLBEGI (Guipúzcoa)
- Observatorio del Deporte de Sevilla
- Centro de Estudios Olímpicos. (CEO-UAB)
- KIROLAN (Observatorio de empleo deportivo-UPV)
- Observatorio Crítico del Deporte (UAB)
- Observatorio de la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte (CSD)
- Y el recientemente creado, Observatorio Universitario para la lucha y prevención del dopaje.

En general, la población diana a la que se dirigen sus contenidos corresponde a los responsables políticos ya que las entidades analizadas tiene su origen en la Administración del Estado, si bien, en los observatorios de carácter regional se abre el perfil a todos los actores que incluye el mundo deportivo.

Según esto, la pauta elegida en la creación de los observatorios condiciona posteriormente la autonomía o la libertad en la elección de los estudios que se pueden llevar a cabo desde ellos.

Las funciones que desarrollan los observatorios tienen dos ámbitos principales: el burocrático-administrativo (mantenimiento de la web, facturas, petición de permisos, preparación de los informes para la web, etc.), y el investigador (elaboración y recopilación de informes, estudios e investigaciones). El común denominador que podemos observar es que la institución final que realmente asume la elaboración de estudios, informes e investigaciones de los observatorios es la Universidad.

Otro referente importante para el funcionamiento de los observatorios son sus órganos de gobierno. En general, suele contar con un comité de dirección y un comité técnico, mientras que en otros observatorios, normalmente con un carácter más regional, suelen añadir un comité de asesoramiento.



Respecto a la financiación, aunque la subvención fija podría parecer que asegura la viabilidad de futuro, hay que tener en cuenta la cuantía de la subvención respecto a las funciones que se realizan y el personal contratado. Por otro lado, la subvención a tiempo definido constituye un reto para los observatorios de cara a asegurar su supervivencia pero también una oportunidad para ganar independencia respecto a los estudios e informes que se pueden realizar.

Si nos detenemos en los temas de estudio a los que se les da prioridad, en los observatorios estudiados en nuestro país, se debe destacar que el común denominador en todos ellos son los datos sobre hábitos deportivos de la población del territorio en que se ubican centrados en el perfil del deporte para todos. Después, y de manera específica, encontramos que cada observatorio decide enriquecerse con otros temas de estudio según sus intereses particulares o condicionamientos institucionales: deporte de alto rendimiento, economía del deporte, formación y mercado laboral deportivo, instalaciones deportivas, marco legal y políticas deportivas, proyección, etc.

Para la recogida de datos, encontramos que

cada observatorio suele apoyarse en distintas instituciones colaboradoras, normalmente condicionados por la temática de estudio, si bien es verdad, que los observatorios de escala regional se apoyan en una gran diversidad dado la variedad de estudios que realizan (instituciones con relación al movimiento olímpico, federaciones deportivas, gabinetes de estudios deportivos, administración estatal, clubes deportivos), mientras que los de escala municipal no, al estar condicionados al perfil de estudio que demanda el representante de la administración.

En resumen, aunque todos los gestores de observatorios coinciden en que los estudios que recogen son útiles para el apoyo a la toma de decisiones y evaluación en política deportiva, la realidad es que la mayoría no han sido llevados a la práctica como inicialmente se plantearon. Además se observa una necesidad de que exista una coordinación entre los distintos observatorios, es decir, facilitar un trabajo en red, con indicadores y datos comunes, para tener la posibilidad de disponer de informes comparables entre todos y poder dimensionar el potencial de estas magníficas herramientas como auténticas facilitadoras de la gestión del conocimiento del deporte en nuestro país. ◀

*Observar
y hacer
observable
una
realidad
concreta, en
nuestro caso
el sistema
deportivo*

UN NIVEL SUPERIOR DE ENTRENAMIENTO

LA EVOLUCIÓN DEL PESO LIBRE PARA UN ENTRENAMIENTO FUNCIONAL COMPLETO



Tanto si eres Personal Trainer, instructor, atleta o entrenador, ViPR es la herramienta perfecta para el entrenamiento corporal completo, motivar a tus clientes y llevarlos a un nivel superior.

ViPR es una actividad que se basa en utilizar movimientos funcionales acompañados de unos tubos de goma, de 7 pesos distintos, de 4 a 20 kg. Su funcional diseño esconde un entreno corporal completo y de gran flexibilidad. ViPR puede ser transportado, lanzado, pisado, etc., no requiere mantenimiento y es fácilmente almacenable.

EL CONCEPTO DEL ViPR ES INVOLUCRAR DE FORMA EFECTIVA TODO NUESTRO CUERPO EN CADA ACCIÓN Y MOVIMIENTO DEL ENTRENAMIENTO.

ae7a
www.aefabts.com

Para más información, contacta con: comercial@ae7a.com
ventas@ae7a.com o llama al Tel. 932 124 613



PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL EN EL DEPORTE

José Luis Gómez Calvo
logo2206@telefonica.net

Con la protección de carácter personal, se entra en una nueva dimensión de la seguridad

En el presente artículo vamos a abordar uno de los temas de seguridad de mayor actualidad y repercusión como es la protección de datos de carácter personal.

Esta, es una parte de la seguridad, que la confiere una imagen distinta a la que durante muchos años se ha tenido de la misma, la seguridad asociada a aspectos negativos como la violencia, el robo o el incendio entre otros.

Con la protección de datos de carácter personal, se entra en una nueva dimensión de la seguridad, la de proteger los derechos de las personas, contra los riesgos de intromisión, e incluso contra el abuso o empleo inadecuado de la propia seguridad, en ámbitos como el de la captación de imágenes de videovigilancia.

La protección de datos de carácter personal, tiene como primer referente a la propia Constitución española, que en su artículo 18.1 dentro del capítulo dedicado a los derechos y libertades, dice que: **“Se garantiza el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen”**, lo cual se desarrolla en la Ley Orgánica 1/1982 cuyo título hace mención a los mismos conceptos.

Tomando como base los dos textos legales anteriores, la Ley Orgánica 15/1999 de Protección Datos de carácter personal, mas conocida como **LOPD**, tiene como objeto: **“Garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas y especialmente de su honor e intimidad personal y familiar.”**

De acuerdo el Reglamento de desarrollo de la **LOPD, datos de carácter personal**, es **cualquier información numérica, alfabética, gráfica, fotográfica, acústica o de cualquier otro tipo** concerniente a personas físicas identificadas o identificables.

¿Existen datos de carácter personal en el ámbito del deporte? La respuesta es afirmativa, lo cual quiere decir que es de aplicación todo lo referente a su protección, y a la obligación de hacerlo por parte de los responsables de la toma, registro y gestión de dichos datos.

A efectos de infracciones y sanciones, es preciso destacar que las cuantías económicas son importantes, y que las mismas han sido actualizadas muy recientemente a través de la Ley 2/2011, de 4 de marzo de Economía Sostenible, que en su Disposición final quincuagésima sexta, modifica la LOPD, y establece las siguientes cantidades para los infracciones según su grado:

- **Infracciones leves:**
De 900,00 a 40.000,00 €
- **Infracciones graves:**
De 40.001,00 a 300.000,00 €
- **Infracciones muy graves:**
De 300.001,00 a 600.000,00 €

Es evidente que la protección de datos de carácter personal, no debe estar ligada al temor por la sanción, sino a la calidad del servicio deportivo que se presta, pero no obstante convendría tener en cuenta la cuantía económica de las posibles sanciones por infracciones.

Los datos de carácter personal en el deporte son muy diversos referidos a deportistas, usuarios y trabajadores.

Los datos pueden ser de distinta naturaleza, como por ejemplo:

- Datos de identificación y domiciliación de socios de un club deportivo.
- Datos de salud como lesiones o tipo de discapacidad de un deportista.
- Datos que ofrezcan una definición de las características o de la personalidad de los deportistas.
- Imágenes (fotografías o video) de niños en una escuela infantil.
- Imágenes del estudio biomecánico del movimiento deportivo de un atleta de alto rendimiento.
- Imágenes de espectadores captadas mediante cámaras con fines de vigilancia.
- Audio para la intercomunicación entre árbitros y jueces en un partido de fútbol.

Las acciones a realizar, podríamos resumirlas en los cuatro apartados siguientes:

1. TERMINOLOGÍA BÁSICA

- **Fichero:**
Conjunto organizado de datos, que permite el acceso a los mismos con arreglo a criterios determinados.
- **Soporte:**
Objeto físico que almacena o contiene datos o documentos
- **Tipos de soportes:**
Automatizados (Soporte informático)
No automatizados (soporte papel)
- **Tratamiento de datos:**
Cualquier operación o procedimiento técnico, sea o no automatizado, que permita la recogida, grabación, conservación, elaboración, modificación, consulta, utilización, cancelación, bloqueo o supresión, así como cesiones de datos que resulten de comunicaciones, consultas, interconexiones y transferencias.

2. DERECHOS

Derechos básicos de los afectados:

Toda persona a la que se le piden sus datos de carácter personal, puede ejercer los cuatro derechos siguientes:

- **Acceso:** Es el derecho del afectado a obtener información sobre si sus propios datos de

carácter personal están siendo objeto de tratamiento, su finalidad, información disponible sobre el origen de dichos datos y las comunicaciones realizadas o previstas de los mismos.

- **Rectificación:** Es el derecho del afectado a que se modifiquen los datos que resulten inexactos o incompletos.
- **Cancelación:** Es el derecho a que se suprimen los datos que resulten ser inadecuados o excesivos.
- **Oposición:** Es el derecho a que no se lleve a cabo el tratamiento de sus datos se cese en el mismo en los siguientes supuestos:

Cuando no sea necesario su consentimiento para el tratamiento.

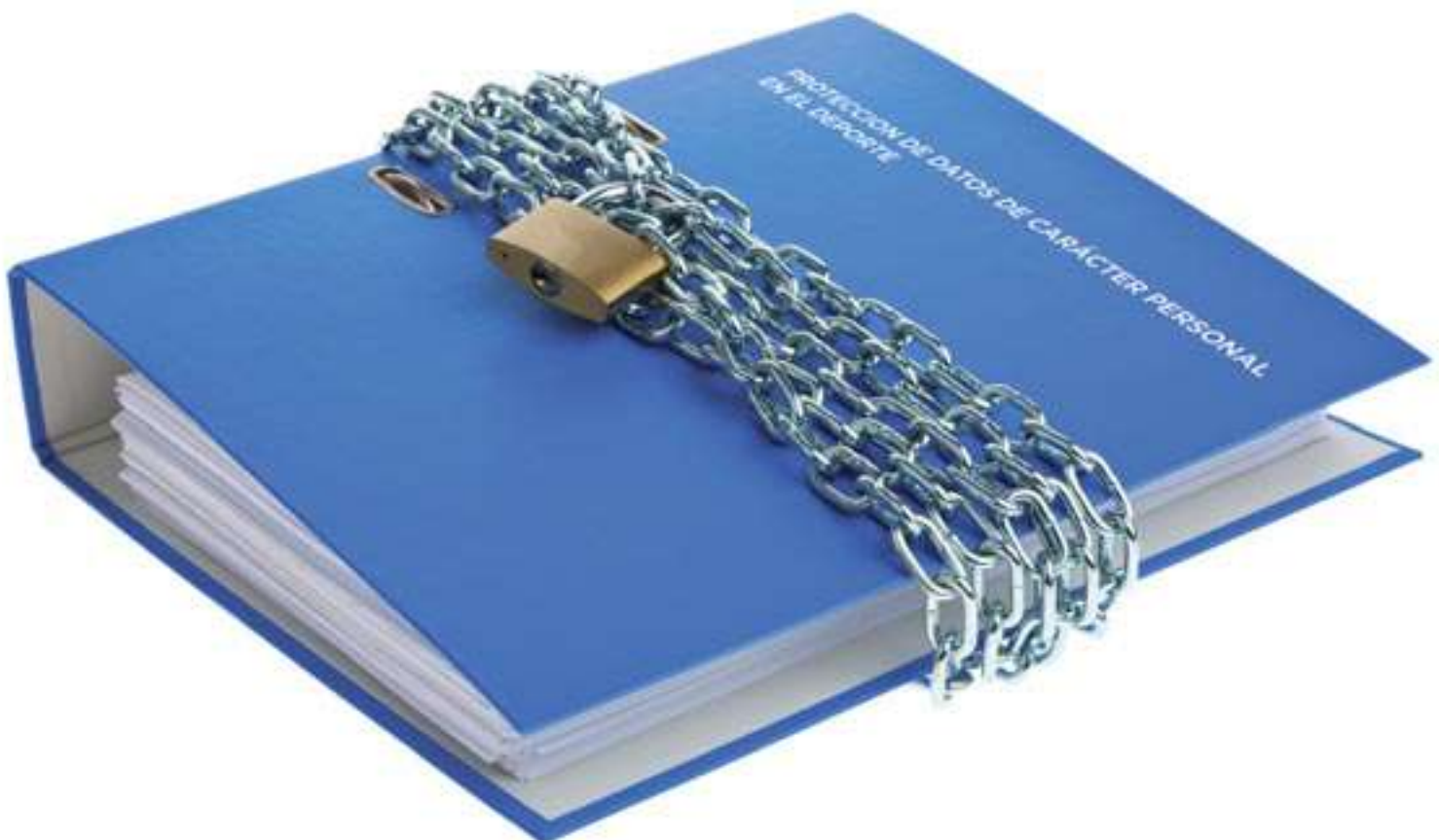
Cuando se trate de ficheros que tengan por finalidad la realización de actividades de publicidad o prospección comercial.

Cuando el tratamiento tenga por finalidad la adopción de una decisión referida al afectado y basada únicamente en un tratamiento automatizado de sus datos.

- **Derecho de revocación del consentimiento:** El afectado podrá revocar el consentimiento a través de un medio sencillo, gratuito y que no implique ingreso alguno para el responsable del fichero o tratamiento.

*Proteger los
derechos
de las
personas,
contra los
riesgos de
intromisión,
e incluso
contra el
abuso o
empleo
inadecuado
de la propia
seguridad*

>



*Es evidente
que la
protección
de datos de
carácter
personal, no
debe estar
ligada al
temor por la
sanción,
sino a la
calidad del
servicio
deportivo*

3. RESPONSABLES

- **Responsable del fichero:** Persona física o jurídica que decide sobre la finalidad, Contenido y uso del tratamiento de los datos
- **Encargado del tratamiento:** Es la persona que trata los ficheros por cuenta del responsable de los mismos.
- **Responsable de seguridad:** Persona a la que el responsable del fichero ha asignado formalmente la función de coordinar y controlar las medidas de seguridad aplicables.

4. DEBERES

• Información

- Información al interesado de sus derechos de: Acceso. Rectificación. Cancelación. Oposición.
- Información al personal sobre sus funciones y obligaciones. **Deber de secreto.**

El responsable del fichero y quienes intervengan en cualquier fase del tratamiento de los datos de carácter personal, están obligados al secreto profesional respecto de los mismos y al deber de guardarlos, obligaciones que subsistirán aun después de finalizar sus relaciones con el titular del fichero, o en su caso con el responsable del mismo.

- **Petición del consentimiento** a las personas a las que se les solicitan los datos: El responsable del tratamiento deberá obtener el consentimiento del interesado para el tratamiento de sus datos de carácter personal.

La solicitud del consentimiento deberá ir referida a un tratamiento o serie de tratamientos concretos, con delimitación de la finalidad para los que se recaba.

En el caso de petición del consentimiento a menores de edad, podrá procederse al tratamiento de los datos de mayores de catorce años, con su propio consentimiento. En el caso de los menores de catorce años, se requerirá el consentimiento de los padres o tutores.

- **Notificación de ficheros:** Los ficheros con datos de carácter personal deben ser notificados a la Agencia Española de Protección de Datos por la persona o entidad privada que pretenda crearlo, con carácter previo a su creación.

La notificación se efectuará en soporte electrónico, ya mediante comunicación electrónica a través de Internet mediante firma electrónica o en soporte informático, utilizando al efecto el programa de ayuda para

la generación de notificaciones que la Agencia tiene a disposición de los interesados de forma gratuita. El programa de denominación Sistema **NOTA**, que significa **Notificaciones Telemáticas a la Agencia Española de Protección de Datos**.

- **Auditoría:** Los ficheros de nivel medio y alto se someterán, al menos cada dos años, a una auditoría interna o externa que verifique el cumplimiento de las medidas de seguridad aplicables a ficheros y tratamientos automatizados.

• Medidas de protección:

- Niveles de seguridad: Existentes tres: básico, medio y alto.

Ejemplos de aplicación:

- Datos de identificación y domiciliación: **nivel básico.**
- Datos que ofrezcan una definición de las características o de la personalidad de los deportistas: **nivel medio.**
- Datos de salud como lesiones o tipo de discapacidad de un deportista: **nivel alto.**

- **Siempre que vaya a desecharse cualquier documento o soporte** que contenga datos de carácter personal deberá procederse a su destrucción o borrado, mediante la adopción de medidas dirigidas a evitar el acceso a la información contenida en el mismo o su recuperación posterior.

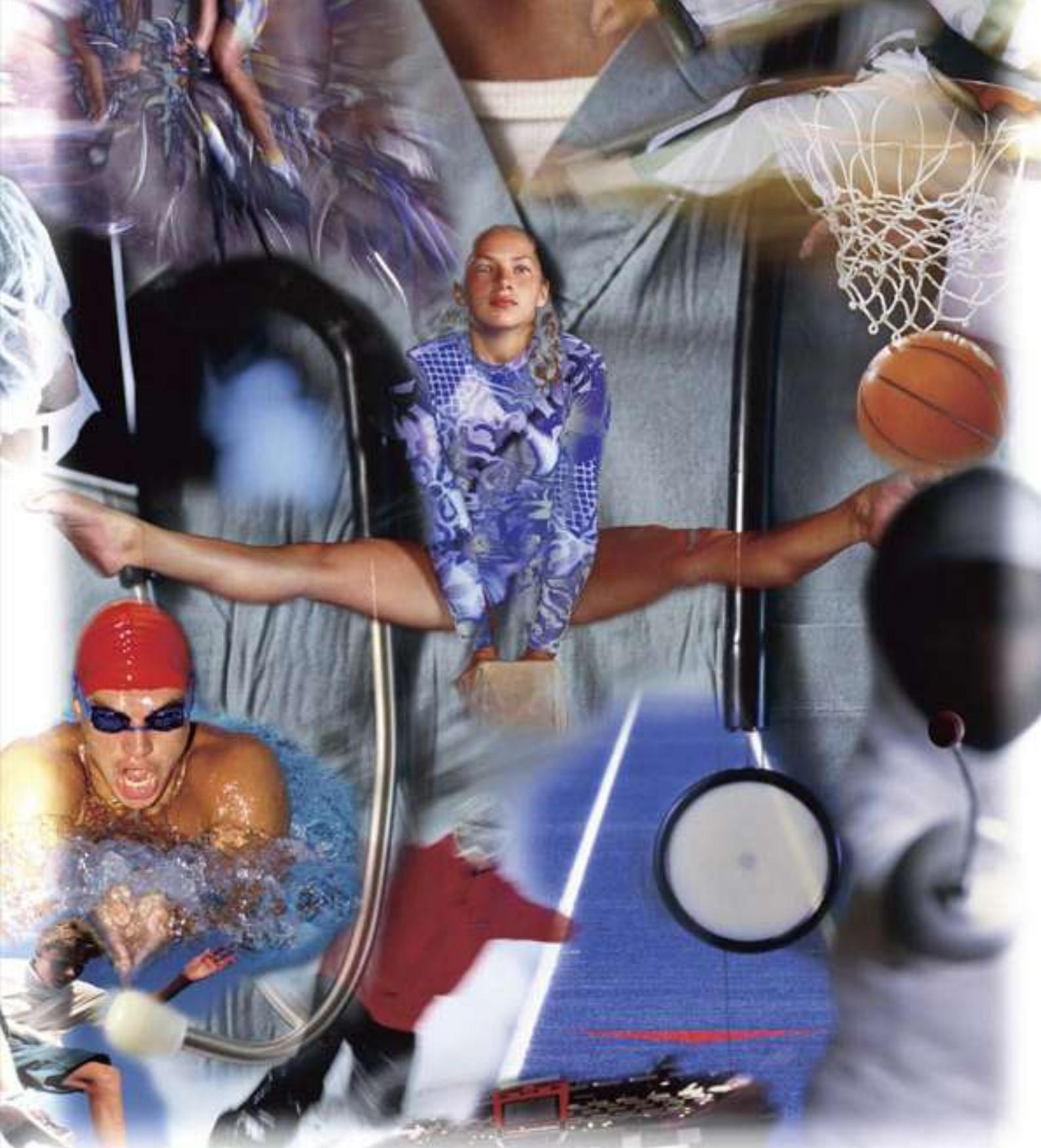
- **Cancelación de imágenes** tratadas con fines de vigilancia a través de sistemas de cámaras o videocámaras. El plazo será como máximo de un mes desde su captación.

- **Documento de seguridad:** Es un documento que recoge las medidas de índole técnica y organizativa acordes a la normativa de seguridad, que será de obligado cumplimiento para el personal con acceso a los sistemas de información.

El documento de seguridad deberá mantenerse en todo momento actualizado.

La protección de datos de carácter personal, es un tema de cierta complejidad, difícil resumir en el espacio de un artículo. No obstante, se ha tratado de sintetizar su normativa, para hacerla llegar a todos los gestores y responsables deportivos, que sin duda manejan datos de carácter personal.

Con ello se ha tratado de aportar una concienciación sobre el tema y un conocimiento básico, que convendría que fuese completado, en los casos en que sea necesario, con acciones formativas referidas específicamente al ámbito del deporte, ya que este, en materia de datos de carácter personal, presenta cuestiones especialmente singulares. ◀



Mutualidad General Deportiva

**... ALGO MÁS que un
seguro de accidente deportivo**

JORNADA TÉCNICA DEL CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS DE MADRID **SOBRE FITNESS**



LifeFitness



INGESPORT

ferroser



El pasado 24 de febrero se celebró con gran éxito de participación la Jornada de Fitness del Círculo de Gestores de Madrid. Los asistentes a la misma, pudieron conocer de la mano de los mejores especialistas, las últimas tendencias del sector. Contamos para ello con la presencia de los tres fabricantes y distribuidores más importantes, que por orden de intervención fueron: **Matrix, Life Fitness y Technogym**. Para concluir, contamos también con la importante presencia de las empresas propietarias o adjudicatarias de salas de Fitness: **Ferroser, Opade e Ingesport**, que nos aportaron su visión sobre las necesidades de su día a día en la instalación: la optimización de los espacios, la gestión de las nuevas tendencias o la necesidad de un servicio posventa rápido y eficaz.

Sin duda, quedó claro que unos y otros, fabricantes y gestores de instalación se necesitan mutuamente para que este sector, que aún cuenta con un margen de crecimiento en España, pueda seguir creciendo con la garantía y calidad con la que lo está haciendo en estos últimos años.

Los fabricantes y distribuidores de equipos de fitness: **Matrix, Life Fitness y Technogym**

Las tres grandes empresas fabricantes y distribuidoras con presencia a nivel mundial nos comentaron sus novedades y líneas de producto, así como su visión sobre el sector en la actualidad.

Matrix hizo especial hincapié en su **servicio posventa**, pues entiende que es clave para que el negocio del cliente funcione y por consiguiente el suyo también. En una sala, la maquinaria fuera de servicio crea un grave perjuicio a la imagen de la instalación y es uno de los elementos de desmotivación más importantes cuando se produce. **Matrix** cuenta con una dirección de operaciones y calidad propia que encabeza **José Barta**.

La inversión en la creación de un stock local con material de repuesto suficiente para atender cualquier servicio, así como la existencia de una Red de Disponibilidad Europea de la marca garantizan la atención inmediata al cliente que lo necesite. Por su parte **Daniel Varela** comentó otros aspectos destacados de la gama de productos de **Matrix**.

De Izda. a dcha. Rafael Cecilio de Ingesport, Carlos Leal de Ferroser y Alfonso Nieto de Opade



Un momento del debate

Daniel Roca, responsable de Life Fitness y Guillermo Henares de su equipo comercial nos presentaron la atractiva apuesta de su compañía llamada **Life Fitness Journey**. Con esta iniciativa pretenden ayudar a sus clientes a que la gente que acuda a sus gimnasios adquiera y luego mantenga el hábito de hacer ejercicio, adaptando los espacios a las diferentes tipologías de usuario. Se trata de cambiar el hábito a través del diseño consiguiendo experiencias positivas que rompan el concepto clásico de distribución de espacios. El reto de Life Fitness es además conseguir que con sus propuestas no sólo se consigan entornos más atractivos sino además aumentar la rentabilidad del m² de las salas. En la exposición pudimos ver imágenes de algunos de sus centros en España y en el extranjero que dan fe ello.

Technogym por su parte presentó en sociedad su **Mywellness Key**. El factor motivación es clave a la hora de conseguir nuevos usuarios de instalaciones y sobre todo a la hora de fidelizarlos. Mywellness Key ofrece información al usuario sobre la actividad que ha realizado a lo largo de la jornada en la pantalla que tiene el propio aparato, que gracias a su ligereza no ocasiona ninguna molestia a la persona que lo

lleva encima. Se ofrece también la posibilidad de conectarse a un portal en el que visualizar sus datos sobre intensidad, objetivos individualizados e igualmente compartir información con la red de usuarios que se dan de alta en el servicio.

Los gestores de las salas de Fitness: Ferrosfer, Opade e Ingesport

La mesa redonda con la que concluyó la jornada la formaron tres representantes de las más importantes empresas del sector de la gestión de las instalaciones deportivas en el ámbito privado: **Ferrosfer, Opade e Ingesport**.

Los gestores de instalaciones dejaron claro que buscan en los fabricantes asesoramiento y a la vez que escuchen sus necesidades reales y sus aportaciones a la mejora de los productos, pues ellos son los que mejor conocen al cliente final. Destacaron también la importancia de la calidad y de la atención del servicio técnico. Coincidieron los tres en la confianza que muestran en las tres firmas fabricantes presentes en la jornada. ◀



Daniel Roca,
Account Manager
de Life Fitness



José Barta,
Operations &
Quality Director
de Matrix



Daniel Varela, Key
Account Manager
de Matrix



Milagros Díaz,
Presidenta del
Círculo de
Gestores



Josep Sitges, Sales
& Marketing Director
Technogym



Guillermo Henares,
de Life Fitness

ALGUNOS ARGUMENTOS SOBRE LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Jorge de Francisco

En la Gestión de Instalaciones con empresas privadas, los mecanismos de control deben funcionar exactamente igual que en cualquier modelo.

La situación de numerosos Ayuntamientos españoles está llegando a un nivel de crecimiento de deuda insostenible, lo que propicia una profunda reflexión y un cambio de planteamiento en la función pública. En palabras del profesor español **Bonifacio Teruelo**, *"por un lado existe una gran resistencia social y política para aumentar significativamente los impuestos directos, indirectos, tasas o precios públicos, especialmente los que no contemplan y respeten el concepto progresista, y simultáneamente, se hace imposible eliminar o reducir la cantidad o calidad de las prestaciones en los servicios públicos actuales"*.

Así, algunas de las razones que avalan este modelo serían:

- Necesidad de todos los Ayuntamientos de disminuir el nivel del gasto, sobre todo en el capítulo de personal. En la actualidad hay varios Ayuntamientos españoles que están rozando la quiebra técnica y que no pueden asumir ni el pago de la nómina a sus trabajadores.
- Mayor eficacia (lograr los objetivos fijados) y eficiencia (al menor coste posible), en la gestión del deporte.
- Búsqueda de empresas especializadas. Mayor calidad del servicio y aumento de la productividad. Es decir, empresas con

personal altamente cualificado y especializado con horario flexible.

- Mayor agilidad de gestión en el proceso de toma de decisiones.
- Creación de indicadores como herramientas de trabajo.
- La dificultad de las administraciones locales de atender la demanda continuamente cambiante de programas y actividades nuevas, en horarios no tradicionales; el preocupante absentismo laboral y las disfunciones horarias, invitan a reflexionar sobre un cambio de modelo.

En la Gestión de Instalaciones o servicios con empresas privadas, los mecanismos de control deben funcionar, exactamente igual que en cualquier modelo. La creación de una comisión mixta de seguimiento de los programas y actuaciones que marque el pliego de condiciones, una auditoría anual, evaluación continua de los parámetros que definen el nivel del servicio y un diálogo profesional constante que proteja el equilibrio financiero, evitará dudas al respecto. Cuando se acomete un proyecto de inversión conocido como **Proyecto Ciudad**, debe exponerse de una manera clara y transparente con un consenso total entre equipo gobernante que lo sugiere, oposición, sindicatos, y entidades, clubes de referencia, asociaciones vecinales, empresas locales... para que sea una gestión de todos. ◀





Fundado por y para los profesionales de la Gestión Deportiva, el Circulo tiene como fin, el que se reconozca la figura del profesional, ya sea Gestor Deportivo público o privado.

www.circulodegestores.org email: info@circulodegestores.org



Círculo de Gestores Deportivos de Madrid

CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS DE MADRID

Alejandro Blanco

Un gran hombre, con un gran equipo al servicio de los deportistas
Firma del Convenio entre el COE y la Asociación de Deportistas



Benito Pérez González
 beperez@ucjc.edu

Muchos de nosotros recibimos con frecuencia invitaciones para asistir a diferentes actos: conferencias, desayunos informativos, visitas técnicas, firmas o renovación de convenios. Solemos encontrar allí a colegas de profesión con los que teníamos que reunirnos o concertar nuevas citas, también a gente que sólo vemos en esos eventos, pero que siempre es agradable encontrar. A veces, simplemente recibimos una formación o información de nuestro interés, que no es poco; pero es verdad que muchas otras salimos con la sensación de que habríamos aprovechado mejor el tiempo haciendo otra cosa. Esta última circunstancia a veces nos deja las mejores enseñanzas, pues ver como otros yerran es una buena escuela para no errar nosotros. Por eso, siempre voy con interés a todos los sitios donde amablemente me han invitado.

Pero hay actos especiales que quedan marcados para el recuerdo, actos

donde escuchamos o sucede algo verdaderamente magnífico. Y eso fue lo que sucedió el pasado 30 de marzo en la Sede del Comité Olímpico Español. **Me siento afortunado por haber estado allí.**

Almudena Cid y Cayetano Martínez de Irujo fueron los encargados de presentar el acto presidido por los representantes de los dos firmantes del convenio, **Alejandro Blanco y Emilio Sánchez Vicario**. Comenzó Almudena Cid recordando que la **Oficina de Atención al Deportista del COE** (www.oad.es) cumplía cuatro años, y que eran más de mil cien los deportistas ya inscritos en la misma. Deportistas de todas las condiciones y de todas las modalidades.

Los deportistas toman la palabra

Los deportistas fueron los grandes protagonistas del acto. Cinco representantes de esos miles de inscritos en la Oficina tomaron la palabra:

Rafael Lozano, doble medallista olímpico en boxeo nos relató como el COE acudió en su ayuda en momentos de enorme dificultad y falta de perspectivas personales y profesionales. Lo había dado todo en el deporte y ahora necesitaba esa ayuda que encontró en **Ricardo Leiva**, director de Deporte del COE, que acudió a buscarle a su ciudad natal, Córdoba.

María José Mardomingo (“Ajo”), atleta de 60 y 100 vallas protagonizó el momento más emotivo con un relato lleno de vitalidad y de agradecimiento a la vida y a las personas que pasan por ella ayudando a los demás. Con 15 años perdió a sus padres en un accidente de tráfico, y ella y su hermana tuvieron que realizar una dura rehabilitación. A pesar de ello con solo 17 años consiguió ser campeona de España, y posteriormente olímpica. Una dura lesión la obligó a retirarse prematuramente. Mardomingo nos dio un ejemplo de como siempre hay motivos para levantarse una y otra vez, por duras que sean las circunstancias. El COE, una vez más, supo estar a su



lado en los momentos más difíciles. El deporte, en palabras de Mardomingo finalmente le había devuelto todo lo que en él puso, y “aunque no llegó a ser una Miriam Blasco podría haber acabado como Jesús Rollán”, y ella volvía a ser “Ajo”, la chica fuerte, luchadora y optimista que recibe con su gran sonrisa a todos los que vamos a la calle Arequipa.

Natalia Flores, jugadora internacional de fútbol sala nos recordó que el éxito del COE no se mide en medallas, sino que se mide día a día con la atención que reciben los deportistas que a él se acercan.

Luis Rubiales, presidente de la AFE definió a Alejandro Blanco con dos palabras: firmeza y cariño, y quiso acabar su alocución dándole un abrazo, que era simbólicamente el abrazo de todos los deportistas.

José Manuel Berdonce, el tigre de Tetuán, seleccionador nacional de boxeo también tuvo palabras de agradecimiento para Blanco.

Palabras de Sánchez Vicario y de Alejandro Blanco

El acto concluyó con la rúbrica del convenio y las palabras de los firmantes.

Emilio Sánchez Vicario consideró de gran necesidad que los deportistas puedan tener el reconocimiento de la sociedad y recordó la posibilidad de todos para inscribirse en la Asociación.

Por su parte, Alejandro Blanco recordó una vez más que los deportistas son los mejores embajadores que tiene nuestro país. “La Marca España Deporte es la más prestigiosa de todas las que tenemos, y los deportistas son lo mejor, en la victoria y en la derrota, cuando ganan medallas y cuando no lo hacen, cuando hay éxitos y cuando hay lágrimas”, concluyó.

La emoción recorrió toda la sala

El testimonio de los deportistas hizo que aflorasen en la sala muchas emociones. Hubo un momento en el que todos a mi

alrededor, yo incluido, no pudimos reprimir las lágrimas ante mensajes tan conmovedores como el de María José Mardomingo, la muestra de la verdadera medida de un gran hombre, Alejandro Blanco, con un gran proyecto y un gran equipo que gira alrededor de las necesidades de todos los deportistas, y que no sólo no olvida, sino que tiene como bandera que antes que deportistas son personas, a las que hay que devolver el generoso esfuerzo que hacen por nuestro país.

Asistí al acto acompañado por muchos de mis profesores. A la salida el comentario general entre nosotros era que nos sentíamos especialmente felices de poder colaborar en el programa de tutorización de más de 230 deportistas que realizan estudios universitarios en la UCJC. Los testimonios escuchados eran gasolina del mejor octanaje para seguir trabajando por ayudar en sus estudios a gente tan especial.

Seguro que todos los que allí estuvimos volvimos a conocer mil cien motivos, o más, para poder ganarnos una camiseta dedicada. ◀

Máster en Programas Deportivos

Gestión, Alto Rendimiento y Desarrollo Social (Máster Oficial de Investigación en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de la UCJC) de viaje por Europa para visitar Villas Olímpicas europeas



NOTICIA



I Máster en Programas Deportivos: Gestión, Alto Rendimiento y Desarrollo Social tiene programado dentro de su plan de

estudios un viaje cuyo objetivo es, entre otras actividades, la visita a villas olímpicas europeas. El viaje se ha realizado en semana santa. Los alumnos y el equipo directivo del máster han llegado en avión a Barcelona el 16 de abril. Allí han visitado el Museo Olímpico y del Deporte de Barcelona (Museu Olímpic i de l'esport), el CARD (Centro de Alto Rendimiento del Deporte) en San Cugat, donde comieron en el comedor de los deportistas y visitaron las instalaciones deportivas. También visitaron el INEF (Instituto de Educación Física) de Cataluña, en una visita guiada por sus responsables.

El 18 de abril partieron rumbo a Ginebra. Se instalaron en la bella localidad Francesa de la alta Saboya de Annecy que va a optar a ser sede de los JJOO de invierno de 2018.

Annecy es una ciudad situada en la orilla norte del Lago de Annecy, y ocupa una posición estratégica sobre los ejes transversales entre Italia, Gine-

bra y Francia. Su zona geográfica es un lugar de contacto entre una zona montañosa prealpina y otra zona de colinas medias.

Durante su estancia en Annecy, se desplazaron a Lausana, donde visitaron las instalaciones del COI, tanto su museo olímpico, como los archivos, en una vista guiada muy interesante, que se ha podido realizar gracias a los convenios que el Instituto de Ciencias del Deporte de la UCJC tiene con el COE.

Los demás días de estancia en Francia han visitado Albertville, sede olímpica de los juegos olímpicos de invierno de 1992 y Chamonix. La consagración de Chamonix como cita invernal se materializó en 1924, con la organización de los primeros Juegos Olímpicos de invierno. En ellos, además de las visitas, han aprovechado para realizar actividades *ad hoc* al entorno de los Alpes franceses: esquí de fondo, trekking y vías ferratas.

Las vías ferratas son itinerarios verticales equipados con diverso material: clavos, grapas, presas, pasamanos, cadenas, puentes colgantes y tirolinas que permiten el ascenso con seguri-

dad a zonas de difícil acceso personas no habituados a la escalada. La seguridad corre a cargo de un cable de acero instalado en toda la vía, arnés y mosquetones especiales de Vía Ferrata. La zona clásica de vías ferratas se encuentra en los Dolomitas, los Alpes Italianos, aunque también las encontramos en gran número en Francia, Suiza, Alemania y poco a poco en España.

El viaje ha supuesto una experiencia interesante, dado su contenido temático, tanto en las visitas como en los trabajos que debían realizar en relación a las actividades programadas.

Actualmente ya está abierto el plazo de matriculación para el curso 2011-12. Tú puedes ser uno de los estudiantes que realicen el viaje el año que viene. El Máster de Programas Deportivos, con su enfoque multidisciplinar te permitirá conocer lo último en investigación en Ciencias del Deporte de mano de los mejores profesores de universidades españolas y europeas.

Para más información contacta con:
email: maiglesias@ucjc.edu
teléfono: 918 153 131
UCJC (Universidad Camilo José Cela) ◀

Innovation is a beautiful thing



Oficinas Centrales:

Matrix España · Johnson Health Tech Ibérica. S.L.
Avenida de la Astronomía, 4 nave 9.2
28830 San Fernando de Henares · MADRID
Tel.: 914 885 525 · Fax: 914 885 422
info@jht.es · www.matrixfitness.es

Delegación Barcelona:

Carrer Orient, 78-84 Edificio Inbisa I
08172 Sant Cugat del Valles · Barcelona
info.barcelona@jht.es



La música amansa a las bestias, dice la sabiduría popular. Pero no a las humanas. Las fieras deportivas, acostumbradas a pelear en cualquier coliseo, al más alto nivel, se sirven de un buen reproductor y sus canciones favoritas para salir con el ánimo reforzado antes de cada cruce. Ésta es la banda sonora de los mejores.

El sonido de los campeones

Estadio Olímpico de Roma. 27 de mayo de 2009. Falta una hora y media para que el F.C. Barcelona consiga el triplete, antesala del hito de los seis títulos en una campaña. Enfrente, el Manchester United de Ferguson. 72.000 gargantas se dejan el alma en la final de la Champions League. Pero los Messi, Xavi o Puyol no escuchan nada de eso. Todavía les late en la cabeza una melodía: la banda sonora de la película *Gladiator*.

La idea de Pep Guardiola ya ha pasado a la historia de la Liga de Campeones: mezclar vídeo y música para hacer invencibles a sus jugadores. Pero no es una idea original. Tampoco utilizar la música como catalizador de la fuerza y el ánimo del deportista.

Es sin duda una imagen habitual. Los futbolistas de todos los equipos, grandes o pequeños, adinerados o

modestos, saltan del autobús de su club en dirección al estadio con una herramienta básica: un reproductor de música con los pertinentes auriculares colgados. Ni siquiera se lo quitan cuando reconocen el terreno de juego antes de salir a calentar. Alguno va más allá y se adueña de la "dirección musical" del vestuario en cuestión, para que el ritual sea colectivo y unitario. >



Un ritual que se repite en cada viaje del F.C. Barcelona. En el autobús, de camino al estadio, Guardiola selecciona la música que sus estrellas escuchan por los altavoces. Así se convirtió el grupo de rock británico *Coldplay* en el impulsor del Barça de los seis títulos. Su canción *Viva la Vida* sonaba a todas horas en la cabeza de los blugranas. Aunque rivalizó duramente con otra, *Human*, de los estadounidenses *The Killers*.

Pero no todas las composiciones tiene que ser rockeras, veloces y a todo volumen. Hay a quien le basta una balada con sentimiento para salir a comerse el césped. Y qué mejor ejemplo para lo uno y para lo otro que Carles Puyol, buque insignia en la defensa culé y española. "Me da mucha fuerza porque me recuerda a mi padre", dijo el zaguero al diario Sport. Se refiere al tema *Te esperaré*, del cantante barcelonés *Shuarma*, que Puyol escucha invariablemente antes de cada partido.

Sergio Ramos, tocadiscos de "La Roja"

Sin embargo es posible que en sus partidos con la Selección Española, Puyol lo tenga un poco más difícil. El culpable está identificado: Sergio Ramos. Su compañero en la línea defensiva es, sin

Nadal escucha Phantom of the Paradise antes de cada partido

discusión posible, el dueño y señor de todo lo que se escucha tanto en el autobús como en el vestuario de "La Roja". Y pobre del que le contradiga.

Todas las canciones sugeridas por sus compañeros deben pasar el "corte". Así se elaboró el famoso CD que la selección llevó por Austria y Suiza en la Eurocopa de 2008. España ganó su segundo título europeo con una mezcla de ritmos latinos, alternativos y "discotequeros", como los de *Hate that I love You*, de *David Bisbal* y *Rihanna*, *Rehab*, de *Amy Winehouse*, *La mano de Dios*, del *Potro Rodrigo* o *Ay Dios de Franco de Vitta*.

Aunque entre todas esas canciones destacaba una: *Se parece más a ti*, de los argentinos *Jambao*. Un grupo que Ramos importó directamente del vestuario del Villarreal: el defensa argentino Gonzalo fue quien descubrió *Jambao* a sus compañeros, y del banquillo amarillo pasó al de "La Roja" por mediación de Cazorla, Senna y Capdevila.

Dos años después de esa fecha, las costumbres no cambiaron. El momento más feliz del fútbol español fue celebrado con los acordes de *Club Foot*, de *Kasabian*, un grupo que Fernando Torres descubrió en Liverpool y que consiguió "colar" en el vestuario español. Tanto influyó *Kasabian* en el Mundial, que Andrés Iniesta les invitó, a través del diario *The Sun*, a dormir en su casa y a ver el Barça-Madrid en el Camp Nou.

Humor en el básquet

Otra selección, otra roja y otra "piña" de amigos, se sirvió de una canción para celebrar sus victorias. Se trata de la Selección Española de Baloncesto que ganó el Mundobasket de Japón 2006. Gracias a ello saltó a la fama un cantautor humorístico conocido del círculo de salas de conciertos: Ricky López.

Con frases como "Mi novia suspiraba por poderse operar lo que tira más que dos carretas" o "estoy pagando el busto con el que otro pasa gusto", su canción *El busto es mío* se convirtió en un auténtico himno para conseguir la medalla de oro en la final frente a Grecia. No hay mejor testimonio del magnífico ambiente que reina en el

vestuario de la mejor generación que el baloncesto ha conocido nunca. La imagen impagable de los Gasol, Reyes o Garbajosa, abrazados en el vestuario, entonando esa canción ha pasado a la historia.

También ha pasado a formar parte de la historia de Ricky López. "Un regalo de la vida", no se cansa de repetir en todas las entrevistas que ha concedido desde entonces. Aunque también hay sitio para el misterio: "Aluciné cuando reconocí mi canción", comentó entonces; "más aún porque todavía no estaba editada si quiera...".

Ricky López saltó a la fama gracias a la selección de baloncesto

Los "chicos de oro" del baloncesto asumieron como propia la canción. Sin embargo, no todos los vestuarios son tan receptivos. Sobre todo si eres del Atlético de Madrid y juegas con Kun Agüero. Desde que llegó al Vicente Calderón en 2006, el argentino no ha cejado en su empeño de inculcar la cumbia argentina, un estilo musical de origen caribeño. Bien lo saben sus compañeros, a los que regaló un disco de Los Leales, el grupo argentino que le dedicó la canción Kun Agüero. "Puse la cumbia durante un mes seguido, así que ya se saben las letras de memoria", dijo después de grabar la canción con el grupo.

Es el problema de los deportes colectivos. No existen esas discusiones en los circuitos de motociclismo, donde muchos pilotos intentan evadirse con música del ruido de los motores. Y menos mal que se calzan los auriculares, vistas las extrañas mezclas que albergan los reproductores de más de una figura.

Rock, bachata o musical

El vigente campeón del Mundo de MotoGP, Jorge Lorenzo, se sube a su moto sin el casco protector pero con los cascos del reproductor. Hasta el último momento no se los quita. Y en ellos suenan temas tan adecuados para ese momento de tensión como los de *Nirvana* o los *Red Hot Chili Peppers*. Pero también algo menos "ortodoxo": "Os vais a reír", admitía en TVE, "pero también escucho la bachata del grupo *Aventura*".

Para gustos los colores, y por eso uno de sus máximos rivales en la pista, el nonacampeón Valentino Rossi, elige un estilo más tradicional. "El Doctor" tiene un rincón en su "boxes" que dedica exclusivamente a escuchar a su cantante favorito, el italiano *Vasco Rossi*.

En tenis, el individualismo provoca algo similar. El número 1 del mundo, Rafa Nadal, se encierra en su

La música protagonizó las seis copas del Barça, el Mundial y la Eurocopa

vestuario, estira, calienta y visualiza su juego... también con los auriculares ajustados. Y en su Ipod sobre todo selecciona música española, desde *La Oreja de Van Gogh* hasta *Alejandro Sanz* o *Julio Iglesias*. Eso sí, Nadal guarda el gran secreto de su raqueta en su reproductor. Hace un año confesaba en la revista *Styles*: "Antes de todos mis partidos tengo un rito: escuchar un trozo de *Phantom of the Paradise*", una comedia musical de Brian de Palma estrenada en 1974. Curiosamente, el mejor tenista que ha dado nuestro país nació doce años después de que se estrenara dicha comedia.

Es un ejemplo más de la música de los campeones. A lo mejor tenemos que tomar buena nota y empezar a buscar algunos de estos temas. Quizá ahí radique el verdadero secreto del éxito de la mejor generación de deportistas españoles. Pero no se fíen, seguro que no es tan fácil. ◀

Aquí colgará su camiseta el ganador del Madrid Open 2011 ...si quiere

Porque éste es el vestuario de jugadores de La Caja Mágica

Taquillas, Bancos, Cabinas, Saunas

1.400 taquillas, 132 metros de bancos de vestuario, 500 cabinas y 150 metros lineales de encimeras, fabricados según el diseño y las especificaciones del arquitecto Dominique Perrault.



antal tech
QUALITY CONCEPT
www.antaltech.es



Emilio Cea

Presidente de Mutualidad General Deportiva

“SIEMPRE QUE UN AYUNTAMIENTO SOLICITA
NUESTRA COLABORACIÓN PONEMOS EN
FUNCIONAMIENTO UNA SERIE DE OFERTAS QUE, SIN
RECORTAR PRESTACIONES, OFREZCAN LAS GARANTÍAS
NECESARIAS A UNOS PRECIOS MUY ASEQUIBLES”

Con 50 años de trayectoria, la Mutualidad General Deportiva se constituyó como Entidad de Prevención Social sin ánimo de lucro. Actualmente suma cerca de 1.500.000 de mutualistas en España entre deportistas federados, deportistas en edad escolar, o del mundo del deporte de ocio o recreación, sin olvidar, por supuesto, el importante papel de otras áreas deportivas como son por ejemplo los polideportivos y los patronatos municipales.

¿Cuál es el objetivo de una entidad como la Mutualidad General Deportiva?

La Mutualidad General Deportiva se fundó con una filosofía muy clara: es una Entidad de Prevención Social sin ánimo de lucro creada en beneficio de todos los deportistas españoles, con el objetivo de proporcionarles una atención sanitaria de calidad, independientemente de su situación económica o del nivel de riesgo que conlleve el deporte que practiquen. Nuestra finalidad es que puedan recibir tratamiento médico por parte de los mejores especialistas en traumatología, fisioterapia y rehabilitación deportiva.

De hecho, el Consejo Superior de Deportes es socio protector de la Mutualidad desde su apertura en 1960, y siempre ha estado representado en los distintos Órganos de Gobierno de la entidad.

¿El hecho de que se trate de una mutualidad beneficia más al deportista?

Sin duda. Hay que tener en cuenta que los mutualistas son socios de la Mutualidad, no accionistas. Al ser un fondo mutual, los beneficios no se reparten, sino que se reinvierten en una mejora de las prestaciones para garantizar una cada vez mejor asistencia de calidad. Además, al ser una Entidad de Prevención Social sin ánimo de lucro, podemos disponer de un excepcional grupo de asesores médicos para casos en que, por gravedad o complicación, se requiera, ya que el beneficio que obtenemos se reinvierte, insisto, para ofrecer el mejor servicio a nuestros mutualistas.

¿Qué prestaciones cubren?

Fundamentalmente las coberturas exigidas como mínimas en el Real Decreto 849/1993 de 23 de junio. Aunque, ciertamente, estas prestaciones, que se consideraron mínimas para la cobertura de un seguro deportivo, ya las ofrecía la Mutualidad General Deportiva desde el año de su fundación. A partir de ahí hemos ido introduciendo una serie de mejoras, y la verdad es que siempre vamos por delante en prestaciones.

Aunque depende de cada deporte, actualmente contamos con varios tipos de asistencia ilimitada: médico-quirúrgica-sanatorial; farmacéutica en régimen hospitalario; rehabilitación; asistencia en régimen hospitalario concertado (gastos de prótesis y material de osteosíntesis) e incluimos pruebas como la resonancia magnética nuclear. Ofrecemos compensaciones económicas, como por ejemplo en caso de tetraplejia o auxilio al fallecimiento, como consecuencia directa del accidente deportivo. También se contempla en el caso de que la práctica deportiva no sea la causa directa del accidente. Nuestra póliza también incluye gastos como los originados por tratamientos ortésicos, los de tipo odonto-estomatológico o los que se producen por traslado o evacuación del lesionado desde el lugar del accidente hasta su hospitalización en el centro concertado más próximo (dentro del territorio nacional), que sería de carácter ilimitado.

¿Cuántos centros médicos tiene la M.G.D.?

Contamos con más de 1.000 centros concertados en toda España. Además,

en abril de este año la Mutualidad General Deportiva ha inaugurado su primer Centro Médico propio de Traumatología. Situado en pleno centro de Madrid, está enfocado tanto a realizar reconocimientos médico-deportivos como a ofrecer una primera asistencia al lesionado y el seguimiento de su incidencia. Estamos muy satisfechos con la acogida que está teniendo, sobre todo de cara a los reconocimientos médicos. Ya son muchas las federaciones que lo han elegido por la calidad de sus profesionales y su equipamiento.

¿Por qué afiliarse a Mutualidad General Deportiva?

Cada día por más razones. Dada la especialización que se precisa y el elevado coste que implica, es necesaria la existencia de una aseguradora especializada como la Mutualidad, ya que este régimen de seguro con las mismas prestaciones no sería posible en otras compañías a un precio razonable. Más allá de los servicios asistenciales que ofrecemos y de las coberturas de nuestra póliza -la razón fundamental-, también merece la pena afiliarse a nuestra entidad porque seguimos trabajando para aportar cada vez mayores beneficios a nuestros mutualistas.

¿Tienen algún plan específico para Ayuntamientos?

Naturalmente. El deporte federado y el deporte escolar son unos sectores fundamentales para la Mutualidad General Deportiva y forman parte de nuestro eje central; pero somos conscientes de que existen otras áreas que sin tener como objetivo principal la competición de alto nivel, juegan un papel muy importante dentro de nuestra sociedad >

> actual. Los polideportivos y patronatos municipales de deportes albergan una actividad muy intensa que va desde escuelas de formación deportiva hasta ligas municipales, donde se pone de manifiesto la gran labor que se lleva a cabo desde estas entidades.

La Mutualidad General Deportiva no ha querido en ningún momento quedarse fuera de estos proyectos, por lo que siempre que un Ayuntamiento solicita nuestra colaboración ponemos en funcionamiento una serie de ofertas que, sin recortar prestaciones, ofrezcan las garantías necesarias a unos precios muy asequibles para el deportista.

¿Existe algún programa especial para Ayuntamientos en época estival?

El deporte que se promociona desde los ayuntamientos tiene su complejidad, o mejor dicho, su propia personalidad. Una de las cualidades que debe conjugar es el factor tiempo, haciendo coincidir calendarios y horarios, y procurando ofrecer a los interesados una forma saludable con la que ocupar el tiempo libre de que dispongan. Por eso, cuando llega la época estival suelen ofrecer una mayor oferta de actividades, dirigida fundamentalmente a todos aquellos jóvenes que, una vez finalizado el periodo escolar, disponen de tiempo suficiente como para comenzar cursos de iniciación deportiva que pueden afrontar sin límite de dedicación.

Más aún: la época estival coincide con las fiestas patronales de muchos Ayuntamientos en los que, además de los actos socioculturales, se ofertan una serie de acciones lúdicas entre las cuales suelen intercalarse actos deportivos.

Contamos además con una revista on-line especializada en medicina deportiva, Prevenir <http://prevenir.fundacionmgd.org> cuyo fin es la divulgación de trabajos y estudios de investigación en el tratamiento de lesiones y enfermedades deportivas, y sobre cómo prevenirlas.

El deporte federado y el deporte escolar son unos sectores fundamentales para la Mutualidad Deportiva

La Mutualidad General Deportiva, desde hace tiempo, se ha hecho eco de estas necesidades, y con anterioridad al comienzo de cada temporada estival, ofrece a todos los Ayuntamientos la posibilidad de promocionar todo este tipo de actividades deportivas acompañadas de un seguro que garantice la atención sanitaria que precise el asegurado frente a los riesgos de accidente. Por esta razón ofertamos seguros especiales de verano para cobertura de torneos locales, marchas cicloturistas, cursillos de iniciación deportiva, campamentos deportivos, etc. estableciendo una muy buena relación entre garantías y precio.

¿Contribuyen de alguna forma a la formación de sus facultativos?

En ese sentido realizamos varias acciones. Entre ellas, y con periodicidad bianual, organizamos Congresos de Traumatología, Rehabilitación y Medicina aplicada al Deporte, donde reunimos a los mejores especialistas de cada rama y de cuyos resultados se benefician tanto los mutualistas como todo tipo de profesionales médicos relacionados con esta especialidad. De hecho, del 26 al 28 de mayo próximos tendrá lugar en Valencia el VIII Congreso de la Mutualidad General Deportiva: Innovaciones Técnicas en Traumatología y Fisioterapia Deportivas, donde se tratarán temas de máxima actualidad: cardiopatías, células madre, rodilla, hombro, tobillo, pie, talleres de fisioterapia...

De cara a las entidades que trabajan con nosotros, también hemos creado los Premios Estímulo Mutualidad General Deportiva, que conceden un incentivo económico tanto a federaciones y entidades (Ayuntamientos, Comunidades Autónomas...) como a deportistas que han contribuido de alguna forma a la prevención del accidente deportivo, sin olvidarnos tampoco de los facultativos que trabajan en la investigación de tratamientos y nuevas técnicas de traumatología y rehabilitación deportiva.

¿La prevención de accidentes deportivos es una prioridad?

Sin duda. Por ello organizamos las actividades ya mencionadas. Aún así, la práctica continuada de deporte puede ocasionar lesiones que ya empiezan a ser conocidas como enfermedades deportivas. Ante este hecho, la Mutualidad se ha involucrado todo lo posible para dar el tratamiento más adecuado que permita continuar con la vida deportiva del lesionado. Por otra parte, nuestra prioridad se centra también en la atención a nuestros mutualistas, por lo que mejoramos constantemente nuestras prestaciones y nuestra Oficina Virtual. A través de nuestra web, www.mgd.es conseguimos agilizar enormemente todos los trámites necesarios para que el mutualista reciba la mejor atención médica. ◀



INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN
MOTOR DE NUESTROS PRODUCTOS



 **MONDO**



PROVEEDOR OFICIAL DE PAVIMENTO Y EQUIPAMIENTO DEPORTIVO
DURANTE LAS ÚLTIMAS 9 EDICIONES DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS

Mondo Ibérica S.A.
Pol. Malpica, c/E Parcela 13B 50016 Zaragoza
Tel. 976 574 303 · Fax 976 574 371 · info@mondoiberica.es



Ferrovial Servicios y su marca Inacua inician su andadura en Alcorcón



El pasado día 1 de mayo se abrieron las puertas de los dos nuevos Centros Deportivos en la ciudad de Alcorcón: **Inacua “Los Cantos” e Inacua “La Canaleja”**.

Estos nuevos Centros Deportivos han nacido de la colaboración de la

iniciativa del Ayuntamiento de Alcorcón y la gestión de Ferrovial Servicios como empresa especializada en la práctica deportiva, la salud y la belleza.

INACUA La Canaleja está ubicado en la Avenida de los Castillos s/n, cuenta con una sala de fitness de más de 800 m², sala de ciclo indoor, tres

amplias salas para la realización de clases colectivas, piscina de 25 x 12,5 y vaso de enseñanza, piscina exterior con más de 20.000 m² de pradera y pistas de voley playa, balneario urbano y zonas termales de última generación.

INACUA Los Cantos está ubicado en pleno centro de Alcorcón, en la



El Director del Centro, Francisco Liebana



Nacho Zambrana del Círculo de Gestores, con Gabriel Saez de Irigoyen, Presidente de Ingesport



Avenida Los Cantos s/n. Contará con una sala de fitness de más de 700 m², sala de ciclo indoor, dos amplias salas para la realización de clases colectivas, piscina de 25 x 12,5 y vaso de enseñanza y una amplísima zona termal y balnearios de última generación, seguramente una de las más completas de la Comunidad de Madrid.

Ambas instalaciones contarán con un amplio abanico de servicios complementarios como centros estéticos, aparcamiento, tratamientos funcionales, gabinete de nutrición y servicios de restauración. El equipamiento será de alta gama para dar un servicio acorde a los centros INACUA.

Los futuros usuarios de estas

instalaciones podrán disfrutar de la totalidad de las mismas por unas tarifas comprendidas entre los 22,50€ y los 46,50€ como máximo, dependiendo de la modalidad de pago que se elija con acceso durante toda la franja horaria de apertura. También existirán cuotas reducidas para accesos en determinadas franjas horarias. >



Salvador Urquia, Director de Ferroseser, con los Directivos de Matrix Santiago Aparacio y Ernesto Aspe



Javier de la Vieja, Nacho Zambrana y Rafael Gutiérrez del Círculo de Gestores con Javier Callejo, Director de Deporcam

> Inacua ofrece el beneficio de disfrutar de ambos centros deportivos pagando una única cuota y su oferta deportiva está enfocada para toda la familia, desde los más jóvenes, hasta nuestros mayores. Este es uno de los puntos fuertes de esta nueva iniciativa, que los ciudadanos de Alcorcón podrán disfrutar de dos Centros Deportivos, pudiendo elegir donde ir,

puesto que pagando una única cuota podrá disfrutar de ambos centros indistintamente.

Con esta nueva iniciativa se ha apostado por un deporte de calidad y la búsqueda de la satisfacción máxima por parte del cliente. Además, la apertura de estos centros creará en torno a 80 nuevos puestos de trabajo.

Para solicitar **más información** se puede llamar al 91 610 24 40 o en la página web www.inacua.com

Con esta propuesta deportiva Inacua junto con el Ayuntamiento de Alcorcón, quiere mejorar la calidad deportiva del Municipio y ofrecer a la localidad un nuevo modelo de gestión. ◀



Apostamos por la cultura del agua.

- Ampliamos y mejoramos los servicios deportivos que ya disfrutas.
- Hemos puesto en marcha nuevos servicios municipales en los polideportivos de Los Cantos y La Canaleja.
- Nuevos espacios para la práctica del fitness. Piscinas climatizadas, piscinas de verano, zonas termales y SPA.
- Para ciudadanos de todas las edades. Todos los días y a todas las horas en instalaciones de última generación.



Ayuntamiento de Alcorcón

Salud, deporte y bienestar para todos

De gestor a empresario

UN NUEVO RETO PARA LOS DIRIGENTES DEPORTIVOS



F. Xavier Lasunción
fxl.sportsquality@gmail.com

No descubrimos nada nuevo si decimos que los puestos de trabajo son debidos a la existencia de emprendedores que se hacen empresarios al montar empresas y, por tanto, empleadores. Cuanto más empresarios más tejido empresarial y más desarrollo en una sociedad. Por el contrario, cuanto menos emprendedores, menos empleadores, menos opciones de trabajo, menos desarrollo y menos riqueza global de esa sociedad. Entonces, cabe preguntarse ¿de qué sirve tener muchos licenciados con alto nivel intelectual si no tienen quien les contrate porque no hay empresarios y empresas que los contraten?

Es evidente, necesitamos generadores de nuevos negocios que añadan valor a la sociedad en la que operan y faciliten el desarrollo del Capital Intelectual que aportan los licenciados, los técnicos y los expertos en general.

Por suerte, en los últimos años, ha aumentado la conciencia de la necesidad de formar emprendedores y se han implantado iniciativas para captar, formar y tratar de generar emprendedores entre la gente joven. Iniciativas que surgieron tras comprobar que de las famosas Escuelas de Negocio salen BAM -Masters on Business Administration- y semejantes; ejecutivos de alto rango, gerentes y dirigentes expectantes de ser contratados en grandes empresas, pero no emprendedores dispuestos a montar empresas. Como muy bien reza el título con el que salen estos intelectuales, son maestros en Administración de Empresas (marketing, etc.), no empresarios.

La dirección de tales Escuelas de Negocio, pronto aprendió la lección y, paralelamente a los cursos reglados para futuros master, empezaron a organizar cursos específicos de alta dirección para empresarios, o sea, no para hacer empresarios sino para ayudarles en su formación; quizá por eso de que "el emprendedor nace el gestor se hace". De cualquier forma, nadie se hace emprendedor sin sensibilidad por lo que está ocurriendo en su entorno y con puntos de vista distintos a los comunes a la vez que con inquietudes por hacer algo para cambiar la situación en la que se encuentra.

El emprendedor en el mundo de los negocios, no necesariamente es intelectual ni creativo, es innovador; pone en marcha lo que sea necesario para implantar un proyecto en el que ve oportunidades de negocio; es igual si la idea es original o una mera copia, no importa. Es una persona que se vale de los intelectuales y de los creativos y el que les da trabajo, pues necesita de gestores idóneos, normalmente, intelectuales y de creativos a partir de la misión y visión marcadas en la génesis de cada proyecto.

Bien podríamos concluir en algo que es obvio y bien conocido, pero que conviene recordar; una persona no es más emprendedora ni más creativa por ser un intelectual, aunque estas tres cualidades ni están reñidas entre sí ni son incompatibles. Todos tenemos algo de cada una de ellas y el reto está en sacarles el máximo provecho. De cualquier forma, los tres tipos de personas necesitan del conocimiento profundo de las realidades aunque posteriormente sigan procesos mentales distintos en función de sus propias aptitudes, actitudes, intereses y circunstancias.



Llegados a este punto, me pregunto yo si ¿no estarán los gestores deportivos en perfectas condiciones de llegar a ser emprendedores puesto que su trabajo les obliga a ser profundos conocedores de su ámbito profesional y creativos para mejorar la gestión? ¿Qué les impide tratar de pasar de gerentes a emprendedores y de ser empleados a ser empleadores?

El descubrir nuevos horizontes y proponer nuevas teorías “no viene de la nada sino de la búsqueda”, del estudio fruto de la inquietud intelectual y la pasión por conocer. ¿Y no es ésto algo propio de los intelectuales de la dirección deportiva? Lo malo es que, en no pocas ocasiones, almacenamos los conocimientos para el mero goce intelectual personal y no se transfieren a la sociedad con propuestas de mejora. Y mucho menos se asume el reto de implantarlas aceptando el precio y esfuerzo que ello pueda requerir.

Vale aquí citar un ejemplo de directores deportivos convertidos en empresarios en distintas poblaciones españolas. Es el caso de las empresas organizadoras de Torneos privados de Fútbol Sala, Fútbol 7 y Baloncesto. Comenzaron por la iniciativa de organizar torneos internos para los socios o abonados de las instalaciones de la entidad en la que trabajaban y pasaron a montar empresas organizadoras de torneos para grupos de amigos de distinta procedencia, alquilando las instalaciones en las que trabajaban y otras varias.

Son muchos los casos en los que, técnicos, gestores y dirigentes deportivos han superado el umbral del empleado y ha asumido el papel adicional de emprendedores, pero no tantos los que se han hecho empresarios, Es evidente que aún hay espacio para nuevas iniciativas pues, el mercado del deporte y la recreación es enorme y crecientes proporcionalmente al desarrollo de nuestra sociedad las necesidades e intereses vinculados a la salud –entendida ésta en su sentido más amplio y tanto en su vertiente preventiva como profiláctica–.

Viene a mi memoria el caso de una empresa que gestiona 25 grandes instalaciones deportivas municipales y que recientemente celebró su 25 aniversario. Tiene actualmente unos 800 empleados y comenzó por la iniciativa de un grupo reducido de técnicos en natación que trabajaban en distintas instalaciones. Recuerdo que me vinie-

ron a ver y a pedir mi parecer sobre su iniciativa. Me dieron una lección. Montaron inicialmente una sociedad cooperativa y empezaron a ofrecer sus servicios a instalaciones municipales; pronto les ofrecieron al gestión técnica de las mismas y un poco más tarde se ofrecieron ellos para asumir la gestión global de las mismas. Ahora tienen acuerdos con distintos ayuntamientos de varias provincias y a los que asesoran en temas deportivos.

Quiero recordar, también, la iniciativa y consiguiente empresa y negocio que montó un colega que trabajaba en la dirección de un gran pabellón deportivo en el que se albergaban eventos diversos de gran formato. Se dio cuenta de la necesidad de prestar un servicio de guardarrópia adaptado a las características de cada acto, pues, la instalación no tenía un espacio específico. Tras resolver creativamente el problema, pensó en que esa solución les vendría bien a al resto de grandes instalaciones. Conclusión, montó una empresa y se dedicó a trabajar en ella., Por cierto, al poco de su implantación, incrementó su línea de producto con el servicio de adaptación coyuntural de los vestuarios en “camerinos” para los artistas que actúan en los eventos.

En todos estos ejemplos hay una cosa en común que me gustaría recalcar; el hecho de que los implicados han querido y sabido superar el umbral de la gestión y la administración de bienes ajenos para ser **“propietarios de ideas, de nuevos productos y empresas”** y responsables de sus proyectos personales.

Ya sabemos que en la realidad, no todo es tan sencillo como teóricamente parece y que el desarrollo de cada rol profesional exige un perfil de persona distinto con características muy particulares. Quizá por ello el dicho popular de que “cada uno es cada uno y tiene sus cadaunadas”. No obstante, también es cierto eso de que “la necesidad aguza el ingenio” y que, en función de las decisiones se toman y la ilusión que pone en hacerlas realidad, uno descubre capacidades ocultas y progresa por caminos nunca pensados,

Para visualizar qué cambios de mentalidad se requieren de cara a pasar de empleado a empresario, siguen algunas notas características de cada rol.

La mentalidad de empleado se carac-

teriza, entre otros y en distinta medida, por los siguientes rasgos:

- Intelectual, estudioso (experto, coach, conferenciante, articulista, brillante ante colegas, clientes, etc.) puede o no ser creativo y/o emprendedor.
- Administrador de bienes ajenos. No arriesga sus bienes.
- Dependiente del sueldo.
- Cumple las exigencias de su contrato aportando sus disposiciones personales.
- Seguidor de normas preestablecidas.
- Facilidad de acomodo a la situación.

El emprendedor en el mundo de los negocios, no necesariamente es intelectual ni creativo: es innovador

Y la mentalidad de empresario se caracteriza por los siguientes rasgos:

- Inquieto, inconformista. No necesariamente intelectual.
- Visionario, Innovador Práctico.
- Ilusión por implantar lo que sueña.
- Promotor. Impulsor. Líder y propietario de su proyecto.
- Empleador. Dispuesto a implicar a otros.
- Invierte los recursos personales. Se implica totalmente.
- Asume riesgos. “se la juega” “todos los huevos en la misma cesta.”
- Depende de los beneficios.

En resumidas cuentas que, la función directiva de los gestores deportivos, al exigir la pro actividad para enriquecer el proyecto en el que está implicado, necesariamente lleva a tener ideas creativas e iniciativas de mejora a implantar. Es, a partir de ahí, cuando, en función de las circunstancias –personales, del entorno y del valor comercial que potencialmente tenga la idea– el gestor en cuestión debe valorar si es o no oportuno dar el salto y pasar a ser empresario. ◀

No sin la AFE

Francisco Javier Martín
Redactor Jefe Deporcam

Se avecinan tiempos de cambio. Los 42 equipos de la Liga de Fútbol Profesional (LFP) y el Estado acercan posturas para lavarle la cara al deporte rey en España. Los primeros ansían una profunda reforma de la competición con la que lograr mayores beneficios. Con sus propuestas, afirman, ingresarían 200 millones de euros más por temporada. Por su parte, el Gobierno aspira a pactar cambios sensatos que otorguen nuevas formas de financiación, sin que se generen más privilegios para estos clubes o la merma de los derechos de los telespectadores.

El actual modelo, basado en contratos de televisión no colectivos y la llamada 'ley del interés general', se antoja obs-

oleto si se compara con el de los países de nuestro entorno. Competiciones como la *Premier League* o el *Calcio* italiano se vertebran, desde hace años, a partir modelos de explotación de marcada expansión internacionales en los que priman el 'pay per view', el aprovechamiento del juego on-line o los horarios a la carta para satisfacer la demanda del jugoso mercado asiático.

Siendo justo el fondo de estas reclamaciones, lo cierto es que en ellas nada se habla del eslabón más débil de la cadena: el futbolista. Casos como el del Rayo Vallecano y los impagos a sus jugadores (se les adeuda medio salario de la 2009-2010 y la mayor parte del sueldo de la 2010-2011) empiezan a convertirse en paisaje habitual de nuestro fútbol.

Hace ya tres años, a propósito del caso del Levante, un servidor denunciaba en esta misma columna cómo los clubes debían, allá por 2007, casi 4'5 millones de euros a sus trabajadores como parte de la deuda reconocida por la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE). En la actualidad, esas cifras se han disparado. Aunque la AFE y su nueva directiva no aportan datos oficiales al respecto, se estima que, a día de hoy, cada club debería aportar 10 millones de euros como fondo de garantía salarial para evitar desmanes como el de los vallecanos. Saquen la calculadora y hagan números. La cantidad global escandaliza.

En la mayoría de los casos, las víctimas que sufren estos sistemáticos incumplimientos de contrato no son jugadores de alto caché, sino jornaleros del balón, lo que agrava más el panorama de una profesión no siempre glamurosa y mediática. Hablamos de jugadores de Segunda y Segunda B (también hay casos en Primera) que, como cualquier españolito de a pie, ve como una buena parte de

su salario se marcha rumbo al pago de hipoteca, el colegio de los niños o los gastos de la casa, sin que el monto restante deje paso a amplios beneficios.

De nada vale lograr más ingresos si éstos se destinan a nuevos desmanes y no a cubrir los derechos básicos de los empleados

Afortunadamente para estos futbolistas humildes, los grandes cracks del balón se han unido a su causa. Casillas y Villa ya son miembros de la directiva de la AFE en un movimiento que pretende dotar al organismo de mayor peso mediático en futuras negociaciones. No es suficiente. Si el fútbol español aspira a reinventarse, deberá demandar, no sólo cambios estructurales en los derechos de explotación del espectáculo, sino mejores y más eficaces formas del reparto de esos beneficios entre sus principales actores.

Para ello, la presencia de los jugadores y la AFE en próximas reuniones entre LFP y Gobierno se antoja como primordial. De nada vale lograr más ingresos si éstos se destinan a nuevos desmanes y no a cubrir los derechos básicos de los empleados que otorgan verdadero sentido a este deporte. De conseguirlo, se frenaría el lacerante desequilibrio que convierte a la liga española en la mejor y más injusta competición del mundo. ◀





Leganés

con el Deporte



MOYPE SIGUE AVANZANDO EN LA EXCELENCIA

M **MOYPE SPORT** dentro de sus alianzas estratégicas y siguiendo fielmente las pautas de calidad, pilar indiscutible de nuestra empresa, ha firmado un acuerdo de distribución con la multinacional de pavimentos deportivos Tarkett SPORTS. Con ello Moype pretende situarse como empresa líder en el sector de pavimentos deportivos al contar con una amplia gama de productos vinílico, linóleoum, sistemas combinados, pavimentos de madera, sistema desmontable y sistema de protección. Todos los productos gozan de certificado CEE y en particular los productos de alta gama gozan de certificados FIBA.IHF, FFBB, WVBF

Los principales pilares de los productos **Tarkett Sport** los podemos resumir en:

- > Compromiso con el medio ambiente *ISO 9001, ISO 14001, ISO 18000*
- > Garantía de 10 años sobre los pavimentos deportivos
- > Cumplimiento de la normativa Europea *EN 14904*
- > Certificados CEE, Certificados FIBA, Certificados Federación Internacional de Handball
- > Certificados de la Federación Internacional de voleibol

Todos los pavimentos vinílicos no precisan de decapado ni encerado gracias al tratamiento TOP CLEAN DE TARKETT simplificando el mantenimiento.

Tratamiento SANITIZED acción antimicrobiana y fungicida de por vida. Gran estabilidad dimensional que nos permite la instalación GREENLAY sin adhesivo.

Los pavimentos vinílicos son: Omnisport Compact 2mm, Omnisport Spedd 3.45 mm, Omnisport training 5 mm, Omnisport reference 6.5 mm, Omnisport excell 8,3 mm.

Los pavimentos de Linoleum LINOSPORT son fabricados con materiales renovables como el aceite de lino, resina, yute madera y harina de corcho destacando de este producto resistencia a las ralladuras, antiestático y bacterostático aislante acústico y confortable dentro de ellos podemos destacar: Linosport XF de 3,2 mm y Linosport Clasicc de 4 mm.

SISTEMAS COMBINADOS LUMAFLEX: Se trata de un sistema combinado de subcapa aérea elástica más foam formada por tableros de abedul contrachapados pudiendo dar dos terminaciones o bien con los pavimentos vinílicos Omnisport o con los pavimentos de linóleoum LINOSPORT.

PAVIMENTOS DEPORTIVOS DE MADERA: Certificados FIBA garantía 10 años. Cumplimiento de la norma *En 14904* Sello CEE. Tratamiento PROTECO barnizado en fabrica y demostrado el más resistente del mercado dentro de ellos podemos destacar:

MULTIFLEX M: Sistema deportivo de área elástica que combina un suelo de madera multicapa de 14 mm con una subcapa formada por tableros continuos contrachapado de abedul de 9 mm sobre foam de 15 mm y film de polietileno. Capa de uso 3,6 se puede lijar y barnizar hasta 5 años. Instalación ultraloc sin adhesivo.

REFLEX M: Sistema deportivo de área elástica que combina un suelo de madera multicapa de 22 mm sobre un rastrel semiesférico

patentado contrachapado de abedul de 22 mm sobre foam de 12 mm y film de polietileno Capa de uso 3,6 se puede lijar y barnizar hasta 5 años.

PROFLEX M: Sistema deportivo de área elástica que combina un suelo de madera multicapa de 22 mm, sobre un sistema de doble rastrel contrachapado de abedul de 22 sobre foam de 12 mm y film de polietileno. Excelentes características de juego. Taco elástico de 10 mm en cada intersección del rastrel que controla la deformación vertical para proporcionar un nivel óptimo de juego Capa de uso de 3.6 mm se puede lijar y barnizar hasta 5 veces.

SPORTABLE: Sistema desmontable deportivo de área elástica desmontable con sistema de interconexión de aluminio dimensionalmente estable entre paneles de madera de 14 mm sobre subcapa de contrachapado de madera de 12 mm y foam de 18 mm integrado en el panel. Fácil de instalar 600 m² en dos horas. Paneles ligeros de 28 kg, terminación perimetral en forma de cuña.

SISTEMAS DE PROTECCIÓN: Podemos destacar las LOSETAS de protección extremadamente resistentes. Medidas de la loseta 2 x 1. Espesor total 5.2 mm.

TOUCHDOWN: Sistema de protección de vinilo compacto sobre soporte de fibra de vidrio en rollo de 2 m de ancho. Espesor total 1.3 mm.

La gran variedad de suelos deportivos técnicos **Tarkett** nos permite dar la mejor solución a cada necesidad deportiva. ◀

Para más información dirigirse a **MOYPE SPORT: 91 541 89 46 ó www.moype.com**



LEXCO

Healthy Life Leader

Aerobics
Weight Machine
Free Weight



DELEGACIONES:

Diamante 42 - 28224 Pozuelo de Alarcón - MADRID
Blanes 2, esc B, 1ª, 1ª - 08850 Gavá - BARCELONA
Conocedores 16 - 11402 Jerez de la Frontera - CÁDIZ
Juan Carlió 14 - 35004 Las Palmas de G.C. - ISLAS CANARIAS
Carretera de Madrid 150 - 36318 VIGO - PONTEVEDRA
Tel: +0034 986 48 11 00 - Fax: +0034 986 48 11 01 - info@lexco.es

MANTEN S.L.(Distribuidor para España y Portugal)
www.manten.es

www.lexco.es

LIFE FITNESS MUESTRA SU FABRICA EN CHICAGO



Life Fitness, líder mundial en equipamiento fitness, organizo hace días un viaje con una serie de gestores y directivos españoles del mundo del fitness y de los equipamientos deportivos, a su fábrica en Franklin Park, de Chicago.

El viaje, coordinado en colaboración con la compañía **WayFit S.L.** (empresa de gestión, asesoramiento y realización de proyectos y obras de centros deportivos, de ocio y salud), sirvió para enseñar a los empresarios y directivos acompañantes todo el proceso de elaboración de los productos de la marca desde la propia fábrica y en tiempo real de trabajo, donde se pudieron revisar, las cadenas de montaje, los estudios de diseño, las investigaciones en las nuevas tecnologías -todas ellas realizadas por ingenieros y expertos de reconocido prestigio internacional-, los tests y controles que se realizan para conseguir un producto de máxima excelencia.

Si la visita a la fábrica fue una experiencia que asombró a la mayoría de los directivos, por su escrupulosa

profesionalidad y su altísimo nivel de eficacia y eficiencia, no menos interesantes fueron los encuentros de opinión y debate que se programaron en mesas redondas sobre el futuro inmediato de la Gestión del Deporte y las tendencias más innovadoras del fitness.

También se visitaron dos instalaciones deportivas de Chicago como el **Vaughn Athletic Center** y el **East Bank Club**, donde se pudo comprobar el alto nivel de atención al cliente que se manifiesta en cada uno de sus programas y servicios.

Pero si debemos destacar algo que sobrepasó por encima en todo el Tour fue la amabilidad y exquisito trato, que en todo momento, demostraron los técnicos y directivos de **Life Fitness**. La calidad humana del equipo de trabajo que ha reunido la compañía es excelente y desprende en cada momento algo así como un aroma.

Destacando a todos, sería muy difícil distinguir a uno sobre otro. Acaso, como singularizó **Alex Casañ López**, Director General de España y Portugal, la discreta actuación de **Anna Arch**, verdadera artífice del éxito del viaje. ◀

CARDIO PREPARADO PARA EL PRESENTE Y EL FUTURO



CINTA DE CORRER



ELÍPTICA



SUMMIT TRAINER



BICICLETA VERTICAL
LIFECYCLE



BICICLETA RECLINADA
LIFECYCLE



ESCALADORA

¡La nueva generación de equipamiento cardiovascular más conocido en instalaciones deportivas ya está aquí!

Integrity Series se basa en la reconocida y querida Classic Series, nuestra línea de cardio mejor vendida.

Seis productos con un mismo diseño, para un ambiente agradable. Con conectividad iPod.

E: info.iberia@lifefitness.com / www.lifefitness.com

©2010 Life Fitness, a division of Brunswick Corporation. All rights reserved. Life Fitness is a registered trademark of Brunswick Corporation. Integrity is a trademark of Brunswick Corporation. iPod classic, iPod nano, and iPod touch are trademarks of Apple Inc., registered in the U.S. and other countries. "Made for iPod" means that an electronic accessory has been designed to connect specifically to iPod respectively, and has been certified by the developer to meet Apple performance standards. Apple is not responsible for the operation of this device or its compliance with safety and regulatory standards. Please note that the use of this accessory with iPod may affect wireless performance. Compatible with iPod classic, iPod nano, and iPod touch.

LifeFitness
WHAT WE LIVE FOR



JESÚS ESPAÑA

Campeón de Europa en pista al aire libre en 2006 y subcampeón en 2010 en la cita de Barcelona, el nombre de Jesús España, especialista en 5000 metros, saltó de nuevo a la fama hace unos meses.

“Las polémicas por el dopaje en el atletismo han hecho plantearme la retirada”

El nombre de Jesús España saltó de nuevo a la fama hace apenas unos meses. Sin quererlo, por deméritos ajenos, este Valdemoreño de 30 años (31 en agosto) volvió a las portadas no por haber conseguido nuevas medallas o haber mejorado sus tiempos en sobre el tartán. Sus duras declaraciones contra los tramposos que se dopan a raíz de la llamada ‘Operación Galgo’ le hicieron una de las caras más conocidas dentro del grupo de atletas críticos con la lucha antidopaje. Semanas después, acallados los ecos de la polémica y los titulares de la carnaza, Jesús insiste: “Los deportistas que se dopan deberían ser apartados del deporte, pero no ser criminalizados”. Directo y sin atajos, muestra fuera de las pistas lo que en ellas le ha hecho grande. Entre las risas de su hijo Iván y la siempre atenta amabilidad de su esposa Olga, Deporcam descubre el lado más íntimo de alguien que es mucho más que un simple crítico con el status quo de nuestro deporte.

Deporcam (DC): ¿No le pesa llevar 43 millones de personas en el apellido cuando corres a toda pastilla por las pistas de medio mundo?

Jesús España (JE): Por suerte no, estoy acostumbrado desde chiquitito a llevar el apellido. Lo llevo con orgullo y no siento ningún tipo de presión. De hecho cuando compito representando a España me motivo muchísimo, y como estoy acostumbrado a representar a “España” siempre, lo llevo con mucha naturalidad.

(DC): Y lo de llevar una camiseta con el nombre de España, ¿pesa o da alas?

(JE): Como te decía en la pregunta anterior, a mí personalmente me da alas y es una de mis mayores motivaciones. De hecho, he entrenado siempre muy duro para poder hacerlo y el conseguirlo es todo un privilegio.

(DC): ¿Qué fue lo que le dio impulso en Goteborg cuando apuró aquellos 100 metros finales para ganarle la final del Europeo de 5.000 al inglés?

>



IMAGEN CORTESÍA DE JESÚS ESPAÑA

> (JE): Pensé en ese momento que la diferencia entre ganar y quedar segundo, aunque cronométricamente sea mínima, es abismal, y yo había trabajado muy duro para conseguir la victoria. Entonces lo peleé hasta el final con ese pensamiento en la cabeza y tuve la suerte de poder conseguirlo, lo cual fue una alegría enorme para mí y para todo mi entorno.

(DC): ¿Cuántas veces ha visto el vídeo?

(JE): Uff, he perdido la cuenta. Estoy muy orgulloso de aquella carrera. Creo que tácticamente fue una prueba muy difícil y la supe interpretar a la perfección. Sobre todo me encanta el final, con la celebración con mi familia incluida.

(DC): Y ¿cuántas ha llorado?

(JE): La verdad es que soy bastante sentimental, pero no he llorado viendo la carrera. Siento una alegría enorme cuando la veo, porque supuso un punto de inflexión en mi carrera deportiva. Me encanta que mis hijos puedan verla en el futuro y ver lo que consiguió su padre.

(DC): El vídeo de aquella gesta tiene 8.000 visitas en *YouTube*. Cualquier gol de Cristiano Ronaldo o de Messi triplica o quintuplica esa cifra en apenas unos minutos después de estar

colgado en la red, ¿no es un poco injusto esto del deporte?

(JE): La repercusión del atletismo nada tiene que ver con la que tiene el fútbol, que se ha convertido en un espectáculo de masas más que en un deporte. Es algo que yo no puedo controlar y creo que es simplemente la ley de la oferta y la demanda, con lo cual no me parece injusto. Otra cosa es el trato de los medios informativos, que deberían de estar por encima de esto, y sencillamente ignoran el resto de los deportes, salvo que haya alguna noticia morbosa que les interese.

(DC): Cualquiera de esos cracks cobra 25.000 euros al día. ¿Cuánto tiempo necesita un campeón de Europa como usted para ganar algo así?

(JE): El atletismo está a años luz del fútbol en ese aspecto, pero si un club de fútbol paga ese dinero a un futbolista es porque le resulta rentable. El fútbol vende y como te decía en la pregunta anterior, mucha culpa de esto la tienen los medios de comunicación. La gente se queja de los sueldos astronómicos de los futbolistas y sin embargo pagan un pastón por una entrada para un partido, aunque luego no lleguen a fin de mes.

(DC): ¿Y cuánto tiempo cree que necesitaría alguno de ellos para llegar a

entender el sacrificio que supone para usted el día a día?

(JE): Creo que no lo entenderían. Aunque para mí lo que hago no supone un auténtico sacrificio porque me encanta y me siento un privilegiado de poder dedicarme a lo que me gusta.

(DC): En ese día a día, ¿cuál es su vitamina, quién o qué le da fuerzas para seguir corriendo?

(JE): Me da fuerzas el tener un objetivo claro en la mente y luchar por él. Si tengo algún día bajo de motivación, mi familia me ayuda mucho. Mi mujer y mi hijo son mis mejores fans.

(DC): Alguna vez pensó en frenar en seco y decir "Que paren el Atletismo que me bajo"

(JE): Alguna vez, pero afortunadamente sólo fue un pensamiento fugaz. Es cierto que ahora soy más egoísta en el sentido de que corro para mí y para los míos. Sigo disfrutando muchísimo del día a día del entrenamiento, y más aún de la competición. Cuando me cueste salir a entrenar y no tenga esa motivación competitiva, dejaré el atletismo de alto nivel y me dedicaré a correr suavemente por el campo, porque correr es mi vida y no concibo vivir sin correr.

(DC): Habrá tenido que ser difícil no pensarlo en estos últimos tiempos con tanto revuelo entorno al dopaje en el atletismo.

(JE): Como te digo, sí que me lo he planteado. Es triste que los medios de comunicación no nos sigan ni en los campeonatos más importantes y ahora hagan este seguimiento tan exhaustivo de este tema que nada tiene que ver con el atletismo. Simplemente, a la gente que se dopa hay que apartarla del deporte sin más, tampoco hay que criminalizarlos en exceso, porque no son ni asesinos ni nada por el estilo. En ciertos países se les considera estafadores y se les juzga por la vía penal, con lo cual estoy muy de acuerdo, porque considero que el doping es una estafa en toda regla.

(DC): Si le pidiera una solución en tres palabras, ¿qué me diría?

(JE): Educación y sanciones duras.

(DC): Le propongo una solución en tres: Deporte más profesional. ¿Qué me dice?

(JE): Eso sería bueno para conseguir mayor rendimiento, porque la profesionalización implica mayor dedicación y por tanto mejores resultados. Pero eso no serviría para luchar contra el doping, más bien creo que al contrario. Cuanto más dinero haya en un deporte, más tramposos habrá.

(DC): Uno de los tópicos de este asunto dice que los deportes más seguidos son los menos controlados y viceversa. ¿Se moja en esto?

(JE): No sé los controles que se hacen en otros deportes, pero en el atletismo hay un control exhaustivo, y cuanto más nivel tiene un atleta más controles pasa. Aunque sinceramente, no creo que sirva de mucho, porque los que hacen trampa siempre irán por delante de los controles, y cada vez se está demostrando más. Aunque es cierto que a veces cometen errores y gracias a eso podemos vivir los demás.

(DC): Tiene miedo de que la gente generalice, que esto al final salpique a todos.

(JE): Generalizar siempre es un error. Hay que sancionar a los que hagan trampas y punto, que son una minoría. Si esto que comentas sucediera,

mucha culpa la tendría el tratamiento de estas noticias en los medios de comunicación.

(DC): Complete esta frase: "Un buen atleta es el que..."

(JE): El que saca el 100% de sí mismo en el momento importante de la temporada.

(DC): ¿Cuántos de esos buenos atletas ha conocido? Deme nombres.

(JE): Sebastian Coe, siempre ha sido mi ídolo precisamente por esto y por su escrupuloso plan de trabajo y por su garra en el entreno y en la competición.

(DC): ¿Qué piedra se le calló en la cabeza para que decidiera dedicarse a esto del atletismo? Porque, normal, normal, lo que se dice normal, por desgracia, no es.

(JE): Empecé a correr con 11 años y mi primer entrenador, Carlos Estangüi, me metió el gusanillo del atletismo en el cuerpo. Descubrí sensaciones increíbles que sólo siento corriendo. Y eso lo siento en un estadio lleno o cuando me entreno por los caminos de mi pueblo en soledad. Es una sensación de libertad indescriptible, no sabría vivir sin ello.

(DC): ¿Hasta cuándo le dará la cuerda del Atletismo? Me refiero a un nivel suficiente como para que los rivales le tengan miedo.

(JE): Al menos me gustaría continuar hasta los Juegos Olímpicos de Rio de Janeiro. Después me plantearía mi continuidad en el atletismo profesional, temporada a temporada.

(DC): ¿A usted le tira la política para cuando cuelgue las zapatillas?

(JE): Es un mundo que no me atrae para nada. Me gustaría dedicarme a algo que tuviera relación con el deporte, pero sin ninguna vinculación política.

(DC): Pero seguro que algún político se le ha acercado en este tiempo para salir en la foto o para proponerle algo.

(JE): Más de uno ha habido. En la política, como en todos los órdenes de la vida, hay gente de todo tipo, y a los interesados que sólo quieren salir en la foto, afortunadamente se les ve venir, o >



C d G
Construcción

**Rehabilitación,
Obra Civil y
Mantenimiento
de Instalaciones
Deportivas**



cdgconstruccion@yahoo.es
t 699 35 60 56 Sr. Raúl Cobo

> los acabas descubriendo con el tiempo, y yo no los quiero a mi lado.

(DC): Usted no necesita la política para ser el rey de Valdemoro. Con su pabellón, su club de fans... sólo hace falta que le pongan nombre a alguna de las rotondas de la ciudad, que hay unas pocas...

(JE): La verdad es que estoy orgulloso del trato que me dispensan mis paisanos. Para mí lo más importante es la opinión de las personas que me conocen desde pequeño y que saben que, a pesar de lo que pueda o no pueda conseguir, Jesús España es el mismo que ellos conocen desde hace muchos años.

(DC): Hagamos política sin estar en campaña: ¿Cambiaría el nombre de su pabellón porque la ciudad tuviera... ¿Qué? ¿Menos paro? ¿Más colegios?

(JE): Si se pudiera reducir el número de parados así, lo cambiaría sin dudar. Hay mucha gente en Valdemoro y en

*Correr es mi vida
y no concibo vivir
sin correr*

toda España que las está pasando realmente canutas. Esperemos que la crisis acabe por fin, aunque para eso no vale con quedarse sentado y esperar a que pase, hay que moverse y hacer cosas.

(DC): La familia para usted ha sido vital. ¿Me equivoco si digo que hay un Jesús antes y después, en las pistas, tras consolidar una familia?

(JE): Mi manera de pensar, evidentemente ha cambiado. La mayoría de ideas que tenía las sigo conservando, pero el ser padre te hace ver las cosas

de otra manera. En casa somos tres, y próximamente cuatro, y yo soy el menos importante de todos con mucha diferencia, lo que te hace relativizar mucho las cosas. El atletismo siempre ha sido una parte importantísima de mi vida, y lo sigue siendo, pero con la familia que tengo, pasa a un segundo plano, y no me obsesiona como podía haberme pasado otras veces.

(DC): Muchas gracias

(JE): A ustedes. ◀



Líder en Pistas

**PADEL
CRISTAL**

C/ Valle del Tormas, 2 - C.C. Las Lomas
28660 Boadilla del Monte (Madrid)

Tif.: 902 121 126 - Fax: 902 121 128

Móvil: 656 84 10 92

E-mail: colespa@colespa.com

www.colespa.com



UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

CURSO 2011/2012

Premio Nacional
del Deporte 2010

GRADOS ADAPTADOS AL ESPACIO EUROPEO

- Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte
- Grado en Fisioterapia
- Doble Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte + Fisioterapia

MAGISTERIO EN EDUCACIÓN FÍSICA EN 1 AÑO

- Para Licenciados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte
- Para Maestros de cualquier especialidad

MÁSTERES OFICIALES (60 ECTS)

- Máster en Programas Deportivos: Gestión, Alto Rendimiento y Desarrollo Social
- Doctorado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte

POSTGRADOS PROPIOS

- Especialista en Deporte y Actividad Física Adaptada para Personas con Discapacidad (20 ECTS)
- Especialista universitario de Directores Deportivos (con la RFEF)
- Especialista en Fisioterapia Deportiva (con la EFO)
- Especialista en Readaptación a la Actividad Física y del Deporte (con la EFO)



VARIO. UNA NUEVA FORMA DE CORRER.



Amplitud de zancada hasta 82 cm
La zancada más larga disponible en el mercado.

INFINITAS TRAYECTORIAS
LIBERTAD REAL DE MOVIMIENTO

Una nueva forma de moverse, una nueva manera de disfrutar durante el entrenamiento.

Vario se adapta con naturalidad a cada paso.

Una experiencia jamás probada: trayectorias amplias e infinitas, movimientos llanos y fluidos, entrenamiento natural y efectivo.

Vario es libertad, Vario es diversión, Vario es una forma diferente de correr.

Descubre más en www.technogym.com/vario

TECHNOGYM

The Wellness Company